



universität
wien

MASTERARBEIT/ MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit/ Title of Master's Theses

„Wie ich bin als Mensch“

Eine Situationsanalyse über die Darstellungen von Menschen mit
Lernschwierigkeiten auf Sozialen Netzwerk Seiten

verfasst von/ submitted by
Lara Grevis, BA BA

angestrebter akademischer Grad/ in partial fulfillment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2021/ Vienna 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt/
Degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 848

Studienrichtung lt. Studienblatt/
Degree programme as it appears on
the student record sheet:

Bildungswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Michelle Proyer

Danksagung

Ich bedanke mich herzlich bei meiner Betreuerin Ass.-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Michelle Proyer. Sie haben Ihre Unterstützung immer flexibel an meine Bedürfnisse angepasst, die Arbeit stets mit umfangreichen und konstruktiven Anmerkungen vorangebracht und mir mehr als einmal geholfen, das Gedankenchaos in meinem Kopf wieder zu ordnen. Danke!!

Ein großer Dank gilt auch dem *Selbstvertretungszentrum Wien*, was mich im Themenfindungsprozess, sowie bei der Suche nach möglichen Interviewpartner*innen umfangreich unterstützt hat.

Selbstverständlich will ich auch den Teilnehmer*innen an den Interviews danken, auch wenn ich euch hier namentlich nicht erwähnen kann. Ohne euch wäre die Arbeit nicht möglich gewesen. Danke!

Ich danke zudem meinen Eltern Mireille und Paul, meiner Oma Fränzelchen und Tante Sonja. Danke, dass ihr mir ein sorgenfreies Studium in Wien ermöglicht habt und stets an mich geglaubt habt. Meinen Eltern will ich überdies dafür danken, dass ihr immer ein offenes Ohr für mich hattet und mich bedingungslos unterstützt habt. Danke meiner Mutter Mireille, dass du dich inhaltlich wiederholt mit mir ausgetauscht hast und du so deine jahrelange Berufserfahrung in der Arbeit mit MmLS mit mir geteilt hast.

Namentlich will ich als letztes meinem Partner Pit danken. Danke, dass du mich mehr als einmal in Phasen der Unsicherheit und Frustration unterstützt hast und immer an mich geglaubt hast. Und danke, dass du mich beruhigt hast, wenn mir mal wieder alles über den Kopf wuchs.

Ich will auch all meinen Freund*innen und Familienmitgliedern danken, die mich während meines Studiums unterstützt haben. Fühlt euch angesprochen, danke!

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Lara Grevis, erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, August 2021

Inhaltsverzeichnis

1. HINFÜHRUNG ZUM THEMA UND BEGRÜNDUNG DER THEMENWAHL.....	1
2. BEGRIFFSBESTIMMUNGEN UND GRUNDLAGEN.....	4
2.1 ZUM VERSTÄNDNIS VON BEHINDERUNGEN UND ZUM BEGRIFF <i>MENSCHEN MIT LERNSCHWIERIGKEITEN</i>	4
2.2 SOZIALE NETZWERK SEITEN (SNS) UND <i>UNIVERSAL DESIGN</i>	6
2.3 INKLUSIVE MEDIENBILDUNG.....	8
2.4 EXKURS: FREMDDARSTELLUNGEN	9
2.5 MODELLE VON BEHINDERUNG.....	11
3. FORSCHUNGSSTAND, FORSCHUNGSLÜCKE UND HINFÜHRUNG ZUR FORSCHUNGSFRAGE	12
4. METHODOLOGISCHE ÜBERLEGUNGEN.....	18
4.1 <i>GROUNDED THEORY</i> IN BEZUG AUF DIE SITUATIONSANALYSE.....	18
4.2 SITUATIONSANALYSE UND -MAPS.....	21
4.3 <i>MULTISITE</i> -FORSCHUNG.....	23
5. METHODE	24
5.1 SITUATIONSANALYSE BASIEREND AUF INTERVIEWS MIT MENSCHEN MIT LERNSCHWIERIGKEITEN.....	24
5.1.1 <i>Das problemzentrierte Interview</i>	24
5.1.2 <i>Forschungsethische Überlegungen und Durchführung der Interviews</i>	26
5.1.3 <i>Zugang zum Forschungsfeld, Sampling und Sättigung</i>	29
5.1.4 <i>Kodierung</i>	30
5.1.5 <i>Situationsmaps</i>	31
5.1.5.1 <i>Situationsmaps</i> und relationale Analyse.....	31
5.1.5.2 <i>Maps von sozialen Welten/ Arenen</i>	35
5.1.5.3 <i>Positionsmaps</i>	37
5.2 SITUATIONSANALYSE BASIEREND AUF (VISUELLEN) DISKURSDATEN AUF AUSGEWÄHLTEN <i>INSTAGRAM-</i> <i>PROFILEN</i>	39
5.2.1 <i>Vorüberlegungen zu Diskursen</i>	39
5.2.2 <i>Ethische Überlegungen zur Forschung in der digitalen Welt</i>	40
5.2.3 <i>Auswahl der Instagram-Profile</i>	41
5.2.4 <i>Sammeln der Daten und Memos</i>	42
5.2.5 <i>Kodierung</i>	44
5.3 <i>KOMPARATIVES MAPPING</i> UND ANALYSE	45
6. DARSTELLUNG UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE: BEWEGGRÜNDE.....	46
6.1 ZEIGEN „WIE ICH BIN“: BEHINDERUNGEN UND ANDERE FACETTEN.....	46
6.2 SENSIBILISIERUNG UND MEINUNGSÄUßERUNG.....	51
6.2.1 <i>Allgemeine Ergebnisse</i>	51
6.2.2 <i>Beispiel der Sensibilisierung/ Meinungsäußerung mittels audiovisuellen Materials</i>	54

6.3 ‚NORMAL‘-SEIN	56
6.4 INTERAKTION UND FEEDBACK	58
6.5 WERBUNG.....	59
6.5.1 <i>Eigenwerbung</i>	59
6.5.2 <i>Werbung für Produkte anderer Unternehmen</i>	61
6.6 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE: BEWEGGRÜNDE	64
7. DARSTELLUNG UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE: HERAUSFORDERUNGEN	64
7.1 ZUGANG	66
7.2 IMPLIZITES WISSEN BEZÜGLICH DER FUNKTIONSWEISE VON SOZIALEN NETZWERK SEITEN	68
7.3 CYBERMOBBING	69
7.4 REAKTIONEN VON <i>FOLLOWER*INNEN</i>	71
7.5 SCHWERE SPRACHE.....	72
7.4 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE: HERAUSFORDERUNGEN	72
8. DARSTELLUNG UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE: „WIE ICH BIN ALS MENSCH“	73
8.1 SNS-NUTZER*INNEN MIT LERNSCHWIERIGKEITEN.....	76
8.1.1 <i>Einstellungen</i>	76
8.1.2 <i>Lebenszusammenhänge von Menschen mit Lernschwierigkeiten und Sensibilisierung</i>	77
8.2 NORMEN AUF SOZIALEN NETZWERK SEITEN.....	77
8.2.1 <i>Normalität, gesellschaftliche (und) medizinische Normen</i>	77
8.2.1.1 Normen bei Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten	77
8.2.1.2 Normen bei anderen Nutzer*innen, Plattformbetreiber*innen und politischen Entscheidungsträger*innen	79
8.2.2 <i>Neoliberale Normen und Werbebranche</i>	80
8.5 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE: „WIE ICH BIN ALS MENSCH“	82
9. FAZIT, LIMITATIONEN UND WEITERFÜHRENDE FRAGEN	84
LITERATURVERZEICHNIS	86
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	98
ZUSAMMENFASSUNG IN EINFACHER SPRACHE	99
DEUTSCHES ABSTRACT	103
ENGLISH ABSTRACT	104
ANHANG	105
A. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	105
B. INTERVIEWSTÜTZE	106
C. INFORMIERTE EINWILLIGUNG	108

1. Hinführung zum Thema und Begründung der Themenwahl

„We are tired of being statistics, cases, wonderfully courageous examples to the world, pitiable objects to stimulate funding”

(Hunt 1966, zit. nach Barnes 1992: 11)

Mit diesem Zitat beschreibt Hunt eine lange Tradition von (medialen) Fremddarstellungen durch Menschen ohne Behinderungen über Menschen mit Behinderungen (MmB). So seien MmB als Medienschaffende in den klassischen Massenmedien unterrepräsentiert. Stereotype reichen vom *supercrip* bis zum ‚Sorgenkind‘ (vgl. Haage 2020: 293) (siehe 2.4 *Exkurs: Fremddarstellungen*).

Selbstdarstellungen seien Hill (2017: 117) zufolge, ein zeitgenössisches Phänomen, das eng mit der digitalen Medienkultur verflochten sei und eine Bedingung für die Teilhabe an Sozialen Netzwerk Seiten (SNS) darstelle. Demnach liegt der Schwerpunkt der Masterarbeit darin, herauszuarbeiten, welche Aspekte Menschen mit Lernschwierigkeiten¹ (MmLS) bei ihren Darstellungen auf SNS beeinflussen. Ein Potenzial von SNS liegt darin, sich so darstellen zu können, wie man das möchte (vgl. Garrisi/ Johanssen 2020: 1; Suler 2002: 455). Folglich können „bislang unsichtbare Gruppen Sichtbarkeit erlangen und tabuisierte Themen in die Diskussion gebracht werden“ (vgl. Röhm/ Ritterfeld 2020: 285). Damit einhergehend entwickelt sich die Möglichkeit ein alternatives Bild zu dem häufig stereotypen Bild von Behinderungen in den Massenmedien zu konstruieren (vgl. Ellcessor et al. 2017: 16; Haage 2020: 289). Dies ist insbesondere deshalb relevant, da das Wissen von Menschen ohne Behinderungen über MmB² in der Regel aus den Medien stammt (vgl. Radtke 2002: 122). In Bezug auf Österreich, stellte die erste Staatenprüfung zur Umsetzung der UN-BRK (2013) fest,

¹ Unter dem Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten* werden im Rahmen dieser Arbeit jene Menschen gezählt, welche früher mit dem Begriff ‚Menschen mit geistiger Behinderung‘ definiert wurden (vgl. Biewer/ Moser 2016: 24). Der Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten* ist von der Selbstvertretungsbewegung gewählt. Betroffene Personen brachten zum Ausdruck, dass sie ‚geistige Behinderung‘ oder ähnliche Begriffe diskriminierend empfinden. Daraufhin erfolgte die Substitution der Begriffe durch den Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten* (vgl. WBS 2005: 3)

²In dieser Masterarbeit nutze ich in der Regel den Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten*. Stellenweise verwende ich andere Begriffe (etwa ‚Menschen mit Behinderungen‘, ‚Menschen mit körperlichen Behinderungen‘) um Sinngehalte verwendeter Literatur nicht zu verzerren.

dass es nur sehr wenige Bemühungen gäbe „negativen und überholten Stereotypen über Personen mit Behinderungen entgegenzuwirken“ (BMASK n.a.: 7). Daher ist es bildungswissenschaftlich und bildungspolitisch relevant, Diskurse über Ungleichheiten in der medialen Repräsentation zu analysieren (vgl. Bosse 2014: 8).

Unter SNS werden internet-basierte Plattformen, welche es ihren Nutzer*innen³ ermöglichen Inhalte zu kreieren und sich darüber auszutauschen, verstanden (vgl. Kaplan/ Haenlein 2010: 61) (siehe 2.2 *Soziale Netzwerk Seiten (SNS)*). Das Nutzen von SNS wurde bisher mit den Attributen der Bildung und Aufrechterhaltung von sozialem Kapital, der Steigerung des Selbstwertgefühls und der Konstruktion von sozialen Identitäten in Verbindung gebracht (vgl. Caton/ Chapman 2016: 3f). Überdies werden SNS genutzt, um sich über Behinderungserfahrungen auszutauschen und für die eigenen Rechte einzutreten (vgl. Haage 2020: 289; Haller 2010: n.a.). Zusätzlich lässt sich eine gesellschaftliche Tendenz zunehmend über solche Plattformen zu kommunizieren, beobachten. Ein eingeschränkter oder nicht gegebener Zugang zu SNS kann demnach die Inklusion in die Gesellschaft behindern (vgl. Kent 2020b: 337). Ein Wissen über die Nutzung von SNS durch MmLS ist daher bildungswissenschaftlich relevant, nicht zuletzt da es ein bisher nur spärlich erforschtes Feld darstellt (siehe 3. *Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage*).

Darüber hinaus ist die Zugänglichkeit des Internets für MmLS eine Frage der sozialen Gerechtigkeit und der Bürger*innen- und Menschenrechte, da der gleichberechtigte digitale Zugang für die Teilhabe an Bildung, Beschäftigung, Unterhaltung, Kommunikation und bürgerlichem Engagement immer wichtiger wird (vgl. Jaeger 2011: 169). Eine barrierefreie Nutzung des Internets kann als Menschenrechtsfrage in Bezug auf *Artikel 9* (Zugänglichkeit), *12* (Recht auf gleiche Anerkennung vor dem Gesetz), *19* (Recht auf Einbeziehung in die Gemeinschaft) und *21* (Meinungs- und Redefreiheit) der UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) angesehen werden (vgl. Chadwick 2019: 185; Werner/ Shpigelman 2019: 1). Das Recht auf Bildung und Teilhabe führt demnach zu einem Recht auf einen adäquaten Zugang zu Medien (vgl. Zorn et al. 2019: 27). Die rechtliche Lage zeigt, dass eine Auseinandersetzung mit dem Thema SNS und MmLS notwendig ist.

Obwohl einerseits das Inklusionspotenzial des Internets akklamiert wird, wird andererseits immer wieder auf die Gefahr der Exklusion in diesem aufmerksam gemacht (vgl.

³ Der Begriff Nutzer*in kann hier irreführend sein, da die digitale Welt von ihren Nutzer*innen mitkonstruiert wird. Es handelt sich demnach nicht, um ein fertiges ‚Produkt‘ welches genutzt werden kann. Unter Nutzen von SNS soll in dieser Arbeit demnach auch die Mitkonstruktion und Veränderung verstanden werden (vgl. Ellcessor 2016: 7).

Bowker/ Tuffin 2006: 20; Bühler/ Pelka 2014: 22; Foley/ Ferri 2012: 2; Haage 2020: 289; Haller 2010: 19; Jaeger 2011: 174; Miller 2017: 523; Shpigelman/ Gill 2014c: 1604). Dies lässt sich unter anderem auf die Tatsache rückführen, dass das Internet einige Barrieren abbaut, neue Barrieren schafft und Barrieren der analogen Welt übernimmt (vgl. Kent 2020b: 337). Zudem stammen Hervorhebungen des ermächtigenden Potenzials digitaler Medien oftmals aus einer Perspektive nichtbehinderter Menschen (vgl. Garrisi/ Johanssen 2020: 5). Es bedarf demnach eines umfassenden Ansatzes zur Förderung der digitalen Partizipation aller Menschen (vgl. Dirks et al. 2018: 435). Dabei ist es wichtig, das richtige Gleichgewicht zu finden um MmLS die gleichen Rechte und Freiheiten wie allen anderen Menschen zu gewähren. Gleichzeitig ist sicherzustellen, dass sie ermächtigt werden, mit allen Schwierigkeiten, die sie online erfahren, umzugehen (vgl. Holmes/ O'Loughlin 2012: 7).

Die fortschreitende Mediatisierung der Welt stellt die Inklusiv Bildung vor die Fragen, wie und wodurch mit Medien Teilhabe ermöglicht werden kann und wo neue Barrieren erschaffen, beziehungsweise Ungleichheiten reproduziert werden können (vgl. Bosse et al. 2019: 9). Die Disziplin der Inklusiven Medienbildung streckt sich über drei übergreifende Felder: Teilhabe *in* Medien, Teilhabe *an* Medien und Teilhabe *durch* Medien (vgl. Zorn et al. 2019: 28). Im Feld der Teilhabe *in* Medien beschäftigt sich die Medienbildung mit der Repräsentation verschiedener Gruppen in den Medien. Dabei geht es darum, stereotype, klischeebehaftete und stigmatisierende Darstellungen aufzudecken und diesen Darstellungen, eigene Medienproduktionen entgegenzusetzen (vgl. ebd.). Dazu ist ein Wissen über medienbezogene Bedürfnisse und die Mediennutzung von MmLS vonnöten (vgl. Haage/ Bosse 2019: 52) (siehe 2.3 *Inklusive Medienbildung*).

In dieser Masterarbeit wurden einerseits Interviews mit MmLS bezüglich ihrer SNS Nutzung geführt. Andererseits wurden *Instagram*-Profile von bekannten *content creators*⁴ mit Lernschwierigkeiten *gemappt*. Die erhobenen Daten wurden dann mittels Situationsanalyse (SA) nach Clarke et al. (2018) ausgewertet.

Dieser Einleitung folgt ein Grundlagenkapitel, in welchem sich mit den Begriffen der Behinderungen, Lernschwierigkeiten, SNS und *Universal Design* auseinandergesetzt wird. Zudem soll theoretisch auf die Inklusiv Medienbildung eingegangen werden. Des Weiteren wird auf die lange Tradition der Fremddarstellungen von MmB hingewiesen und einige

⁴ Unter *content creators* werden geschäftsorientierte SNS-Nutzer*innen, beispielsweise *Blogger*innen*, *YouTube*innen* oder *Gamer*innen* verstanden. Ihr Einkommen wird aus einer Kombination von E-Commerce und nutzergenerierten Inhalten (UGC) (siehe 2.2 *Soziale Netzwerk Seiten (SNS)*) generiert (vgl. Mileros et al. 2019: 62).

Darstellungen skizziert. Überdies werden kurz einige Modelle der Behinderung beleuchtet. Im darauffolgenden Kapitel wird der Stand der Forschung dargelegt. Nach einem kurzen Aufriss der Forschungslücke wird auf die Forschungsfrage eingegangen. Dem Forschungsstand folgt ein Methodologiekapitel, in welchem theoretische Annahmen der SA dargelegt werden, der Bezug letzterer zur traditionellen *Grounded Theory* (GT) dargestellt wird, sowie über das Forschungsdesign der *Multisite*-Forschung reflektiert wird. Im darauffolgenden Methodenkapitel werden die Prozesse der Datenerhebung und -Auswertung detailliert erläutert, sowie auf forschungsethische Fragen aufmerksam gemacht. Die Ergebnisdarstellung teilt sich in drei Kapitel. Das erste Ergebniskapitel legt die Ergebnisse zu potenziellen Beweggründen für Darstellungen von MmLS auf SNS dar und diskutiert diese. Im zweiten Ergebniskapitel werden potenzielle Herausforderungen für Darstellungen von MmLS auf SNS vorgestellt und diskutiert. Im letzten Ergebniskapitel wird eine Art *Big Picture* der untersuchten Situation gezeichnet und allgemeine Einflussfaktoren auf die Darstellungen von MmLS auf SNS dargestellt und diskutiert. Im darauffolgenden Kapitel werden alle Ergebnisse nochmals zusammengefasst. Das letzte Kapitel zieht ein Fazit, macht auf Limitationen der Studie aufmerksam und gibt ein Ausblick auf weiterführende Forschung. Dem Literaturverzeichnis folgt eine Zusammenfassung der Ergebnisse in *Einfacher Sprache*⁵, Abstracts in deutscher und englischer Sprache, Abkürzungs- und Abbildungsverzeichnisse, sowie weitere Anhänge.

2. Begriffsbestimmungen und Grundlagen

2.1 Zum Verständnis von Behinderungen und zum Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten*

McClimens (2007: 258) mahnt zur Vorsicht bei der Etikettierung bestimmter Personengruppen mit bestimmten Identitätsstempeln. Er argumentiert, dass die Zuschreibung immer auch ein Ausdruck der Kontrolle sei (vgl. ebd.: 259). Auch Williams (2011: 196) betont die politische (Macht) Dimension des Zuschreibungsprozesses von Begriffen. Demnach soll in diesem Kapitel über die Formulierung *Menschen mit Lernschwierigkeiten* reflektiert werden.

⁵ Momentan wird über Begriffe wie *Leichte Sprache*, *Leicht Lesen*, *Leicht verständliche Sprache* und *Einfache Sprache* debattiert (vgl. Gross 2016: 81). Zugängliche Sprache stellt einen wesentlichen Teil der barrierefreien Umgebung für MmLS dar (vgl. ebd.: 83). Der Begriff *Leicht Lesen* ist in der Regel zu bevorzugen, da er die Aktivität des*der Empfänger*in betont (vgl. ebd.). In dieser MA werde ich allerdings den Begriff *Einfache Sprache* nutzen, um darauf hinzuweisen, dass der Text nicht von der Zielgruppe geprüft wurde und so keine Missverständnisse entstehen (vgl. ebd.).

Im Sinne der Behindertenrechtsbewegung⁶ und der sich daraus entwickelnden *Disability Studies* werden Behinderungen im Rahmen dieser Arbeit als gesellschaftliche Konstruktion verstanden. Demnach werden Behinderungen als „Prozess, der Menschen mit bestimmten Merkmalen [...] die gesellschaftliche Teilhabe, Anerkennung und den Respekt vorenthält“ (Köbsell 2020: 126) verstanden. „Bestimmte Merkmale“, sprich Beeinträchtigungen des Individuums, sind dabei Voraussetzung für Behinderungen. Die Behinderungen entstehen allerdings durch einen „gesellschaftlichen Prozess des Behindert-Werdens“ (ebd.). Demnach müssen die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verändert werden damit Behinderungen aufgehoben werden können (vgl. ebd.). Folglich werde ich in dieser Arbeit von Behinderungen und/ oder Lernschwierigkeiten in der Mehrzahl schreiben. Dies soll die Auffassung, dass sich Behinderungen aufgrund von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen potenzieren, widerspiegeln.

Wie bereits in der Einführung erwähnt, wurde der Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten* von der Selbstvertretungsbewegung gewählt. Dabei gilt: „wir wollen zuerst als Menschen gesehen werden“ (Göthling/ Schirbort 2011: 57). Demzufolge soll die Betonung auf dem Menschen und nicht etwa auf den Behinderungen liegen (vgl. ebd.). Die Formulierung *Mensch zuerst (people first)* kam erstmals bei einer Tagung in den USA in den 1970er Jahren auf. Dabei proklamierte eine Teilnehmerin „wir haben es satt, in erster Linie als Behinderte oder Zurückgebliebene gesehen zu werden. Wir wollen in erster Linie als Menschen gesehen werden“ (n.a., zit. nach Göthling/ Schirbort 2011: 58; Übersetzung L.G.). Seitdem bezeichnet der Begriff *people first* ebenfalls die *People-First-Bewegung* (vgl. Göthling/ Schirbort 2011: 58). Die Bewegung tritt für Selbstbestimmung von MmLS ein (vgl. ebd.: 57).

Zudem wurde der Begriff ‚geistige Behinderung‘ durch MmLS als Schimpfwort wahrgenommen. „‚Geistige Behinderung‘ wertet uns ab und viele Personen trauen uns dadurch immer noch viel zu wenig zu“ (vgl. ebd.: 61). Wie diese Aussage zeigt, haften negative Vorurteile am Begriff der ‚geistigen Behinderung‘. Überdies hinterfragt die Bewegung, wer denn überhaupt das Recht habe den Geist des Menschen zu beurteilen, woran dies gemessen werde und wer dies denn könne (vgl. ebd.). Damit wird die oftmals unhinterfragte Implikation eines ‚behinderten Geistes‘ kritisiert. Als Alternative wurde der Begriff *Menschen mit Lernschwierigkeiten* eingeführt. Auch wenn dieser nicht kritiklos⁷ bleibt, werde ich ihn in dieser

⁶ ‚Behindertenrechtsbewegung‘ ist die übliche Übersetzung des englischen Begriffs *disability rights movement*, weshalb ich diesen Begriff hier verwende. Im Sinne der *People-First-Bewegung* sollte es vermutlich *Bewegung für die Rechte von Menschen mit Behinderungen* heißen.

⁷ Siehe z.B. Williams 2011, insbesondere Kapitel 13: *Talk about Labelling and Identity*, S. 185 – 198

Arbeit verwenden, da er von der Selbstvertretungsbewegung gewählt wurde. Für die *People First* Bewegung steht der Begriff *Lernschwierigkeiten* dafür,

„dass wir manchmal Schwierigkeiten haben, die Ziele zu erreichen, die wir erreichen möchten. Denn häufig werden uns zu wenig Möglichkeiten geboten, um eigene Lösungen für uns und unser Leben zu finden.“ (vgl. ebd.)

In diesem Sinne zielt diese Arbeit darauf herauszuarbeiten, welche (verspernte) Möglichkeiten SNS MmLS bieten. Dazu soll im Folgenden der Begriff der SNS geklärt werden.

2.2 Soziale Netzwerk Seiten (SNS) und *Universal Design*

Im Jahr 2004 kam die Bezeichnung *Web 2.0* auf. Der Begriff steht für eine Evolution des Internets zu einer interaktiven Plattform, auf welcher Inhalt und Applikationen gemeinschaftlich von Nutzer*innen kreiert werden (vgl. Kaplan/ Haenlein 2010: 61). *Web 2.0* bot die ideologische und technologische Fundierung für das Entstehen von SNS. Fachsprachlich verweist der Zusatz *2.0* auf eine erweiterte und/ oder verbesserte Version (vgl. Schmidt 2018: 16). Die Bezeichnung *Web 2.0* ist problematisch, weil die Erweiterung schrittweise und ohne identifizierbares *Update* geschah (vgl. ebd.). Außerdem brachte die vermeintliche Verbesserung eine Vielzahl an ‚neuen Barrieren‘ unter anderem für MmB. Das *pre-web* Internet war hingegen vergleichsweise barrierefrei (vgl. Ellis/ Kent 2017: 4). Dabei sollte bedacht werden, dass das sogenannte *Web 2.0* nach gesellschaftlichen Erwartungen konstruiert wurde und wird. Demnach resultieren die aufkommenden Barrieren auf bestehenden Exklusionsmechanismen der analogen Welt (vgl. Kent 2020b: 340). Alternative Begriffe wären beispielsweise *social web* oder *social software*. Aber auch die Nutzung des Begriffs *social* wirft Probleme auf. So kann *social* beispielsweise mit *fürsorglich* übersetzt werden, was die Funktionen von SNS nicht unbedingt umschreibt. Zudem können SNS auch für gänzlich a-soziale Zwecke, in etwa Mobbing oder Datenmissbrauch, genutzt werden. Drittens gibt es keine nicht-sozialen Medien, da diese immer als Kommunikationsmittel gedacht sind, wodurch die Zuschreibung *sozial* eigentlich überflüssig wird (vgl. Schmidt 2018: 16). Ich werde im weiteren Verlauf die Bezeichnung *Web 2.0* benutzen, da diese zumindest auf die Veränderungen der digitalen Welt hinweist.

An dieser Stelle soll auf das Konzept des *Universal Designs* eingegangen werden. Mittlerweile bestehen eine Reihe an Konzepten, welche über jenes der Barrierefreiheit hinaus gehen⁸. Die Konzepte des *Designs For All*, *Universal Designs* und *Inclusive Designs* werden

⁸ Für einen einführenden Überblick siehe Persson et al. 2016

dabei oftmals synonym verwendet. Zudem bestehen unterschiedliche Definitionen der Konzepte (vgl. Persson et al. 2015: 510). Das Konzept des *Inclusive Designs* geht allerdings auf den Aspekt der Machbarkeit ein. Dies kann zur Folge haben, dass Projekte bei welchen Zugänglichkeit als ‚nicht machbar‘ deklariert wird weiterhin unzugänglich bleiben (vgl. ebd.: 509). Demnach werde ich in dieser Arbeit das Konzept des *Universal Designs* anführen und dieses als auswechselbar mit dem Konzept des *Designs For All* verstehen (vgl. ebd.: 508). Grundlage für das *Universal Design* bildet die Argumentation, dass der Abbau bestimmter Barrieren für eine Person zu Barrieren für eine andere Person führen kann. Demnach versucht das *Universal Design* Produkte von Anfang an aus einem ganzheitlichen Blick zugänglich zu gestalten, anstelle ‚bloß‘ Barrieren (etwa des *Web 2.0*) abzubauen (vgl. ebd.).

Zurück zu den Interaktionsmöglichkeiten des sogenannten *Web 2.0: User Generated Content* (UGC) sollte in diesem Kontext erwähnt werden. UGC meint, dass die Inhalte des sogenannten *Web 2.0* (beispielsweise Texte, Bilder oder Videos) von den Nutzer*innen selbst produziert werden. Dies erhöht zwingendermaßen das Interaktionsgeschehen: Nutzer*innen erstellen, lesen, kommentieren, revidieren und verteilen Materialien oftmals gleichzeitig (vgl. Röhl 2020: 119). Röhl (ebd.) sieht in dieser Entwicklung eine Herabsetzung der *Gatekeeper*-Funktion der Medien, da nicht mehr nur eine Person zu vielen anderen Personen spricht, schreibt und so weiter. Die Kommunikation verläuft vielmehr gleichzeitig und mehrdimensional ab. Somit ist jede*r Mediennutzer*in gleichzeitig auch Medienproduzent*in. UGC stellt demnach eine wichtige Charakteristik von SNS dar. Der Begriff SNS wurde gewählt, um eine deutliche Unterscheidung zum Begriff *Soziale Netzwerke* vorzunehmen. Dieser Begriff beschreibt ein Beziehungsnetzwerk, nicht aber die technischen Plattformen, auf welchen sich Beziehungsarbeit abspielt (vgl. Kneidinger-Müller 2020: 68). Hierbei kann zwischen Plattformen, auf welchen vorrangig UGC produziert wird (z.B. *Instagram*) und Netzwerkplattformen, welche vorrangig die Vernetzung ihrer Nutzer*innen bezwecken (z.B. *Facebook*) unterschieden werden (vgl. Haage 2020: 289). Im Rahmen dieser Arbeit werden beide Formen behandelt.

Da die technischen Gestaltungs- und Nutzungsmöglichkeiten der Plattform die Art der Darstellungen der Nutzer*innen beeinflussen können, sollen diese hier kurz beschrieben werden (vgl. Kneidinger-Müller 2020: 70). Allgemein können Nutzer*innen auf SNS ein Profil mit persönlichen Informationen kreieren, online Verbindungen knüpfen und ‚private Nachrichten‘ an andere Nutzer*innen schicken (vgl. Kaplan/ Haenlein 2010: 63). Persönliche Informationen beinhalten in der Regel Alter, Ort, Interessen und ähnliches. Meistens wird auch ein Profilbild hochgeladen (vgl. Boyd/ Ellison 2008: 213). Die Vernetzungen werden auf den

unterschiedlichen Plattformen unterschiedlich benannt. *Facebook* benennt die Online-Beziehungen ‚*Friends/ Freund*innen*‘. Diese Vernetzung bedarf einer zweiseitigen Bestätigung (A und B sind *Facebook*-Freund*innen. Wenn A B als Freund*in löscht, hat B A ebenfalls nicht mehr als *Facebook*-Freund*in). Auf *Instagram* werden jene Beziehungen als ‚*Follower*innen*‘ betitelt. Diese Beziehungen erfolgen eindimensional (A kann B folgen, B kann dies bestätigen, ohne dabei A folgen zu müssen).

Wie bereits in der Einleitung (siehe 1. *Hinführung zum Thema und Begründung der Themenwahl*) erwähnt, können SNS die Darstellungen von MmLS beeinflussen. Überdies beinhalten SNS Inklusionspotenziale für MmLS. Demnach sollte sich eine inklusive Medienbildung zunehmend mit SNS und deren Bedeutung für MmLS beschäftigen. Das Feld der inklusiven Medienbildung wird im folgenden Unterkapitel behandelt.

2.3 Inklusive Medienbildung

Die Frage nach den medial ermöglichten Teilhabechancen, sowie den medial (re)produzierten Barrieren und Ungleichheiten sollte die *Inklusive Medienbildung* einer mediatisierten Welt beschäftigen (vgl. Bosse et al. 2019: 9). Medien können eine wichtige Rolle in Inklusionsprozessen übernehmen und gesellschaftliche Differenzlinien beeinflussen (vgl. ebd.). Das Forschungsfeld, welches sich mit Intersektionen von Behinderungen und Medien beschäftigt, wächst noch. Deshalb hat sich unter anderem auch noch keine klare Bezeichnung dafür etabliert⁹ (vgl. Ellcessor et al. 2017: 3). In dieser Arbeit werden unter der Bezeichnung *Inklusive Medienbildung* Ansätze der inklusiven Medienpädagogik, Medienbildung, sowie der *disability media studies* angeführt. Der Begriff der *Inklusiven Medienbildung* reflektiert den „Bildungsanspruch von Menschen [...] deren Selbst- und Weltverhältnisse“ (Zorn et al. 2019: 26), sowie das damit einhergehende Potenzial diese Verhältnisse zu transformieren (vgl. ebd.).

Bosse et al. (2019: 9) identifizieren drei Ebenen der medialen Teilhabe: Teilhabe *in*, Teilhabe *an* und Teilhabe *durch* Medien. Im Feld der Teilhabe *in* Medien beschäftigt sich inklusive Medienbildung mit der Repräsentation verschiedener Gruppen in den Medien. Dabei geht es darum, stereotype, klischeebehaftete und stigmatisierende Darstellungen aufzudecken, sowie diesen Darstellungen eigene Medienproduktionen entgegenzusetzen. Dazu ist ein Wissen über medienbezogene Bedürfnisse und die Mediennutzung von MmLS vonnöten (vgl. Haage/ Bosse 2019: 52). Die Ebene der Teilhabe *an* Medien beschäftigt sich vorwiegend mit der

⁹ So gibt es zudem ein wachsendes Forschungsfeld zum Thema Körperlichkeit in der digitalen Welt (vgl. Butnaru 2020: 7).

Barrierefreiheit und dem Zugang zu Medien (vgl. Zorn et al. 2019: 28). Auf der Ebene der Teilhabe *durch* Medien geht es darum, wie Medien Partizipation an öffentlichen Diskursen ermöglichen können (vgl. ebd.). In dieser Masterarbeit werden alle drei Ebenen zumindest gestreift (wobei die Ebene der Teilhabe *in* Medien besonders bearbeitet wird). Daraus ergibt sich eine theoretische Verankerung dieser Masterarbeit in der Inklusiven Medienbildung.

Ansätze der *disability media studies* können dieses Verständnis einer Inklusiven Medienbildung erweitern. So fordern sie Behinderungen neu zu denken. Damit einhergehend können Fragen nach Normativität, Marginalität, ungerechter Machtverteilung und Systemen der Ungleichheit hinterfragt werden (vgl. Ellcessor et al. 2017: 19). Es sollte untersucht werden wie Intersektionen von Technologien, Körpern und Kulturen bestehende kulturelle Normen und Machtverhältnisse einerseits reproduzieren und andererseits herausfordern (vgl. Ellcessor 2016: 4). Dieser Anspruch wird auch in dieser Masterarbeit verfolgt.

Eine *Inklusive Medienbildung* überprüft Medien auf bestehende Normen und Machtverhältnisse hin. Die Tatsache, dass bisherige Darstellungen von Behinderungen überwiegend Fremddarstellungen sind, macht diesen Punkt besonders relevant. Im folgenden Unterkapitel wird die Tradition der Fremddarstellungen von MmB kurz beleuchtet und es werden einige ‚übliche‘, stereotype Darstellungen skizziert.

2.4 Exkurs: Fremddarstellungen

Kellermann (2019: 369f) konstatiert, dass sich Fremddarstellungen oftmals aus Vorurteilen und Klischees speisen. *Otherring* sei dabei gängig, da die Darstellungen vorwiegend durch Menschen ohne Bezug zu Behinderungen konstruiert würden (vgl. ebd.). Dementsprechend gibt es Forderungen aus den *Disability Studies* einen Fokus auf mediale Selbstdarstellungen von MmB zu legen (vgl. ebd.: 372). Die Entwicklung von Fremddarstellungen hin zu Selbstdarstellungen stimmt mit der Entwicklung von Fremdbestimmung hin zur Selbstbestimmung überein (vgl. Flieger/ Schönwiese 2015: 284).

Ein Großteil der Fremddarstellungen entspricht einer *ableistischen* Weltanschauung. Unter *Ableism* wird „ein Gesellschaften durchziehendes und strukturierendes Verhältnis“ (Köbsell 2015: 21) verstanden. An diesem Verhältnis werden Menschen hierarchisch bewertet (vgl. ebd.). Bewertet und hierarchisiert wird anhand von „Normalitätsanforderungen im Hinblick auf bestimmte geistige und körperliche Fähigkeiten“ (ebd.: 25), welche als dem Menschen inhärent und gegeben konstruiert werden (vgl. ebd.). *Ableism* bildet die ideologische Grundlage für *Disableism*. Der Begriff *Disableism* kennzeichnet gesellschaftliche Praxen der Diskriminierung (vgl. ebd.: 26).

In diesen *ableistischen* Weltanschauungen schwankt das Bild eines MmB in der Regel zwischen dem Opferbild und dem Bild des*der Superheld*in (vgl. Kellermann 2019: 369f; Loebner 2020: 352). Peter Radtke (2006: 125) subsumiert dieses dichotome Darstellungsverhalten unter dem Titel „Batman oder Bettler“ (ebd.). Beide Darstellungsformen seien allerdings defizitär (vgl. ebd.: 128).

An einem Ende der Achse befinden sich demnach Darstellungen von MmB als bemitleidenswert, passiv und abhängig. Diese Darstellungen speisen sich aus einer langen Tradition karitativ geprägter ‚Behindertenarbeit‘. So wurde das Wohl von MmB oftmals alleinig von dem Wohlwollen anderer Menschen abhängig gemacht (vgl. Barnes 1992: 16). Diesen Darstellungen zufolge gelten MmB als „zu bemitleidende, geschlechtslose ‚Sorgenkinder‘“ (Garland Thompson 2002, zit. nach Köbsell 2015: 27). Neben der Konstruktion unrealistischer und unwahrer Vorstellungen, sind solche Darstellungen schlichtweg bevormundend, herablassend und beleidigend gegenüber MmB (vgl. Barnes 1992: 16).

Den Gegenpol dazu stellen übertrieben positive, euphemistische Darstellungen dar. Im Folgenden sollen zwei solcher Darstellungen kurz skizziert werden. Der Begriff *inspirational porn* wurde von der Aktivistin Stella Young eingeführt. Er kennzeichnet Bilder oder Erzählungen von MmB als Held*innen, welche ihre Behinderungen ‚überwinden‘. Ursprung sei dabei oftmals Mitleid (vgl. Kent 2020a: 268). *Inspirational porn* wird in der Regel von einer nichtbehinderten Person an eine Person mit Behinderungen gerichtet (Beispiel: ‚Es ist so inspirierend, dass du Sport machst!‘) (vgl. Loebner 2020: 346f). Einer der vielen kritischen Aspekte von *inspirational porn* ist die Abwertung kritischer Stimmen von Aktivist*innen für Rechte von MmB, welche sich gegen systemische Barrieren aussprechen. Indem MmB als Inspiration dargestellt werden und somit gezeigt wird, wie toll sie Hürden überwinden, werden diese Hürden normalisiert (vgl. Haller/ Preston 2017: 53).

Ein weitere häufige Darstellung ist jene des *supercrip*, der*die seine*ihre Behinderungen und die damit einhergehenden Hürden überwindet und zu einer Art ‚Supermensch‘ wird (vgl. Loebner 2020: 347). Im Rahmen dieser Arbeit stellt sich die Frage, ob *supercrip*-Erzählungen überhaupt von MmLS selbst übernommen werden können. So kann argumentiert werden, dass Inhalte, welche von MmLS selbst ausgehen, bereits in ihrem Kern *ableistischen* Welt- und Menschenbildern widersprechen (vgl. Haller/ Preston 2017: 52). Positive Erzählungen sind daher nicht unwillkürlich auch *supercrip*-Erzählungen. Es sollte kritisch evaluiert werden, welche Erzählungen als *supercrip* abgestempelt werden. Als Teil einer kritischen Evaluation, sollte immer auch der Kontext mitberücksichtigt werden.

Selbstdarstellungen von MmLS auf SNS können daher fernab von *supercrip* Erzählungen betrachtet werden, da positive und motivierende Selbstdarstellungen auf SNS weit verbreitet sind (vgl. Hill 2017: 125).

Weitere *ableistische* Darstellungsformen sind die Inszenierung als exotische Spektakel (z.B. ‚*Freakshows*‘) oder die Darstellung aus einem „verobjektivierenden, ‚medizinischen‘, klinischen Blick“ (Köbsell 2015: 27), welcher sich zu einem „vernichtenden Blick“ (ebd.) steigern kann. Abgesehen von den lebensbedrohlichen Konsequenzen eines solchen Blickes, lenkt er die öffentliche Aufmerksamkeit weg von den sozialen (Umwelt)faktoren, welche Behinderungen (mit)konstruieren (vgl. Barnes 1992: 16) (siehe 2.5 Modelle von Behinderung).

Auch in Österreich ergab eine Analyse über die Darstellungen auf *Facebook* von MmB (durch Menschen ohne Behinderungen) 2015/ 2016, dass sich Erzählungen vor allem zwischen dem Opfer-Schema und dem Held*innen-Schema bewegen. So wurde etwa in zwei Drittel der Beiträge über bemitleidenswerte MmB berichtet, in etwas weniger als einem Drittel wurde das Bild des *supercrip* gezeichnet und nur etwa 6% der Beiträge berichteten in einer ‚neutralen‘ Form über MmB (Pernegger n.a.: 72). Dies zeigt einen „signifikanten Unterschied zwischen der Außensicht einer nichtbehinderten Person auf Menschen mit Behinderungen und der Sicht einer *betroffenen* [Hervorhebung L.G.] Person“ (ebd.: 73).

Es ist demnach essenziell, dass sich MmB selbst in einem realistischen Licht darstellen, um weiterhin bestehende Vorurteile aufzuwickeln (vgl. Loebner 2020: 352). Medien sollten eine „‘unaufgeregte‘ Darstellung“ (Köbsell 2015: 31) von MmB als Teil der menschlichen Vielfalt fördern.

2.5 Modelle von Behinderung

In dieser Arbeit wird versucht postmoderne Realitäten widerzuspiegeln und sich von dichotomen Einteilungsmustern zu distanzieren. Demnach wird in diesem Kapitel nicht etwa das medizinische Modell dem sozialen Modell von Behinderung entgegengestellt, um dann in den empirischen Kapiteln zu versuchen die Ergebnisse an ein gewisses Modell anzupassen. Nichtsdestotrotz soll hier erwähnt werden, dass es unterschiedliche Modelle von Behinderung gibt.

Das individuelle, sowie das medizinische und das karitative Modell von Behinderung gehen alle drei vom Individuum aus. Das individuelle Modell versteht Behinderungen als eine im Individuum verkörperte Tragödie (vgl. Ellcessor 2016: 3f). Dem medizinischen Modell zufolge gelten Behinderungen als ein diagnostizierbarer, körperlicher Zustand. Die Behinderung wird dabei als gegebener Fakt verstanden. Dieser Pathologisierung folgen soziale

und politische Marginalisierung. Im Extremfall kann sie lebensbedrohliche Konsequenzen mit sich bringen, etwa unfreiwillige Sterilisation, selektive Abtreibung oder ‚Euthanasie‘. Durch die Privilegierung des unbehinderten Körpers werden „alternative Verkörperungen“ (Ellcessor et al. 2017: 5; Übersetzung L.G.) abgewertet und/ oder entwertet (vgl. ebd.). Im karitativen Modell werden Behinderungen als eine Plattform für kollektives Mitleid begriffen (vgl. Ellcessor 2016: 3f).

Das soziale Modell verankert Behinderungen auf gesellschaftlicher Ebene. Demnach werden Menschen mit körperlichen Einschränkungen durch gesellschaftliche Gegebenheiten behindert und unterdrückt (vgl. ebd.). Das Modell unterscheidet zwischen *impairment* und *disability*. *Impairment* kennzeichnet die körperlichen Einschränkungen des MmB. Unter *disability* werden die Behinderungen, welche für das Individuum durch gesellschaftliche Gegebenheiten herbeigeführt werden, zusammengefasst (vgl. Ellcessor et al. 2017: 5f). Aus postmoderner Sicht kann ergänzt werden, dass *impairments* (wie etwa auch *gender* oder *race*) ebenso wenig gegebenen Fakten entsprechen wie *disabilities*. So werden körperliche Normen immer auch von diskursiven Machtmechanismen geprägt. *Impairment* sei demnach genauso eine instabile Kategorie wie *disability* und könne nur im Kontext geltender Körperrnormen betrachtet werden (vgl. ebd.: 7).

Das politische/ relationale Modell von Behinderung versteht Behinderungen als ein Produkt der Beziehungen zwischen Körpern, Verstand, und sozialen und physischen Umgebungen (vgl. Ellcessor 2016: 10).

Die in diesem zweiten Kapitel angeführten Begriffsdefinitionen, das Konzept der *Inklusiven Medienbildung*, die vorgestellten Modelle von Behinderung, sowie die Skizzierung ableistischer Fremddarstellungen sollen dem*der Leser*in ermöglichen einen kritischen Blick auf die Ergebnisse zu entwickeln. Zudem dienen sie als Stütze, um Darstellungen von MmLS auf SNS besser verstehen zu können.

3. Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage

Zu Darstellungen von Menschen mit körperlichen Behinderungen auf SNS wurde bereits geforscht. Im Folgenden sollen einige Erkenntnisse diesbezüglich dargestellt werden (vgl. Bowker/ Tuffin 2002; Bowker/ Tuffin 2006; Bowker/ Tuffin 2007; Brunner et al. 2018; Furr et al. 2016; Hill 2017; Hynan et al. 2017; Johnson 2019; Milbrodt 2019; Miller 2017; Seymour/ Lupton 2004; Stamou et al. 2014). Im weiteren Verlauf bleibt zu beachten, dass MmB keine homogene Gruppe von Menschen, welche aufgrund ihres gemeinsamen körperlichen Zustands miteinander verbunden sind, darstellen. Sie vertreten unterschiedliche Ansichten und

ideologische Standpunkte. Daraus folgt, dass *Behinderung* nicht als allumfassendes Etikett betrachtet werden kann. Es ist vielmehr ein Oberbegriff, welcher verschiedene Darstellungen dessen, was Behinderung sein kann, umfasst (vgl. Stamou et al. 2014: 13). Folglich soll hier explizit betont werden, dass jedes Individuum mit Behinderungen eine eigene, individuell gelebte Wahrnehmung seiner*ihrer Behinderungen/ Lernschwierigkeiten hat (vgl. Hill 2017: 121). Zudem sollte beachtet werden, dass MmLS womöglich weniger aktiv entscheiden können, ob sie ihre Lernschwierigkeiten preisgeben oder nicht. So spielen ihre Unterstützer*innen, sowie die Art und Weise wie sie sich mitteilen möglicherweise in das Preisgeben ihrer Lernschwierigkeiten mit ein (vgl. Chadwick et al. 2013b: 243).

Menschen mit offensichtlichen körperlichen Behinderungen müssen diese in der analogen Welt oft zu früh teilen, also beispielsweise gleich offenbaren, dass sie in einem Rollstuhl sitzen (beziehungsweise erklären warum dies der Fall ist usw.). Im Internet haben sie die Möglichkeit selbst zu bestimmen, wann sie welche Informationen offenlegen möchten. Alternativ kann die digitale Welt genutzt werden, um körperliche Behinderungen aktiv und bewusst preis zu geben. So kann ein Teil der Kontrolle über die Behindertenerzählung einer nicht behinderten Bevölkerung entnommen werden (vgl. Furr et al. 2016: 1359f; Hynan et al. 2017: 296). Einigen Studien zufolge lassen SNS Behinderungen zu einer labilen Eigenschaft, welche je nach Anlass zurückgehalten oder gezeigt werden kann, werden (vgl. Bowker/ Tuffin 2002: 335). Zudem können SNS Menschen mit Körperbehinderungen eine Plattform bieten, um verschiedene Aspekte ihrer Identität zu fördern (vgl. Bowker/ Tuffin 2006: 19; Bowker/ Tuffin 2007: 70). Auf diese Weise können neue Aspekte der Identität exploriert werden (vgl. Miller 2017: 520). Überdies können SNS genutzt werden, um die öffentlichen Wahrnehmungen auf Behinderungen zu beeinflussen und andere Nutzer*innen auf SNS zu sensibilisieren (vgl. Christensen-Strynø 2020: 88f). Weiters bieten SNS Menschen, welche oftmals Hürden auf dem ‚regulären Arbeitsmarkt‘ begegnen, die Möglichkeit ein Einkommen zu generieren (vgl. Johnson 2019: 516).

Andere Studien zeigen die Grenzen der ‚offenen‘ und ‚freien‘ Welt der SNS. So beobachtet Hill (2017: 135) wie junge Frauen mit Körperbehinderungen auf SNS betonen, dass sie ihre Behinderungen ‚überkommen‘ können. Auch Milbrodt (2019: 93) stellt fest, dass Menschen ihre Körperbehinderungen zwar auf SNS erwähnen, dabei jedoch beteuern, dass sie in ihren Aktivitäten nicht eingeschränkt seien. Seymour und Lupton (2004: 302) zufolge spielen sichtbare Körper auch auf SNS eine zentrale Rolle.

Ich werde hier eine weitere Studie über die Internetnutzung von einem Menschen im Autismus-Spektrum anführen. Masschelein und Van Goidsenhoven (2017: 263) untersuchten

den Blog von *Tistje*, einem flämischen Selbstvertreter. Im Fall von *Tistje* hat das *Bloggen* ihm eine positive Identität als *Blogger* geboten, was mitunter zu sozialer und wirtschaftlicher Integration geführt hat (vgl. ebd.: 267). Die Forscherinnen sehen das *Bloggen* als ein wichtiges Instrument für die Selbstdarstellung, Gemeinschaftszugehörigkeit und Interessensvertretung von Menschen im Autismus-Spektrum (vgl. ebd.).

Bislang wurde das Themenfeld SNS und MmLS nur vereinzelt empirisch untersucht (vgl. Sallafranque-St-Louis/ Normand 2017: n.a.; Shpigelman/ Gill 2014b: 472; Shpigelman/ Gill 2014c: 1606). Es wurden dabei drei Studien, welche im deutschsprachigen Raum angesiedelt sind, eruiert. Die Studie „Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen 2016“ (Bosse/ Haage 2020: 158) beschäftigt sich allgemein mit der Internetnutzung von MmB inklusive MmLS. Dabei liegt ein Fokus auf den Limitationen dieser Nutzung (vgl. ebd.). Nadja Zaynells (2017) Studie behandelt die Internetnutzung von Menschen mit Trisomie 21. Martina Kalcher und Christoph Kreinbacher-Bekerle (2021: 2) untersuchten die Nutzung digitaler Medien durch MmLS in der ‚Behindertenhilfe‘ in Österreich. Etwa die Hälfte der 261 befragten MmLS nutzten ein Smartphone. Ein Computer wurde ebenfalls von etwa der Hälfte der Personen genutzt (vgl. ebd.: 7f). Etwas mehr als ein Drittel der Personen nutzten SNS (vgl. ebd.: 11). Als häufigster Grund für die Nichtnutzung wurde fehlendes Wissen im Umgang genannt (vgl. ebd.). Alle anderen Studien sind im englischsprachigen Raum angelegt. Haage (2020: 293) beschreibt Analysen zu Darstellungen von MmB selbst auf SNS als Desiderat im deutschsprachigen Raum. Zudem wurden MmLS in bisherigen Studien oftmals ausgeschlossen (vgl. Shpigelman/ Gill 2014c: 1602). So untersuchten einige Studien Risiken und Möglichkeiten der Internetnutzung von MmLS aus der Sicht ihrer Eltern oder Betreuer*innen (vgl. Bayor et al. 2018; Chadwick et al. 2016; Shpigelman 2017; Sorbring et al. 2017). Darüber hinaus sind einige Studien auf die SNS Nutzung von MmB ausgerichtet, ohne sich dabei auf eine bestimmte Behinderung zu fokussieren (vgl. Hynan et al. 2014; Raghavendra et al. 2018; Shpigelman/ Gill 2014a).

Der Großteil der Studien, bei welchen MmLS selbst befragt beziehungsweise beobachtet wurden, fragt nach deren Erfahrungen bei der Nutzung von SNS, beziehungsweise der Internetnutzung (vgl. Chiner et al. 2017; Jenaro et al. 2018; Näslund/ Gardelli 2013; Sallafranque-St-Louis/ Normand 2017; Shpigelman/ Gill 2014b; Shpigelman/ Gill 2014c; Shpigelman 2017). Der Fokus weiterer Studien liegt darauf Unterstützungspotenziale herauszuarbeiten (vgl. Davies et al. 2015; Delgado et al. 2019; Keskinen et al. 2012; Kydland et al. 2012). Weitere Studien im Themenfeld SNS und MmLS geben einen Überblick über

bisherige Forschung in dem Feld (vgl. Borgström et al. 2019; Caton/ Chapman 2016; Chadwick et al. 2013b; Chadwick 2019; Seale/ Chadwick 2017).

Bis dato haben sich folgende Studien mit Darstellungen von MmLS selbst auf digitalen Plattformen beschäftigt. Chadwick und Fullwood (2018: 59) befragten elf Erwachsene mit Lernschwierigkeiten bezüglich ihrer Erfahrungen mit dem Internet und SNS. Dabei wurden die digitale Verbundenheit und Selbstvertretung als positive Potenziale des digitalen Raums betont. Bezüglich der Darstellungen der Teilnehmer*innen der Studie, stellten Chadwick und Fullwood (ebd.) fest, dass der zwangsfreie Raum von SNS MmLS eine Gelegenheit bietet, um mit potenziellen Facetten der Identität zu experimentieren. Beispielsweise besteht die Möglichkeit, das eigene Profil so zu gestalten, wie man sich wünscht, dass andere einen wahrnehmen.

Chiu (2019: n.a.) beschreibt in ihrem *Washington Post* Artikel *content creators* mit Behinderungen (unter anderem Lernschwierigkeiten) auf *YouTube*. Sie zählt Unterstützung, Akzeptanz, Informationsaustausch, Austausch mit anderen MmB und vereinzelt auch die Generierung eines Einkommens zu den positiven Effekten einer SNS-Nutzung (vgl. ebd.: n.a.). Einige der *content creators* drückten zudem aus *YouTube* zu nutzen um die öffentlichen Wahrnehmungen von Behinderungen zu beeinflussen (vgl. ebd.).

Christensen-Strynø und Eriksen (2020: 36) untersuchten die Darstellungen einer weiblichen *content creator* mit Lernschwierigkeiten mit einem Fokus auf die *affective economies*¹⁰ von SNS. Die Forschenden argumentieren, dass Behinderungen zu einer kommodifizierbaren Identität konstruiert werden, indem der Fokus der beobachteten *content creator* Persönlichkeit auf eine durch Gewichtsverlust ausgelöste körperliche Transformation gelegt wird. Sie stellen dabei fest, dass Selbstdarstellungen als Sensibilisierung und Aktivismus mit dem Selbst-Kommodifizieren als bekannte Person verknüpft werden (vgl. ebd.: 39).

Holmes und O'Loughlin (2012: 5) stellen positive und negative Erfahrungen von MmLS bei der Nutzung von SNS anhand von Fallvignetten dar. Bezüglich der Darstellungserfahrungen berichten Holmes und O'Loughlin (ebd.), dass ihre Proband*innen mit Lernschwierigkeiten bevorzugt keine ‚spezialisierten‘ Netzwerke benutzen und Interaktionen mit einem breiteren sozialen Publikum bevorzugen würden. Zudem schätzen die Studienteilnehmer*innen die ermöglichte Anonymität vom Label der Lernschwierigkeiten.

¹⁰ *Affective economies* ist ein Konzept, welches Behinderungen als eine Art emotionale Währung sieht, welche durch Zirkulation und Wechsel zu einem Mehrwert werden kann (vgl. Christensen-Strynø/ Eriksen 2020: 36)

Demnach bieten SNS MmLS mitunter die Möglichkeit, sich unabhängig von dem Label der Lernschwierigkeiten darzustellen (vgl. ebd.: 6).

Löfgren-Mårtenson (2008: 135) untersuchte die Internet-Erfahrungen junger Erwachsener mit Lernschwierigkeiten. In der qualitativen Studie wurden dazu zehn MmLS und zwölf Unterstützer*innen befragt. Die Studie zeigt, dass besonders soziale und romantische Gründe zur Internetnutzung motivieren. Löfgren-Mårtenson (ebd.: 129) kommt zu dem Ergebnis, dass die Teilnehmer*innen der Studie ihre Behinderungen auf Online-Plattformen oftmals nicht erwähnen. Darüber hinaus wünschten sie sich vorwiegend Menschen ohne Behinderungen kennen zu lernen. Das Internet und SNS als Plattformen, welche nicht speziell für MmLS geschaffen sind, wirken dabei besonders attraktiv (vgl. ebd.: 131).

McClimens und Gordons Studie (2008; 2009) berichtet über ein Projekt, bei welchem Erwachsene mit Lernschwierigkeiten beim Zugang zum Internet im Allgemeinen und zur Aktivität des *Bloggens* im Besonderen unterstützt wurden. Besonderer Fokus wurde dabei auf die Mittel und Methoden, mit welchen die Teilnehmer*innen des Projektes Offline- und Online-Identitäten verwalten, gelegt (vgl. McClimens/ Gordon 2008: 1). Dabei vertreten die Autor*innen die These, dass Identität aus der Begegnung zwischen *Selbst* und *Anderen* entsteht (ebd.). McClimens und Gordon (ebd.: 10) beschreiben ein Dilemma für MmLS bei der Nutzung des Internets. Einerseits kann die Anonymität sie vor Reaktionen, die auf Vorurteilen und Stereotypen beruhen, schützen. Andererseits kann die Anonymität dazu führen, dass eine Online-Identität geschaffen wird, welche im Widerspruch zur ‚echten‘ Identität steht.

Seale (2001) untersuchte private Webseiten von Menschen mit Trisomie 21. Dabei konzentrierte sich die Forscherin darauf, inwieweit MmLS ihre Webseiten nutzen, um Mitgliedschaft in der *Down-Syndrom-Community* zu akzeptieren oder zu verweigern. Mithilfe einer thematischen Analyse des Inhalts, der Form und der Sprache der Webseiten zeigte Seale (ebd.: 349) auf, dass Menschen mit Trisomie 21 durch das Gestalten einer Webseite mehrere Identitäten ausdrücken können. So stellte sich ein Studienteilnehmer beispielsweise als Mitglied der *Down-Syndrom-Community* und als Mitglied eines Taekwondo Klubs dar.

Wie bereits mehrmals erwähnt, stellt das Themenfeld SNS und MmLS ein bislang nur sporadisch erforschtes Feld dar. Um eine inklusive, verantwortungsvolle und sichere SNS-Nutzung von MmLS zu fördern, bedarf es an mehr Wissen in dem Bereich (vgl. Chiner et al. 2017: 197). Dazu ist die Befragung von MmLS selbst notwendig, um zu überprüfen, ob die angepriesenen sozialen Vorteile und Entwicklungspotenziale von SNS tatsächlich zutreffend sind (vgl. Chadwick et al. 2013b: 391). Die Forderung, die Stimmen von MmLS in der Forschung zu berücksichtigen, wurde bereits von mehreren Forscher*innen formuliert (vgl.

Alfredsson Ågren et al. 2019: 14; Brunner et al. 2018: 4; Chadwick et al. 2013b: 391; Shpigelman/ Gill 2014c: 1613; Shpigelman 2017: 416; Werner/ Shpigelman 2019: 2). Zudem sollte der Fokus auf erwachsenen Menschen liegen (vgl. Chadwick/ Fullwood 2018: 57; Hynan et al. 2014: 182). Daraus ergab sich mein Anliegen, erwachsene MmLS bezüglich ihrer SNS Nutzung zu befragen.

Thematisch identifizierte die bisherige Forschung Identitätsrepräsentation und -management als wichtige Anreize für MmLS SNS zu nutzen (vgl. Chadwick/ Fullwood 2018: 57). Chadwick und Fullwood (ebd.) identifizierten in ihrer Studie Selbstbestimmung durch Kompetenz, Autonomie, Verbundenheit und Zugehörigkeit als Beweggründe für die Nutzung von SNS. Den Autoren zufolge bedarf es jedoch einer Ausarbeitung der Bedeutungen, welche der Selbstdarstellungen und den Beweggründen dahinter zugeordnet sind. Zudem sollten sich zukünftige Arbeiten mit der Frage auseinandersetzen, wie sich MmLS darstellen, wenn diese unterschiedliche SNS nutzen (vgl. ebd.: 63). Demnach sollen Untersuchungen zu Online-Identität, Belastbarkeit/ Widerstandsfähigkeit, Autonomie und Selbstbestimmung von MmLS in Bezug auf SNS weiter in den Forschungsfokus rücken (vgl. ebd.).

Digitale Darstellungen und die dazugehörigen Beweggründe von MmLS bilden ein Subfeld des Themenfeldes SNS und MmLS, welches bislang nur wenig untersucht wurde, jedoch aufgrund der steigenden SNS-Nutzung von MmLS erforscht werden sollte. Aufgrund dessen werde ich mich in meiner Masterarbeit mit folgender Forschungsfrage beschäftigen:

Welche Aspekte beeinflussen die Art der Darstellungen von Menschen mit Lernschwierigkeiten auf Sozialen Netzwerk Seiten?

Ellcessor (2016: 25) beschreibt, dass Identität(en) der Nutzer*innen einerseits und Zugang andererseits essenzielle Merkmale von Medien seien. Demnach sollten beide Elemente bei einer Beschäftigung mit Medien und/ oder ihren Nutzer*innen immer kritisch hinterfragt werden. So entstanden folgende Subfragen:

→ *Welche Beweggründe stecken hinter Darstellungen von Menschen mit Lernschwierigkeiten auf SNS?*

→ *Welche Herausforderungen gibt es bei Darstellungen von Menschen mit Lernschwierigkeiten auf SNS?*

Wie bereits in der Einführung angedeutet, soll die Fragestellung mittels Datengenerierung per

Interviews und *Mapping* (visueller) Diskursdaten auf Profilen auf SNS bearbeitet werden. Zur Auswertung der Daten habe ich mich für die SA nach Clarke et al. (2018) entschieden, da diese besonders für die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen geeignet ist. In den folgenden beiden Kapiteln werde ich auf methodologische Grundlagen und die methodische Herangehensweise eingehen.

4. Methodologische Überlegungen

4.1 *Grounded Theory* in Bezug auf die Situationsanalyse

Die *Grounded Theory* (GT) wurde in den späten 1960er Jahren von Glaser und Straus entwickelt (vgl. Clarke et al. 2018: 4). Als empirischer Ansatz zur qualitativen Forschung ist ihr Ziel soziales Leben zu erforschen. Dieses Ziel soll mithilfe qualitativer Forschung und Analyse erreicht werden. Mittels von *Kodes*, *Kategorien* und *Memos* (siehe 5.1.4 *Kodierung*, 5.2.4 *Sammeln der Daten und Memos* und 5.2.5 *Kodierung*) wird der Forschungsgegenstand theoretisch analysiert. Dabei handelt es sich um eine abduktive-induktive Generierung von Theorie zu einem bestimmten Wissensgebiet. Dies wird häufig auch als *gegenstandsverankerte Theorie* bezeichnet (vgl. ebd.: 30f).

Eine besondere Charakteristik der GT ist die Simultanität von Materialgewinnung, Datenanalyse und Theoriebildung (vgl. Strübing 2018: 99). Das heißt, dass die Daten sofort kodiert werden und auf dieser Grundlage provisorische Theoriebildung ansetzt (vgl. Clarke et al. 2018: 5). Dabei wird die Forschungsfrage schrittweise ausdifferenziert und präzisiert. Am Anfang steht oft nur eine gewisse neugierige Forschungshaltung zu einem Phänomen (vgl. Strübing 2018: 99). Eine weitere Charakteristik von GT Ansätzen ist das sogenannte *Sampling*. Hierbei ist im Unterschied zu anderen empirischen Ansätzen nicht zwingend die Repräsentation einer bestimmten Gruppe vorrangig. *Sampling* passiert vielmehr auf theoretischen Vorüberlegungen, welche wiederum aus der provisorischen Theoriebildung, Datengenerierung und -kodierung hervorgehen. Ziel dieses *theoretischen Samplings* ist es, neue Datenquellen, welche „sich am besten für bestimmte, theoretisch interessante Facetten der entstehenden Analyse eignen“ (ebd.), ausfindig zu machen. Hierbei wird wiederum die Simultanität von Datengenerierung, Analyse und Theoriebildung sichtbar. *Theoretische Sättigung* kann dabei auf ein Ende der aktuellen Vergleichsstrategie hinweisen. Demnach wird von einer *Sättigung* gesprochen, wenn weiteres Material keine neuen produktiven Einsichten mehr heranträgt (vgl. ebd.) (siehe 5.1.3 *Zugang zum Forschungsfeld* und 5.2.3 *Auswahl der Instagram-Profile*). Ausgangspunkt von GT Ansätzen sollte immer ein „interpretatives Verständnis des Einzelfalls in seiner gesamten Komplexität“ (vgl. Strübing 2018: 98) sein. Des Weiteren wird die

subjektive und kreative Rolle des*der Forschenden im analytischen Prozess betont. Wichtig ist auch, dass Theorie als ein nie endender Prozess gedacht wird (vgl. ebd.: 97).

Hier setzt die Kritik neuerer Entwicklungen der GT an der traditionellen GT an. Diese Entwicklungen kritisieren die Annahme, dass ein Wissen von dem*der Forschenden lediglich rekonstruiert wird. Sie argumentieren, dass der*die Forschende immer auch an der Konstruktion dieses Wissens beteiligt sei (vgl. Equit/ Hohage 2016: 29). Kathy Charmaz entwickelte den Ansatz der *Konstruktivistischen Grounded Theory* (KGT). Sie betont die Wichtigkeit der Reflexivität des*der Forschenden gegenüber von Wissen im Forschungsfeld und Wissensbeständen seitens des*der Forschenden (vgl. ebd.: 30). Demnach beteuert Charmaz die notwendige Reflexivität gegenüber der mitkonstruierenden eigenen Rolle des*der Forschenden.

Diese Kritik vertreten auch Clarke et al. (2018: 1) mit ihrer situationsanalytischen GT Methodologie. Sie kritisieren die Vorstellung des*der Forschenden als *tabula rasa*, also die Vorstellung, dass er*sie sich im Forschungsprozess unsichtbar machen könne, beziehungsweise dies tun solle. Mit ihrer postmodernisierten Entwicklung der traditionellen GT versuchen sie die „Heteronomie und [...] Vielfalt der erforschten sozialen Welten“ (Equit/ Hohage 2016: 36) abzubilden. Sie erweitern GT damit mit postmodernen und interpretativen Überlegungen (vgl. Clarke et al. 2018: 8). Clarke (2012: 76) zufolge liegt bei traditionellen GT Ansätze demnach die Dominanz der Stimme(n) bei dem*der Autor*in und/ oder Expert*in. Postmodernes *Grounded Theoretisieren* versucht hingegen multiple Stimmen, Perspektiven, Intensitäten und Reflexivitäten einzufangen. Ein Instrument für das Erfassen dieser Heterogenität sieht Clarke (ebd.) in der *Gegenstandsverankerung*. Diese passiert nicht nur in den Daten an sich, sondern auch in der Bereitschaft des*der Analytiker*in „alles Verstehen, alles Wissen und Handeln der Erfassten – sowie ihrer selbst – als *perspektivisch* [Hervorhebung im Original] darzustellen“ (ebd.). Den Befragten (eine) *Stimme(n)* zu geben und diese *Stimme(n)* aus der situierten Forschungsperspektive heraus darzustellen, ist eine Stärke von GT Ansätzen.

Ihr Ziel ist es demnach, die GT Methodologie durch den *postmodern turn* und den *interpretative turn* zu steuern (vgl. Clarke et al. 2018: 8). Beide Wenden beschäftigen sich mit dem Wesen des Wissens. Als Teil der theoretischen Wende des mittleren/ späten 20. Jahrhunderts zweifelt die Postmoderne die Ausbreitung der Vernunft an. Konkret heißt das, dass sie die westliche Aufklärung, den Humanismus und die positivistischen Wissenschaften als „Gipfel menschlicher Errungenschaft“ (ebd.: 10; Übersetzung L.G.) anzweifelt. Einhergehend mit dem *postmodern turn* wickelte sich der *interpretative turn* ab (vgl. ebd.: 8).

Der *interpretative turn* beschreibt eine Kritik an positivistischen Annahmen in den Sozial- und Geisteswissenschaften. Demnach sollte dem „experimentellen Suchen nach Gesetzmäßigkeiten“ (ebd.; Übersetzung L.G.) eine „interpretative Suche nach Bedeutungen“ (ebd.; Übersetzung L.G.) entgegengesetzt werden. Aus postmoderner und interpretativer Perspektive gilt alles Wissen als sozial und kulturell produziert. Das hat zur Folge, dass alles Wissen als *situiertes Wissen* verstanden werden muss (vgl. ebd.: 8 – 9). Die Suche nach Bedeutungen setzt an der Situation als Ausgangspunkt der Suche und Interpretation an. Trotz dieser Verankerung in der Situation, bezieht sich die Analyse auch auf soziale Phänomene (vgl. ebd.: 49).

Postmoderne und interpretative Ansätze fragen danach, wer (und wer nicht) dazu berechtigt ist, welche Art von Wissen über wen und was und unter welchen Bedingungen zu generieren. Diese Fragen führen zu einem Anerkennen der „Komplexitäten und Heterogenitäten“ (ebd.: 10; Übersetzung L.G.) individueller und kollektiver Situationen, Diskursen und Wissensgenerierung (vgl. ebd.). Diese Anerkennung führt zu einer besonderen Betonung der Bedeutung des *Nichtmenschlichen*¹¹ in der komplexen Situietheit. Das hat zur Folge, dass sich in der Erforschung nicht nur auf Menschen, sondern eben auch auf nichtmenschliche Objekte fokussiert wird. Unter nichtmenschlichen Elementen verstehen Clarke et al. (2018: 22) etwa Technologien, Tiere, Diskurse, bildliche Darstellungen und andere. Der Einbezug dieser nichtmenschlichen Elemente erlaubt es, die Interaktionen der Situation strukturell „durch ihre spezifische Handlungsmacht, Eigenschaften und Erfordernisse“ (ebd.: 128; Übersetzung L.G.) zu konditionieren. Sie sind daher unabdingbar um die Situation zu erfassen und zu verstehen.

Von der Anwendung eines GT Forschungsstils ist dann abzuraten, wenn es sich um ein bereits gut erforschtes Feld handelt (vgl. Strübing 2019: 540). Wie der Forschungsstand (siehe 3. *Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage*) bereits zeigte, ist das Phänomen der Nutzung von SNS durch MmLS ein bisher nur sporadisch erforschtes Feld. Zudem besteht ein Bedarf klare theoretische Modelle zu entwickeln (vgl. Caton/ Chapman 2016: 38f).

¹¹ Aus postmoderner Perspektive ist dabei anzumerken, dass die Aufteilung Nichtmenschlich – Menschlich binär ist und höchstwahrscheinlich postmoderne Realitäten nicht gänzlich erfassen kann (vgl. Clarke et al. 2018: 88f). Insbesondere die digitale Welt ist durch menschliche, nichtmenschliche und hybride Elemente konstituiert und nur schwer in solch ein binäres Muster zu teilen (vgl. ebd.: 89). In einer Forschungstradition, welche das Nichtmenschliche lange Zeit ausgeblendet hat ist es dennoch wichtig dieses explizit zu inkludieren. Demnach wird hier vom Nichtmenschlichen gesprochen, wobei zu bedenken bleibt, dass dabei auch hybride und nicht-binäre Aspekte mit einbezogen werden sollten (vgl. ebd.).

Viele Themen der Sozial- und Geisteswissenschaften stehen im Zusammenhang mit historischen, visuellen, narrativen und anderen Diskursen (vgl. Clarke et al. 2018: 232). Um die Komplexität des Themenfeldes SNS und MmLS ansatzweise zu fassen, werde ich in der Masterarbeit neben Interviewdaten auch visuelle Daten heranziehen. Es gibt bereits einige Versuche eine visuelle GT zu fundieren (vgl. Grittmann 2018; Konecki 2011; Mey/ Dietrich 2017). In dieser Masterarbeit soll allerdings, wie bereits erwähnt, Adele Clarkes SA herangezogen werden, da diese Analysetools für sowohl visuelle Materialien als auch für sonstige Datenquellen bereitstellt (vgl. Konecki 2011: 135).

4.2 Situationsanalyse und -maps

Um die GT zu postmodernisieren ist es Clarke et al. (2018: 41) zufolge notwendig, das *Embodiment* und die *Situiertheit* der Forschenden und der Erforschten, also aller Wissensproduzent*innen anzuerkennen. Als Hilfsmittel hierfür schlagen die Forscherinnen *Situative Fragen* vor. Diese sollen bei der Datensammlung dazu beitragen die Begrenztheit der Analyse zu akzeptieren (vgl. ebd.: 48). Diese Akzeptanz ist wichtig, weil keine Methode die Situiertheit ihrer Nutzer*innen überwinden kann (vgl. ebd.: 50). Die Ergebnisse beschränken sich immer auf das, was „zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort“ (ebd.; Übersetzung L.G) beobachtet wurde. Demnach sollte versucht werden, diese Situiertheit aktiv zu nutzen und somit die Qualität der Forschung verbessert werden (vgl. ebd.).

Zudem erheben Clarke et al. (ebd. : 13f) drei spezifische Ansprüche an Methoden zur Untersuchung postmoderner Situationen. Zum einen sollen Methoden in der Lage sein, die Komplexität von Situationen zu erklären. Daraus schließen sie, dass Methoden bewusst darauf zielen sollten, Komplexität zu erfassen. Darunter verstehen Clarke et al. (ebd.: 13), dass eine Methode Veränderungsprozesse, Strukturen und Stabilitäten in Situationen erhellen soll. Zudem sollte die Methode Akteur*innen und Positionen zumindest teilweise entwirren, sowie Widersprüche, Ambivalenzen und Belanglosigkeiten offenbaren. Zum Zweiten sollte es der*dem Analytiker*in durch die Methode ermöglicht werden „marginalisierte Perspektiven zu erhellen und illegitimes Wissen über soziales Leben zu bezwingen“ (ebd.; Übersetzung L.G.). Somit soll die Heterogenität der Lebensweisen dargestellt werden (vgl. ebd.). Drittens sollten Methoden die wichtigen Diskurse der Situation thematisieren und analysieren (vgl. ebd.: 14). Dadurch sollte idealerweise über die Perspektive *des erkennenden Subjektes* hinausgegangen werden, sodass dieses nicht mehr als die einzige Quelle des Wissens und Entscheidens betrachtet wird. Clarke et al. (ebd.) zufolge erlaubt die SA es, GT Ansätze durch die Dezentrierung dieses Subjektes durch den *postmodern* und *interpretative turn* zu führen. Ein

dezentriertes Subjekt führt zwangsläufig zu einem dezentrierten Objekt. Folglich muss der Fokus auf Objekte *in Situationen* gelegt werden (vgl. ebd.).

Der Schwerpunkt der SA liegt darin, Verständnis für Beziehungen zwischen allen Elementen, welche empirisch zu einer bestimmten Situation als zugehörig empfunden werden, zu erzeugen (vgl. Clarke 2019: 15f). Neben dem konventionellen GT Kodieren¹² und Memoschreiben¹³, bilden sogenannte *Maps* das Kernstück von Clarkes Ansatz. Das Erstellen von *Maps* ist auf *Multisite*-Forschungsprojekte gut anwendbar (vgl. Clarke et al. 2018: 19) (siehe 4.3 *Multisite-Forschung* und 5.3 *Komparatives Mapping und Analyse*). Das Anwenden von topographischen Karten (*Maps*) erlaubt „Positionen und deren Verteilung im situativen Raum“ (ebd.: 53; Übersetzung L.G.) darzustellen. Das führt wiederum dazu, dass eine Bandbreite von Positionen ‚sichtbar‘ wird. Eine große Stärke der SA ist demgemäß ihr Potenzial heterogene Positionen darzustellen und sie somit verständlich zu machen (vgl. ebd.). Das Erstellen von *Maps* fordert den*die Forschende heraus, eine neue Sichtweise einzunehmen. Zudem können *Maps* sehr gut Relationen darstellen und sind deshalb für relationale Analysen geeignet. Somit kann besser mit „Komplexitäten, Widersprüchen, Multiplizitäten und Ambivalenzen“ (ebd.: 54; Übersetzung L.G.) umgegangen werden. Forschungsgegenstand der SA ist folglich immer die Situation. Ziel der Forschung ist es, die Elemente der Situation und ihre Beziehungen zu verstehen (vgl. ebd.: 15).

Ein weiterer Vorteil der *Map* ist es, sogenannte *implicated actors*, also zum Schweigen gebrachte Akteur*innen sichtbar zu machen. Mit dem Einbezug dieser Akteur*innen können zum einen weniger mächtige Akteur*innen in die Analyse inkludiert werden. Zum anderen wird die Machtausübung von mächtigen gegenüber weniger mächtigen Akteur*innen sichtbar (vgl. ebd.: 75). Clarke et al. (2018: 75f) unterscheiden zwischen zwei Arten von *implicated actors*. Einerseits die physisch anwesenden aber zum Schweigen gebrachten und andererseits die physisch nicht anwesenden aber diskursiv konstruierten, sprich die diskursiv anwesenden.

Zu den drei *Maps* gehören die *Situationsmaps*, die *Maps von sozialen Welten/ Arenen* und die *Positionsmaps*. *Situationsmaps* dienen dazu, wichtige menschliche und nicht-menschliche Elemente der Forschungssituation und deren Beziehungen untereinander zu verdeutlichen und zu analysieren (vgl. ebd.: 17). *Maps von sozialen Welten/ Arenen* haben den Zweck, kollektive Akteur*innen, wichtige nichtmenschliche Elemente und die Arena ihres

¹² Offenes, axiales und selektives Kodieren (vgl. Strübing 2014: 15f)

¹³ In Memos hält der*die Forschende seine*ihre Reflexionen zum Forschungsprozess fest. Die Memos variieren in ihrer Gestaltung. Memos fördern den „inneren Dialog“ (Equit/ Hohage 2016: 14) des*der Forschenden (vgl. ebd.)

Wirkens zu veranschaulichen (vgl. ebd.: 18). Die Erstellung von *Positionsmaps* hat das Ziel, Schlüsselpunkte gegenüber „Achsen der Verschiedenheit, der Belange und Kontroversen“ (ebd.; Übersetzung L.G.) zu untersuchen (vgl. ebd.) (siehe 5.1.5 *Situationsmaps*).

4.3 *Multisite*-Forschung

Multisite-Projekte beziehen „verschiedene Arten von Daten aus einer bestimmten Untersuchungssituation“ (vgl. Clarke et al. 2018: 227; Übersetzung L.G.) in die Forschung mit ein. Bei einem *Multisite*-Projekt geht es allerdings nicht darum, alle Aspekte einer bestimmten Situation zu erforschen, sondern eine „Spannung zwischen Dichte und Chaos“ (ebd.: 231; Übersetzung L.G.) zu erhalten. Demnach ist es ein wichtiger Schritt zu entscheiden, welche Orte wertvolle Daten liefern und welche Daten relativ schlüssig zusammenpassen (vgl. ebd.: 233). Clarke et al. (ebd.: 19) betonen zudem, dass die *Mapping*-Ansätze der SA besonders geeignet für *Multisite*-Forschung sind. Dies ergibt sich daraus, dass im gesamten Spektrum möglicher Datenquellen Codes und Kategorien mithilfe der SA generiert und angewandt werden können. *Multisite*-Forschung ermöglicht es demnach, neben Interviewdaten unter anderem textförmige und visuelle Materialien in die Analyse zu integrieren und somit die „Komplexitäten poststrukturaler theoretischer und methodologischer Bedenken“ (ebd.: 18; Übersetzung L.G.) stärker zu berücksichtigen. Diese Masterarbeit stellt ein *Multisite*-Projekt mit zwei *Sites* dar.

Einerseits wurden Erzählungen von MmLS zu ihren Darstellungen auf SNS herangezogen. Eine Vielzahl an Forschenden drückte bereits den Bedarf, Stimmen von MmLS in die Forschung zum Themenfeld SNS und MmLS zu integrieren, aus (siehe 3. *Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage*). Deshalb habe ich mich dazu entschieden MmLS direkt zu befragen (siehe 5.1.1 *Das problemzentrierte Interview* und 5.1.2 *Forschungsethische Überlegungen*). Zusätzlich wurden *Instagram*-Profile von sogenannten *content creators* mit Lernschwierigkeiten mithilfe eines *Mappings* von (visuellen) Diskursen (siehe 5.2.2 *Ethische Überlegungen zur Forschung in der digitalen Welt*, 5.2.3 *Auswahl der Instagram-Profilen* und 5.2.4 *Sammeln der Daten und Memos*) analysiert. Dies kommt zum einen der Forderung nach der Inklusion der Stimmen von MmLS in die Forschung nach. Zum anderen erlaubt ein Blick auf (visuelle) Diskurse es die „weniger lautstarken, aber dennoch vorhandenen, die marginalisierten, die stillen, die schweigenden und die zum Schweigen gebrachten“ (ebd.: 226; Übersetzung L.G.) Diskurse und Teilnehmer*innen zu stärken. Clarke et al. (ebd.) schlagen unter anderem komparatives *Mapping* und Analyse vor, um Daten miteinander zu verknüpfen (siehe 5.3 *Komparatives Mapping und Analyse*). Zur

Beantwortung der Frage, wie sich MmLS online darstellen, war diese Herangehensweise sehr gewinnbringend.

5. Methode

Nachdem die methodologischen Fragen im vorangehenden Kapitel bereits besprochen wurden, wird dieses Kapitel die konkrete methodische Vorgehensweise darlegen. Im methodologischen Kapitel wurden die Vorteile eines *Multisite*-Projektes hervorgehoben. Diesem Forschungsdesign entsprechend ist das Methodenkapitel in drei große Unterkapitel geteilt. Im ersten Unterkapitel (siehe *5.1 Situationsanalyse basierend auf Interviews mit Menschen mit Lernschwierigkeiten*) wird die Datenerhebung und Auswertung der Daten basierend auf Interviews mit MmLS illustriert. Im zweiten Unterkapitel (siehe *5.2 Situationsanalyse basierend auf (visuellen) Diskursdaten auf ausgewählten Instagram-Profilen*) wird die Erhebung und Auswertung der (visueller) Diskursdaten auf ausgewählten *Instagram*-Profilen erläutert. In einem letzten Unterkapitel (siehe *5.3 Komparatives Mapping und Analyse*) wird auf die Herangehensweise des komparativen *Mappings* eingegangen.

5.1 Situationsanalyse basierend auf Interviews mit Menschen mit Lernschwierigkeiten

Die methodische Vorgehensweise der SA basierend auf Interviewdaten mit MmLS soll in fünf Unterkapiteln vorgestellt werden. Im ersten Unterkapitel werde ich auf die Interviewmethode eingehen. Im darauffolgenden Kapitel bespreche ich beachtenswerte Aspekte bei der Interviewführung mit MmLS, sowie ethische Überlegungen. Im daran anschließenden Kapitel illustriere ich den Zugang zum Forschungsfeld. Im vierten Kapitel beschreibe ich das Kodierungsverfahren, bevor ich dann im abschließenden Unterkapitel genauer auf die Anwendung der unterschiedlichen *Situationsmaps* eingehe.

5.1.1 Das problemzentrierte Interview

Orientierung zur Interviewführung bat mir das *problemzentrierte Interview* nach Andreas Witzel und Herwig Reiter (2012). Diese verstehen die Interviewsituation als kommunikatives Geschehen. Die Wissenschaftler beschreiben die Haltung des*der Forschenden als gut-informierte*r Reisende*r. Demnach sei diese*r einerseits offen für das auf ihn*sie Zukommende und habe andererseits bereits einige Vorstellungen und Schwerpunkte auf Basis von zuvor erworbenen Hintergrundinformationen (vgl. ebd.: 2). Auch im Forschungsstil der GT kann Offenheit mit Vorwissen kombiniert werden. Dabei geht es nicht um „definitive, deduzierende Theoriebezüge“ (Strübing 2018: 100). Vielmehr übernimmt eine gewisse Theoriekompetenz und ein feldspezifisches Wissen eine sensibilisierende Funktion. Es geht

demnach um eine gewisse theoretische Sensibilität seitens des*der Forschenden (vgl. ebd.). Die Begründer der GT waren sich nicht immer einig über die Rolle von theoretischem Vorwissen, weshalb sie unter anderem auch kritisiert wurden. Strauss betonte allerdings die Wichtigkeit des sensibilisierenden Einflusses von theoretischem Vorwissen. Diese Haltung wurde auch von seiner Schülerin Adele Clarke übernommen und weiterentwickelt (vgl. ebd.) Die Vorstellung von einer bestimmten Haltung des*der Forschenden gegenüber der interessierenden Situation verbindet das problemzentrierte Interview und die GT. Demnach zog ich das problemzentrierte Interview als Interviewmethode im Rahmen dieser Masterarbeit im GT Forschungsstil heran.

Die folgenden, von Witzel und Reiter (2012: 4) aufgelisteten, Forschungsambitionen wurden zudem mit denjenigen der Masterarbeit abgestimmt und als zutreffend empfunden.

- Die Interviewführung sollte als geeignete Form der Datenerwerbung identifiziert worden sein;
- Die Forschungsfrage sollte auf das *was*, *wie* und *warum* von bestimmten Aktionen, Abschätzungen und Meinungen gerichtet sein;
- Die Interviewpartner*innen sollten einen ersthändigen Einblick in das interessierende Thema geben können,
- Die Interviewpartner*innen sollten dazu bereit sein, dem*der Forschenden einen detaillierten Einblick in ihr weitreichendes Wissen in Bezug auf das interessierende Thema zu geben.

Ein letzter Grund für die Wahl des problemzentrierten Interviews war dessen Streben danach, Verhaltens- und Sinneszusammenhänge aus der Perspektive der Interviewpartner*innen zu verstehen (vgl. ebd.). Diese Herangehensweise kommt der mehrfachen Forderung die Stimmen von MmLS zu berücksichtigen nach (siehe *3. Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage*).

Das problemzentrierte Interview hat keinen festen Ablauf und der*die Interviewende kann bereits sehr früh strukturierend in das Gespräch eingreifen, wenn dies erforderlich ist (vgl. Mey/ Mruck 2011: 262). Dabei wird das bestehende Wissen des*der Forschenden in einem Dialog mit dem praktischen ‚Alltagswissen‘ des*der Interviewteilnehmenden in Verbindung gebracht. Dieses Design ermöglicht sowohl einen induktiven als einen deduktiven Moment. Während beim induktiven Moment, die subjektive Perspektive des*der Interviewteilnehmer*innen voll und ganz betrachtet wird, erlaubt der deduktive Moment eine Verbindung dieser Perspektiven mit bereits bestehendem Wissen aus vorheriger Forschung (vgl. Witzel/ Reiter 2012: 15).

Die Interviewgespräche im Rahmen dieser Masterarbeit wurden, wie von Witzel und Reiter (2012: 36) vorgeschlagen, mit ein bis zwei Ausgangsfrage(n) (*Wie stellst du dich¹⁴ auf SNS dar?* beziehungsweise alternativ und/ oder zusätzlich: *Kannst du mir ein bisschen von deinem Profil erzählen?*) eröffnet. Neben dieser (diesen) Ausgangsfrage(n) bereitete ich eine thematisch organisierte Interviewstütze (siehe *B. Interviewstütze*) vor (vgl. ebd.: 51). Diese stellte ich basierend auf Erkenntnissen aus bisheriger Forschung zusammen. Ich nutzte sie bei Bedarf und je nach Verlauf des Gespräches. Themenschwerpunkte dabei waren Beweggründe und Einflussfaktoren (u.a. Meinungsäußerung¹⁵), sowie mögliche Herausforderungen. Mittels einer breit aufgestellten Interviewstütze erhoffte ich mir, das Thema der Darstellungen von MmLS auf SNS möglichst vielseitig beleuchten zu können.

5.1.2 Forschungsethische Überlegungen und Durchführung der Interviews

Forschungsethische Überlegungen sind in der Forschung mit MmLS wesentlich (vgl. Kremsner 2017: 163). Die forschungsethischen Überlegungen dieser Masterarbeit basieren auf den von Hauser (2020: 172) erstellten Qualitätskriterien für partizipative Forschung. Da ich als Masterantin die Entscheidungen in dieser Arbeit getroffen habe und die Forschenden nicht am Entscheidungsprozess beteiligt waren, handelt es sich nicht um ein partizipatives Forschungsprojekt. Demnach bespreche ich im Folgenden die von Hauser (2020: 155 – 157) erarbeiteten Qualitätskriterien für die Arbeit mit Interviewteilnehmenden mit Lernschwierigkeiten. Relevant für diese Arbeit waren die Kriterien des Respektes und der Wertschätzung. Unter Respekt und Wertschätzung zählt Hauser (2020: 156) den Respekt vor der Würde, Autonomie, Gleichheit und Unterschiedlichkeit der Forschungsteilnehmenden. Ich setzte mich am Anfang des Projektes mit dem *Selbstvertretungszentrum Wien* in Kontakt und besprach in einer Art *Brainstorming* unterschiedliche Aspekte des Projektes. Zudem versuchte¹⁶ ich die Forschungsteilnehmenden den Interviewverlauf mitgestalten zu lassen. Inhaltlich blieb ich offen für Anmerkungen der Teilnehmenden und bemühte mich ihre Perspektiven wertzuschätzen (vgl. ebd.). Während des Interviews ermöglichten offene Fragen mehr Erzählfreiraum.

¹⁴ Wie auch im Anhang vermerkt, war ich mit allen Teilnehmenden gegenseitig per ‚Du‘

¹⁵ Der Themenschwerpunkt der Meinungsäußerung wurde im Sinne des *theoretischen Samplings* im Laufe der Interviewerhebungen hinzugefügt (siehe *5.1.3 Zugang zum Forschungsfeld*)

¹⁶ Im Rahmen der geltenden Covid-19 Schutzmaßnahmen

Relevant sind zudem die Kriterien der Angemessenheit und Flexibilität. Das Kriterium der Angemessenheit (vgl. ebd.: 157 – 159) versuchte ich zu erfüllen, indem ich die Teilnehmenden in ihren Erzählungen an Alltagserfahrungen anknüpfen ließ (vgl. ebd.: 158). Ich blieb thematisch flexibel im Verlauf des Interviews, womit ich das Kriterium der Flexibilität berücksichtigte (vgl. ebd.: 165). Zusätzlich versuchte ich mich bei der Planung des Interviews den Teilnehmenden anzupassen (vgl. ebd.: 167). Die Covid-19 Pandemie stellte unter anderem auch die wissenschaftliche Praxis vor neue Herausforderungen. Demnach sollte kritisch über die Übersiedlung des Forschungsfeldes in die digitale Welt und die „Onlineifikation von allem“ (Braun et al. 2020: 681; Übersetzung L.G.) reflektiert werden¹⁷. Ich bemühte mich auch, bestimmte Interviewrituale¹⁸, welche eine angenehme Atmosphäre für die Interviewteilnehmer*innen schaffen sollten, beizubehalten (vgl. Perry 2004). Es wurden aufgrund der geltenden Covid-19 Schutzmaßnahmen drei der vier Interviews über Videokonferenz abgehalten. Dabei bestimmten die Teilnehmenden die Plattform der Videokonferenz¹⁹. Ein weiteres Interview wurde²⁰ in Präsenz durchgeführt da die Person diese Art bevorzugte.

Als weitere forschungsethisch notwendige Berücksichtigung zählt Hauser (2020: 157 – 159) die barrierefreie Zugänglichkeit auf allen Ebenen im Forschungsprozess auf. Die

¹⁷ Persönlich hatte ich die Erfahrung, dass Online-Interviews eventuell etwas niederschwelliger sind, da sie weniger Zeit und Mobilität in Anspruch nehmen. Hier muss erwähnt werden, dass alle Teilnehmenden sehr gute Kenntnisse im Austausch über Videokonferenz-Plattformen hatten, technisches *Know-How* allerdings allgemein eine Barriere darstellen kann. Auch Hintergrund-‘störungen‘ bildeten eine Barriere. Im Rahmen dieser Arbeit war es allerdings interessant zu beobachten, welchen Teil von sich und ihrem Hintergrund die Teilnehmer*innen auf der Plattform zeigten.

¹⁸ Ich begann das Gespräch mit etwas *Smalltalk*. Dann gingen wir die Einverständniserklärung zusammen durch. Erst nachdem ich mich vergewissert hatte, dass es keine Fragen zum Interview mehr gab, startete ich die Tonbandaufnahme. Ich nutzte zudem ein externes Aufnahmegerät (Diktiergerät), um die Aufnahme sichtbarer und greifbarer zu machen. Nachdem ich sichergestellt hatte, dass die Teilnehmenden nichts mehr zu den Themen der Masterarbeit zu sagen hatten, beendete ich die Tonbandaufnahme. Das Interview schlossen wir mit *Smalltalk* ab. Durch diese Interviewroutine versuchte ich zumindest ansatzweise den zwischenmenschlichen Aspekten eines *Face-To-Face* Interviews nahe zu kommen.

¹⁹ Damit wollte ich den Teilnehmenden möglichst viel Mitspracherecht in Aspekten des Datenschutzes geben. So konnten sie jene Plattform wählen, auf welcher sie sich am wohlsten und sichersten fühlten. Alle drei Online-Interviews fanden über die Kommunikationsplattform *Zoom* statt. Wie bereits erwähnt nutzte ich ein externes Aufnahmegerät, um zu verhindern, dass die Daten innerhalb der Plattform gespeichert wurden.

²⁰ Während der Zeit der gelockerten Maßnahmen und unter Berücksichtigung der Sicherheitsmaßnahmen

informierte Einwilligung (siehe *C. Informierte Einwilligung*) und die Interviewfragen wurden in *Einfacher Sprache* verfasst. Vor Interviewbeginn ging ich die Einverständniserklärung nochmals mit den Teilnehmenden durch. Zudem bemühte ich mich immer wieder nachzufragen, ob es Unklarheiten oder Aufklärungsbedarf gibt. Die Einverständniserklärung in Form einer *informierten Einwilligung (informed consent)* listet Forschungsaspekte, welche für „eine freiwillige Einwilligung oder Ablehnung zur Teilnahme“ (vgl. Hauser 2016: 89) ausschlaggebend sind auf. Dazu zählt Hauser (2020: 184) Informationen bezüglich

- der Hintergründe und Absichten der Forschungsstudie;
- der möglichen Dauer;
- des Ablaufs und der einzelnen Phasen des Forschungsprozesses;
- der eigenen Rolle;
- der übergreifenden Bedeutung der Studie;
- der Verwendung und Lagerung der Daten;
- der Verbreitung der Ergebnisse.

Um weitere Barrieren zu mindern, konnten die Teilnehmenden die Einverständniserklärung entweder per E-Mail oder per Post (vorfrankiert) zurückschicken.

Dieses Vorgehen soll zudem zu mehr Transparenz führen, da in forschungsethischer Hinsicht alle Teilnehmenden über Ziele und Ideen der Forschung zu informieren sind (vgl. ebd.: 175). Im Sinne der Transparenz und Angemessenheit wurde überlegt, wie die Forschungsergebnisse am besten in Form und Inhalt an die Teilnehmenden angepasst an letztere vermittelt werden können (vgl. ebd.: 159). Die Ergebnisse wurden in *Einfacher Sprache* zusammengefasst (siehe *Zusammenfassung in Einfacher Sprache*) und an die Teilnehmenden weitergeleitet. Zudem wurden die Ergebnisse in einem audiovisuellen Video dargestellt, welches ebenfalls an die Teilnehmenden weitergeleitet wurde. Dadurch sollten möglichst viele Barrieren abgebaut werden.

Das Kriterium der Verantwortung umfasst den Umgang mit Bedürfnissen und Kompetenzen sowie Anonymisierung und Datenschutz (vgl. ebd.: 177). Es wurde zum einen durch den Einbezug der Teilnehmenden an der Gestaltung des Interviewverlaufs umgesetzt, indem „vertrauensvolle und möglichst angstfreie Bedingungen“ (Hauser 2016: 90) geschaffen wurden. Zum anderen wurde durch das Anonymisieren der Personennamen und anderer Hinweise auf deren Identität (z.B. Ortsnamen) versucht dem Eintreten von negativen Konsequenzen für diese Personen entgegen zu wirken. Ziel dabei war es, den „Fall in seiner Einzigartigkeit zu verschleiern“ (Reichert 2018: 87). Durch die erläuterten Maßnahmen

erhoffe ich mir, den Teilnehmenden eine möglichst barrierefreie und forschungsethisch reflektierte Teilnahme an dem Forschungsprojekt ermöglicht zu haben.

5.1.3 Zugang zum Forschungsfeld, *Sampling* und *Sättigung*

Meine Vorgehensweise Interviewpartner*innen zu gewinnen, weicht leicht von Überlegungen der traditionellen GT Methodologie ab. Diese betont die Wichtigkeit des *theoretischen Samplings* im Forschungsprozess. Dieser ist dann beendet, wenn eine gewisse *theoretische Sättigung* erreicht wurde (vgl. Mey/ Mruck 2011: 20). Aufgrund meiner Bedenken, dass dies im Umfang einer Masterarbeit nicht möglich sein wird, habe ich mich für einen Kompromiss entschlossen. Da das Forschungsfeld relativ undurchsichtig ist, habe ich mittels des *Schneeballverfahrens* nach Interviewpartner*innen gesucht (vgl. Akremi 2019: 320f). Dabei erhielt ich umfangreiche Unterstützung vom *Selbstvertretungszentrum Wien*. Nach einer einführenden Besprechung über allgemeine Vorüberlegungen zu meiner Masterarbeit, schlug mir das Team vom *Selbstvertretungszentrum* mögliche Interviewpartner*innen vor. Diese Unterstützung von den Expert*innen des *Selbstvertretungszentrums* wird im Rahmen dieser Arbeit als Teil des *theoretischen Samplings* verstanden (vgl. Strübing 2018: 99). Weitere Interviewpartner*innen wurden mittels Schneeballverfahrens und weiteren Überlegungen zum *theoretischen Sampling* gewonnen. Wie bereits erwähnt wurden für diese Masterarbeit insgesamt vier Interviews durchgeführt. Im Sinne des *theoretischen Samplings* wurden zudem Interviewfragen aufgrund von vorigen Ergebnissen neu ausgerichtet und angepasst (vgl. Clarke et al. 2018: 140f). So bemerkte ich etwa beim ersten Interview, dass das Themenfeld der (politischen) Meinungsäußerung eine große Rolle zu spielen scheint, woraufhin ich die Interviewstütze dahingehend anpasste.

Da sich die Interviews aus den Narrativen der Interviewteilnehmer*innen einerseits, sowie ‚beschatteten Daten‘ (Morse 2000: 4; Übersetzung L.G.) andererseits zusammensetzten, empfand ich nach dem vierten Interview eine gewisse *theoretische Sättigung*. *Beschattete Daten* entstehen dann, wenn Interviewpartner*innen neben ihren eigenen Erfahrungen auch von den Erfahrungen anderer schildern. So berichteten die Interviewteilnehmer*innen von anderen SNS-Nutzer*innen mit Behinderungen. Auch wenn diese Daten nicht primär in die Analyse miteinbezogen wurden, ermöglichten sie es mir ein Bild über die interessierende Situation zu machen (vgl. ebd.: 4).

5.1.4 Kodierung

Clarke et al. (2018: 105 – 107) schlagen vor, dass *Maps* basierend auf kodierten Daten erstellt werden können. Demnach wurden die Interview-Transkripte mit den konventionellen Kodierungsmethoden der GT kodiert (vgl. ebd.: 107). Zur Rekapitulation: das Instrument des Kodierens ermöglicht ‚geschlossenen Oberflächen‘ unterschiedlicher Datenquellen (Texte, Bilder usw.) einen Sinn abzugewinnen (vgl. Strübing 2014: 15f). In der GT Methodologie wird Kodieren als ein „Prozess der Entwicklung von Konzepten in Auseinandersetzung mit dem empirischen Material“ (ebd.: 16) verstanden. Die konventionelle Kodierungsmethode setzt sich dabei aus drei Kodierungsphasen zusammen: dem *offenen Kodieren*, dem *axialen Kodieren* und dem *selektiven Kodieren*. Offenes Kodieren dient dazu, die Daten durch „ein analytisches Herauspräparieren einzelner Phänomene und ihrer Eigenschaften“ (ebd.) aufzubrechen. Beim axialen Kodieren werden die erarbeiteten Konzepte in Beziehung gesetzt und durch kontinuierliches Vergleichen geprüft (vgl. ebd.). Beim selektiven Kodieren werden schließlich die erarbeiteten Konzepte in Bezug auf erarbeitete Kernkategorien integriert (vgl. ebd.). Clarke et al. (2018: 105f) zufolge sollten die Daten kodiert werden, um sich mit diesen vertraut zu machen. Um mit der Erstellung von *Situationsmaps* anzufangen, muss sich der*die Forscher*in bereits relativ frei in den Daten bewegen können. Deshalb sind kodierte Daten besser für die Anwendung der SA geeignet. Clarke et al. (ebd.: 105 – 107) betonen allerdings auch, dass das Kodieren nur vorläufig sein kann/ soll.

Deshalb entschied ich mich die Interviewdaten erstmal ‚nur‘ *offen* zu kodieren. Dazu kodierte ich in einem ersten Schritt die transkribierten Interviewdaten Zeile-für-Zeile (vgl. ebd.: 140). Da ich nach diesem Kodieren nicht das Gefühl hatte bereits ‚vertraut‘ genug mit den Daten zu sein, wendete ich zudem die Methode des axialen Kodierens an. Dies tat ich sehr vorläufig, um mich nicht schon auf gebildete Konzepte festzufahren. Um dann wiederum ‚Distanz‘ zu den Daten zu gewinnen und meine eigene Reflexion anzuregen, begann ich mit dem Erstellen der *Situationsmaps*.

Die Transkription und Analyse der Daten fand mit MAXQDA, einer Software zur computergestützten qualitativen Datenanalyse, statt. Computergestützte Analyseverfahren ermöglichen eine leichtere Handhabung der Datenverarbeitung. Zudem erlauben solche Softwares es, die Daten und deren Beziehungen zueinander anschaulich zu visualisieren. Dies war ins Besondere bei dieser Masterarbeit im Forschungsstil der SA eine große Hilfe. Softwares beseitigen die Interpretation des*der Forschenden nicht. Dennoch wurde von Kritiker*innen angemerkt, dass die Verwendung von Softwares den hermeneutischen Zirkel in der Analyse künstlich durchbrechen würde, da Textpassagen aus ihrem Kontext gerissen würden (vgl.

Kökgiran 2018: 33). Demnach schlägt Kökgiran (ebd.: 34) vor, dass Forschende die Verwendung einer Software im Vorfeld reflektieren.

Ich verwendete die Software für das Erstellen der Transkripte, das Kodieren und das Erstellen von *Maps*. Dadurch, dass durch Erstellen von *Maps* in der SA die Daten ohnehin „aus ihrem Kontext entfernt“ (ebd.: 33) werden, denke ich nicht, dass dadurch der „hermeneutische Zirkel [...] künstlich durchbrochen“ (ebd.) wurde. Das Erstellen der *Maps* mit Stift und auf Papier wäre nicht anders verlaufen. Clarke et al. (2018: 124) weisen darauf hin, dass Softwares manchmal zu ordentlich sein könnten. Deswegen schlagen sie vor, flexible Softwares mit einfacher Handhabung zu nutzen. Softwares mit dieser Handhabung seien fürs SA *Mapping* geeignet.

5.1.5 Situationsmaps

Clarke et al. (2018: 1) schlagen die Nutzung von drei verschiedenen *Maps* sowie das Memoschreiben als analytische Instrumente zur Bearbeitung der Forschungssituation vor. Zur Erinnerung: bei den drei *Maps* handelt es sich um *Situationsmaps*, *Maps von sozialen Welten/ Arenen* und *Positionsmaps*. Alle drei sollen das Nichtmenschliche in die Analyse der Forschungssituation integrieren. Ich werde im Folgenden die drei Arten von *Maps* im Detail vorstellen und darauf eingehen, wie sie in dieser Masterarbeit zur Verwendung kamen. Dabei bleibt zu beachten, dass sie hier zwar zur Veranschaulichung separat und konsekutiv dargestellt sind, sie in der Praxis allerdings oftmals zusammen verwendet werden (vgl. ebd.: 196).

5.1.5.1 Situationsmaps und relationale Analyse

Situationsmaps ermöglichen „wichtige menschliche, nichtmenschliche, diskursive, historische, symbolische, kulturelle, politische und andere Elemente“ (Clarke et al. 2018: 17; Übersetzung L.G.), welche in der Forschungssituation vorgefunden wurden, zu verdeutlichen. Clarke et al. (ebd.: 127) betonen die Wichtigkeit alle vorgefundenen Elemente anzugeben, auch wenn diese später nicht zwangsläufig relevant sein werden. Dabei sollen all diese Elemente deskriptiv dargelegt werden. Fragen danach wer oder was sich in der Situation befindet, wer oder was zu der Situation gehört und welche Elemente ausschlaggebend in dieser Situation sind, sind grundlegend bei der Erstellung von *Situationsmaps* (vgl. ebd.).



Abbildung 1: Ungeordnete Situationsmap basierend auf den Interviewdaten²¹

Clarke et al. (ebd.: 134f) unterscheiden zwischen *ungeordneten* und *geordneten Situationsmaps*. Die *geordnete Map* (siehe Abbildung 2) zeigt die vorgefundenen Elemente unter von Clarke et al. (ebd.: 135) angedachten Kategorien. Die *ungeordnete Map* (siehe Abbildung 1/Abbildung 2) ist auf den ersten Blick chaotisch, dadurch allerdings auch gut manipulierbar für den*die Forscher*in. Sie wird besonders zu Beginn der Forschung verwendet (vgl. ebd.: 134). Während der Analyse sollten beide *Map*-Formen idealerweise simultan genutzt werden. *Ungeordnete Maps* eignen sich dabei besonders gut, um Relationen zwischen den Elementen der *Map* zu analysieren. Zur Überprüfung, ob bei der Analyse kein Element übersehen wurde, ist wiederum die *geordnete Map* besser geeignet (vgl. ebd.).

²¹ Insgesamt wurden zwei ungeordnete Situationsmaps erstellt: eine basierend auf den Interviewdaten und eine basierend auf den (visuellen) Diskursdaten. Diese wurden selbstverständlich im Laufe der Analyse mehrmals überarbeitet. Abgebildet ist die finale Version.

Ich habe eine erste *ungeordnete Map* auf der Grundlage der Codes des *axialen Kodierens* erstellt. Dies war ein guter Einstieg in das Erstellen von *Maps*. Allerdings hatte ich dabei das Gefühl ‚zu weit weg‘ von den Daten zu sein. Deshalb habe ich die Daten dann nochmals mithilfe der von Clarke et al. (ebd.: 135) angedachten Kategorien einer *geordneten Map* nach den jeweiligen Kategorien ‚durchforstet‘. Daraufhin habe ich die *geordnete* und *ungeordnete Map* aneinander angepasst.

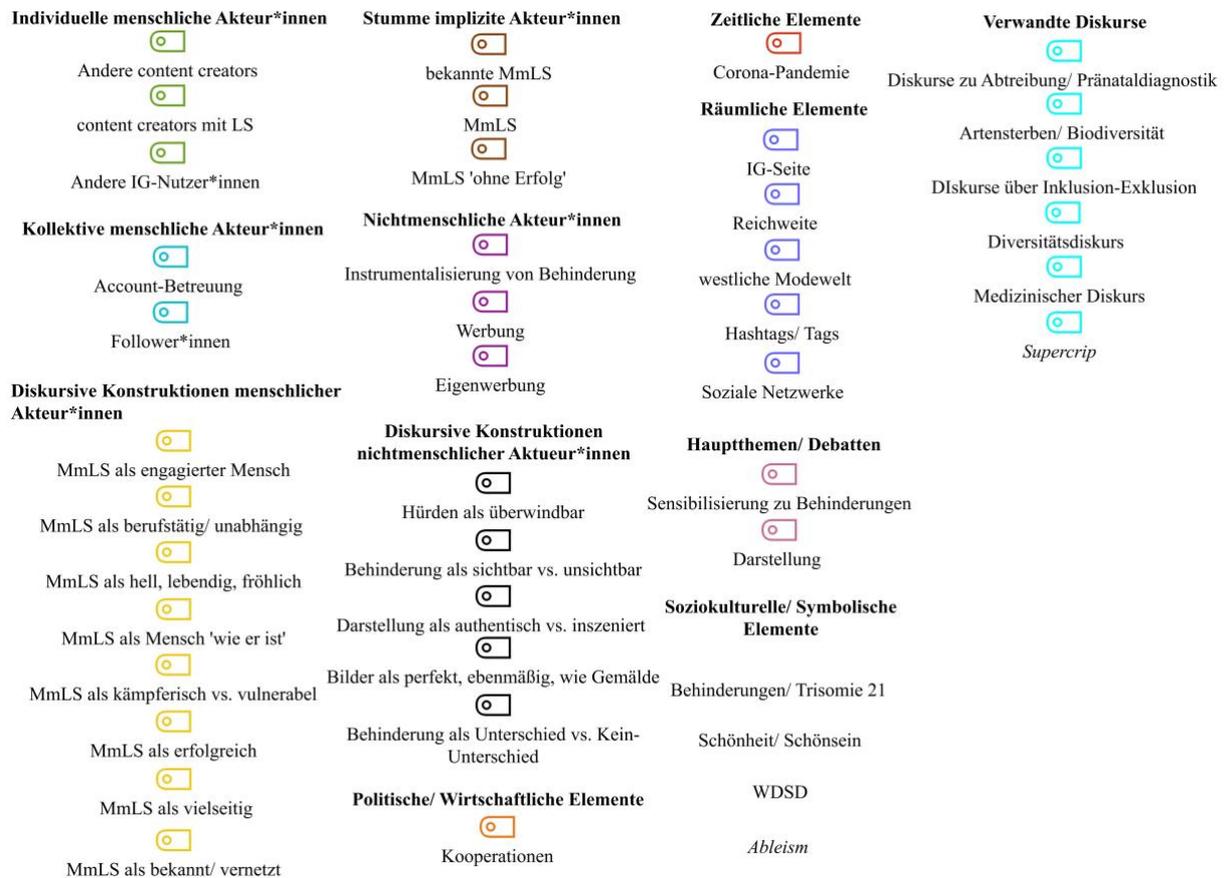


Abbildung 2: Geordnete Situationsmap basierend auf (visuellen) Diskursdaten auf ausgewählten Instagram-Profilen²²

In einen nächsten Schritt werden mithilfe der *relationalen Analyse* die Beziehungen zwischen den Elementen der *Map* analysiert. Dies ermöglicht es, die Komplexität der Situation zu erfassen (vgl. ebd.: 140f). Dazu werden auf Grundlage der *Situationsmaps* Fragen bezüglich der Zusammenhänge der Elemente gestellt, beantwortet und in Memos festgehalten. Dabei wird

²² Insgesamt wurden zwei geordnete Situationsmaps erstellt: eine basierend auf den Interviewdaten und eine basierend auf den (visuellen) Diskursdaten. Diese wurden selbstverständlich im Laufe der Analyse mehrmals überarbeitet. Abgebildet ist die finale Version.

Das GT Schlüsselwort *Sättigung* antwortet auf die Frage danach, wann eine *Situations-Map* ‚gut genug‘ ist. Die *Map* sollte demnach bereits mehrfach überarbeitet und umorganisiert worden sein und die letzte Überarbeitung sollte bereits einige Zeit zurückliegen. Zudem sollte der*die Forschende möglichst frei über die Elemente und deren Beziehungen in der *Map* sprechen können (vgl. ebd.: 143f).

5.1.5.2 Maps von sozialen Welten/ Arenen

Maps von sozialen Welten/ Arenen dienen dazu, kollektive Akteur*innen und ‚wichtige‘ nichtmenschliche Elemente, sowie die Arenen ihres Wirkens zu veranschaulichen. Somit kann die Situation auf Meso-Ebene interpretiert werden, es können also sozial-organisationale, institutionelle und diskursive Dimensionen berücksichtigt werden. Dies ermöglicht es die Komplexität von postmodernen Wirklichkeiten zu erfassen (vgl. Clarke et al. 2018: 46).

Zur Anfertigung einer *Map von sozialen Welten/ Arenen* (siehe *Abbildung 4*) versucht man den kollektiven soziologischen Sinn einer Situation abzugewinnen. Fragen nach den Mustern kollektiver Verpflichtungen, Perspektiven, nichtmenschlichen Technologien und Elementen, Eigenschaften, Zwängen, Möglichkeiten und Ressourcen sind dabei ausschlaggebend. Dabei muss geklärt werden, welche *sozialen Welten* und *Subwelten* in einer bestimmten *Arena* zusammenkommen und warum (vgl. ebd.: 188).

Auf Grundlage der *Map von sozialen Welten/ Arenen* werden dann alle ‚wichtigen‘ sozialen Welten in einem Memo beschrieben und festgehalten. Dabei interessieren ihre Verpflichtungen, Ideologien/ Diskurse, Arbeitsorganisationen, Technologien und sonst noch ‚Wichtiges‘ in Bezug auf die *soziale Welt* (vgl. ebd.: 157f). Ein ähnliches Memo wird dann zur Beschreibung der *Arena/ Arenen* in denen die *sozialen Welten* enthalten sind angefertigt. Dabei interessiert:

- der Schwerpunkt der *Arena*;
- die vorhandenen und aktiven *sozialen Welten*;
- die vorhandenen und/ oder nicht vorhandenen implizierten *sozialen Welten*;
- das Fehlen von erwarteten *sozialen Welten*;
- die vorhandenen Konflikte;
- sowie überraschende *Orte des Schweigens* (vgl. ebd.: 158f).

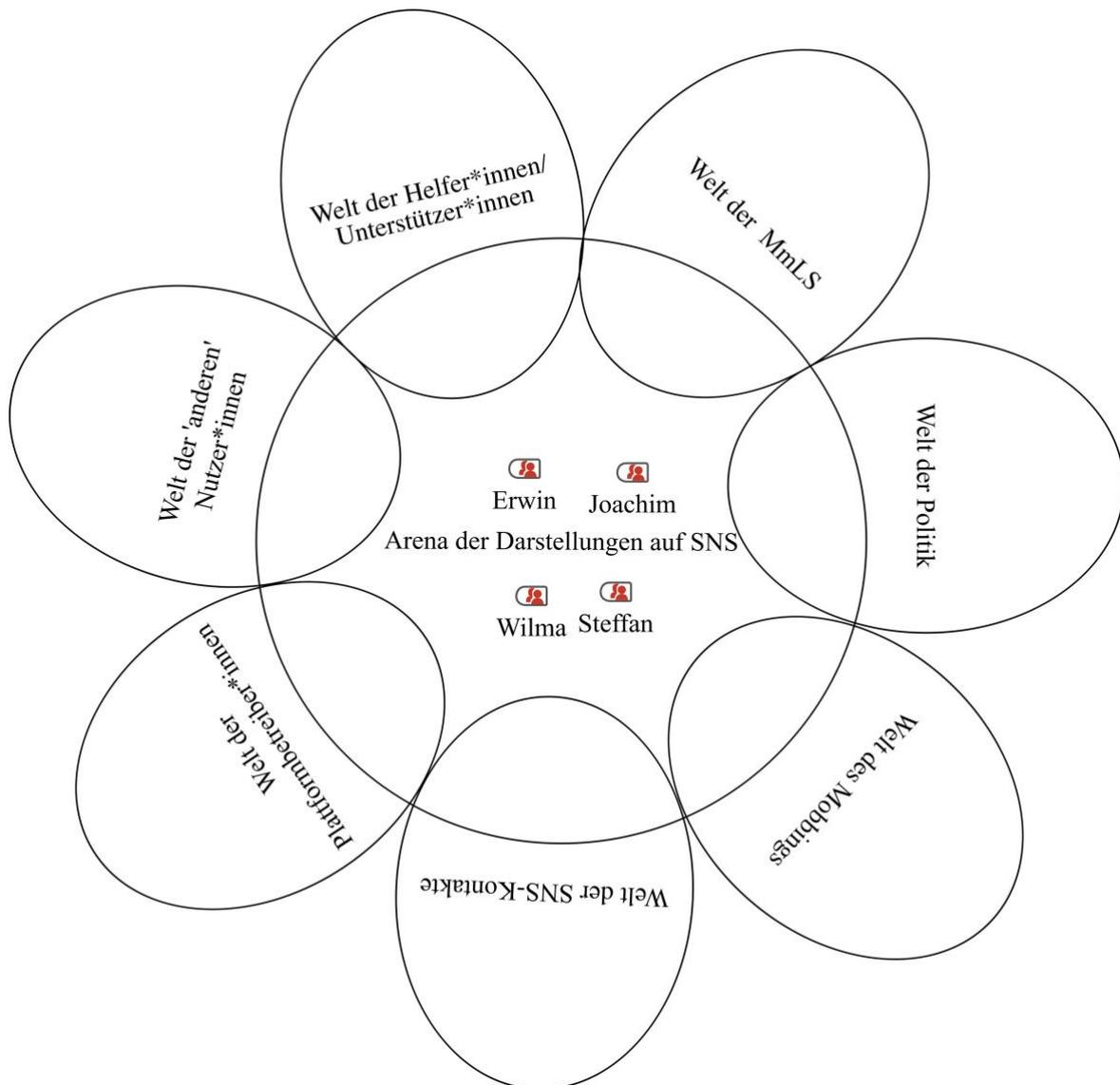


Abbildung 4: Map von sozialen Welten basierend auf den Interviewdaten²⁴

Die Anfertigung einer ersten *Map sozialer Welten/ Arenen* inklusive Memos dient der Schaffung eines vorläufigen Überblicks darüber, wie Handeln in der betreffenden Situation strukturiert ist. Daraufhin liegt es an dem*der Forschenden zu entscheiden, „wohin er*sie als nächstes gehen soll“ (ebd.: 160; Übersetzung L.G.). Diese Entscheidung kann dadurch erleichtert werden, erst einmal zu *Positionsmaps* überzugehen. Somit kann die wichtige Entscheidungsfindung darüber, was die „Haupt-,Geschichten“ (ebd.; Übersetzung L.G.) sein

²⁴ Insgesamt wurden vier Maps von sozialen Welten/ Arenen erstellt. Für jede der beiden Datenquellen (Interview und visuelle Diskursdaten) wurde jeweils eine Map von sozialen Welten und eine Map von sozialen Welten/ Arenen erstellt (siehe *Abbildung 13*). Diese wurden selbstverständlich im Laufe der Analyse mehrmals überarbeitet. Abgebildet ist die finale Version der Map von sozialen Welten.

sollen, verzögert werden. Daraufhin sollte der*die Forschende entscheiden, welche Richtung(en) für die weitere Analyse eingeschlagen werden sollen. Dabei gilt es Interessen, Verfügbarkeit und Zugänglichkeit der Daten abzuwägen (vgl. ebd.: 161).

5.1.5.3 *Positionsmaps*

Positionsmaps (siehe *Abbildung 5*) zielen darauf, mehrere Positionen und/ oder Widersprüche auszudrücken und die Heterogenität der komplexen Situation abzubilden. Deshalb zeigen sie die Positionen von Schlüsselpunkten in Diskursen gegenüber „*axes of concern and controversy*“²⁵ (Clarke et al. 2018: 18) in der Situation. Diese Herangehensweise erlaubt es, Diskurse von dem Ort an dem sie generiert wurden, loszulösen und sie zu dezentrieren (vgl. ebd.). Ein großer Vorteil dabei ist, dass potenzielle Positionen, welche in den Daten nicht eingenommen wurden, erkannt werden können. Durch ein Festhalten dieser Positionen in einer *Positionsmap* können stillschweigende Positionen angesprochen werden (vgl. ebd.: 176). Um eine *Positionsmap* zu erstellen, fragt der*die Forschende nach

- Fragen,
- Positionen zu diesen Fragen,
- dem Fehlen von Positionen an erwarteten Orten,
- sowie Unterschieden in diskursiven Positionen (vgl. ebd.: 165).

Eine *Positionsmap* besteht aus zwei Hauptachsen auf welchen unendlich viele Positionen möglich sind. Die Achsen sollten dabei nach dem Muster „mehr versus weniger“ (ebd.: 167; Übersetzung L.G.) benannt werden.

Ähnlich wie bei der *Situationsmap* liefert auch bei der *Positionsmap* das Schlüsselwort *Sättigung* einen Hinweis darauf, dass die *Positionsmap* „gut genug“ (ebd.: 174; Übersetzung L.G.) ist. Hierbei meint *Sättigung*, dass keine „zuvor unbekanntes wichtigen Themen, Achsen oder Positionen“ (ebd.; Übersetzung L.G.) in neuen Daten mehr auftauchen.

Das Erstellen der unterschiedlichen *Maps* hat mir einen Überblick über das Themenfeld der Darstellungen von MmLS auf SNS gegeben. Dabei wurden wichtige einzelne und kollektive Akteur*innen menschlicher und nichtmenschlicher Art sichtbar. Zudem wurden bestehende Normen, Diskurse und Mechanismen erkennbar.

²⁵ Hier wurde die englische Version beibehalten, da bei einer Übersetzung zumindest Teile des Sinnes verloren gegangen wären. In der deutschsprachigen Version (2012) von Clarkes erstem Band zur Situationsanalyse (2005) werden die Achsen der *Positionsmaps* als *Achsen der Variation und Verschiedenheit, Fokussierung und Kontroversen* umschrieben.

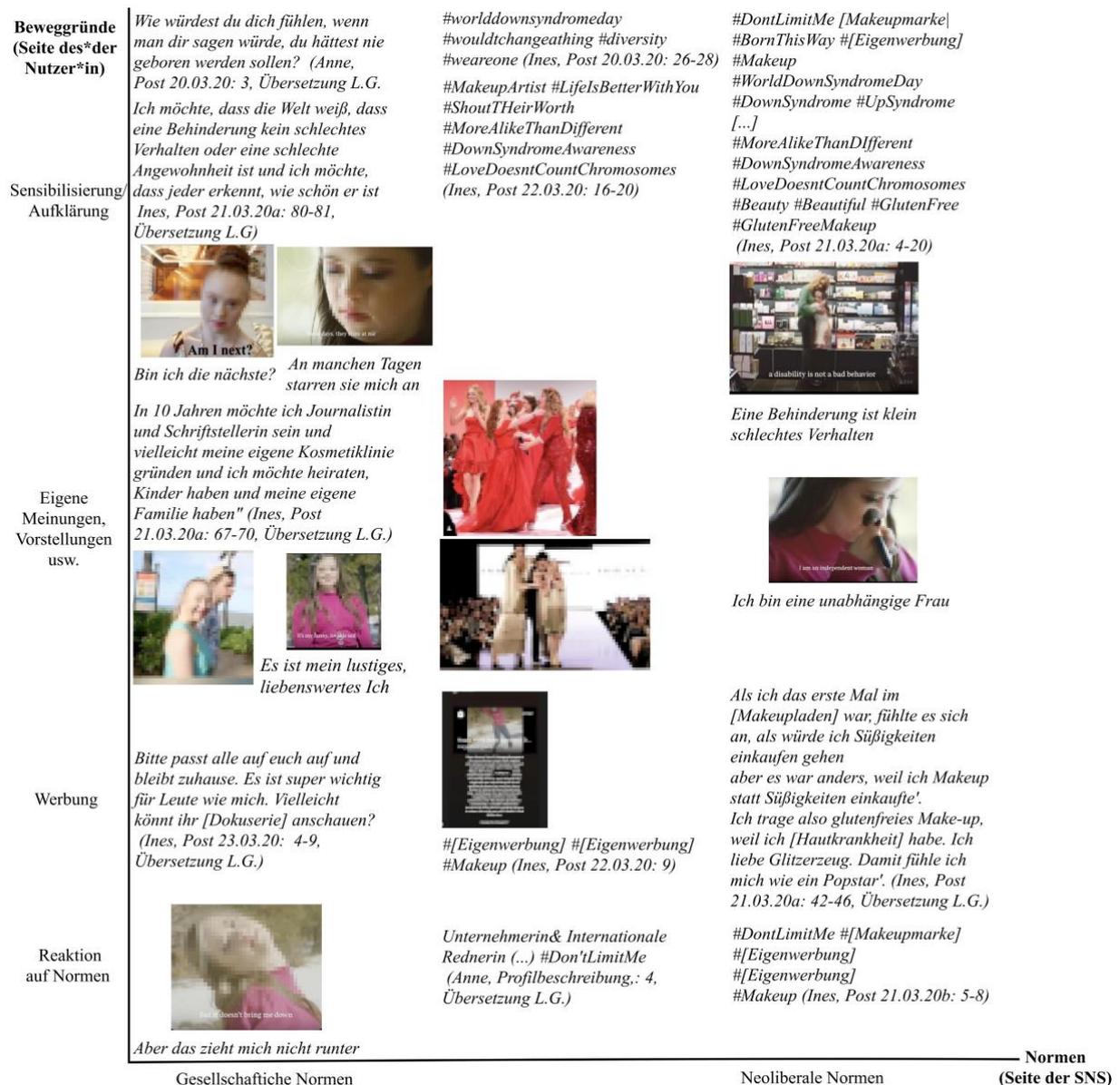


Abbildung 5: Positionsmap zu Einflussfaktoren auf Darstellungen basierend auf den (visuellen) Diskursdaten auf ausgewählten Instagram-Profilen²⁶

²⁶ Für beide Datenquellen (Interviewdaten und visuelle Diskursdaten) wurden jeweils drei Positionsmaps zu Beweggründen, Herausforderungen (siehe Abbildung 12) und Einflussfaktoren (hier abgebildet) erstellt. Zusätzlich dazu wurden Positionsmaps zu den Themen Meinungsäußerung/ Sensibilisierung (siehe Abbildung 8), sowie Werbung/ Sensibilisierung (siehe Abbildung 11) erstellt, um die (visuellen) Diskursdaten besser abbilden und wiedergeben zu können. Überdies wurden drei Positionsmaps zu den Themen Darstellungen unterschiedlicher Facetten (siehe Abbildung 6), ‚Normal‘-Sein/ ‚Wie andere‘-Sein (siehe Abbildung 9), sowie Eigenwerbung (siehe Abbildung 10) basierend auf beiden Datenquellen erstellt, um die Komplexität der Themen zu veranschaulichen.

5.2 Situationsanalyse basierend auf (visuellen) Diskursdaten auf ausgewählten *Instagram*-Profilen

Der methodische Umgang mit den (visuellen) Diskursdaten auf ausgewählten *Instagram*-Profilen wird in diesem Kapitel in fünf Unterkapiteln vorgestellt. Ein erstes Unterkapitel zeigt zentrale Vorüberlegungen zu Diskursen auf. In einem zweiten Unterkapitel gehe ich auf notwendige forschungsethische Überlegungen zur Forschung in der digitalen Welt ein. Das dritte Kapitel verdeutlicht, wie die *Instagram*-Profile ausfindig gemacht und ausgewählt wurden. Im vierten Kapitel beleuchte ich, wie ich die (visuellen) Diskurse *gemappt* und somit in schriftliche Daten ‚umgewandelt‘ habe. Im fünften Kapitel gehe ich auf das Kodierungsverfahren ein, wobei ich nur Besonderheiten gegenüber den bereits im vorigen Kapitel gelieferten Erläuterungen ausführen werde.

5.2.1 Vorüberlegungen zu Diskursen

In postmodernen Zeiten werden eine Vielzahl und Vielfalt an Bildern, Darstellungen und Diskursen sichtbar. Daher ist die Analyse von ausschließlich menschlichen Akteur*innen nicht mehr ausreichend. Wie bereits wiederholt angemerkt, ist es wissenschaftlich und gesellschaftlich relevant nichtmenschliche Elemente in die Forschung von postmodernen Situationen miteinzubeziehen (vgl. Clarke et al. 2018: 269). Daher werden im Rahmen dieser Masterarbeit visuelle und schriftliche Diskurse auf ausgewählten *Instagram*-Profilen von MmLS in die Analyse miteinbezogen.

Clarke et al. (ebd.: 220) definieren als Diskurs neben Sprache auch visuelle Bilder, Symbole, nichtmenschliche Dinge und andere Arten der Kommunikation. Ein Blick auf Diskurse ist auch deshalb notwendig, weil diese Debatten „strukturieren, Wahrnehmungen beeinflussen, Wissensobjekte schaffen und Formen der Darstellungen sind“ (ebd.: 220f; Übersetzung L.G.). Auf SNS lassen sich verschiedene Diskursmodi beobachten. So gibt es Kommunikationsarten mit kombinierten visuellen Elementen und Tonelementen (vgl. ebd.: 220).

Situationsmaps erlauben es demnach alle wichtigen Diskurse der interessierenden Situation darzustellen. Dabei soll der*die Betrachtende darüber nachdenken „wie Bilder gemacht werden“ (ebd.: 272; Übersetzung L.G.). Dabei sei zu beachten, dass der*die Betrachtende immer auch an der Entschlüsselungsarbeit des Bildes beteiligt sei (vgl. ebd.). Demnach kann es nicht nur eine ‚richtige‘ Interpretation von einem Bild geben. Daraus schließen Clarke et al. (ebd.: 274), dass wir mehrere Interpretationen durchführen müssen, um ein Bild ausführlich zu verstehen.

5.2.2 Ethische Überlegungen zur Forschung in der digitalen Welt

Insbesondere in der digitalen Welt wird die Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit oftmals verwischt (vgl. Linabary/ Corple 2019: 1449). Dies ist nicht zuletzt ein Grund dafür, dass mittlerweile die Notwendigkeit an ethischen Überlegungen zur Forschung in der digitalen Welt in einer Vielzahl an wissenschaftlichen Artikeln ausgedrückt wurde (vgl. Hooley et al. 2012: 25; Linabary/ Corple: 2019: 1447; Roberts 2015: 315).

Linabary und Corple (2019: 1452) schlagen ein Konzept aus drei Aspekten vor, um die digitale Welt mit ethischen Vorüberlegungen zu betreten. Erstens soll der Kontext berücksichtigt werden, sprich Privatsphäre soll im Lichte der zu erforschenden digitalen Welt betrachtet werden (vgl. ebd.: 1452f). Die Wichtigkeit, Vertraulichkeit auch in der digitalen Welt zu wahren, wurde bereits von mehreren Wissenschaftler*innen artikuliert (vgl. Hooley et al. 2012: 35; Moreno et al. 2012: 711). Demnach sollte neben der Anonymisierung von Namen auch nach anderen Aspekten Ausschau gehalten werden, welche Hinweise auf die Identität der ‚beforschten‘ Person geben könnten (vgl. Hooley et al. 2012: 35). Zudem können direkte Zitate auf ihre*n Urheber*in zurückführen (vgl. Moreno et al. 2012: 711). Demnach sollte das Anführen direkter Zitate umgangen werden (vgl. ebd.: 712). Alternativ können diese anonymisiert, paraphrasiert oder minimal verändert werden, um zu verhindern, dass sie rückverfolgbar sind (vgl. Roberts 2015: 319).

Zweitens sollen ethische Fragen in einer dialogischen Auseinandersetzung mit den ‚beforschten‘ Subjekten aufgearbeitet werden (vgl. Linabary/ Corple 2019: 1454 – 1456). Demnach kontaktierte ich die Inhaber*innen der ausgewählten Profile und informierte sie über mein Forschungsvorhaben. Ich fragte, ob sie einverstanden wären, dass ich ihre *Posts* in anonymisierter Form beispielhaft in meine Arbeit inkludiere. Ein*e Inhaber*in hatte aufgrund von Erfahrungen mit negativen Kommentaren/ Rückmeldungen leichte Bedenken. Daraufhin informierte ich ihn*sie nochmals im Detail über mein Forschungsinteresse und bat ihn*sie mir Aspekte, welche ich besonders beachten soll, mitzuteilen.

Drittens soll die eigene Position reflektiert werden und in Anbetracht dieser über eigene Positionen und Annahmen gegenüber des Themas nachgedacht werden (vgl. ebd.: 1456 – 1458). Shaw (2013: 99) merkt an, dass besonders das Machtgefüge zwischen Forschendem und untersuchter Situation zu beachten sei. Zur Reflektion wurde das in der GT ohnehin angedachte Instrument des Memoschreibens genutzt (vgl. ebd.: 94). Mit den hier angeführten Überlegungen erhoffte ich mir einen ethisch reflektierten Zugang zu den ausgewählten Profilen zu erschaffen und somit mehr über die Darstellungen von MmLS auf SNS herauszufinden.

5.2.3 Auswahl der *Instagram*-Profile

Clarke et al. (2018: 278) betonen die Wichtigkeit reflektierter Datensammlung. Zur Sammlung von visuellen Daten schlagen sie vier Hauptschritte vor: Entscheiden, Lokalisieren, Sammeln und Nachverfolgen der Materialien. Überlegungen zur Entscheidung und Lokalisierung sollten durch Fragen danach, wo das beste Bildmaterial für die interessierende Situation herkommen soll, begleitet werden. Zudem ist es bei einem *Multisite*-Projekt wichtig, dass die visuellen Daten zu den anderen Daten ‚passen‘ (vgl. ebd.). Wie bereits erwähnt, habe ich mich im Rahmen dieser Masterarbeit dazu entschieden, Diskursdaten auf ausgewählten *Instagram*-Profilen zu verfolgen. Während ich mich bei den Interviews nicht auf eine bestimmte Plattform fokussierte, fiel die Wahl bei der Sammlung von visuellen Daten aufgrund des enormen Volumens an Diskursdaten auf SNS auf die Plattform *Instagram*. Die Plattform stellt eine ergiebige Ressource dar, um Praktiken der selbst dargestellten Erfahrungen und der angestrebten Identitäten von Subpopulationen zu verstehen (vgl. Laestadius 2017: 585; Röhl 2020: 120). Zudem gehört *Instagram* zu den beliebtesten SNS der Welt (vgl. Laestadius 2017: 573; Röhl 2020: 120).

Laestadius (2017: 577) empfiehlt Forschenden mindestens einen Monat mit einem privaten *Instagram*-Account die Plattform ‚konventionell‘ zu nutzen, um sich mit der Funktionsweise letzterer vertraut zu machen. Demnach habe ich einen Monat vor Beginn der Datensammlung insgesamt zwölf Profile von MmLS mit meinem privaten *Instagram*-Account abonniert. Auswahlkriterien waren zunächst, dass das Profil über zehn Tausend *Follower*innen* hat, eine Person mit Lernschwierigkeiten im Mittelpunkt des Profils steht und diese Person volljährig ist. Anfangs habe ich nach Profilen von bekannten MmLS gesucht. Mithilfe der *Hashtags* ²⁷ *#advocacy*, *#disabilities*, *#disability*, *#diversity*, *#diversityandinclusion*, *#downsyndrome*, *#inclusion*, *#influencer*, *#inklusion* und *#trisomy21* habe ich nach weiteren Profilen gesucht. Zusätzlich habe ich mithilfe der Google-Suche ‚*social media learning disabilities*‘, ‚*social media intellectual disabilities*‘ und ‚*influencer intellectual disabilities*‘ Profile gefunden. Zur Datensammlung habe ich einen eigens dafür angelegten *Account* genutzt, um zu verhindern, dass ‚private‘ Daten versehentlich miterhoben werden (vgl. ebd.: 583).

Die Wahl der Profile wurde mit Überlegungen des *theoretischen Samplings* bezüglich der

²⁷ *Hashtags* werden häufig auf SNS genutzt. Auf *Instagram* werden sie vor allem bei Bildbeschreibungen gebraucht. Mithilfe der Suchfunktion nach *Hashtags* können Beiträge von anderen Nutzer*innen gefunden werden.

*Follower*innenanzahl*, des Berufes, des Geschlechtes, der vorhandenen Verifizierung durch Instagram, der Sprache und der Aktivität auf *Instagram* begleitet. Zudem exkludierte ich Profile, welche in der dritten Person verfasst waren (z.B. von Familienmitgliedern oder Freund*innen *über* die Person mit Lernschwierigkeiten). Somit *mappte* ich schließlich vier Profile. Nur zwei der *content creators* teilten mir schließlich ihr Einverständnis mit. Demnach werde ich in dieser Arbeit nur *Posts* von diesen beiden Profilen zur Veranschaulichung in den Ergebniskapiteln teilen. Die anderen beiden Profile flossen nichtsdestotrotz in die Analyse mit ein. Das Weglassen dieser *Posts* beeinflusste die Darstellung der Ergebnisse kaum. Es musste keine grundlegende Kategorie deswegen weggelassen oder verändert werden. Dies bestätigte nochmals mein Gefühl der *theoretischen Sättigung*.

Beim Verfolgen der Daten wurde darauf geachtet, genau festzuhalten von wo und wann das Material stammt (vgl. Clarke et al. 2018: 279). Dazu wurden die Daten in einer separaten Computerdatei und im Analyseprogramm MAXQDA beschriftet und abgespeichert. Aufgrund des enormen Volumens an Daten habe ich als zeitlichen Bezugspunkt den 21. März 2020 festgelegt. Anlässlich des *World Down Syndrome Days*, welcher am 21. März ist, erhoffte ich mir ‚behinderungsspezifisches‘ Material zu finden. Ich habe daraufhin nach interessanten *Posts* in den Wochen vor und nach dem 21. März 2020 gesucht. Dabei begleiteten mich wiederum Überlegungen zum *theoretischen Sampling*. So versuchte ich *Posts* mit und ohne Bezug zu Behinderungen, *Posts* allein und mit anderen Menschen und *Posts* im ‚privaten‘ und professionellen Umfeld zu *mappen*. Ich *mappte* insgesamt drei Videos und elf Bilder bis ich eine gewisse *theoretische Sättigung* erreichte.

5.2.4 Sammeln der Daten und Memos

Die Wichtigkeit Bilder auf *Instagram* in Verbindung mit Bildunterschriften, Kommentaren und *Hashtags* zu analysieren, wurde bereits von mehreren Forschenden beteuert (vgl. Laestadius 2017: 575; Highfield/ Leaver 2015: n.a.). Somit hielt ich zunächst für das analysierte Profil die Profilbeschreibung fest. Zur Analyse von visuellen Diskursen schlugen Clarke et al. (2018: 280) die Anfertigung von drei Memos vor: *Locating Memo*, *Big Picture Memo* und *Specification Memo*.

Das *Locating Memo* situiert das Bildmaterial gegenüber der interessierenden Untersuchungssituation. Zudem dient es dazu, die soziale(n) Welt(en), welche das Bildmaterial produziert hat/ haben, zu skizzieren. Es umfasst Informationen darüber, wer das Bild produziert hat, für welches Publikum das Bild geschaffen wurde und aus welcher sozialen Welt das Bild stammt (vgl. ebd.). Da es sich bei der Analyse von *Instagram*-Profilen nicht bloß um visuelles

Material handelt, erweiterte ich das *Locating Memo* mit folgenden weiteren Informationen:

- Benutzernamen
- Anzahl an *Follower*innen*
- Ortsmarkierungen
- Personenmarkierungen
- Bildunterschriften
- *Hashtags*
- Anzahl an *Likes*
- Bildbeschreibungen (*Captions*) (vgl. Highfield/ Leaver 2015: n.a.; Marwick 2015: 145).

Nach dem *Locating Memo* wird das *Big Picture Memo* erstellt. Dieses beinhaltet erste Eindrücke zu dem Bild und eine narrative Beschreibung von diesem. Dabei sollte das Bild in kleinere Teile zerlegt werden und Details beschrieben werden (vgl. Clarke et al. 2018: 280f). Das *Big Picture Memo* gliedert sich in drei Teile: *First Impressions*, *The Big Picture* und *The Little Pictures* (vgl. ebd.: 281). Der *First Impressions* Teil des Memos soll erste Eindrücke des*der Forschenden vom Gesamtbild festhalten. Dabei ist es durchaus wünschenswert, dass widersprüchliche Impressionen festgehalten werden (vgl. ebd.). Der *Big Picture* Teil des Memos dient dazu, visuelle Daten den ‚anderen‘ (schriftlichen) Daten ‚gleich‘ zu machen (vgl. ebd.) Gleichzeitig sollte jedoch auch das Andersartige des Visuellen durch Festhalten von Interpretationen und Analysen des*der Forschenden beibehalten werden. Beim *Little Picture* Teil des Memos geht es schließlich darum, das Bild in kleinere Segmente zu teilen und mit diesen dann ähnlich wie beim *Big Picture* Teil des Memos zu verfahren. Diese Vorgehensweise hat zum Ziel, dass keine Details übersehen werden (vgl. ebd.: 281f).

Als drittes Memo zur Analyse von visuellen Daten schlagen Clarke et al. (ebd.: 282) das *Specification Memo* vor. Dieses folgt dem Ziel, das Bild zu dekonstruieren, indem dieses aus verschiedenen Blickwinkeln (z.B. Fokus des Bildes, Rahmung, Vordergrund-Hintergrund usw.) betrachtet wird. Dabei wird beispielsweise gefragt, was dargestellt wird, was nicht dargestellt wird und warum das so ist.

Die Anwendung der unterschiedlichen Memos auf die gesammelten Daten von ausgewählten *Instagram*-Profilen war anfangs sehr herausfordernd. Ich werde hier zunächst beschreiben, wie ich mit den *geposteten* Bildern verfahren bin. Wie bereits erwähnt ist es wichtig, die *geposteten* Bilder auf *Instagram* mit dazugehörigen schriftlichen Daten zusammen zu analysieren (vgl. Laestadius 2017: 575; Highfield/ Leaver 2015: n.a.). So hielt ich für die ausgewählten *Posts* im *Locating Memo* Bildbeschreibung, Personenmarkierung,

Ortsmarkierung, *Hashtags* und beantwortete Kommentare²⁸ fest. Auch bei der Anfertigung der Memos zu den visuellen Daten stützte ich mich auf die schriftlichen Daten. Ich verwies etwa bei Fragen nach der Herkunft, Produktion oder Ziel des Bildes auf die Bildbeschreibungen oder *Hashtags*.

Bei den *geposteten* Videos inspirierte ich mich an Mey und Dietrichs (2017) Text zur Analyse audiovisueller Daten, um eine eigene Analysestrategie zu entwickeln. So transkribierte ich zunächst die Videos. Hierbei war das vordergründige Ziel, den gesprochenen Text/ Ton des Videos festzuhalten. Dabei beschrieb ich kurz welche visuellen und/ oder schriftlichen Elemente zu dem jeweiligen Ton eingeblendet wurden. Dann schrieb ich auch für das Video ein *Locating Memo*. Auch hier inkludierte ich wieder die schriftlichen Daten. Das Verfassen der Teile der *First Impressions* und des *Big Picture* des *Big Picture Memos* verlief ebenfalls sehr ähnlich zu dem Memoschreiben der (unbewegten) Bilder. Das Verfassen des *Little Pictures* Teil des Memos brachte allerdings einige Herausforderungen mit sich. Ich hatte die (unbewegten) Bilder einfach durch zwei gerade, sich in der Mitte überschneidenden, rechtwinkligen Linien in vier Teile geteilt. Zunächst wusste ich nicht, wie ich die bewegten Bilder der Videos segmentieren sollte. Mey und Dietrich (ebd.: 138) schlagen vor, ähnlich zur Zeile-für-Zeile Kodierung schriftlicher Daten, audiovisuelle Daten Segment-für-Segment zu kodieren. So teilte ich das Video in Szenen von jeweils zehn Sekunden und hielt die audiovisuellen Daten so Schritt für Schritt fest. Mey und Dietrich (ebd.: 143) betonen die Wichtigkeit der sinnvollen Segmentierung des Materials. Die Einteilung der Videos in zehnsekündige Segmente war sehr sinnvoll, um keine Daten zu ‚übersehen‘. Die zehnsekündigen Segmente erschwerten allerdings die Gewinnung eines sinnvollen Gesamteindrucks des Materials. Demnach teilte ich die Videos nach dieser ersten Segmentierung in ‚sinnvolle‘ Segmente. So schaute ich etwa darauf, dass gesprochene Sätze vollständig ausgesprochen waren oder visuelle Szenen beendet waren. In einem letzten Schritt verfasste ich dann noch ein *Specification Memo* für jedes Video.

5.2.5 Kodierung

Da die visuellen Daten abhängig von der Einsicht, Logik und Reflexivität des*der Forschenden sind, ist es unerlässlich die während der Analyse angefertigten Memos mit zu kodieren. Die angefertigten *Locating*, *Big Picture* und *Specification Memos* sind demnach Teil des zu

²⁸ Ich überlegte alle Kommentare festzuhalten, aber dies hätte den Rahmen der Arbeit gesprengt. Zudem hatte ich den Eindruck, dass ich mich dadurch zu sehr vom eigentlichen Thema der Arbeit distanzieren würde.

kodierenden Datenmaterials (vgl. Clarke et al. 2018: 284). Das Memoschreiben erlaubte es mir die Daten bereits teilweise ‚aufzubrechen‘ und mich mit diesen vertraut zu machen. Daher entschied ich mich beim Kodieren des visuellen Materials dafür den Schritt des Zeile-für-Zeile Kodierens zu überspringen. Durch die Segment-nach-Segment Analyse während des *Big Picture Memo* schien eine weitere Zeile-Für-Zeile Kodierung zudem überflüssig. So kodierte ich die Memos der Videos und Bilder per offenem Kodieren nach Sinnzusammenhängen.

Die Erstellung der *Situationsmaps* basierend auf visuellen Daten verlief ähnlich zur Erstellung von *Situationsmaps* basierend auf Interviewdaten. Demnach werde ich diese nicht noch einmal in einem separaten Unterkapitel behandeln.

5.3 Komparatives Mapping und Analyse

Wie bereits erwähnt sind die drei Modi der SA (*Situationsmaps*, *Maps von sozialen Welten/ Arenen und Positionsmaps*) auf zweierlei Art besonders gut mit *Multisite*-Forschung vereinbar: mittels *Integrativem Mapping & Analyse* und/ oder *Komparativem Mapping & Analyse*. *Integratives Mapping & Analyse* erfordern die *simultane* Anwendung derselben Analysemodi (Kodierung, Durchführung der drei Arten von *Situationsmaps* und Schreiben analytischer Memos) auf alle verschiedenen Datenquellen. Hierbei wird danach gefragt, was jede dieser Datenquellen über das interessierende Phänomen aussagt. Die *Maps* bilden die *Situation* aller Daten gemeinsam ab. Demnach repräsentieren auch die später in Veröffentlichungen erzählten Geschichten die vielfältigen Datenquellen, welche die Situation insgesamt konstituieren (vgl. Clarke et al. 2018: 235).

Beim *Komparativen Mapping & Analyse* der verschiedenen Datendomänen wird jede Datenquelle separat kodiert, *Situationsmaps* erstellt und analysiert. Anschließend werden die Ergebnisse miteinander verglichen. Beim Vergleich wird gefragt, welche Elemente, Diskurse, Positionen usw. in dem jeweiligen Bereich vorhanden sind oder eben nicht vorhanden sind. Diese Vorgehensweise erlaubt es, Verschiedenheiten und *Orte des Schweigens* aufzudecken (vgl. ebd.: 235f). So wurden die drei *Mapping*-Techniken separat auf Interviewdaten und (visuelle) Diskursmaterialien angewendet und dann miteinander verglichen.

Im weiteren Verlauf werden die unterschiedlichen Aspekte der Forschungsfragen im Detail diskutiert. Im ersten Ergebniskapitel gehe ich genauer auf die erste Unterfrage ein und behandle mögliche Beweggründe für Darstellungen auf SNS. Im zweiten Ergebniskapitel behandle ich mögliche Herausforderungen für MmLS sich auf SNS darzustellen, um damit die zweite Subfrage zu beantworten. In einem letzten Kapitel stelle ich beeinflussende Faktoren

im Allgemeinen dar und versuche somit ein *Big Picture* über die Darstellungen von MmLS auf SNS zu bieten.

6. Darstellung und Diskussion der Ergebnisse: Beweggründe

Das komparative Mapping beider Datenquellen führte zu der Herausbildung fünf verschiedener Beweggründe, welche im Folgenden dargelegt werden. Dabei bleibt zu beachten, dass die Beweggründe teilweise überlappen.

6.1 Zeigen „wie ich bin“: Behinderungen und andere Facetten

Bestehende Literatur belegt, dass SNS es MmLS ermöglichen sich vom *Label* der Behinderungen zu distanzieren. So können sich MmLS über ihre Identität als MmLS hinweg darstellen (vgl. Seale 2001: 349) (siehe *1. Hinführung zum Thema und Begründung der Themenwahl, 3. Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage*). Folglich wurde bei der Datenerhebung und Auswertung²⁹ dem Aspekt der Darstellungen der eigenen Lernschwierigkeiten Interesse geschenkt. Demnach ergab sich folgende *Positionsmap* zu den gezeigten ‚Facetten‘ auf SNS. Dabei bilden die Darstellungen der ‚behinderten‘ Identität einerseits und die Darstellungen anderer Persönlichkeitsmerkmale andererseits die beiden Achsen der Verschiedenheit.

Die horizontale Achse der Verschiedenheit der *Positionsmap* (siehe *Abbildung 6*) zeigt inwieweit die teilnehmenden Personen mit Lernschwierigkeiten SNS nutzen, um ihre ‚behinderte‘ Identität darzustellen. Mit *Hashtags* wie *#BornThisWay* oder *#WouldntChangeAThing* drücken die *content creators* mit Lernschwierigkeiten ihren Stolz zur *disability community* anzugehören, aus. In einem Werbevideo (siehe *6.5.2 Werbung für Produkte anderer Unternehmen*) erzählt Ines davon, dass sie manchmal wegen ihrer Behinderungen angestarrt wird (siehe *Abbildung 6*). Es wird demnach einerseits ein Stolz zur *disability community* zu gehören, ausgedrückt. Andererseits wird auch auf Diskriminierungen und Ausgrenzungen, welche oftmals Teil der Lebenszusammenhänge von MmLS sind, aufmerksam gemacht.

²⁹ In den Interviews wurde gefragt, wie die Teilnehmenden ihre Lernschwierigkeiten darstellen. Bei der Profilanalyse wurde darauf geachtet auch ‚behinderungsspezifische‘ Beiträge zu berücksichtigen.



Abbildung 6: Positionsmap zum Thema Darstellungen verschiedener Facetten basierend auf beiden Datenquellen

Die vertikale Achse der Verschiedenheit zeigt andere ‚Facetten‘, welche von den Teilnehmer*innen auf SNS gezeigt werden. Dabei wird sichtbar, dass viele Teilnehmende SNS tatsächlich nutzen, um sich fernab vom *Label* der Behinderungen darzustellen. Das meint nicht, dass sie ihre Lernschwierigkeiten verschweigen oder verstecken. Erwin sagt beispielsweise „wer ich bin der bin ich und tu net anders“ (Erwin: 107). Vielmehr ist damit gemeint, dass die

Teilnehmenden jene Aspekte hervorheben, welche für sie selbst besonders relevant sind, ohne gleich von außen ‚bloß‘ als MmLS etikettiert zu werden. So hebt Wilma beispielsweise gleich hervor, dass sie Künstlerin sei. Sie nutzt sogar unterschiedliche Profile, um unterschiedliche Aspekte von sich zu zeigen „*also ich hab auch zwei ich hab Kunst und normales Profil. Weil ich nämlich Künstlerin bin*“ (Wilma: 47 – 48). Auf die Frage, wie sie sich darstellt, antwortet Wilma „*also ich stell mich eher so dar so so also so wie ich bin. So freundlich, lustig, aggressiv so wie ich bin*“ (Wilma: 173 – 174). Erwin ist wichtig zu zeigen, dass er eine bestimmte Sportart betreibt und gut vernetzt ist. Er stellt sich visuell als Sportler dar „*weil ich Sportler bin*“ (Erwin: 28). Zudem zeigt er gerne, inwieweit er vernetzt ist. Erwin wiederholt mehrmals, dass er gerne verschiedene Aspekte von sich zeigt „*verschiedene Sachen halt*“ (Erwin: 31). Auf die Frage nach seinen Darstellungen auf SNS, erzählt Joachim als erstes von seiner sexuellen Orientierung (siehe *Abbildung 6*, links oben). Auf Nachfrage erklären zwar alle Teilnehmenden ihre Lernschwierigkeiten auf SNS mitzuteilen, ihre Behinderungen sind jedoch erstmal kein Schwerpunkt in ihren Darstellungen.

Auch die beobachteten *content creators* scheinen SNS zu nutzen, um verschiedene ‚Facetten‘ von sich preis zu geben. *Abbildung 7* zeigt nochmals die unterschiedlichen Darstellungen, welche bei den beobachteten *content creators* mit Lernschwierigkeiten festgestellt wurden. So zeigt sich die Mehrzahl der analysierten *content creators* als engagierte Personen. Demnach wurden beispielsweise Fotos von Demonstrationen bezüglich der Lebenszusammenhänge von MmLS *gepostet*. Zudem wurden Fotos von Veranstaltungen für Interessen von MmLS geteilt. Wie in *Abbildung 7* zu erkennen ist, ging das Engagement allerdings über die Anwaltschaft für MmLS hinaus. So *postet* Anne mehrere Bilder und Videos von ihrer Teilnahme an einem *Charity*-Event für Herzkrankheiten. Auch wenn ein Zusammenhang zwischen einem Event für Herzkrankheiten und Trisomie 21 gezogen werden kann, gibt es keinen Hinweis darauf, dass Anne deshalb teilgenommen hat. Spannend ist die Teilnahme eines MmLS an einem *Charity*-Event. MmB waren lange Zeit über nur die ‚Objekte‘ karitativer Veranstaltungen. Anne nahm als Gast und prominente Persönlichkeit an der Veranstaltung teil. Dies spricht womöglich für eine weitere Entfernung vom medizinischen Modell von Behinderung (siehe *2.5 Modelle von Behinderung*).

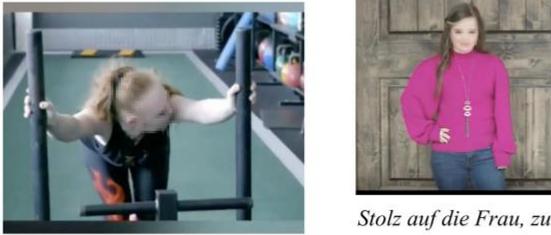
content creators mit LS als engagiert	
content creators mit LS als berufstätig/ unabhängig	 <p data-bbox="1171 439 1382 490"><i>Entrepreneur (Anne, Profilbeschreibung: 4)</i></p> <p data-bbox="1190 557 1369 609"><i>#model (Anne, Post 20-03-20: 26)</i></p> <p data-bbox="855 607 1174 636"><i>Ich bin eine unabhängige Frau</i></p>
content creators mit LS als bekannt/ vernetzt	
content creators mit LS als kämpferisch/ stark	 <p data-bbox="935 1144 1131 1196"><i>Stolz auf die Frau, zu der sie geworden ist</i></p>
content creators mit LS als erfolgreich	<p data-bbox="571 1261 890 1339"><i>In der mit dem Emmy ausgezeichneten Doku-Serie (Ines, Profilbeschreibung: 3)</i></p> <p data-bbox="895 1368 1214 1447"><i>das erste Supermodel mit Trisomie 21 der Welt (Anne, Profilbeschreibung: 4)</i></p>

Abbildung 7: Übersicht zu den verschiedenen gezeigten Facetten der content creators mit Lernschwierigkeiten auf Instagram

Die Darstellung als berufstätig und unabhängig stellt eine weitere vorgefundene Darstellungsform dar. Es wird immer wieder betont, dass die *content creators* selbstständige Unternehmer*innen, Models, Vertreter*innen und eben auch *content creators* sind. Ines spricht explizit an, dass sie unabhängig sei, in einer eigenen Wohnung lebe und studiere (siehe *Abbildung 7*).

Die analysierten *content creators* stellen sich zudem als bekannt und vernetzt dar. Dies kann auch im Zusammenhang mit der Plattform *Instagram* und den dazugehörigen Normen

betrachtet werden. So werden Bilder mit bekannten Personen *gepostet* und die *Tag*-Funktion wird genutzt, um sich mit anderen bekannten Personen zu vernetzen. Diese Tendenz lässt sich auch in den Interviews beobachten. Insbesondere Erwin betont immer wieder, dass er sehr vernetzt sei. So *postet* er beispielsweise gerne Fotos „mit die Politiker die mit die ich halt schon das Glück gehabt hab und getroffen hab“ (Erwin: 41 – 42), denn „ich bin sehr vernetzt“ (Erwin: 43).

Auch die Möglichkeit sich auf SNS als stark und kämpferisch darzustellen wird genutzt. Auffallend hierbei ist, dass dies besonders im Zusammenhang mit bestehenden, gesellschaftlichen Normen getan wird. So *postet* Anne anlässlich zum *WDS* ein Video zu bestehenden Vorstellungen und Normen gegenüber Menschen mit Trisomie 21 (siehe 6.2.2 *Beispiel der Sensibilisierung/ Meinungsäußerung mittels audiovisuellen Materials*). Nachdem sie Reportagen, Plakate und Textstellen zur Pränataldiagnostik und dem Töten von Embryos mit Trisomie 21 wiedergibt, zeigt sie sich beim Sport. Dazu läuft eine motivierende und kämpferische Musik. Sie inszeniert sich beim Boxen und Gewichtheben. Auch Ines stellt sich stark dar. In einem Video werden Kinderfotos von ihr eingeblendet und ihre Mutter berichtet davon, wie Ines ein kleines, fragiles Baby war. Dann sagt ihre Mutter, dass sie sehr stolz darauf sei, was aus Ines geworden ist. Dazu wird ein Videoausschnitt von Ines eingeblendet. Darin steht sie mit ihren Händen in der Hüfte und schaut direkt in die Kamera (siehe *Abbildung 7*).

Als letztes soll der Blick nun nochmals in die Mitte der *Positionsmap* zu den gezeigten Facetten (siehe *Abbildung 6*) gelenkt werden. Selbstverständlich gibt es bei den Darstellungen nicht ‚bloß‘ Darstellungen der ‚behinderten‘ Identität einerseits und den anderen Facetten andererseits. Überhaupt scheinen die eigenen Behinderungen vielmehr ein Teil der eigenen Facetten darzustellen. *Abbildung 6* wurde demnach auch aufgrund bestehender Literatur erstellt und soll nicht visuell vermitteln, dass die eigenen Lernschwierigkeiten ein vom Rest der Persönlichkeit getrenntes Merkmal sind. So kommt die Darstellung ‚wie ich bin‘ zur Geltung. Ines erzählt in dem bereits mehrmals erwähnten Werbevideo: „Ich bin 28 Jahre alt. Als ich geboren wurde, wog ich 6 Pfund und 4 Unzen. Ich habe Trisomie 21. Ich habe einen extra 21. Chromosom in meinem Körper“ (Ines, *Post* 21.03.20a, *Big Picture Memo*: 123 – 124; Übersetzung L.G.). Ihre Lernschwierigkeiten erwähnt sie als Teil der allgemeinen Informationen über sich. Sie erzählt davon, dass sie manchmal von fremden Leuten angestarrt wird, erklärt dann aber weiter „aber das zieht mich nicht runter. Das bin einfach ich denk ich. Mein lustiges, liebenswertes Selbst/ Ich“ (Ines, *Post* 21.03.20a, *Big Picture Memo*: 94 – 95; Übersetzung L.G.). Sie erwähnt ihre Lernschwierigkeiten vor allem bezüglich des *Labels*, welches sie von außen angehaftet bekommt. Dann distanziert sie sich davon und teilt ihr eigenes

Selbstbild mit ihren *Follower*innen*. Auch in den Interviews betonen die Teilnehmenden wiederholt sie würden sich einfach so darstellen ‚wie sie sind‘. Ein bewusstes Experimentieren mit oder Inszenieren von bestimmten Merkmalen scheint es dabei nicht zu geben. Abschließend kann festgehalten werden, dass die Teilnehmer*innen SNS nutzen, um sich nach ihrem eigenen Selbstbild darzustellen. Dabei wird nicht versucht ihre Lernschwierigkeiten bewusst hervorzuheben oder zu verbergen. Allerdings nutzen sie die freien Gestaltungsmöglichkeiten auf SNS, um bestimmte Facetten, welche für sie besonders relevant sind, hervorzuheben.

Die Darstellung verschiedener Facetten kann den Anschein erwecken, als seien diese strikt voneinander getrennt. Es ist demnach fraglich, ob die ‚behinderte Facette‘ überhaupt separat von anderen Facetten betrachtet werden kann. Was sich in der Analyse jedoch herausstellte und auch mit bestehender Literatur bestätigt werden kann ist, dass MmLS oftmals von außen ein *Label* zugeschrieben bekommen und demnach nur diese eine Facette hervorgehoben wird (vgl. Chadwick et al. 2013b: 238). Demnach ist es vielleicht sinnvoller von Kontrollmöglichkeiten zu reden. Bisherige Literatur identifizierte die Möglichkeit auf SNS Kontrolle über die Wahrnehmungen anderer zu übernehmen als Beweggrund für Darstellungen von MmLS auf SNS. Eine Studie zur SNS-Nutzung von Menschen mit Körperbehinderungen zeigt, dass diese (siehe 3. *Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage*) SNS schätzen da sie dort selbst bestimmen können was sie wann teilen (vgl. Furr et al. 2016: 1365). Dies wird auch in den Interviews ersichtlich. Wie bereits erwähnt, nutzt Wilma zwei verschiedene Profile: ihr persönliches Profil und ein Profil für ihre Kunst. Die Tatsache, dass sie Lernschwierigkeiten hat, teilt sie beispielsweise nicht auf ihrem Kunstaccount *„mm (4s) persönlichen“* (Wilma: 213). Auch Joachim erklärt, dass er unterschiedliche Kontakte auf seinen unterschiedlichen Profilen hat. *„Verschiedenes. Hab ich mehrere. Hab ich mehr Freunde auch und Familie teilweise. WhatsApp mehr Familie als Freunde und teilweise auch über WhatsApp geh ich übers [Arbeitsprojekt; Anm. L.G.] auch“* (Joachim: 37 – 39). Demnach kann festgehalten werden, dass SNS MmLS eine Möglichkeit bieten sich selbst so zu ‚etikettieren‘ wie sie sich selbst wahrnehmen, fernab vom automatischen *Label* von außen (vgl. Chadwick et al. 2013b: 240).

6.2 Sensibilisierung und Meinungsäußerung

6.2.1 Allgemeine Ergebnisse

Bisherige Forschung charakterisiert Sensibilisierung und Meinungsäußerung als wichtige Beweggründe für die Nutzung von SNS durch MmLS. So erwähnen Hill (2017: 124f), sowie Shpigelman und Gill (2014b: 1610) die Aspekte der Anwaltschaft und Bewusstseinsbildung.

Sensibilisierung und Meinungsäußerung stellen auch für die Teilnehmenden der Studie wichtige Beweggründe dar.

Die Interviewteilnehmer*innen drücken ausnahmslos alle aus SNS zu nutzen, um bezüglich Lernschwierigkeiten und Behinderungen, sowie den Lebenszusammenhängen von MmLS zu sensibilisieren. So wiederholt Steffan während des Interviews mehrmals, dass er sich nicht wirklich auf SNS darstellt und sehr wenig Sachen preisgibt, unter anderem auch seine Lernschwierigkeiten. Auf die Frage, ob er Sensibilisierungs*posts* unterstützt antwortet er „*das schon! Das mach ich schon ja, Das like ich auch und äh teil ich auch und unterstütz ich auch*“ (Steffan: 103 – 104). Steffans Erläuterungen sind dahingehend spannend, da selbst wenn er sich nicht als ‚MmLS‘ auf SNS darstellt, er trotzdem deren Sensibilisierungspotenzial wahrnimmt. Allgemein nutzt Steffan oftmals die Möglichkeit Aussagen auf SNS zu teilen, um seine Standpunkte darzulegen. „*Ja dann das was mer gefällt das tu ich halt teilen ne*“ (Steffan: 81).

Sensibilisierungsarbeit ist für die Teilnehmenden eng verknüpft mit (politischen) Meinungsäußerungen. Auf die Frage hin, was ihm besonders gut an SNS gefällt antwortet Joachim „*dass man manchen Leuten mal richtig vorn Kopf stoßen kann. Besonders den Politiker*“ (Joachim, Audio 2: 106 – 107). Auch Erwin zählt zu seiner Sensibilisierungsarbeit die Meinungsäußerung gegenüber Politiker*innen auf SNS „*mir reicht es wenn ich mich Menschen mit Lernschwierigkeiten vertrete in Facebook, mein Politikposts kommentier was mir net passt*“ (Erwin: 215 – 216). Einige Teilnehmende sensibilisieren direkt auf SNS, andere nutzen SNS, um ihre Sensibilisierungsarbeit zu verbreiten. Wilma berichtet:

„und dann da haben wir einmal eine Demo gemacht und da ist drauf gestanden wir wollen nicht äh äh wir wollen gehört werden und so [...] und dann hab ich das dann äh in Foto gestellt und was geschrieben darüber“ (Wilma: 132 – 137).

Für Wilma stellen SNS demnach eine Möglichkeit dar, ihre Sensibilisierungsarbeit zu verbreiten. Erwin hingegen sensibilisiert direkt auf SNS:

„wo ich drauf geschrieben hab wenn sie sagt ja Jugend brauchen Arbeit und ich hab dann ein Statement abgegeben und hab geschrieben auch Menschen mit Behinderung brauchen Arbeit. Das sollte man auch berücksichtigen“ (Erwin: 71 – 74) und „*es gibt schon viele äh was drunter sagen [...] ja die [...] Menschen mit Behinderung haben eh Arbeit und so und dann geb ich wieder mein Kommentar drauf, ja?*“ (Erwin: 134 – 136).

Neben diesem Beitrag zu Lebenszusammenhängen von MmLS, nutzt Erwin SNS, um auf Barrieren im digitalen Raum aufmerksam zu machen: „*und man tut sie immer wieder hinweisen aber wird keine Rücksicht genommen. Kannst zwanzig Mal eine schreiben, dreißig Mal eine*

schreiben, äh dass man das in leichter Sprache schreibt“ (Erwin: 163 – 168) (siehe 7.5 Schwere Sprache).

Interessant ist auch, dass Erwin SNS als eine Art Informationsquelle wahrnimmt. Er erklärt „*in Facebook jetzt wird's interessanter, um die Meinungen zu hören was die reden. Und da kann ich meine Kommentare abgeben“ (Erwin: 141 – 143).* Für Erwin bieten SNS demnach eine Plattform, um die Meinungen anderer Personen zu erfassen. Wer ‚die‘ sind lässt sich hier nur mutmaßen. Eventuell sind es Personen, mit welchen Erwin sonst in seinem Alltag eher weniger zu tun hat. An einer anderen Stelle benennt er auch Politiker*innen als ‚die‘. So kann er auf SNS zum einen andere Meinungen wahrnehmen und zum anderen auch direkt auf diese reagieren.

Die beobachtete Sensibilisierung und Meinungsäußerung der *content creators* mit Lernschwierigkeiten kann als subtiler beschrieben werden. Es kann argumentiert werden, dass die gesamten Darstellungen der *content creators* eine Art Sensibilisierung sind. So kann Sichtbarkeit in einer ableistischen Medienlandschaft geschaffen werden und Vorurteile gegenüber MmLS entschärft werden (vgl. Hill 2017: 118) (siehe 2.4 Exkurs: *Fremddarstellungen*). Mit ihren Darstellungen zeigen sie sich aus ihren Perspektiven und klären ihre *Follower*innen* so stückweise über die Lebenszusammenhänge von MmLS auf. Ihre Sensibilisierungsmotive werden insbesondere an den genutzten *Hashtags* sichtbar. *Hashtags* wie „*#DownSyndromeAwareness“ (Ines, Post 21.03.20b, Locating Memo: 51 – 56) oder „#weareone #diversity #inclusion“ (Ines, Post 21.03.20: 14) machen unter anderem auf Trisomie 21, Diversität und Inklusion aufmerksam. Mit Wortspielen wie „#UpSyndrome, #Nothingdownaboutit, #DownRightPerfect“ (Ines, Post 21.03.20b, Locating Memo: 51 – 56) oder „#LoveDoesntCountChromosomes“ (Ines, Post 25.03.20, Caption: 21) soll die defizitorientierte Sichtweise vieler Menschen kritisiert werden. Weitere Hashtags gehen in Richtung *disability pride* „*#BornThisWay, #WouldntChangeAThing, #ShoutTheirWorth“ (Ines, Post 21.03.20b, Locating Memo: 51 – 56). Mit Hashtags wie „#DontLimitMe“ (Ines, Post 24.03.20, Caption: 6) oder „#SeeTheAbility“ (Ines, Post 21.03.20a, Caption: 10) sollen ableistischen Sichtweisen die Stirn geboten werden. Als kritischer Hashtag macht „#TheLuckyFew“ (Ines, Post 21.03.20b, Caption: 12) auf die Praktiken der Pränataldiagnostik und deren Konsequenzen für die *Down Syndrom Community* aufmerksam.**

Burch (2017: 1087f) beschreibt das Einsetzen von *Hashtags* auf SNS als Möglichkeit den bestehenden Vorstellungen der ‚Wertlosigkeit‘ des Lebens von MmLS ein starkes Gegenbild entgegen zu stellen. Auffallend bei der *Hashtagnutzung* der untersuchten *content creators* ist auch die Verknüpfung von Sensibilisierung und Werbung, beispielsweise

„#Makeup #WorldDownSyndromeDay“ (Ines, Post 25.03.20: 11). Auf diese Verknüpfung wird im späteren Verlauf nochmals vertiefend eingegangen (siehe 6.5 Werbung). Zuvor soll anhand eines Beispiels die Nutzung von audiovisuellem Material von *content creators* als Mittel zur Sensibilisierung/ Meinungsäußerung behandelt werden.

6.2.2 Beispiel der Sensibilisierung/ Meinungsäußerung mittels audiovisuellen Materials

In diesem Subkapitel soll ein Video, welches am 20.03.2021 (21.03.2021 in Australien), also am *World Down Syndrome Day*, gepostet wurde, behandelt werden. Das Video ist deshalb interessant, weil es einerseits bestehende Haltungen gegenüber von MmB rekonstruiert. Andererseits wird die Sichtweise der *content creator* Anne dargelegt. Der Zusammenhang von bestehenden Normen und Darstellungen von MmLS wird auch im dritten Ergebniskapitel eine wichtige Rolle einnehmen (siehe 8.2 Normen auf Sozialen Netzwerk Seiten)

Zum Video: die Videodauer beträgt vier Minuten. In der Beschreibung zum Video erklärt Anne, dass das Video ihre Gefühle und die Gefühle von Menschen mit Trisomie 21 wiedergeben soll. Das Video soll zeigen, wie es Menschen geht, welche jeden Tag daran erinnert werden „was die Welt von ihrer Existenz denkt“ (Anne, Post 20.03.20, Caption: 9 – 10; Übersetzung L.G.). Anne regt ihre *Follower*innen* dazu an, sich in Menschen mit Trisomie 21 hinein zu versetzen. Zudem bittet sie, das Video nicht zu einer Debatte über „Abtreibung und das Recht einer Frau zu Entscheiden“ (Anne, Post 20.03.20, Caption: 7 – 8; Übersetzung L.G.) ausarten zu lassen (siehe 7.4 Reaktionen von *Follower*innen*). Am Anfang des Videos blickt die Anne in die Kamera, stellt sich vor und fragt, wie der*die Zuschauer*in sich fühlen würde, wenn er*sie jeden Tag gesagt bekäme, er*sie hätte nie geboren werden sollen. Dazu werden Ultraschallbilder eingeblendet. Darauf folgt ein Zusammenschnitt von Videoreportagen, kurzen Audios, sowie Postern und Plakaten, welche vorwiegend für Pränataldiagnostik und die Abtreibung von Föten mit Trisomie 21 werben. Dann wird ein Text eingeblendet, der beschreibt wie Menschen mit Trisomie 21 oftmals gesagt bekämen, sie könnten nichts erreichen. Darauf werden Videoausschnitte von Anne als erfolgreiches Model und *content creator* eingeblendet. Es werden zwischendurch auch weitere Videos von anderen bekannten Menschen mit Trisomie 21 gezeigt. Dann spricht Annes Mutter darüber, dass MmLS oftmals etikettiert würden. Der letzte Teil des Videos, spricht das Thema der Biodiversitätskrise an. Am Ende spricht die Anne

wieder direkt in die Kamera und fragt, ob sie (die ‚Spezies‘³⁰ Trisomie 21) als nächstes ausgelöscht würde.

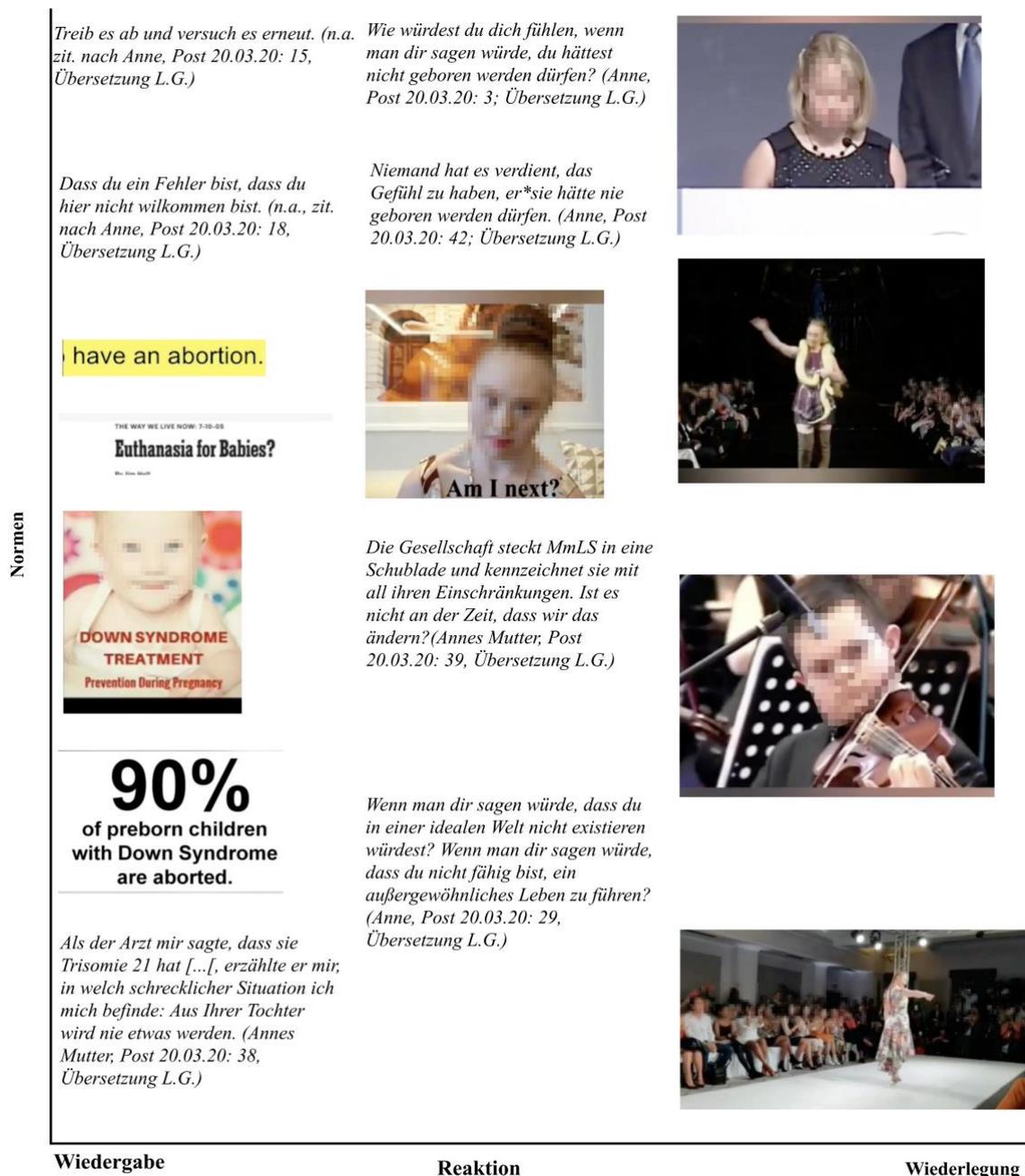


Abbildung 8: Positionsmap zu Positionen aus einem Sensibilisierungsvideo anlässlich des World Down Syndrome's Day, Beispiel für Sensibilisierung/ Meinungsäußerung von content creators mit LS auf Instagram

³⁰ Das Wort 'Spezies' wurde so wortwörtlich von Anne genutzt, weshalb ich es hier so wiedergegeben habe. Ich will damit in keinerlei Hinsicht implizieren, dass Menschen mit Behinderungen eine eigene ‚Spezies‘ bilden würden.

Abbildung 8 legt die unterschiedlichen Positionen in dem eben beschriebenen Video nochmals visuell offen. Allgemein lassen sich drei unterschiedliche Arten der Meinungsäußerung/Sensibilisierung im Video feststellen: die Wiedergabe von bestehenden Normen und Ansichten, die Reaktionen auf diese und ein Versuch der Widerlegung dieser. Zum einen werden bestimmte bestehende gesellschaftliche Ansichten zu Menschen mit Trisomie 21 und deren ‚Lebensrecht‘ wiedergegeben. Die Zitate und Ausschnitte sind schockierend und wirken sehr bedrohlich. Dies spiegelt sicherlich die Realität ab, eventuell sollen sie den*die Zuschauer*in allerdings auch schockieren. Eine zweite Art der Meinungsäußerung ist die Reaktion auf diese Normen. Es wird dargelegt, welche Auswirkungen bestehende Normen und Ansichten auf Menschen mit Trisomie 21 haben. Als dritte Art der Sensibilisierung wird versucht die Normen zu widerlegen. So wird ein Bild von Anne als erfolgreiches, bekanntes und liebenswertes Model gezeichnet, um eben zu zeigen dass Menschen mit Trisomie 21 sehr wohl etwas erreichen können. Auffallend hierbei ist die Tatsache, dass nur erfolgreiche Menschen mit Trisomie 21 erwähnt werden.

Die Analyse dieses Videos soll zeigen, wie *content creators* mit Lernschwierigkeiten audiovisuelles Material nutzen, um auf SNS zu sensibilisieren. Diese Sensibilisierung kann direkt und explizit sein. Sie findet allerdings auch oftmals implizit und durch das Zusammenspiel von Audio, Bild/ Video und Text statt.

6.3 ‚Normal‘-Sein

Die Häufigkeit mit welcher die Interviewteilnehmenden beteuern sie würden sich ‚normal‘ fühlen und darstellen, war auffallend. Demnach wurde der Wunsch nach Zugehörigkeit zum ‚*Mainstream*‘, zu den ‚Normalen‘ als Beweggrund identifiziert. Die Komplexität dieses Beweggrundes wird durch die folgende *Positionsmap* (siehe *Abbildung 9*) visualisiert.

Demzufolge ergeben sich zwei Achsen der Verschiedenheit: ‚normal sein‘ und ‚wie andere sein‘. Der Wunsch nach Zugehörigkeit zum ‚*Mainstream*‘ als Beweggrund für die Nutzung von SNS wurde bereits von Forschenden herausgearbeitet. So definieren Shpigelman und Gill (2014) das Gefühl sich „wie alle anderen“ (ebd.: 1608; Übersetzung L.G.) zu fühlen, als wichtigen Motivationsfaktor für die Nutzung von SNS durch MmLS. Auch Wilma erklärt, sie habe angefangen SNS zu nutzen, weil „viele das hatten und ich wollt das auch machen“ (Wilma: 225 – 226). Die Interviewteilnehmenden nutzen wiederholt umschreibende und unklare Ausdrücke wie ‚die‘, ‚die anderen‘ oder ‚viele‘. Dabei kann eine gewisse Distanzierung zum ‚*Mainstream*‘ registriert werden.

Wie bereits erwähnt, nutzen die Interviewteilnehmer*innen auffällig oft den Begriff ‚normal‘. Shpigelman (2017: 410) zufolge, bieten SNS eine Möglichkeit für MmLS sich ‚normal‘ zu fühlen. So erklärt Steffan, er fühle sich „*ganz normal. Nix besonderes*“ (Steffan: 145) während er SNS nutzt. Joachim fühlt sich ebenfalls „*wie ein normaler Mensch*“ (Joachim, Audio 2: 90) während seiner Nutzung. Ines verwendet zudem mehrmalig *Hashtags* wie „*#morealikethandifferent*“ (Ines, Post 24.03.21, Caption: 18). oder „*#weareone*“ (Ines, Post 20.03.21, Caption: 28). Dadurch wird die ‚Ähnlichkeit‘ zwischen Menschen mit und ohne Lernschwierigkeiten betont.

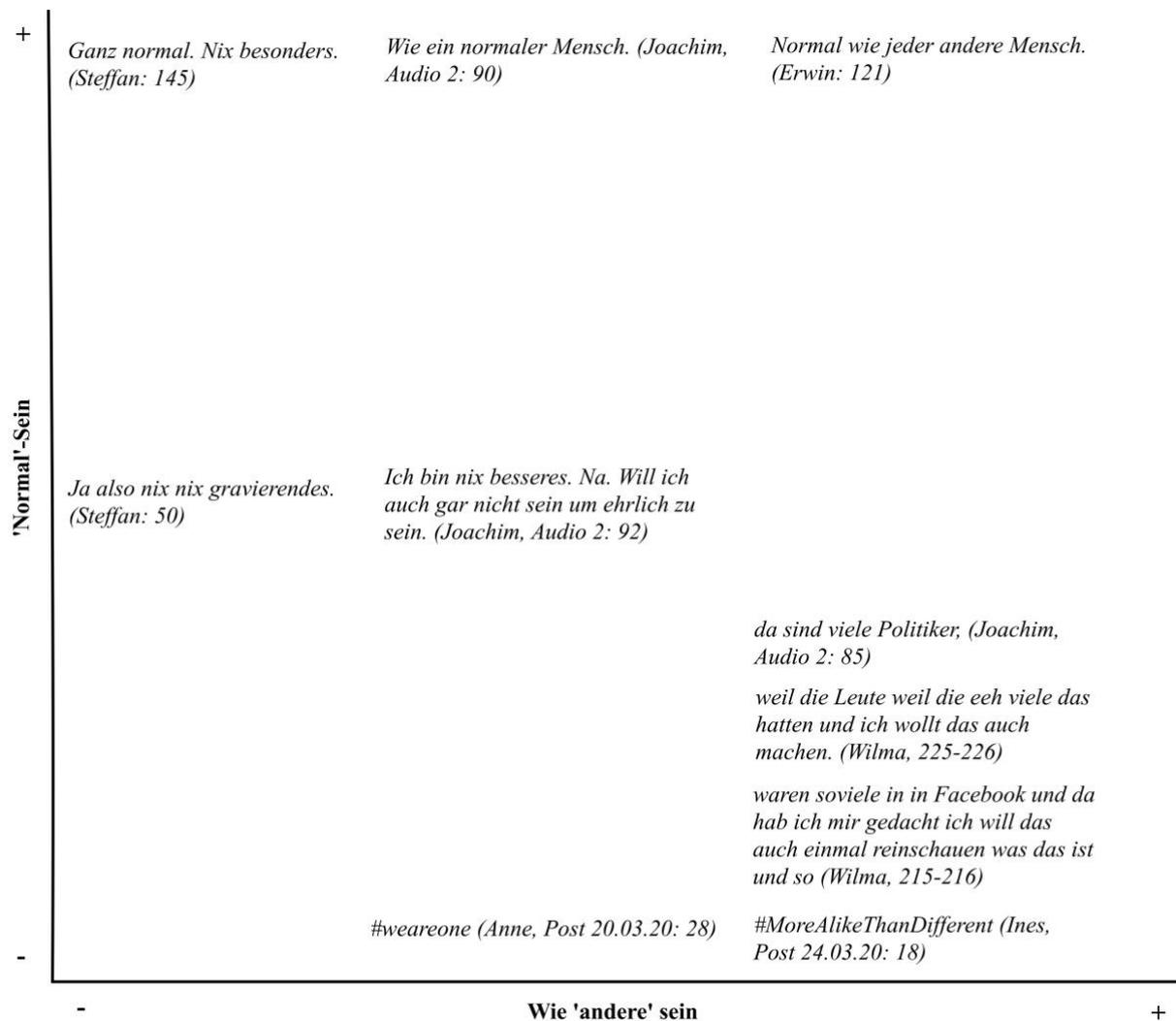


Abbildung 9: Positionsmatrix zum Thema ‚Normal‘-Sein, Wie ‚andere‘-Sein basierend auf beiden Datenquellen

Abschließend kann festgehalten werden, dass die untersuchten MmLS SNS sehr wohl nutzen, um sich ‚normal‘ zu fühlen und/ oder wie ‚andere‘ zu sein. Inwieweit ‚Normalität‘ und die ihr zugrundeliegenden Normen die Darstellungen von MmLS auf SNS beeinflussen, wird im

letzten Ergebnis- und Diskussionskapitel detaillierter erarbeitet (siehe 8. *Darstellung und Diskussion der Ergebnisse: „Wie ich bin als Mensch*).

6.4 Interaktion und Feedback

Die auf SNS gegebene Möglichkeit der Interaktion mit anderen SNS Nutzer*innen stellt vor allem für die Interview-Teilnehmenden einen wichtigen Beweggrund dar. Dabei unterscheiden sich zwei grundlegende Interaktionsformen: der individuelle und dialogische Austausch mit anderen Nutzer*innen einerseits und eine überwiegend eindimensionale Kommunikation nach dem Schema *Redner*in zum Publikum* andererseits.

Für Steffan stellt die ermöglichte Kommunikation auf SNS einen wesentlichen Beweggrund für seine Nutzung dar. Seine Darstellung beeinflusst dies dahingehend, dass er betont er würde SNS nur nutzen, um sich mit Freund*innen auszutauschen. Selbstdarstellungen seien für ihn hingegen kein Beweggrund. *„Nah das mach ich nicht. Ich hab Facebook eigentlich nur wegen dem Messenger“* (Steffan: 72 – 73) und *„Freunde sind mir wichtig aber Facebook ist nur so so nebenbei“* (Steffan: 147 – 148). Seine Darstellungen resultieren demnach unbewusst aus seiner Kommunikation mit anderen. Interessant ist, dass er SNS als Informationsmedium wahrnimmt: *„Facebook ist für mich nur (2s) äh ja Bedienungszweck. Wie wenn ich irgendwas wissen will geh ich auf Facebook, mehr mach ich nicht“* (Steffan: 265 – 267).

Neben dem direkten Dialog mit anderen Nutzer*innen, beschreiben die Teilnehmenden SNS als Möglichkeit zu einem ‚Publikum‘ zu sprechen. So werden andere Nutzer*innen oftmals als Kollektiv dargestellt. Die Reaktionen von diesem Kollektiv werden als mehr oder weniger anonym und homogen wahrgenommen. Joachim berichtet beispielsweise von Feedback zu seinen Meinungsäußerungen: *„da hab ich eine Antwort gekriegt: richtig so“* (Joachim, Audio 2: 54 – 55). Wilma erklärt *„mit der Kunst kann ich Werbung machen hm was ich so mach und so und dann die Bestätigung das ist mir auch wichtig“* (Wilma: 257 – 259). Für sie stellen SNS demnach eine wichtige Feedbackquelle dar. Auch an anderer Stelle berichtet sie *„manchmal denk ich mir mah die haben so wenig geliked und so das denk ich schon manchmal und dann freu ich mich wenn viel geliked haben und so“* (Wilma: 235). Auch Erwin stellt klar, dass er SNS nutzt, um seine Freund*innen und Bekannte über sich zu informieren:

„Ich stell mich gar nicht in dem Sinne dar, ich informiere auch meine Freunden und von meine Vernetzungen wo ich drin äh drauf bin, dass die anderen auch informiert sein was ich gemacht hab was ich net gemacht hab“ (Erwin: 55 – 57).

Zu möglichem Feedback äußert sich Erwin nicht. Dies lässt sich auch bei den beobachteten *content creators* feststellen: sie reagieren recht wenig auf Rückmeldungen ihrer *Follower*innen*.

Einerseits kann der Austausch mit SNS-Kontakten im Vordergrund stehen und Darstellungen können dabei höchstens ein Nebenprodukt sein. Andererseits kann die Möglichkeit der Interaktion mit anderen Nutzer*innen eine wichtige Feedbackquelle sein. Dabei wird das Publikum vorwiegend als Kollektiv verstanden. Teilweise spielt auch das Feedback nur mehr eine geringe Rolle und SNS werden als eindimensionale Kommunikationsplattform gegenüber anderer Nutzer*innen verwendet.

6.5 Werbung

Die Möglichkeit zu werben, kristallisierte sich insbesondere bei der Analyse (visueller) Diskurse als wichtiger Beweggrund zur Nutzung von SNS heraus. Die Bewerbung der Lebenszusammenhänge von Menschen mit Lernschwierigkeiten wurde in dieser Arbeit unter Sensibilisierung (siehe 6.2 *Sensibilisierung und Meinungsäußerung*) angeführt. Daher kann grob zwischen Eigenwerbung, sprich Bewerbung der eigenen Produkte und/ oder der eigenen Person und Werbung für Produkte anderer unterschieden werden. Beide Werbeformen sind nicht immer klar trennbar. Sie werden hier allerdings aus analytischen Gründen in zwei separaten Unterkapiteln dargelegt.

6.5.1 Eigenwerbung

Wie bereits in der Einleitung dieses Kapitels erwähnt, wird unter Eigenwerbung einerseits die Bewerbung eigener Produkte und andererseits die Bewerbung der eigenen Person verstanden. Die folgende *Positionsmap* (Abbildung 10) stellt diese Dynamik nochmals visuell dar.

Lediglich eine der vier Interviewteilnehmenden drückt aus, SNS zu nutzen um Werbung zu machen: „mit der Kunst kann ich Werbung machen“ (Wilma: 257 – 258). Werben ist ein wesentlicher Teil des *content creator*-Berufes, weshalb der Beweggrund besonders bei der Analyse der Darstellungen der *content creators* ersichtlich wird. So werden oftmals der eigene Name und/ oder die eigene Marke als *Hashtags* zu den Beiträgen hinzugefügt.

Als Werbung für die eigene Person kann vor allem die Profilierung in einem bestimmten Licht verstanden werden. So *postet* Anne mehrere Beiträge zu ihrer Teilnahme an einem *Charity-Event* für Herzkrankheiten bei Frauen. Damit kann sie ihren *Follower*innen* zeigen, dass sie engagiert ist, ein ‚guter Mensch‘ ist und sich für Angelegenheiten ‚ihrer‘ *Community* (Trisomie 21, Frauen) einsetzt.

Ines *postet* hingegen oftmals *Screenshots* von Beiträgen anderer *content creators* und/oder bekannter Personen. So teilt sie den *Screenshot* eines Beitrages einer bekannten Schauspielerin. In diesem schreibt letztere über Ines und deren tollen Eigenschaften und bewirbt eine gemeinnützige Organisation in welcher beide Mitglied sind. Indem Ines diesen Beitrag teilt, kann sie einerseits den Inhalt verbreiten. Andererseits kann sie sich gegenüber ihren *Follower*innen* als bekannte und vernetzte Person profilieren.



Abbildung 10: Positionsmap zum Thema Eigenwerbung basierend auf beiden Datenquellen

Oftmals ist die Bewerbung eigener Produkte und jene der eigenen Person miteinander verknüpft. So *postet* Anne beispielsweise das Bild eines Zeitschriftencovers, auf welchem sie abgebildet ist. Somit zeigt und bewirbt sie einerseits das Produkt der Zeitschrift. Andererseits

kann sie sich als Person, welche auf einem Zeitschriftencover abgebildet ist, profilieren. Auch Ines teilt wiederholt per *Hashtag* den Namen einer Dokumentationsserie, bei welcher sie mitgewirkt hat, mit. In einem *Post* zur Covid-19 Pandemie und den dazugehörigen Maßnahmen, bittet sie ihre *Follower*innen* zuhause zu bleiben und empfiehlt ihnen die Dokumentationsserie anzuschauen.

Ein Beispiel für die Kombination der Bewerbung eigener Produkte, der eigenen Person, sowie Produkten anderer ist der *Screenshot* eines Beitrags einer anderen bekannten **Instagram**-Nutzerin (siehe *Abbildung 10*, rechts mittig). Dabei hat Ines letztere gebeten, einen Werbefilm/Dokumentationsfilm (siehe 6.5.2 *Werbung für Produkte anderer Unternehmen*) von Ines zu teilen. Ines *postet* dann einen *Screenshot* der *Story*³¹ dieser Nutzerin, in welchem diese Ines und ihr ‚Produkt‘ bewirbt. So kann Ines einerseits die Reichweite der Bewerbung ihres Produktes erweitern. Andererseits kann sie sich als bekannte und vernetzte Person, welche bei einem Werbefilm mitgewirkt hat und über welche andere *content creators* *posten*, profilieren.

6.5.2 Werbung für Produkte anderer Unternehmen

Wie bereits erwähnt, ist die Bewerbung von Produkten anderer nicht immer klar von der Eigenwerbung trennbar. So ist beispielsweise unklar, ob die Werbung des Mitwirkens an einer Dokumentationsserie als Eigenwerbung oder Werbung für andere zu deuten ist. Die Werbung für andere Unternehmen weist in den analysierten Profilen eine spannende Dynamik zwischen Werbung und Sensibilisierung auf.

Abbildung 11 zeigt das Verhältnis zwischen Werbung und der kapitalistischen Logik auf SNS einerseits und Sensibilisierungsmotiven andererseits. Der Großteil der abgebildeten Positionen stammt aus einem Werbevideo, welches von Ines am 21.03.21 (*World Down Syndrome Day*) *gepostet* wurde und bereits einige Male in dieser Arbeit erwähnt wurde. Einerseits stellt das Video Ines als individuelle Person dar: sie spricht über sich, ihre Wünsche, Vorlieben, Zukunftsvorstellungen und so weiter. Andererseits bewirbt sie die Kosmetiklinie der Kosmetikkette, welche das Video in Kooperation mit Ines produziert hat. So endet das Video, indem Ines direkt in die Kamera schaut und sagt, sie wolle, dass jede*r realisiere wie schön er*sie sei. Diese Szene wird dann ausgeblendet und das Logo der Kosmetikkette (siehe *Abbildung 11*, rechts oben) wird eingebildet. Auch die genutzten *Hashtags* in der

³¹ *Stories* sind im Gegenteil zu festen Beiträgen nur vierundzwanzig Stunden sichtbar. Während feste Beiträge im Newsfeed der *Follower*innen* angezeigt werden, muss der*die *Follower*in* auf die *Story* klicken, um diese anzusehen.

Beschreibung des Videos demonstrieren den Zusammenhang von Werbung und Sensibilisierung. So folgt dem sensibilisierenden *Hashtag* „#DontLimitMe“ (Ines, Post 21.03.20a: 2). beispielsweise ein *Hashtag* mit dem Namen der Kosmetikkette. Ein weiteres Beispiel ist die konsequente Nutzung der *Hashtags* „#LoveDoesntCountChromosomes #Beauty #Beautiful #GlutenFree #GlutenFreeMakeup“ (Ines, Post 21.03.20a: 17 – 20). Diese Nutzung fällt auch bei einem anderen *Post* auf. Am 22.03.20 zeigt sich Ines stark geschminkt auf einem *Beauty*-Bild und bewirbt abermals eine Kosmetiklinie der Kosmetikkette. Sensibilisierungsarbeit leistet sie dabei erneut durch die angeführten *Hashtags* „#WorldDownSyndromeDay #DownSyndrome #UpSyndrome“ (Ines, Post 22.03.20: 11) (siehe *Abbildung 11*, rechts mittig).



Abbildung 11: Positionsmap zum Thema Werbung/ Sensibilisierung basierend auf (visuellen) Diskursdaten auf ausgewählten Instagram-Profilen

Neben dieser expliziten Werbung ist besonders das Zusammenspiel von Audio und Bild im Video interessant. So erzählt Ines sie würde allein leben und studieren. In ihrer Zukunft plant sie zu heiraten und Kinder zu haben (*Abbildung 11* mittig oben). Diese Aussagen können als sensibilisierend gedeutet werden, da sie viele bestehende Vorurteile über MmLS (Beispiel: abhängig, ‚bildungsunfähig‘, asexuell usw. siehe 2.4 *Exkurs: Fremddarstellungen* und 2.5 *Modelle von Behinderung*) dekonstruieren und ein realistisches und alltagsnahes Gegenbild dazu entwerfen. Zu diesem Audio werden Bilder von Ines beim Schminken und Einkaufen von Kosmetik in einer Filiale der Kosmetikkette eingeblendet. Der Ton übernimmt demnach die Sensibilisierungsarbeit, wobei die Bilder vorwiegend werben. In einer weiteren Szene wünscht sich Ines, dass die Welt wisse, dass „*eine Behinderung [...] kein schlechtes Benehmen oder eine schlechte Angewohnheit*“ (Ines, *Post* 21.03.20a: 80 – 81; Übersetzung L.G.) sei. Dieses Audio wird von visuellen Szenen von Ines und ihrer Mutter in einem Laden der Kosmetikkette begleitet. Diese Beispiele verdeutlichen, wie Sensibilisierung und Werbung zusammenspielen können.

Um die Verknüpfung von Werbung und Sensibilisierung zu legitimieren, erzählt Ines, dass sie später einmal ihre eigene Kosmetiklinie besitzen möchte. Zudem erläutert sie, dass sie sich gerne glitzernd schminkt. Es wird angedeutet, dass dies aufgrund ihrer Hautkrankheit nicht immer möglich sei. Das beworbene *Makeup* ist glutenfrei und kann somit problemlos von Ines benutzt werden (siehe *Abbildung 11*, mittig unten). Stellenweise entsteht der Eindruck, Ines würde wegen ihrer Hautkrankheit Werbung für das Produkt machen. Zudem wirkt es so, als sei Schminken für sie etwas Besonderes, nur schwer Erreichbares und dies wäre ihr nun durch die ‚besondere‘ Kosmetiklinie ermöglicht worden. Durch das Video kann Ines teilweise ein neues Publikum bezüglich MmLS und deren Lebenszusammenhänge sensibilisieren. Zudem kann sie sich als Kosmetikmodel profilieren. Die Kosmetikkette kann mithilfe von Ines ihr ‚besonderes‘ Produkt bewerben. Zudem kann sie sich als ‚inklusive‘ und ‚engagierte‘ Marke inszenieren. Ein weiterer *Post* bezüglich der Covid-19 Pandemie (siehe *Abbildung 11*, links oben) soll hier erwähnt werden. Hier bittet Ines ihre *Follower*innen* sich an die Maßnahmen zu halten, denn dies wäre besonders für Menschen „*wie sie* [Ines; Anm. L.G.]“ (Ines, *Post* 23.03.20: 7; Übersetzung L.G.) wichtig. Auch hier kann von einer gewissen Instrumentalisierung von Behinderungen gesprochen werden: wegen ihrer Behinderungen ist Ines scheinbar besonders gefährdet und ihre *Follower*innen* sollen sich daher ihr zuliebe an die Maßnahmen halten. Bezüglich Instrumentalisierungen merkt Chiu (2019: n.a.) an, dass diese Herausforderungen für MmLS darstellt. Letztere müssten sich rechtfertigen und ihre Werbeaktionen legitimieren, damit ihre Sensibilisierungsarbeit nicht abgewertet wird. Dass Menschen ohne Behinderungen

ihre ‚Qualitäten‘ ebenfalls instrumentalisieren, beziehungsweise Darstellungen mit wirtschaftlichem Hintergrund trotzdem bildend sein können, wird in dieser Kritik ausgeblendet (vgl. ebd.: n.a.).

6.6 Zusammenfassung der Ergebnisse: Beweggründe

Im Rahmen dieser Arbeit wurden fünf zentrale Beweggründe zu Darstellungen von MmLS auf SNS konstatiert. Zum einen werden SNS genutzt, um Facetten hervorzuheben, welche für die Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten wichtig sind. Somit können sie sich über das *Label* der Lernschwierigkeiten hinaus präsentieren. Dabei kann die, in der digitalen Sphäre mögliche, Kontrolle darüber, wann, welche Informationen mit wem geteilt werden, interessant sein.

Die Möglichkeit der Meinungsäußerung bildet einen weiteren wesentlichen Beweggrund. Zudem können Darstellungen auf SNS dazu genutzt werden SNS-Kontakte zu sensibilisieren und die eigene Sichtweise auf bestimmte Themen darzulegen.

Der Wunsch ‚normal‘ zu sein kann einen weiteren Beweggrund darstellen. In den Interviews betonen die Teilnehmenden immer wieder sie würden sich ‚normal‘ präsentieren. Als möglicher Beweggrund SNS beizutreten, nennen einige Teilnehmenden die SNS-Nutzung anderer Personen. Auch die *content creators* versuchen mittels *Hashtags* die ‚Normalität‘ von MmLS zu propagieren.

Ein vierter Beweggrund zu Darstellungen auf SNS ist die Möglichkeit der Interaktion mit anderen Menschen. Dazu gehört auch die Möglichkeit Rückmeldungen von anderen Personen zu erhalten. Ein Interviewteilnehmer erklärt, er würde SNS hauptsächlich nutzen um sich mit Freund*innen auszutauschen. Andere beschreiben, sie würden sich über Feedback zu ihren Beiträgen auf SNS freuen.

Als letzter Beweggrund konnten die vorhandenen Werbemöglichkeiten auf SNS identifiziert werden. So kann sich auf SNS in einem bestimmten Licht inszeniert werden, um dabei die eigene ‚Marke‘ zu bewerben. Zudem werden SNS nicht selten als Werbepattform für Produkte genutzt. Einerseits werden eigene Produkte über Darstellungen auf SNS beworben. Andererseits werden Kooperationen mit Werbepartner*innen eingegangen, um deren Produkte zu vermarkten. Dabei fällt das Zusammenwirken von Werbung und Sensibilisierung besonders auf.

7. Darstellung und Diskussion der Ergebnisse: Herausforderungen

In diesem Kapitel soll sich der zweiten Subfrage (*Welche Herausforderungen gibt es bei Darstellungen von Menschen mit Lernschwierigkeiten auf SNS?*) angenähert werden (siehe 3.

Forschungsstand, Forschungslücke und Hinführung zur Forschungsfrage). Dabei wurden vor allem Herausforderungen bezüglich der allgemeinen Nutzung von SNS angeführt. Diese gelten jedoch logischerweise auch für Darstellungen auf SNS. *Abbildung 12* visualisiert unterschiedliche Quellen der Herausforderungen. Zudem werden die Dynamiken zwischen Herausforderungen und Bewältigungs- und Schutzmechanismen erkennbar. Die unterschiedlichen Ursprünge der Herausforderungen sind zusammenhängend und wechselwirkend. So sind technische und plattformbedingte Herausforderungen immer auch menschengemacht. Herausforderungen gegenüber anderen Nutzer*innen sind hingegen auch im Kontext der plattformspezifischen und technischen Bedingungen zu betrachten. Demnach werden sie im weiteren Verlauf nicht separat dargestellt. Die Abbildung ist ein Versuch die Ergebnisse ansatzweise zu strukturieren. Dieses Kapitel speist sich stark aus den Interviewdaten, da Herausforderungen bei der Analyse (visueller) Diskursdaten nur selten erkennbar wurden.

Herausforderungen		Strategien	
'menschlich'	<i>Mobbing was mich sehr ärgert ist eben, dass die meisten auf behinderte Menschen losgehen und so so urghh (Joachim, Audio 2: 112-113)</i>	<i>schwer ist bei Facebook meistens schwere Sprache [...] Und man tut sie immer wieder hinweisen aber wird keine Rücksicht genommen. Kannst zwanzig Mal eine schreiben, dreißig Mal eine schreiben, ehh dass man das in leichter Sprache schreibt (Erwin: 162-168)</i>	<i>dass sie nur jemanden nehmen die [...] was sie kennen und wenn jemand irgendwas komisches postet was einem nicht gefällt dann [...] entweder in die Freundschaftsliste äh verlassen oder wenns total arg ist blockieren. (Wilma: 330-333)</i>
	<i>Ja nicht posten oder nicht teilen. Einfach nicht anklicken. (Steffan: 184)</i>	<i>Weil ich nicht gewusst habe ob da ob da jetzt urviele eeh urviele fremde Personen und ich hab mich da noch nicht so ausgekannt. (Wilma: 186-187)</i>	<i>wenn da wer jetzt reinkommt und schreibt eine Anfrage ob zu bestätigen schau ich mir erstmal an und wann ich das Gefühl hab nah die Person kenn ich net nehm ichs gar nicht an (Erwin: 188-190)</i>
	<i>Sollten mehr sollten da schützen. Sie sollten auch äh schaum dass da nicht jeder [...] was raufposten kann ja. (Steffan: 179-181)</i>	<i>Jaja naja mal soweit gehn wie man sich fühlt. (Joachim, Audio 2: 141)</i>	<i>Deswegen sag ich ja immer man muss aufklären. Man muss die Leute einfach aufklären. Es ist traurig, [...] dass ich das sagen muss aber es ist so. Wenn wir [...] net drauf aufpassen dann joa dann wird das immer schlimmer. (Steffan, 232-235)</i>
	<i>keine Spiele annehmen und so, weil über Facebook ja Spiele kommen und da kommt man gleich in Gefahr herrein. (Erwin: 200-201)</i>	<i>Ich finde es gehört viel mehr Aufklärungsarbeit über Facebook, Messen- äh Whatsapp da gehört viel mehr gemacht im Social Media ja. (Steffan: 111-113)</i>	<i>Jemanden[...] fragen dir helfen kann, das erklären kann, wies funktioniert. (Joachim, Audio 2: 125-126)</i>
	<i>Nein! Ich muss mir das noch genauer suchen was sich da verändert hat und so aber ich tu dann immer auf weiter. Vielleicht ist das eh nicht so gut. Vielleicht gibts da irgendwie Schütz Schutz oder so. (Wilma: 310-313)</i>	<i>Ja dass sie einfach besser und leichter auf Facebook kommen, dass die die Passwörter net so schwierig sind, dass der Zugang leichter ist [...] und ja dass eigentlich jeder Facebook nutzen kann. (Steffan: 115-117)</i>	<i>ich hab mich nicht so gut ausgekannt und dann hat das [...] die [Tagesstruktur] - ich bin in einer Tagesstruktur - und dann hat das [...] die Öffentlichkeitsarbeit für mich gemacht. (Wilma: 226-229)</i>
technisch			
passiv			aktiv

Abbildung 12: Positionsmap zum Thema Herausforderungen basierend auf den Interviewdaten

Aus den Interviews ergab sich ein Zusammenhang zwischen Herausforderungen und Bewältigungs- und Schutzstrategien. So wurden selten ‚bloß‘ problematische Aspekte der Darstellungen von MmLS auf SNS genannt. Vielmehr boten die Interviewteilnehmer*innen in der Mehrzahl der Fälle, mögliche ‚Lösungen‘ zu den genannten Herausforderungen. Die allgemeine Einteilung in die drei herausgearbeiteten Kategorien, sowie der Zusammenhang zwischen Herausforderungen und Bewältigungsstrategien wird in *Abbildung 12* nochmals visualisiert. Die unterschiedlichen Herausforderungen und Bewältigungsstrategien werden nach der Häufigkeit, mit welcher sie in den Interviews aufgekommen sind, angeführt. Demnach wird mit der Herausforderung *Zugang*, welche am häufigsten auftauchte, begonnen.

7.1 Zugang

Bisherige Forschung identifiziert das Fehlen von geeigneten Geräten, das Design dieser Geräte, sowie das Design von *Apps* und Webseiten als größte bestehende technische Barrieren im Zugang zu SNS für MmLS (vgl. Caton/ Chapman 2016: 21)³². Demnach stellt das *Universal Design* von SNS eine wichtige Bedingung dar, Darstellungen von MmLS auf SNS zu ermöglichen (*siehe 2.2 Soziale Netzwerk Seiten (SNS) und Universal Design*). Der (fehlende) Zugang zu SNS wurde von allen Teilnehmenden erwähnt. So schildern auch Teilnehmer*innen, welche ansonsten angaben, gut mit SNS zurecht zu kommen, von einem erschwerten Zugang. Wilma erzählt beispielsweise: *„Ist nicht so schwer. Außer das Dings ist schwer, das äh dass man ein Profil erstellt. Aber vielleicht hat sich das auch geändert das weiß ich nicht“* (Wilma: 279 – 283). Auch Steffan erklärt: *„das Einstellen und das Anmelden war ziemlich kompliziert weil ich mich da noch nicht so gut ausgekannt habe“* (Steffan: 107 – 108). Konkret fordert Steffan, *„dass die die Passwörter net so schwierig sind, dass der Zugang leichter ist (3s) und ja, dass eigentlich jeder Facebook nutzen kann“* (Steffan: 115 – 117).

Steffan erläutert überdies, dass der (nicht gegebene) Besitz eines digitalen Endgeräts eine weitere Barriere im Zugang zu SNS sein kann:

„Er [MmLS; Anm. L.G.] muss zuerst einmal ein Smartphone haben. Wenn er kein Smartphone hat dann kann er net auf Facebook gehen [...] die meisten Menschen mit Behinderung haben zwar eh ein Smartphone kennen sich aber wenig aus ne“ (Steffan: 120 – 126).

³² Vertiefend zu technischen Barrieren siehe z.B. Davies et al. 2015; Delgado et al. 2019; Keskinen et al. 2012/ Kydland et al. 2012; McClimens/ Gordon 2009

Eine weitere Herausforderung stellen die Privatsphäre³³- und Sicherheitseinstellungen dar.

Wilma räumt ein, dass diese Einstellungen sie teilweise überfordern:

„Ich muss mir das noch genauer suchen was sich da verändert hat und so aber ich tu dann immer auf weiter. Vielleicht ist das eh nicht so gut. Vielleicht gibt's da irgendwie [...] Schutz oder so. Das muss ich mir noch genauer anschauen.“ (Wilma: 310 – 313).

Wilma ist sich bewusst, dass die Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen einen gewissen Schutz bieten können. Allerdings hat sie sich bisher noch nicht hinlänglich damit auseinandergesetzt. Erwin exprimiert, dass die Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen für ihn eine Einschränkung darstellen:

„Nah denk i i denk in net nach drüber. Weil sonst wenn man das nachdenkt äh wird das dann zu schwierig zu zu schreiben weil wenn sich net viel auskennt oder (4s)“ (Erwin: 180 – 182).

Demzufolge meidet Erwin sich mit Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen zu befassen da er das Gefühl hat, sich sonst gar nicht mehr richtig ausdrücken zu können.

Demnach gibt es einige Herausforderungen im Zugang zu SNS. Als erstes braucht der MmLS überhaupt ein Gerät mit Internetverbindung. Dann bedarf es eines Wissens bezüglich der Nutzung dieses Gerätes. Das Registrieren und Erstellen eines Profils ist eine weitere Herausforderung. Die obligatorische Verwendung *schwieriger Passwörter* (z.B. Groß- und Kleinbuchstaben, Zahlen, Symbole usw.) bildet eine weitere Herausforderung. Als mögliche Bewältigungsstrategie fordert Steffan eingehendere Aufklärung für MmLS:

„Ich find, dass [...] Facebook vereinfacht werden sollte, damit sich jeder eigentlich einloggen kann und äh jeder keine Probleme hat auf Facebook äh da seine Profile äh zu machen ja. Ich finde es gehört viel mehr Aufklärungsarbeit über Facebook, Messen– äh WhatsApp da gehört viel mehr gemacht im Social Media ja“ (Steffan: 108 – 113).

Steffan ist demnach der Meinung, dass einerseits die Einstellungen so verändert werden sollten, dass es weniger technische Herausforderungen gibt. Andererseits reklamiert er eine Aufklärung von MmLS über die technische Nutzung von SNS. Wilma gibt an, sich Hilfe zu holen, um bestehenden technischen Herausforderungen zu begegnen:

³³ Aufgrund der Verschmelzung der öffentlichen und privaten Sphäre in der digitalen Welt, ist es schwierig überhaupt von Privatsphäre zu sprechen. Es ist demnach unklar, ob Informationen welche sich online befinden überhaupt noch privat sein können. Demnach fallen hier jene Daten, über welche der*die Nutzer*in die Kontrolle hat, unter Privatsphäre (vgl. Schmidt 2018: 35).

„Also wenn sie [MmLS; Anm. L.G.] das gern hätten und und nicht wissen wie 's funktioniert können sie ruhig jemanden fragen, das macht sicher jemand. Und es ist eigentlich sehr sehr lustig und es ist eigentlich auch mit Bildern beschrieben was man machen muss und so. Ich find das nicht schwierig“ (Wilma: 324 – 327).

Wilma erwähnt in dem Kontext, dass sie am Anfang ihrer SNS-Nutzung umfangreiche Unterstützung von Mitarbeiter*innen des Dienstleisters, bei welchem sie beschäftigt ist, erhielt. Bedingungen dafür sind jedoch, dass der MmLS erstens ‚fähig‘ ist sich Hilfe zu holen und dass der*die Unterstützer*in zweitens auch bereitwillig und ‚fähig‘ ist zu helfen (vgl. Chadwick 2019: 184).

Dieses Unterkapitel zeigt, dass es einen dringenden Bedarf an einem *Universal Design* (siehe 2.2 *Soziale Netzwerk Seiten (SNS) und Universal Design*) von SNS gibt. Demnach sollten SNS so gestaltet sein, dass MmLS diese nutzen können ohne beispielsweise Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen lediglich ‚ignorieren‘ zu müssen. Ein eingeschränkter Zugang, sowie das Vorhandensein von technischen Barrieren führen unweigerlich zu einer Einschränkung der Darstellungen von MmLS auf SNS. So muss die Person als erstes einmal Zugang zu SNS haben, um sich überhaupt darstellen zu können. Technische ‚Barrieren‘, wie etwa die Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen können darüber hinaus dazu führen, dass der MmLS sich nur eingeschränkt ausdrücken kann.

7.2 Implizites Wissen bezüglich der Funktionsweise von Sozialen Netzwerk Seiten

In diesem Unterkapitel geht es vorwiegend um bestimmte Verhaltensmuster, welche bei der Nutzung von SNS an den Tag gelegt werden sollten. Alle Teilnehmenden berichten von einer anfänglichen Zurückhaltung bei ihrer SNS-Nutzung. Wilma erklärt *„weil ich nicht gewusst hab ob da [...] jetzt urviele äh fremde Personen [sind; Anm. L.G.] und ich hab mich da noch nicht so ausgekannt“* (Wilma: 186 – 187). So haben alle Teilnehmenden Zeit gebraucht, um sich mit der Funktionsweise von SNS vertraut zu machen und die geltenden Verhaltensmuster zu ‚inkorporieren‘. Steffan betont den Bedarf an einem Unterstützungsangebot:

„Deswegen sag ich ja immer man muss aufklären. Man muss die Leute einfach aufklären. Es ist traurig, dass man das sa_dass ich das sagen muss aber es ist so. Wenn wir wenn wir net drauf aufpassen dann joa dann wird das immer schlimmer“ (Steffan: 232 – 235).

Steffan fordert: *„mehr Aufklärungsarbeit über Facebook [...] da gehört viel mehr gemacht im Social Media ja. Es wird viel zu wenig Aufklärungsarbeit gemacht [...] für Menschen mit Behinderung ja“* (Steffan: 111 – 113). Steffan spricht dabei technische Wissenslücken an. Es geht ihm allerdings auch um Wissenslücken im Umgang mit SNS. Als Beispiel gibt er an,

Beiträge von Personen, welche politisch völlig anders eingestellt waren als er selbst, geteilt zu haben, ohne sich deren politischen Einstellungen bewusst zu sein.

„Ich werd dann immer aufmerksam gemacht von ein paar Freunden, dass man das nicht, das ich das nicht posten [...] hätte sollen weil ja (3s) weil das halt, ich hab vor kurzem einmal etwas ge-äh-gepostet das war von einem [politisch orientierte Person; Anm. L.G.], aber ich hab's nicht gewusst, ja?“ (Steffan: 224 – 229)

Steffan denkt, dass MmLS teilweise nicht genügend darüber aufgeklärt sind, wer von ihren SNS-Kontakten welche Ansichten vertritt. Eine Bewältigungs- und Schutzstrategie als Folge dessen ist es MmLS intensiver über die Nutzung von SNS aufzuklären.

Eine weitere mögliche Bewältigungs- und Schutzstrategie ist es, SNS schlichtweg weniger zu nutzen. Steffan rät *„nicht posten oder nicht teilen. Einfach nicht anklicken“* (Steffan: 184). Joachim schlägt eine weniger drastische Version vor und empfiehlt *„mal soweit gehn wie man sich fühlt“* (Joachim, Audio 2: 141). Wilma erinnert sich an ihre anfänglichen Unsicherheiten und erzählt: *„das war ganz ganz [am; Anm. L.G.] Anfang da hab ich so gehabt dass ich einen anderen Namen genommen habe“* (Wilma: 179 – 180). Wilma schützte sich, indem sie ihren Namen verschwieg.

Wissenslücken beim impliziten Wissen über die SNS-Nutzung können Darstellungen ebenfalls einschränken. So können Unsicherheiten dazu führen, bestimmte Informationen nicht preiszugeben. Zusätzlich kann ein Unwissen dazu führen, dass bestimmte Inhalte mit welchen sich der MmLS eigentlich überhaupt nicht identifiziert, trotzdem geteilt werden. Infolgedessen kann die Person aus Unsicherheit SNS nur mehr geringfügig nutzen.

7.3 Cybermobbing

Aufgrund der Sensibilität des Themas des Mobbings wird in diesem Subkapitel nur allgemein über die Erfahrungen der Teilnehmer*innen berichtet. Zu erwähnen ist, dass alle interviewten Personen bereits mit Cybermobbing konfrontiert waren. Wilma erzählt beispielsweise *„der hat auch was Urschlimmes gepostet“* (Wilma: 297 – 301). Joachim ärgert sich darüber, dass *„die meisten [mobbenden Menschen; Anm. L.G.] auf behinderte Menschen losgehen und so so urgh“* (Joachim, Audio 2: 112 – 113). Generell scheint die Gefahr des Cybermobbing vor allem von SNS-Kontakten, welche man nicht von Angesicht zu Angesicht kennt, auszugehen. So erklärt Wilma:

„wenn man sich nicht so auskennt. Wenn der andere sich nicht so dem was man vertraut nicht so auskennt kann leicht passieren dass man dann [...] eh Freunde hat die was man nicht kennt

und so und dann kann leicht was passieren, dass man gemobbt wird und so“ (Wilma: 346 – 351).

Ein folgerichtiger Bewältigungs- und Schutzmechanismus ist es demnach schlichtweg keine von Angesicht unbekanntem SNS-Kontakte anzunehmen. So empfiehlt Wilma *„nur jemanden nehmen die was sie [...] kennen“ (Wilma: 330 – 333)*. Diese Strategie beinhaltet jedoch eigene Herausforderungen. Wilma schildert, wie es dazu kommt, ‚fremde‘ SNS-Kontakte zu haben:

„ich hab immer gedacht m_m das sind eh die was ich kenne oder so und bin dann immer so jajaja runtergegangen, dabei warn das fremde Menschen. Ja jetzt sind die halt auch dabei“ (Wilma: 317 – 320).

Hierbei werden Verstrickungen zwischen Herausforderungen bezüglich anderer Nutzer*innen und plattformbedingten Herausforderungen sichtbar. Die technische Aufbereitung von SNS führte dazu, dass Wilma nicht klar unterscheiden konnte, welche Personen sie kennt und welche nicht. Dies bewirkte, dass sie ‚fremde‘ SNS-Kontakte annahm. Alle Teilnehmer*innen betonen die Wichtigkeit die eigenen SNS-Kontakte zu prüfen. Dabei gibt es einen impliziten Konsens darüber, dass ‚fremde‘ Kontakte gefährlich sein können. Indes schwingt stetig mit, dass die Verwaltung der SNS-Kontakte nicht immer einfach sei.

Eine weitere Bewältigungsstrategie gegenüber Cybermobbing ist es die mobbende Person als SNS-Kontakt zu entfernen oder zu blockieren³⁴. So erklärt Wilma *„wenn jemand irgendwas Komisches postet was einem nicht gefällt dann ehm entweder die Freundschaftsliste äh verlassen oder wenn’s total arg ist blockieren“ (Wilma: 330 – 333)*. Joachim versucht es in der Regel mit direktem Kontakt. So schreibt er die Personen an und versucht nachzuvollziehen, warum sie mobben. Daraufhin löscht er die Personen dann allerdings: *„sag ich ok passt, ich will ehrlich sein [du; Anm. L.G.] bist weg“ (Joachim, Audio 2: 187)*.

Erwin versucht hingegen Situationen, in welchen er mit Mobbing konfrontiert sein könnte, schlichtweg zu umgehen: *„na da tu ich mich net einklinken“ (Erwin: 210)*. Erwin drückt aus, dass er SNS stark nutzt, um seine Meinungen auszudrücken. Indem er sich *net einklinkt*, zieht er sich aus strittigen Diskussionen zurück.

³⁴ Beim Entfernen ist man einfach nicht mehr mit der Person verknüpft. Je nachdem wie die Privatsphäre Einstellungen eingestellt sind, kann diese Person dann bereits keinen Kontakt mehr aufnehmen. Blockieren geht noch einen Schritt weiter. Dabei kann die Person in keinem Fall mehr Kontakt zu einem aufnehmen. Auf vielen Plattformen ist man für die Person auch nicht mehr sichtbar. Auf *Facebook* beispielsweise ist die Person für einen selbst ebenfalls nicht mehr sichtbar.

Steffan fordert, dass es mehr Schutz ‚von oben‘ geben sollte: *„eigentlich sollte man die Menschen verfolgen und ihnen eine Strafe äh man sollte sie strafen, weil das ist nicht in Ordnung“* (Steffan: 251 – 254). Steffan artikuliert, er würde sich teilweise machtlos fühlen und betont mehrmals den Handlungsbedarf politischer Entscheidungsträger*innen.

Der Herausforderung Cybermobbing sind bereits alle Teilnehmenden der Interviews begegnet. An den hier aufgezeigten Schutz- und Bewältigungsmechanismen wird die Vielfältigkeit der Teilnehmenden sichtbar. So werden integrierte Schutzmechanismen der Plattformen (z.B. Löschen) genutzt, es wird versucht prekäre Situationen zu umgehen und es wird verlangt, dass politische Entscheidungstragenden die Plattformen (noch) sicherer machen. Cybermobbing wirkt möglicherweise auf Darstellungen von MmLS auf SNS, indem sich der MmLS weniger stark ausdrückt, um Cybermobbing zu umgehen.

7.4 Reaktionen von *Follower*innen*

Als weitere Herausforderung in diesem Subkapitel sollen hier die Reaktionen anderer Nutzer*innen beziehungsweise *Follower*innen* angeführt werden. Diese Herausforderung ergab sich aus den (visuellen) Diskursdaten der beobachteten *Instagram*-Profile. Zu dem bereits besprochenen Sensibilisierungsvideo von Anne (siehe 6.2.2 *Beispiel der Sensibilisierung/ Meinungsäußerung mittels audiovisuellen Materials*) schreibt diese in der *Caption*³⁵:

„Wie bereits erwähnt, ist dies keine Botschaft über das Recht zu entscheiden [Selbstbestimmungsrecht/ Abtreibungsrecht von Frauen; Anm. L.G.], also macht es bitte nicht dazu, es ist eine Botschaft über die Botschaft, die ich jeden Tag höre“ (Anne, Post 20.03.20: 11 – 13; Übersetzung L.G.).

Herausfordernd bei ihren Darstellungen ist für Anne demnach der Kontrollverlust über die Wirkungen dieser Darstellungen, etwa in Form einer dadurch ausgelösten Debatte. Im Fall des Sensibilisierungsvideos wollte sie über die Gefühle von Menschen mit Trisomie 21, welche fast täglich mit lebensbedrohlichen Botschaften konfrontiert sind, aufklären. Darüber, ob ihre *Follower*innen* darin dann allerdings einen Anlass sehen, eine Diskussion über Abtreibungsrechte zu führen, hat sie relativ wenig Einfluss.

Zusammenfassend können Reaktionen von anderen Nutzer*innen als Herausforderungen bei der Nutzung von SNS durch MmLS genannt werden. Die Wirkungen dieser Reaktionen wurden in diesem Subkapitel erörtert: so können aus Beiträgen (von MmLS) völlig andere Diskussionen hergeleitet werden.

³⁵ Bildbeschreibung

7.5 Schwere Sprache

Eine weitere Herausforderung bei der Nutzung von SNS ist die oftmals dort verwendete *Schwere Sprache*. Erwin erklärt:

„Schwer ist bei Facebook meistens Schwere Sprache. Wo immerhin wär’s gut wenn man was reinstellt, ja? Sollt man’s in Leichter Sprache reinstellen. Weil es gibt auch andere Menschen mit Lernschwierigkeiten genauso und Menschen mit Beeinträchtigungen äh körperliche Einschränkungen oder so äh die was das net verstehen was da geschrieben wird“ (Erwin: 162 – 166).

Erwin bezieht sich hier explizit auf Beiträge anderer Nutzer*innen. Es handelt sich dabei demnach nicht um technische oder sprachliche Barrieren der Plattformen, sondern um Barrieren die von anderen Nutzer*innen geschaffen werden.

Als Bewältigungsstrategie erwähnt Erwin das direkte Ansprechen von Nutzer*innen, welche in *Schwerer Sprache* schreiben. Jedoch gibt er an, dass sich diese Strategie bisher nicht wirklich bewährt hat: *„Und man tut sie immer wieder hinweisen aber wird keine Rücksicht genommen. Kannst zwanzig Mal eine schreiben, dreißig Mal eine schreiben, äh dass man das in Leichter Sprache schreibt [...]“ (Erwin: 166 – 168).* Erwins Erfahrungen zufolge führt eine direkte Konfrontation und Sensibilisierung auf SNS nur selten zu einer Veränderung im Verhalten der anderen Nutzenden.

Eingeschränkte Kommunikationsmöglichkeiten durch sprachliche Barrieren wirken sich klarerweise auf Darstellungen von MmLS auf SNS aus. So werden Interaktionsmöglichkeiten behindert, indem MmLS nicht auf Beiträge von Nutzer*innen von *Schwerer Sprache* reagieren können.

7.4 Zusammenfassung der Ergebnisse: Herausforderungen

Dieses Kapitel weist die wirkungsvollen Bewältigungs- und Schutzstrategien der befragten und beobachteten MmLS auf Herausforderungen bei deren SNS-Nutzung auf. Herausforderungen waren ein eingeschränkter Zugang durch die Unverfügbarkeit von digitalen Endgeräten, Wissenslücken im technischen Wissen, sowie technische Barrieren beim Zugang und der Nutzung (etwa durch Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen). Begegnet wurde diesen Barrieren, indem sich von außen Hilfe geholt wurde. Zudem wurde eine intensivere Bildung von MmLS bezüglich SNS gefordert.

Des Weiteren gibt es viele Nutzer*innen welche *Schwere Sprache* auf SNS nutzen und so eine Barriere für viele MmLS aufbauen. Dieser Herausforderung wurde mittels direkter Konfrontation und Sensibilisierung versucht entgegen zu wirken.

Auch mangelndes Wissen in puncto Verhaltensmuster, etwa beim Umgang mit unangebrachten Beiträgen, forderte die teilnehmenden MmLS heraus. Mögliche Bewältigungsstrategien dabei waren: Hilfe holen, mehr Aufklärung fordern und/ oder SNS schlichtweg weniger nutzen.

Eine weitere Herausforderung bildete die Gefahr des Cybermobbings. Diese wurde begegnet, indem integrierte Schutzmechanismen von SNS (z.B. löschen) gebraucht wurden, die mobbende Person direkt konfrontiert wurde oder sich aus prekären Situationen entzogen wurde.

Die beobachteten *content creators* standen gelegentlich vor der Herausforderung, dass ihre Botschaften durch ihre *Follower*innen* von ihren ursprünglichen Intentionen entkoppelt wurden. Bewältigt wurden diese Herausforderungen, indem andere Nutzer*innen direkt angesprochen wurden.

Dieses Kapitel zeigte, dass eine Reihe von Herausforderungen für MmLS bei ihren Darstellungen auf SNS weiterhin besteht. Dabei wurde deutlich, dass die Mehrheit der Herausforderungen bereits die Nutzung von SNS betrifft. Indem beispielsweise der Zugang zu SNS nicht gegeben ist oder nicht genügend Wissen zu Verhaltensmustern auf SNS besteht, kann sich auch weniger dargestellt werden. Demnach sollte ein gewisses Gleichgewicht gefunden werden: einerseits sollten MmLS die gleichen Freiheiten wie anderen Menschen auf SNS gewährt werden. Andererseits sollten sie gestärkt und befähigt werden mit Herausforderungen, denen sie online begegnen, umzugehen (vgl. Holmes/ O'Loughlin 2012: 7).

8. Darstellung und Diskussion der Ergebnisse: „Wie ich bin als Mensch“

In diesem letzten Ergebniskapitel soll eine Art *Big Picture* gezeichnet werden. Dabei wird die ‚Haupt‘-Forschungsfrage nach den Einflussfaktoren auf Darstellungen von MmLS auf SNS bearbeitet. Dazu wird die Analyse teilweise von einer Mikro- auf eine Meso-Ebene verlegt, um wirkende Machtstrukturen und Mechanismen auf die Darstellungen von MmLS auf SNS nachzuvollziehen (siehe 5.1.5.2 *Maps von sozialen Welten/ Arenen*).

zeigt, welche Arenen beziehungsweise Welten auf die Darstellungen von MmLS auf SNS wirken. Wie *Abbildung 13* darlegt, wurden vier übergeordnete Einflussarenen auf die Darstellungen von MmLS auf SNS festgestellt. Weitere Reflektionen ergaben, dass insbesondere die Arena der SNS, die Arena der Normen und die Arena des Neoliberalismus nicht trennbar sind.

Eine Reflexion über die Zusammenhänge der drei Arenen ergab, dass die Arena der SNS vor allem von den anderen beiden Arenen beeinflusst wird. Demnach ergab sich folgendes *Big Picture* der Einflussfaktoren auf die Darstellungen von MmLS auf SNS. *Abbildung 14* zeigt die zwei großen Einflussbereiche auf die Darstellungen von MmLS auf SNS. Auf der einen Seite steht der*die individuelle Nutzer*in mit seinen*ihren Vorstellungen, Einstellungen und Meinungen. Ein Aspekt der dabei besonders hervorgehoben werden sollte, sind die Lernschwierigkeiten/ Behinderungen des Individuums die er*sie als symbolische/ kulturelle Elemente mit in seine Darstellungen trägt. Auf der anderen Seite stehen SNS mit den dazugehörigen technischen Barrieren, Verhaltensweisen und Entscheidungsträger*innen. SNS werden von zwei Normenkonglomeraten geprägt. Einerseits bestehen gesellschaftliche Normen, andererseits werden Normen des Neoliberalismus und der Werbebranche sichtbar. Beide Einflussbereiche sind realiter nur schwer trennbar. Im Rahmen dieser Arbeit werden sie nichtsdestotrotz getrennt besprochen, da sie vornehmlich auf Lebenszusammenhänge von MmLS unterschiedlich wirken.

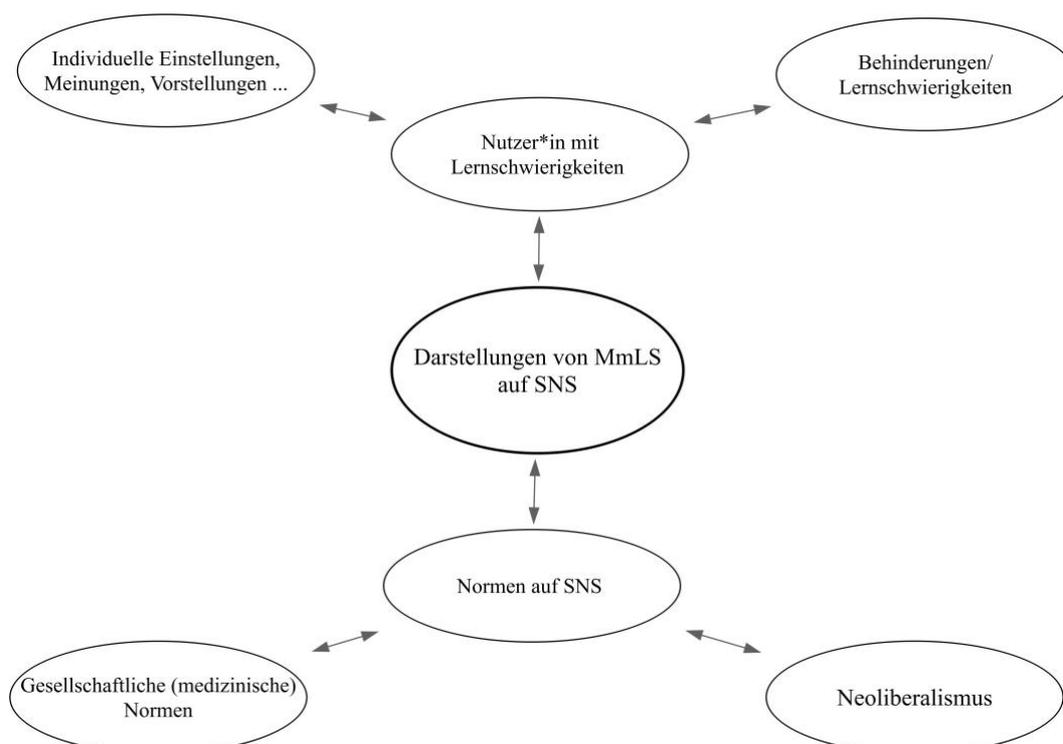


Abbildung 14: Einflussfaktoren auf die Darstellungen von MmLS auf SNS

Die durch *Abbildung 14* visualisierten Dynamiken spiegeln sich in dem Titel dieser Arbeit wider. *Wie ich bin* soll die Seite des*der individuellen Nutzer*in beschreiben. *Als Mensch* umfasst alle Normen und Werte die in der Gesellschaft als zum Menschen zählend angesehen werden.

8.1 SNS-Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten

Dieses Unterkapitel zeichnet die Einflussseite des*der individuellen Nutzer*in mit Lernschwierigkeiten nochmals nach. Dabei steht einerseits der*die untersuchte SNS-Nutzer*in mit Lernschwierigkeiten und seine*ihre Meinungen und Positionen (zu SNS) im Fokus. Andererseits spielt das soziokulturelle/ symbolische Element der Lernschwierigkeiten/ Behinderungen und die (marginalisierte) ‚Gruppe‘ der MmLS eine Rolle. Dabei stehen Meinungsäußerung, Sensibilisierung und Aktivismus, sowie deren Einfluss auf Darstellungen auf SNS im Vordergrund.

8.1.1 Einstellungen

Als erster Einflussfaktor sollen die Einstellungen und Positionen von MmLS bezüglich SNS besprochen werden. Diese Einstellungen wurden insbesondere in den Interviewdaten, als ein wesentlicher Einflussfaktor auf die Darstellungen auf SNS identifiziert. Steffan erwähnt so beispielsweise, dass er *Facebook* eigentlich nur wegen der Nachrichten-Plattform der SNS nutzt. Er erläutert: „*Facebook ist für mich nur (2s) äh ja Bedienungszweck. Weil wenn ich irgendwas wissen will geh ich auf Facebook, mehr mach ich nicht*“ (Steffan: 266 – 267). Steffan nutzt SNS demzufolge vorrangig zum ‚privaten‘ Austausch mit seinen Freund*innen, sowie als Informationsquelle. Aktiv (und öffentlich) nutzt er *Facebook* nur wenig, wie folgende Ausschnitte aus den Interviews zeigen:

„*Ist mir nicht so wichtig, dass man mein Gesicht sieht, das ist joa Wurscht*“ (Steffan: 41 – 42)
oder „*Auf Facebook zeig ich meine Gefühle nicht. Das mach ich privat mit meinen Freunden. Das das geht keinen was an*“ (Steffan: 89 – 90).

Steffan vertritt demgemäß eine kritische Haltung gegenüber SNS. Dies wirkt sich klarerweise auf seine Darstellungen aus. So nutzt er den ‚öffentlichen‘ Teil von *Facebook* nur geringfügig und stellt sich, nach eigenem Verständnis, gar nicht dar. Wilma hingegen empfindet SNS als *sehr lustig*, gibt an sie würde sich so darstellen *wie sie ist* (vgl. Wilma: 174) und schätzt die Feedbackfunktionen auf SNS. Ihr gefällt demnach der aktive Teil von *Facebook*, über den sie sich darstellen kann. Die persönlichen Einstellungen von SNS-Nutzer*innen gegenüber SNS

wirken sich stark auf deren Darstellungen aus. Sie beeinflussen das Ausmaß und die Qualität der preisgegebenen Informationen.

8.1.2 Lebenszusammenhänge von Menschen mit Lernschwierigkeiten und Sensibilisierung

Ein weiterer wesentlicher Einflussfaktor sind die Lebenszusammenhänge der ‚Gruppe‘ MmLS. Bei allen untersuchten Personen spielte die Sensibilisierung für Lernschwierigkeiten und/ oder die Lebenszusammenhänge von MmLS eine signifikante Rolle bei ihren Darstellungen (siehe *6.2 Sensibilisierung und Meinungsäußerung*).

Da der Beweggrund Sensibilisierung bereits umfangreich besprochen wurde, wird er in diesem Unterkapitel nur vollständigshalber nochmals erwähnt. Der *Abbildung 5* kann entnommen werden, dass die Möglichkeit zu sensibilisieren einen relevanten Einflussfaktor auf die Darstellungen von MmLS auf SNS bildet. *Abbildung 5* zeigt den Zusammenhang zwischen den bereits besprochenen Beweggründen (siehe *6. Darstellung und Diskussion der Ergebnisse: Beweggründe*) und bestehenden Normen (siehe *8.2 Normen auf Sozialen Netzwerk Seiten*). Diese Normen sollen in den folgenden Subkapiteln genauer besprochen werden.

8.2 Normen auf Sozialen Netzwerk Seiten

Die zweite Einflussseite auf Darstellungen von MmLS auf SNS bilden die vorhandenen Normenkonglomerate auf SNS. Wie bereits erwähnt, wurden vor allem zwei unterschiedliche Konglomerate ersichtlich: gesellschaftliche Normen einerseits und neoliberale Normen andererseits. So lassen sich sowohl öffentliche Werte wie etwa Gleichheit und Partizipation (sowie Ungleichheit und Ausschluss) als auch neoliberale und konsumorientierte Normen in den Funktionen und Ideologien von SNS/ Medien finden (vgl. Ellcessor 2016: 8).

8.2.1 Normalität, gesellschaftliche (und) medizinische Normen

8.2.1.1 Normen bei Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten

Die in der Gesellschaft verankerten und auf SNS übertragene Normen wurden insbesondere in den Interviewdaten ersichtlich. In den Darstellungen der untersuchten Personen wurden diese Normen in dem Wunsch nach ‚Normal-Sein‘, ihren reaktiven Darstellungen auf Normen und ihren Meinungsäußerungen gegenüber den Normen sichtbar (siehe *Abbildung 8*). Wie bereits in *Kapitel 6.3 ‚Normal‘-Sein* besprochen, spielen gesellschaftliche Normen eine wesentliche Rolle bei Darstellungen von MmLS auf SNS. So wird wiederholt betont, dass man sich

‚normal‘ darstelle oder ‚normal‘ fühle, wenn man SNS nutzt. Auch wird der Wunsch so wie ‚andere‘ zu sein oftmals als Beweggrund für den Beitritt zu SNS genannt.

Unter reaktiven Darstellungen werden Darstellungen im Umgang mit gesellschaftlichen Normen verstanden. So berichten die *content creators* etwa von gesellschaftlichen Normen, denen sie tagtäglich begegnen. Ines schildert etwa Leute würden sie wegen ihren Behinderungen anstarren, aber das würde sie nicht runterziehen (siehe 6.5.2 *Werbung für Produkte anderer Unternehmen*). In diesem Zusammenhang kann auch von medizinischen Normen gesprochen werden. Einerseits werden medizinische Normen, welchen MmLS begegnen, bei deren Darstellungen auf SNS wiedergegeben. Beispielsweise stellt Anne eine Reihe von medizinischen Normen bezüglich Menschen mit Trisomie 21 und der Praxis der Pränataldiagnostik dar. Sie ‚überwindet‘ diese dann, indem sie ein Bild von sich als erfolgreiches, unabhängiges Model konstruiert (siehe 6.2.2 *Beispiel der Sensibilisierung/ Meinungsäußerung mittels audiovisuellen Materials*). Die Tatsache, dass medizinische Normen weiterhin in der öffentlichen Wahrnehmung existieren, sollte kritisch betrachtet werden. Auffallend ist, dass diese Normen teilweise von MmLS implizit übernommen werden, indem sie das Maß darstellen an welchem sich gemessen wird. So stellt Anne in einem ersten Schritt medizinische Normen (zum Zweck der Sensibilisierung) dar, um dann im zweiten Schritt zu zeigen, dass sie diesen Normen nicht entspricht.

Gesellschaftliche Normen sind besonders im Zusammenhang mit medizinischen Normen zu finden. So betont Ines mehrmals sie sei unabhängig (siehe 6.5.2 *Werbung für Produkte anderer Unternehmen*), was vermutlich die Vorstellungen von einem abhängigen und für den Kapitalismus ‚wertlosen‘ MmLS widerlegen soll (vgl. Burch 2020: 20). Auch stellen sich beide *content creators* auffällig oft in ihrem beruflichen Alltag dar, was ebenfalls als Reaktion auf die lange Zeit geltende Vorstellungen von MmLS als berufsuntätig und finanziell abhängig gesehen werden kann. In den Interviews erwähnt ein Teilnehmer die Äußerung eines*r österreichische*n Politiker*in, MmLS sollten wieder in „Pflegeeinrichtungen“ (Erwin: 147) untergebracht werden, damit deren Eltern „entlastet“ (Erwin: 149) würden und wieder arbeiten gehen könnten. Auch hier spiegelt sich die (lange Zeit) bestehende Norm des MmLS als Last für den Kapitalismus wider.

8.2.1.2 Normen bei anderen Nutzer*innen, Plattformbetreiber*innen und politischen Entscheidungsträger*innen

Wie bereits angedeutet, wurde eine Mehrzahl von bestehenden gesellschaftlichen Normen auf SNS übertragen. Abgesehen von expliziten technischen und/ oder sprachlichen Barrieren, stellt die *Netiquette* einen gewissen Verhaltenskodex auf SNS dar. Wilma drückt diese Art von implizitem Wissen wie folgt aus „*wie Facebook halt ist, funktioniert*“ (Wilma: 97). Der Begriff *Netiquette* entstand in den 1980er Jahren und beschreibt eine Art Regelwerk der gesamten Kommunikation im Internet. Der Begriff setzt sich aus *net* (Netz/ Internet) und *etiquette* (Etikette) zusammen. Darunter werden bestimmte Verhaltensregeln mit welchen Nutzer*innen vertraut sind/ sein sollten verstanden. Beispielsweise gilt das Schreiben in Großbuchstaben als unhöflich, da es dem lautsprachlichen Schreien gleichgesetzt ist (vgl. Merriam-Webster n.a.). Dieses implizite Wissen wirkt sich auf die Darstellungen von MmLS aus. So wird es als unauthentisch und/ oder unhöflich angesehen, wenn über die eigene Identität gelogen wird (vgl. Schmidt 2018: 31). Dies bestätigt auch Wilma indem sie erklärt, dass ihre SNS-Kontakte es komisch finden würden wenn sie so täte als wäre sie nicht sie selbst (vgl. Wilma: 174 – 176).

Das implizite Wissen kann allerdings auch Herausforderungen bei Darstellungen auf SNS bilden (*siehe 7.2 Implizites Wissen bezüglich der Funktionsweise von Sozialen Netzwerk Seiten*). Steffan berichtet beispielsweise darüber, dass SNS-Kontakte ihn gebeten haben bestimmte *Posts* zu löschen, da diese unangebracht waren. Als Resultat nutzt er SNS nun unter anderem weniger und stellt sich dementsprechend auch weniger dar. Dass die Verwendung von *Schwerer Sprache* auf SNS als gegeben gilt, kann ebenfalls auf einen bestehenden Verhaltenskodex auf SNS zurückgeführt werden (*siehe 7.5 Schwere Sprache*). Auch Cybermobbing kann als eine Art Kontrollmechanismus gegenüber Menschen, welche aus diesem Verhaltensmuster herausfallen, angesehen werden (*siehe 7.3 Cybermobbing*).

Zudem wird der (uneingeschränkte) Zugang von bestehenden, gesellschaftlichen Normen beeinflusst (*siehe 7.1 Zugang*). Technische Barrieren spiegeln die Normen und Werte derjenigen Personen, welche sie entwerfen, implementieren und aufrechterhalten, wider (vgl. Foley/ Ferri 2012: 10). So schränken technische Barrieren, wie etwa der erschwerte Zugang durch *schwierige Passwörter* oder auch unzugängliche Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen, die Darstellungen von MmLS auf SNS ein. Es sollte sich immer wieder vor Augen geführt werden, dass SNS, sowie die digitale Welt vom Menschen konstruiert sind (vgl. ebd.: 14). Ellis und Kent (2017: 5) fragen, wie Informationstechnologien in einer Welt die eigentlich dem sozialen Modell entsprechen sollte und in welcher es eigentlich gesellschaftliche Unterstützung für den Abbau von Barrieren geben sollte, immer noch so

behindernd sein können. Digitale Medien stellen eine hegemonische Nutzer*innen-Position her, welche nichtbehinderte Normen konserviert (vgl. ebd.: 6). Dabei werden bestimmte Körper durch technische Barrieren ausgeschlossen (vgl. ebd.: 3). Foley und Ferri (2012: 3) argumentieren demgemäß, dass Technologien ‚Normalität‘ verstärken und ‚Normalität‘ dadurch nicht mehr fiktional und stabil wirkt. Infolgedessen ist auch zu bedenken, dass Zugang, beispielsweise im Konzept des politischen/ relationalen Modells von Behinderung, überhaupt erst Behinderungen und Nicht-Behinderungen mitkonstruiert (vgl. ebd.: 10) (*siehe 2.5 Modelle von Behinderung*).

Neben technischen Barrieren, wie etwa dem Design der Webseiten, beeinflusst auch das (nicht) Vorhandensein von digitalen Endgeräten die Uneingeschränktheit des Zugangs (vgl. Caton/ Chapman 2016: 21). Bisher verwendet nicht einmal die Hälfte aller befragten MmLS einer quantitativen österreichischen Erhebung ein Smartphone (vgl. Kalcher/ Kreinbacher-Bekerle 2021: 8). Technische Entscheidungen sind immer auch politische Entscheidungen darüber, wer eingeschlossen und als Teil einer SNS angesehen wird und wer eben nicht (vgl. Kent 2020a: 270). Fehlende Bildungschancen für MmLS bezüglich deren Internetnutzung sind ebenso als politische Entscheidungen anzusehen. So nimmt Medienbildung in der ‚Behindertenhilfe‘ momentan nur einen geringen Stellenwert ein (vgl. Kalcher/ Kreinbacher-Bekerle 2021: 2).

8.2.2 Neoliberale Normen und Werbebranche

Wie bereits erwähnt (*siehe 6.5 Werbung*) sprach lediglich eine Interviewteilnehmerin die Möglichkeit, auf SNS Werbung zu machen und Geld zu verdienen, an. Neoliberale Werte nahmen allerdings in den (visuellen) Daten der beobachteten *Instagram*-Profile eine wesentliche Rolle ein. Deshalb werden sie im Rahmen dieser Masterarbeit als Einflussarena auf die Darstellungen von MmLS auf SNS angeführt.

Alternativ und analog zu den bestehenden gesellschaftlichen Normen wirken neoliberale Vorstellungen und Normen auf SNS. Diese sind auf den ersten Blick ableistisch. So kann zum Beispiel das neoliberale Bild eines*einer perfekten Bürger*in als „nicht-behinderte unternehmerische Person“ (vgl. Goodley 2014, zit n. Köbsell 2015: 30; Übersetzung L.G.) äußerst diskriminierend und ausgrenzend wirken. Stellt sich der MmLS allerdings selbst als unternehmerische, autonome und selbstverantwortliche Person dar, entsteht eine Möglichkeit Lernschwierigkeiten/ Behinderungen um zu gestalten. Durch Annes und Ines‘ Darstellungen als Models, Unternehmer*innen, bekannte Personen usw. werden ihre Behinderungen zu einer vermarktbareren Eigenschaft.

Durch Eigenvermarktung kann sich der*die Nutzer*in als Eigenmarke kommodifizieren, als eigenständige*r Unternehmer*in profilieren und Geld verdienen (vgl. Christensen-Strynø/ Eriksen 2020: 37). Neoliberale Werte können demgemäß durchaus partizipative (Neben)effekte haben. So können beispielsweise bestimmte (Rand)gruppen inkludiert werden um die Konsument*innengruppe auszuweiten (vgl. Ellcessor 2016: 8). In einer Zeit in welcher das Selbst zum Produkt wird, können Behinderungen zu einem Vorzug werden (vgl. Christensen-Strynø/ Eriksen 2020: 37). So kann die *supercrip* Erzählung (siehe 2.4 Exkurs: *Fremddarstellungen*) umgeschrieben werden. Dann ‚überwinden‘ MmLS bestehende Hürden nicht *trotz* ihren Behinderungen, sondern eben *wegen* ihren Behinderungen (vgl. ebd.: 45).

Dieses Phänomen wird rezent besonders in der Werbebranche erkennbar. So schreibt Mürner bereits 2003 „in der Postmoderne wird Behinderung Mode“ (ebd.: 150). Bevor nun auf rezentere ‚Vorteile‘ für MmLS in der Werbebranche eingegangen wird, soll nochmals erwähnt werden, dass diese Branche jahrzehntelang ein hegemonisches Bild (des weißen, nicht-behinderten, reichen, heterosexuellen, cis ... Mannes) reproduziert und konserviert hat (vgl. Loebner 2020: 343). Wie bereits erwähnt, lässt sich in den letzten Jahren ein Paradigmenwechsel beobachten. So stand das schicke *High-Fashion* Model lange Zeit als Gegenbild zu öffentlichen Darstellungen von MmLS. Diese Darstellungen können auf „sentimentale Charity Bilder, exotische Freakshow Porträts, medizinische Illustrationen oder sensationelle und verbotene Bilder“ (Garland-Thompson 2011: 36f; Übersetzung L.G.) reduziert werden (siehe 2.4 Exkurs: *Fremddarstellungen*). Indem nun ein MmLS als schickes *High-Fashion* Model dargestellt wird/ sich selbst darstellt, kann der öffentliche Blick auf Lernschwierigkeiten beeinflusst werden.

Eine rezente erfolgreiche Werbestrategie ist es, Produkte mit Geschichten von bestimmten Menschen zu verknüpfen. So soll der*die Konsument*in nicht nur eine ‚Marke‘ kaufen, sondern in eine übergeordnete Geschichte eines gewissen Glaubens und Zugehörigkeitsgefühls investieren. In diese Werbestrategie ‚passen‘ auch MmLS sehr gut (vgl. Loebner 2020: 342). Vorstellungen des MmLS als ‚krank‘ oder arbeitslos, ließen MmLS oftmals zu einer ignorierten Konsument*innengruppe werden (vgl. Haller 2010: 121f). Diese anzusprechen erscheint aus Sicht vieler Marken lukrativ, vor allem auch in neueren Vermarktungsstrategien, welche ihre Konsument*innen inklusiver und diverser repräsentieren wollen (vgl. Loebner 2020: 342).

Ein Kritikpunkt lässt sich in dem von Mitchel und Snyder (2015, zit. nach Hill 2017: 120) eingebrachten Schlagwort *neoliberal inclusionism* zusammenfassen. So werden

bestimmte behinderte Körper in die Welt des Neoliberalismus aufgenommen, andere bleiben jedoch ausgeschlossen. Auf diese Weise werden jene Behinderungen, welche keinen „übermäßigen Wandel in den weitgehend unflexiblen Institutionen und normativen Zugehörigkeitsmodellen“ (ebd.; Übersetzung L.G.) fordern, eingeschlossen. Dahingehend werden Darstellungen auf SNS vor allem jenen MmLS ermöglicht, welche in das Modell des *neoliberal inclusionism* passen (vgl. ebd.). Folglich können sich vor allem jene MmLS auf SNS darstellen, welche nicht „zu behindert“ (Hill 2017: 125; Übersetzung L.G.) wirken.

Neben der Tatsache, dass neoliberale Normen auf SNS nur für bestimmte MmLS inklusive Effekte haben, sollte auch reflektiert werden wie sich diese Normen auf die Zugänglichkeit von SNS auswirken. Das *Universal Design* (siehe 2.2 *Soziale Netzwerk Seiten (SNS) und Universal Design*) basiert auf dem Grundgedanken, dass jedes Individuum unabhängig von seinen*ihren Fähigkeiten das Recht auf Partizipation an der Gesellschaft haben soll (vgl. Persson et al. 2015: 513). Wie in diesem Kapitel erörtert wurde, gilt das Individuum aus neoliberaler Sicht als Kapital das mittels seiner Arbeitskraft zur Gesellschaft beiträgt. Beide Vorstellungen sind unvereinbar (vgl. ebd.). Indem bestimmte (bekannte) Menschen auf/ durch SNS inkludiert werden, wird eine Vorstellung aufrecht erhalten, welche anderen MmLS den Zugang verweigert.

Kritisch zu hinterfragen ist zudem die Tatsache, ob MmLS durch eine Inklusion in die Werbewelt wieder ‚nur‘ auf ihre Behinderungen reduziert werden. So fragt Mürner (2003: 179), ob Behinderung zu einer Berufsbezeichnung wird. Er argumentiert, dass Behinderungen medial instrumentalisiert werden, um den Bedürfnissen des Publikums zu entsprechen. Dem ist anzumerken, dass der Text von 2003 vermutlich nicht Selbstdarstellungen und Selbstwerbungen von MmLS auf SNS visiert hat. Zudem kann argumentiert werden, dass es sich bei der Instrumentalisierung der eigenen Behinderungen um ein Recht im demokratischen Kapitalismus, um das Recht von der Konsument*innenkultur angeeignet zu werden, handelt (vgl. Garland-Thompson 2011: 38).

8.5 Zusammenfassung der Ergebnisse: „Wie ich bin als Mensch“

Darstellungen von MmLS auf SNS werden von zwei erheblichen Einflussbereichen geprägt: einerseits die individuelle Seite des*der jeweiligen Nutzer*in mit Lernschwierigkeiten, andererseits die jeweilige SNS und die dazugehörigen Normen. Auf Nutzer*innenebene haben die individuellen Einstellungen, Vorstellungen, Erwartungshaltungen und Meinungen gegenüber SNS einen großen Einfluss auf die Darstellungen. Des Weiteren spielen Lernschwierigkeiten der untersuchten Nutzer*innen eine bedeutsame Rolle. So wirken sie sich

auf Darstellungsweisen aus, indem SNS genutzt werden um bezüglich Lernschwierigkeiten zu sensibilisieren. Auf Seite der SNS können zwei übergeordnete Normengefüge als Einflussfaktoren genannt werden: bestehende gesellschaftliche (und) medizinische Normen, sowie neoliberale, konsument*innenorientierte Normen der Werbebranche.

Die Prägungen bestehender gesellschaftlicher (und) medizinischer Normen werden auf zwei Seiten sichtbar: seitens der Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten und seitens der SNS. Nutzer*innen gebrauchen Darstellungen auf SNS um ein Gefühl der ‚Normalität‘ zu generieren. Darüber hinaus setzen sie Darstellungen ein, um ein Gegenbild zu bestehenden gesellschaftlichen (medizinischen) Vorstellungen von MmLS als abhängig, wertlos und nutzlos (siehe 2.4 *Exkurs: Fremddarstellungen*; 2.5 *Modelle von Behinderung* und 6.1 *Zeigen „wie ich bin“: Behinderungen und andere Facetten*) zu zeichnen. Darstellungen auf SNS können infolgedessen als Reaktion auf gesellschaftliche Vorstellungen verstanden werden.

Seitens der SNS bilden sich die Normen auf der Ebene anderer Nutzer*innen, der Ebene der Plattformbetreibenden und der Ebene politischer Entscheidungsträger*innen ab. Nutzer*innen handeln nach bestehenden Normen und nutzen SNS um diese zu konservieren. So wird beispielsweise *Schwere Sprache* auf SNS genutzt (siehe 7.5 *Schwere Sprache*). Plattformbetreibende konstruieren SNS unzugänglich für MmLS. Politische Entscheidungsträger*innen beeinflussen Regelungen bezüglich SNS (z.B. Barrierefreiheit), die sozioökonomische Situationen von MmLS, was sich auf Zugänge zu digitalen Endgeräten ausprägt, sowie Bildungsangebote zur SNS-Nutzung für MmLS.

Neoliberale, konsument*innenorientierte Normen wirken sich ebenfalls auf Darstellungen von MmLS auf SNS aus. Die neoliberale Vorstellung des Individuums als Einzel-Unternehmer*in schließt MmLS zunächst aus. Gelingt es der Person allerdings (im Rahmen des *neoliberal inclusionism*) sich als solch eine selbstständige, unternehmerische Person zu vermarkten, werden ihre Lernschwierigkeiten zum *asset*, einer individuellen Qualität (siehe 8.2.2 *Neoliberale Normen und Werbebranche*). Diese Logik erhält allerdings auch Barrieren für andere MmLS aufrecht, indem nur jene Menschen inkludiert werden können welche Zugang zu SNS haben. Universelle Zugänglichkeit bleibt folglich unreflektiert.

Eine konsument*innenorientierte Logik der Werbebranche lässt die ‚Gruppe‘ der MmLS zu potenziellen Kund*innen werden. Überdies lassen sich MmLS mit der rezenteren Logik der Vermarktung nach Werten und Glaubensrichtungen vereinbaren. Folglich können sich bestimmte MmLS als Eigenmarke auf SNS kommodifizieren. Nicht zuletzt können sie Kooperationen mit anderen Unternehmen eingehen und so als Unternehmens-Botschafter*in fungieren. Auch hier werden Lernschwierigkeiten zu einem *asset*, indem sie den MmLS zu

einer kommodifizierbaren Geschichte machen (siehe 6.5.2 *Werbung für Produkte anderer Unternehmen*).

Die Intentionen von neoliberalen Unternehmen und der Werbebranche können und sollen zweifelsohne hinterfragt werden. Nichtsdestotrotz stellen sie für bestimmte MmLS eine Möglichkeit dar, bestehende Normen und Werte zu dekonstruieren und ein Gegenbild dazu zu zeichnen.

9. Fazit, Limitationen und weiterführende Fragen

Im Rahmen dieser Arbeit wurden fünf wesentliche Beweggründe zu Darstellungen von MmLS auf SNS identifiziert. Zum einen werden SNS genutzt, um Facetten hervorzuheben, welche für die Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten wichtig sind. Meinungsäußerung und Sensibilisierung, der Wunsch ‚normal‘ zu sein, Interaktion mit anderen Nutzer*innen, sowie Werbung sind weitere Beweggründe.

Es wurden ebenfalls fünf unterschiedliche Herausforderungen, sowie Bewältigungs- und Schutzstrategien konstatiert. So werden MmLS durch eingeschränkten Zugang, (fehlendes) implizites Wissen, Cybermobbing, fehlende Kontrolle über die Reaktionen anderer Nutzer*innen, sowie die Verwendung von *Schwerer Sprache* durch andere Nutzer*innen herausgefordert.

Als wesentliche Einflussfaktoren kristallisierten sich der*die Nutzer*in mit Lernschwierigkeiten einerseits und bestehende Normen auf SNS andererseits heraus. Weitere Forschung bezüglich bestehender und konservierender Normen auf SNS und deren Konsequenzen für MmLS ist notwendig.

Diese Arbeit hat versucht die Nutzung von SNS durch MmLS aus einem positiven, ermächtigenden Blickwinkel zu beleuchten. Nichtsdestotrotz sollen hier einige kritische Aspekte bezüglich des angeblichen inklusiven und partizipativen Potenzials von SNS erwähnt werden. So bleibt der Austausch zwischen Nutzer*innen mit und ohne Behinderungen doch ein Austausch zwischen deren Avatars. Folglich bleibt die direkte Konfrontation mit Verschiedenheit aus. In weiterer Folge werden „körperliche, psychologische und soziale Aspekte von Behinderungen“ (Masschelein et al. 2017: 262; Übersetzung L.G.) wieder einmal ignoriert (vgl. ebd.).

Kritische Aspekte in puncto bestehender neoliberaler Normen auf SNS wurden bereits angesprochen. Ein weiterer Kritikpunkt kann die Wirkung von solchen Darstellungen auf andere MmLS sein. Die Frage, ob durch *content creators* mit Lernschwierigkeiten eine neue Norm für den ‚perfekten MmLS‘ geschaffen wird und wie sich diese auf andere MmLS

auswirkt, sollte in weiterer Forschung bearbeitet werden. Zudem bleibt zu beobachten, wie sich die inklusiven Tendenzen neoliberaler Unternehmen und der Werbebranche zukünftig entwickeln werden.

Limitationen dieser Arbeit sind unter anderem die Ein- und Ausschlusskriterien. Einschlusskriterium für die Profilanalyse war es, dass der*die *content creator* Lernschwierigkeiten hat. Demnach war es unabdinglich, dass der*die *content creator* diese Lernschwierigkeiten auf SNS preis gibt, damit er*sie überhaupt identifiziert werden konnte. Ein solches Einschlusskriterium schließt jene MmLS, welche ihr Recht nutzen online keine Informationen über ihre Behinderungen/ Lernschwierigkeiten zu teilen, aus (vgl. Chadwick 2013a: 241). Weitere Forschung sollte versuchen, diese Gruppe zu integrieren.

Eine weitere vermutete Limitation kann die Verwaltung der *gemappten* Profile sein. Wie bereits erläutert, wurden jene Profile, welche in der dritten Person formuliert waren ausgeschlossen. Nichtsdestotrotz kann nicht garantiert werden, dass die *content creators* mit Lernschwierigkeiten ihre Profile selbst und frei gestalten (vgl. Chadwick et al. 2013b: 242; vgl. Chiu 2019: n.a.).

Diese Arbeit hat zwei Seiten gezeigt: die Seite des*der gewöhnlichen (unbekannten³⁶) SNS-Nutzer*in und die Seite der *content creators* mit Lernschwierigkeiten. Abschließend kann festgehalten werden, dass SNS es einigen wenigen MmLS ermöglichen sich in die Gesellschaft zu inkludieren. Diese Menschen leisten mit ihren Selbstdarstellungen essenzielle Sensibilisierungsarbeit auf SNS. Demnach kann ein großes Potenzial von SNS in dem Einfluss dieser *content creators* auf Diskurse über MmLS gesehen werden. Die durch SNS ermöglichte Sensibilisierung und Meinungsäußerung wurde folglich auch in den Beweggründen zu Darstellungen von MmLS auf SNS deutlich.

Auf der anderen Seite erhalten SNS (immer noch) Barrieren. Herausforderungen bei Darstellungen auf SNS wurden insbesondere auf Seiten der unbekanntem SNS-Nutzer*innen ersichtlich. Es wurde erkennbar, dass (immer) noch kein universeller Zugang für MmLS auf SNS besteht und die größte Herausforderung (weiterhin) überhaupt der Zugang zu SNS ist. Demnach sollte Technologie, welche scheinbar inkludierend wirken sollte, in einer Weise entworfen werden, welche soziale Inklusion vor Augen hat (vgl. Foley/Ferri 2012: 15). SNS stellen ein komplexes Feld dar, auf welches viele unterschiedliche Vorstellungen und Normen wirken. Es bedarf dringend an mehr Wissen über die Zusammenhänge und Machtstrukturen bei der Nutzung und bei Darstellungen von MmLS auf SNS.

³⁶ Im Sinne von nicht prominent

Literaturverzeichnis

Akremit, Leila (2014): Stichprobenziehung in der qualitativen Sozialforschung, in: Baur, Nina / Jörg Blasius (2014): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, New York: Springer Publishing, S. 313 – 331.

Alfredsson Ågren, Kristin/ Anette Kjellberg / Helena Hemmingsson (2019): Digital participation? Internet use among adolescents with and without intellectual disabilities: A comparative study, in: *New Media & Society*, S. 1 – 18, doi: 10.1177/1461444819888398.

Barnes, Colin/ British Council of Organizations of Disabled People (1992): *Disabling imagery and the media: an exploration of the principles for media representations of disabled people*, Krumlin: BCODP/ Ryburn Publishing.

Bayor, Andrew/ Filip Bircanin/ Laurianne Sitbon/ Bernd Ploderer/ Stewart Koplick/ Margot Brereton (2018): Characterizing participation across social media sites amongst young adults with intellectual disability, in: *Proceedings of the 30th Australian Conference on Computer-Human Interaction - OzCHI '18*, S.113 – 122, doi: 10.1145/3292147.3292167.

Biewer, Gottfried/ Vera Moser (2016): Geschichte bildungswissenschaftlicher Forschung zu Behinderungen, in: Buchner, Tobias/ Oliver Koenig/ Saskia Schuppener (2016): *Inklusive Forschung: gemeinsam mit Menschen mit Lernschwierigkeiten forschen*, Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, S. 24 – 36.

Borgström, Åsa/ Kristian Daneback/ Martin Molin (2019): Young people with intellectual disabilities and social media: A literature review and thematic analysis, in: *Scandinavian Journal of Disability Research*, Jg. 21, Nr. 1, S. 129 – 140, doi: 10.16993/sjdr.549.

Bosse, Ingo (2014): Ethische Aspekte inklusiver Medienbildung. Gleichberechtigter Zugang zu Information und Kommunikation als Voraussetzung, in: *Communicatio Socialis*, Jg. 47, Nr. 1, S. 6 – 16, doi:10.5771/0010-3497-2014-1-6.

Bosse, Ingo/ Jan-René Schluchter/ Isabel Zorn (2019): Einleitung: Ziel des Handbuchs, in: Bosse, Ingo/ Jan-René Schluchter/ Isabel Zorn (2019): *Handbuch Inklusion und Medienbildung* (2019): Weinheim: Beltz Verlag, S. 9 – 15.

Bosse, Ingo/ Annegret Haage (2020): Mass media use of individuals with disabilities in Germany compared to the United Kingdom, in: Johanssen, Jacob/ Diana Garrisi (2020): *Disability, media, and representations*: New York/ Oxon: Routledge, S. 156 – 178.

Bowker, Natilene/ Keith Tuffin (2002): Disability discourses for online identities, in: *Disability & Society*, Jg. 17, Nr. 3, S. 327 – 344, doi: 10.1080/09687590220139883.

Bowker, Natilene/ Keith Tuffin (2006): Dicing with deception: people with disabilities' strategies for managing safety and identity online, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jg. 8, Nr. 2, S. 1 – 28, doi: 10.1111/j.1083-6101.2003.tb00209.x.

Bowker, Natilene/ Keith Tuffin (2007): Understanding positive subjectivities made possible online for disabled people, in: *New Zealand Journal of Psychology*, Jg. 36, Nr. 2, S. 63 – 71.

Boyd, Danah M./ Nicole B. Ellison (2008): Social Network Sites: Definition, history, and scholarship, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Bd. 13, Nr. 1, S. 210 – 230, doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.

Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz- BMASK (n.a.): *Ausschuss der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen. Abschließende Bemerkungen zum ersten Bericht Österreichs September 2013*, Online unter <https://broschuerenservice.sozialministerium.at/Home/Download?publicationId=391> [Stand: 2021.08.09]

Braun, Robert/ Vincent Blok/ Anne Loeber/ Ulrike Wunderle (2020): COVID-19 and the onlineification of research: kick-starting a dialogue on Responsible online Research and Innovation (RoRI), in: *Journal of Responsible Innovation*, Jg. 7, Nr. 3, S. 680 – 688, doi: 10.1080/23299460.2020.1789387

Brunner, Melissa/ Stuart Palmer/ Leanne Togher/ Bronwyn Hemsley (2018): 'I kind of figured it out': the views and experiences of people with traumatic brain injury (TBI) in using social media-self-determination for participation and inclusion online, in: *International Journal of Language & Communication Disorders*, Jg. 54, Nr. 2, S. 221 – 233, doi: 10.1111/1460-6984.12405.

Bühler, Christian/ Bastian Pelka (2014): Empowerment by digital media of people with disabilities: Three dimensions of support, in: *Lecture Notes in Computer Science*, S. 17 – 24, doi: 10.1007/978-3-319-08596-8_4.

Butnaru, Denisa (2020): *Medial bodies. Fictions, facts and the reinvention of corporeality*, in: Butnaru, Denisa (2020): *Medial bodies between fiction and faction: Reinventing corporeality*, Bielefeld: Transcript Verlag, S. 7 – 20.

Burch, Leah (2017): A world without Down's syndrome? Online resistance on Twitter: #worldwithoutdowns and #justaboutcoping, in: *Disability & Society*, Jg. 32, Nr. 7, S. 1085 – 1089, doi: 10.1080/20550340.2017.1330453.

Burch, Leah (2020): The stuff of nightmares': representations of disability on the online bulletin board Reddit, in: Johanssen, Jacob/ Diana Garrisi (2020): *Disability, media, and representations*: New York/ Oxon: Routledge, S. 19 – 34.

Caton, Sue/ Melanie Chapman (2016): The use of social media and people with intellectual disability: A systematic review and thematic analysis, in: *Journal of Intellectual and Developmental Disability*, Jg. 41, Nr. 2, S. 125 – 139, doi: 10.3109/13668250.2016.1153052.

Chadwick, Darren D./ Chris Fullwood/ Caroline J. Wesson (2013a): Intellectual disability, identity, and the internet, in: Luppicini, Rocci (2013): *Handbook of Research on Technoself*, S. 229 – 254, doi:10.4018/978-1-4666-2211-1.ch013.

Chadwick, Darren/ Caroline Wesson/ Chris Fullwood (2013b): Internet access by people with intellectual disabilities: Inequalities and opportunities, in: *Future Internet*, Jg. 5, Nr. 3, S. 376 – 397, doi: 10.3390/fi5030376.

Chadwick, Darren D./ Sally Quinn/ Chris Fullwood (2016): Perceptions of the risks and benefits of Internet access and use by people with intellectual disabilities, in: *British Journal of Learning Disabilities*, Jg. 45, Nr. 1, S. 21 – 31, doi: 10.1111/bld.12170.

Chadwick, Darren D./ Chris Fullwood (2018): An online life like any other: identity, self-determination, and social networking among adults with intellectual disabilities, in: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Jg. 21, Nr. 1, S. 56 – 64, doi: 10.1089/cyber.2016.0689.

Chadwick, Darren D. (2019): Online risk for people with intellectual disabilities, in: *Tizard Learning Disability Review*, Jg. 24, Nr. 4, S. 180 – 187, doi: 10.1108/tldr-03-2019-0008.

Chiner, Esther/ Marcos Gómez-Puerta/ María Cristina Cardona-Moltó (2017): Internet use, risks and online behaviour: The view of internet users with intellectual disabilities and their caregivers, in: *British Journal of Learning Disabilities*, Jg. 45, Nr. 3, S. 190 – 197, doi: 10.1111/bld.12192.

Chiu, Jessica (2019): On YouTube, people with disabilities create content to show and normalize their experiences, in: *Washington Post*, 06.10.2019, Online unter https://www.washingtonpost.com/health/on-youtube-people-with-disabilities-create-content-to-show-and-normalize-their-experiences/2019/10/04/8e000168-afd1-11e9-8e77-03b30bc29f64_story.html [Stand 2021.08.09].

Christensen-Strynø, Maria Bee (2020): Writing letters to the dead: Crippling networked temporalities on social media, in: *Scandinavian Journal of Disability Research*, Bd. 22, Nr. 1, S. 88 – 96, doi:10.16993/sjdr.627.

Christensen-Strynø, Maria Bee/ Camilla Bruun Eriksen (2020): Madeline Stuart as disability advocate and brand: Exploring the affective economies of social media, in: Johanssen, Jacob/ Diana Garrisi (2020): *Disability, media, and representations*: New York/ Oxon: Routledge, S. 35 – 50.

- Clarke, Adele (2005): *Situational analysis: Grounded theory after the postmodern turn*, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Clarke, Adele (2012): *Situationsanalyse: Grounded Theory nach dem Postmodern Turn*, Wiesbaden: Springer VS.
- Clarke, Adele/ Carrie Friese/ Rachel Washburn (2018): *Situational analysis: Grounded theory after the interpretive turn*, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Clarke, Adele (2019): Situating grounded theory and situational analysis in interpretive qualitative inquiry, in: Bryant, Antony / Kathy Charmaz (2019): *The SAGE handbook of current developments in grounded theory*, Los Angeles/ London: SAGE reference, S. 1 – 48.
- Davies, Daniel K./ Steven E. Stock/ Larry R. King/ R. Brian Brown/ Michael L. Wehmeyer/ Karrie A. Shogren (2015): An interface to support independent use of Facebook by people with intellectual disability, in: *Intellectual and Developmental Disabilities*, Jg. 53, Nr. 1, S. 30 – 41, doi: 10.1352/1934-9556-53.1.30.
- Delgado, Pablo/ Vicenta Ávila/ Inmaculada Fajardo/ Ladislao Salmerón (2019): Training young adults with intellectual disability to read critically on the internet, in: *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, Jg. 32, Nr. 3, S. 666 – 677, doi: 10.1111/jar.12562.
- Dirks, Susanne/ Christian Bühler/ Cordula Edler (2018): digital inclusion through accessible technologies, in: *Lecture Notes in Computer Science*, S. 435 – 438, doi: 10.1007/978-3-319-94277-3_67.
- Ellcessor, Elizabeth (2016): *Restricted access: Media, disability, and the politics of participation*, New York/ London: New York University Press.
- Ellcessor, Elizabeth/ Mack Hagood/ Bill Kirkpatrick (2017): Introduction: Toward a disability media studies, in: Ellcessor, Elizabeth/ Bill Kirkpatrick (2017): *Disability media studies*, Amsterdam: Amsterdam University Press, S. 1 – 30.
- Ellis, Katie/ Mike Kent (2017): Introduction: Social disability, in: Ellis, Katie/ Mike Kent (2017): *Disability and social media. global perspectives*, New York: Routledge, S. 1 – 10.
- Equit, Claudia/ Christoph Hohage (2016): Ausgewählte Entwicklungen und Konfliktlinien der Grounded Theory Methodology, in: Equit, Claudia/ Christoph Hohage (2016): *Handbuch Grounded Theory. Von der Methodologie zur Forschungspraxis*, Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 9 – 46.
- Foley, Alan / Beth A. Ferri (2012): Technology for people, not disabilities: ensuring access and inclusion, in: *Journal of Research in Special Educational Needs*, Jg. 12, Nr. 4, S. 192 – 200, doi: 10.1111/j.1471-3802.2011.01230.x.

Furr, June B./ Alexis Carreiro/ John A. McArthur (2016): Strategic approaches to disability disclosure on social media, in: *Disability & Society*, Jg. 31, Nr. 10, S. 1353 – 1368, doi: 10.1080/09687599.2016.1256272.

Flieger, Petra/ Volker Schönwiese (2015): Die UN-Konvention über Rechte von Menschen mit Behinderungen, in: Heinrich-Böll-Stiftung (2015): *Inklusion: Wege in die Teilhabegesellschaft*, Frankfurt am Main: Campus Verlag, S. 277 – 285.

Garland-Thompson, Rosemarie (2011): Integrating disability, transforming feminist theory, in: Hall, Kim (2011): *Feminist disability studies*, Bloomington: Indiana University Press (IPS), S. 12 – 47.

Garrisi, Diana/ Jacob Johanssen (2020): Introduction, in: Johanssen, Jacob/ Diana Garrisi (2020): *Disability, media, and representations*: New York/ Oxon: Routledge, S. 1 – 18.

Göthling, Stefan/ Kerstin Schirbort (2011): People First – eine Empowermentbewegung von Menschen mit Lernschwierigkeiten. Ein Blick zurück und nach vorne, in: Kulig, Wolfram/ Kerstin Schirbort/ Michael Schubert (2011): *Empowerment behinderter Menschen: Theorien, Konzepte, Best-Practice*, Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH, S. 57 – 66.

Grittmann, Elke (2018): Grounded Theory und qualitative Bildanalyse. Die Analyse visueller Geschlechterkonstruktionen in den Medien, in: Pentzold, Christian/ Andreas Bischof/ Nele Heise (2018): *Praxis Grounded Theory. Theoriegenerierendes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*, Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH, S. 191 – 210.

Gross, Susanne (2015): Regeln und Standards für leicht verständliche Sprache. Ein Rundblick, in: Candussi, Klaus/ Walburga Fröhlich (2016): *Leicht Lesen: Der Schlüssel Zur Welt*, Köln: Bohlau Verlag, S. 81 – 106.

Haage, Anne/ Ingo Bosse (2019): Basisdaten zur Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen, in: Bosse, Ingo/ Jan-René Schluchter/ Isabel Zorn (2019): *Handbuch Inklusion und Medienbildung*, Weinheim: Beltz Verlag., S. 49 – 64.

Haage, Anne (2020): Soziale Medien und Netzwerke, in: Hartwig, Susanne (2020): *Behinderung: Kulturwissenschaftliches Handbuch*, 1. Aufl. 2020, Stuttgart: J.B. Metzler, S. 289 – 296.

Haller, Beth (2010): *representing disability in an ableist world: Essays on mass media*, Amsterdam: Amsterdam University Press.

Haller, Beth/ Jeffrey Preston (2017): Confirming normalcy: ‘Inspirational porn’ and the construction of the disabled subject?, in: Ellis, Katie/ Mike Kent (2017): *Disability and social media. Global perspectives*, New York: Routledge, S. 41 – 56.

Hauser, Mandy (2016): Qualitätskriterien für die Inklusive Forschung mit Menschen mit Lernschwierigkeiten, in: Buchner, Tobias/ Oliver König/ Saskia Schuppener (2016): *Inklusive Forschung: gemeinsam mit Menschen mit Lernschwierigkeiten forschen*, Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, S. 77 – 99.

Highfield, Tim/ Tama Leaver (2015): A methodology for mapping Instagram hashtags, in: *First Monday*, Jg. 20, Nr. 1, S. n.a., doi: 10.5210/fm.v20i1.5563.

Hill, Sarah (2017): Exploring disabled girls' self-representational practices online, in: *Girlhood Studies*, Jg. 10, Nr. 2, S. 114 – 130, doi: 10.3167/ghs.2017.100209.

Holmes, Katrina M./ Nessa O'Loughlin (2012): The experiences of people with learning disabilities on social networking sites, in: *British Journal of Learning Disabilities*, Jg. 42, Nr. 1, S. 3 – 7, doi: 10.1111/bld.12001.

Hooley, Tristram/ John Marriott/ Jane Wellens (2012): *What is online research? Using the internet for social science research*, London: Bloomsbury Academic.

Hynan, Amanda/ Janice Murray/ Juliet Goldbart (2014): 'Happy and excited': Perceptions of using digital technology and social media by young people who use augmentative and alternative communication, in: *Child Language Teaching and Therapy*, Jg. 30, Nr. 2, S. 175 – 186, doi: 10.1177/0265659013519258.

Hynan, Amanda/ Janice Murray/ Juliet Goldbart (2017): Self-representation considerations for people who use Augmentative and Alternative Communication (AAC) and social media, in: Ellis, Katie/ Mike Kent (2017): *Disability and social media: Global perspectives*, Abingdon: Taylor & Francis, S. 287 – 273.

Jaeger, Paul (2011): *Disability and the internet: Confronting a digital divide*, Boulder: Lynne Rienner Publishers.

Jenaro, Cristina/ Noelia Flores/ Maribel Cruz/ Ma Carmen Pérez/ Vanessa Vega/ Víctor A. Torres (2018): Internet and cell phone usage patterns among young adults with intellectual disabilities, in: *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, Bd. 31, Nr. 2, S. 259 – 272, doi:10.1111/jar.12388.

Johnson, Mark R. (2019): Inclusion and exclusion in the digital economy: disability and mental health as a live streamer on Twitch.tv, in: *Information, Communication & Society*, Bd. 22, Nr. 4, S. 506 – 520, doi:10.1080/1369118x.2018.1476575.

Kalcher, Martina/ Christoph Kreinbacher-Bekerle (2021): Die Nutzung digitaler Medien von Menschen mit Lernschwierigkeiten in der Behindertenhilfe, in: *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, S. 1 – 16, doi:10.21240/mpaed/00/2021.02.09.x.

Kaplan, Andreas M./ Michael Haenlein (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, in: *Business Horizons*, Jg. 53, Nr. 1, S. 59 – 68, doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Kellermann, Gudrun (2019): Disability Studies und Medien, in: Bosse, Ingo/ Jan-René Schluchter/ Isabel Zorn (2019): *Handbuch Inklusion und Medienbildung*: Weinheim: Beltz Verlag, S. 368 – 375.

Keskinen, Tuuli/ Tomi Heimonen/ Markku Turunen/ Juha-Pekka Rajaniemi/ Sami Kauppinen (2012): SymbolChat: A flexible picture-based communication platform for users with intellectual disabilities, in: *Interacting with Computers*, Jg. 24, Nr. 5, S. 374 – 386.

Kent, Mike (2020a): Social Media and disability: It's complicated, in: Ellis, Katie/ Gerard Goggin/ Beth Haller/ Rosemary Curtis (2020): *The Routledge Companion to disability and media*, Abingdon: Routledge, S. 264 – 274.

Kent, Mike (2020b): People with disabilities and digital everyday worlds, in: Friese, Heidrun/ Marcus Nolden/ Gala Rebane/ Miriam Schreiter (2020): *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*, New York: Springer Publishing, S. 335 – 342.

Kökgiran, Gürcan (2018): Computergestützte Analyseverfahren, in: Bohnsack, Ralf/ Alexander Geimer/ Michael Meuser (2018): *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*, Opladen/ Toronto: Verlag Barbara Budrich, S. 33 – 35.

Köbsell, Swantje (2015): Ableism. Neue Qualität oder ‚alter Wein‘ in neuen Schläuchen?, in: Attia, Iman/ Swantje Köbsell/ Nivedita Prasad (2015): *Dominanzkultur Reloaded: Neue Texte zu gesellschaftlichen Machtverhältnissen und Ihren Wechselwirkungen*, Bielefeld: Transcript Verlag, S. 21 – 34.

Köbsell, Swantje (2020): Intersektionalität für Anfänger*innen – erklärt am Beispiel Behinderung und Geschlecht, in: Nolte, Cordula (2020): *Dis/ability History Goes Public – Praktiken und Perspektiven der Wissensvermittlung (Disability Studies. Körper – Macht – Differenz, Bd. 15)*, 1. Aufl., Bielefeld: transcript Verlag, S. 115 – 152.

Konecki, Krzysztof Tomasz (2011): Visual grounded theory: A methodological outline and examples from empirical work, in: *Revija za sociologiju*, S. 131 – 160, doi: 10.5613/rzs.41.2.1.

Kneidinger-Müller, Bernadette (2020): Soziale Netzwerk Seiten, in: Friese, Heidrun/ Marcus Nolden/ Gala Rebane/ Miriam Schreiter (2020): *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*, New York: Springer Publishing, S. 67 – 74.

Kremsner, Gertraud (2017): *Vom Einschluss der Ausgeschlossenen zum Ausschluss der Eingeschlossenen. Biographische Erfahrungen von so genannten Menschen mit Lernschwierigkeiten*, Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.

Kydland, Frederik/ Judith Molka-Danielsen/ Susan Balandin (2012): Examining the use of social media tool “Flickr” for impact on loneliness for people with intellectual disability, in: NOKOBIT 2012: *Proceedings of the 2012 Norsk konferanse for organisasjoners bruk av informasjonsteknologi*, Trondheim: Akademika forlag, S. 253 – 264.

Laestadius, Linnea (2017): InStagram, in: Sloan, Luke/ Anabel Quan-Haase (2017): *The SAGE handbook of social media research methods*, Los Angeles/ London/ New Delhi/ Singapore/ Washington DC/ Melbourne: Sage reference, S. 573 – 592.

Linabary, Jasmine R./ Danielle J. Corple (2019): Privacy for whom? A feminist intervention in online research practice, in: *Communication & Society*, Jg. 22, Nr. 10, S. 1447 – 1463.

Loebner, Josh (2020): Advertising disability and the diversity directive, in: Ellis, Katie/ Gerard Goggin/ Beth Haller/ Rosemary Curtis (2020): *The Routledge Companion to disability and media*, Abingdon: Routledge, S. 341 – 355.

Löfgren-Mårtenson, Lotta (2008): Love in cyberspace: Swedish young people with intellectual disabilities and the internet, in: *Scandinavian Journal of Disability Research*, Jg. 10, Nr. 2, S. 125 – 138, doi: 10.1080/15017410701758005.

Masschelein, Anneleen / Leni Van Goidsenhoven (2017): Posting autism. Online self-representation strategies in Tistje, a Flemish blog on living on the spectrum from the front row, in: Ellis, Katie/ Mike Kent (2017): *Disability and social media. Global perspectives*, London/New York: Routledge, S. 255 – 302.

Marwick, Alice E. (2015): Instafame: Luxury selfies in the attention economy, in: *Public Culture*, Jg. 27, Nr. 175, S. 137 – 160, doi: 10.1215/08992363-2798379.

McClimens, Alex (2004): What difference does it make who is speaking?, in: *Journal of Learning Disabilities*, Jg. 8, Nr. 1, S. 71 – 88, doi: 10.1177/1469004704041706.

McClimens, Alex (2007): Language, labels and diagnosis: An idiot’s guide to learning disability, in: *Journal of Intellectual Disabilities*, Jg. 11, Nr. 3, S. 257 – 266, doi: 10.1177/1744629507080787.

McClimens, Alex/ Frances Gordon (2008): Presentation of self in e-everyday life: how people labelled with intellectual disability manage identity as they engage the blogosphere, in: *Sociological Research Online*, Jg. 13, Nr. 4, S. 40 – 52, doi: 10.5153/sro.1774.

McClimens, Alex/ Frances Gordon (2009): People with intellectual disabilities as bloggers: What’s social capital got to do with it anyway?, in: *Journal of Intellectual Disabilities*, Jg. 13, Nr. 1, S. 19 – 30, doi: 10.1177/1744629509104486.

Mey, Günter/ Marc Dietrich (2017): From text to image – Shaping a visual grounded theory methodology, in: *Historical Social Research*, Jg. 42, Nr. 4, S. 280 – 300.

Mey, Günter/ Katja Mruck (2011): Qualitative Interviews, in: Naderer, Gabriele/ Eva Balzer (2011): *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden und Anwendungen (German Edition)*, 2., überarb. u. erw. Aufl. 2011, Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 257 – 288.

Milbrodt, Teresa (2019): Dating websites and disability identity: Presentations of the disabled self in online dating profiles, in: *Western Folklore*, Jg. 78, Nr. 19, S. 66 – 100.

Mileros, Martin D./ Nicolette Lakemond/ Robert Forchheimer (2019): Towards a taxonomy of e-commerce: Characterizing content creator-based business models, in: *Technology Innovation Management Review*, Bd. 9, Nr. 10, S. 62 – 77, doi:10.22215/timreview/1276.

Miller, Ryan A. (2017): „My voice is definitely strongest in online communities“: Students using social media for queer and disability identity-making, in: *Journal of College Student Development*, Jg. 58, Nr. 4, S. 509 – 525, doi: 10.1353/csd.2017.0040.

Moreno, Megan A./ Natalie Goniou/ Peter S. Moreno/ Douglas Diekema (2012): Ethics of social media research: Common concerns and practical considerations, in: *Cyberpsychology, behaviour and social networking*, Jg. 16, Nr. 9, S. 708 – 713.

Morse, Janice M. (2000): Editorial. Determining sample size, in: *Qualitative health research*, Jg. 10, Nr. 1, S. 3 – 5.

Mürner, Christian (2003): *Medien- und Kulturgeschichte behinderter Menschen: Sensationslust und Selbstbestimmung (Beltz Sonderpädagogik)*, 1. Aufl., Weinheim/ Basel/ Berlin: Beltz.

Näslund, Rebecka / Åsa Gardelli (2013): ‘I know, I can, I will try’: youths and adults with intellectual disabilities in Sweden using information and communication technology in their everyday life, in: *Disability & Society*, Jg. 28, Nr. 1, S. 28 – 40, doi: 10.1080/09687599.2012.695528.

Netiquette (n.a.): The Merriam-Webster.com Dictionary, Online unter <https://www.merriam-webster.com/dictionary/netiquette#learn-more> [Stand 2021.08.09].

Pernegger, Maria (n.a.): *Menschen mit Behinderung in österreichischen Massenmedien. Jahresstudie 2015/2016*, Losenstein: MediaAffairs.

Perry, Jonathan (2004): Interviewing people with intellectual disabilities, in: Emerson, Eric / Chris Hatton / Travis Thompson / Trevor Parmenter (2004): *International handbook of applied research in intellectual disabilities*, 1. Aufl., Hoboken: Wiley, S. 115 – 132.

Persson, Hans/ Henrik ÅHman/ Alexander Arvei Yngling/ Jan Gulliksen (2014): Universal design, inclusive design, accessible design, design for all: different concepts—one goal? On the concept of accessibility—historical, methodological and philosophical aspects, in:

Universal Access in the Information Society, Bd. 14, Nr. 4, S. 505–526, doi:10.1007/s10209-014-0358-z.

Radtke, Peter (2006): Das Bild behinderter Menschen in den Medien, in: *Spektrum Freizeit*, Jg. 30, Nr. 2, S. 120 – 131.

Raghavendra, Parimala/ Claire Hutchinson/ Emma Grace/ Denise Wood/ Lareen Newman (2018): “I like talking to people on the computer”: Outcomes of a home-based intervention to develop social media skills in youth with disabilities living in rural communities, in: *Research in Developmental Disabilities*, Jg. 76, S. 110 – 123, doi: 10.1016/j.ridd.2018.02.012.

Reichertz, Jo (2018): Forschungsethik, in: Bohnsack, Ralf/ Alexander Geimer/ Michael Meuser (2018): *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*, Opladen/ Toronto: Verlag Barbara Budrich, S. 86 – 87.

Roberts, Lynne D. (2015): Ethical issues in conducting qualitative research in online communities, in: *Qualitative Research in Psychology*, Jg. 12, Nr. 2, S. 314 – 325.

Röhm, Alexander/ Ute Ritterfeld (2020): Stigma, Tabu und Behindertenfeindlichkeit am Beispiel der Medien, in: Hartwig, Susanne (2020): *Behinderung: Kulturwissenschaftliches Handbuch*, 1. Aufl. 2020, Stuttgart: J.B. Metzler, S. 282 – 288.

Röll, Franz Josef (2020): Social Networks, in: Friese, Heidrun/ Marcus Nolden/ Gala Rebane/ Miriam Schreiter (2020): *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*, New York: Springer Publishing, S. 117 – 128.

Sallafranque-St-Louis, François/ Claude L. Normand (2017): From solitude to solicitation: How people with intellectual disability or autism spectrum disorder use the internet, in: *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, Jg. 11, Nr. 1, S. n.a., doi: 10.5817/cp2017-1-7.

Schmidt, Jan-Hinrik (2018): *Social Media (Medienwissen kompakt)*, 2. Aufl. 2018, aktualisierte und erw., Wiesbaden: Springer VS.

Seale, Jane K (2001): The same but different: The use of the personal home page by adults with down syndrome as a tool for self-presentation, in: *British Journal of Educational Technology*, Jg. 32, Nr. 3, S. 343 – 352, doi: 10.1111/1467-8535.00203.

Seale, Jane/ Darren Chadwick (2017): How does risk mediate the ability of adolescents and adults with intellectual and developmental disabilities to live a normal life by using the Internet?, in: *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, Bd. 11, Nr. 1, S. n.a., doi:10.5817/cp2017-1-2.

Seymour, Wendy/ Deborah Lupton (2004): Holding the line online: exploring wired relationships for people with disabilities, in: *Disability & Society*, Jg. 19, Nr. 4, S. 291 – 305, doi: 10.1080/09687590410001689421.

Shaw, Frances (2013): “These wars are personal”: methods and theory in feminist online research, in: *Qualitative Research Journal*, Jg. 13, Nr. 1, S. 90 – 101.

Shpigelman, Carmit-Noa (2017): Leveraging social capital of persons with intellectual disabilities through Facebook participation: The perspectives of family members and direct support staff, in: *Intellectual and Developmental Disabilities*, Jg. 55, Nr. 6, S. 407 – 418, doi: 10.1352/1934-9556-55.6.407.

Shpigelman, Carmit-Noa/ Carol J. Gill (2014a): Facebook use by persons with disabilities, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jg. 19, Nr. 3, S. 610 – 624, doi: 10.1111/jcc4.12059.

Shpigelman, Carmit-Noa/ Carol J. Gill (2014b): How to make online social networks accessible for users with intellectual disability?, in: *Lecture Notes in Computer Science*, S. 471 – 477, doi: 10.1007/978-3-319-08596-8_74.

Shpigelman, Carmit-Noa/ Carol J. Gill (2014c): How do adults with intellectual disabilities use Facebook?, in: *Disability & Society*, Jg. 29, Nr. 10, S. 1601 – 1616, doi: 10.1080/09687599.2014.966186.

Sorbring, Emma/ Martin Molin/ Lotta Löfgren-Mårtenson (2017): “I’m a mother, but I’m also a facilitator in her every-day life”: Parents’ voices about barriers and support for internet participation among young people with intellectual disabilities, in: *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, Jg. 11, Nr. 1, S. n.a., doi: 10.5817/cp2017-1-3.

Stamou, Anastasia G./ Anastasia Alevriadou/ Fenia Soufla (2014): Representations of disability from the perspective of people with disabilities and their families: a critical discourse analysis of disability groups on Facebook, in: *Scandinavian Journal of Disability Research*, Jg. 18, Nr. 1, S. 1 – 16, doi: 10.1080/15017419.2014.962611.

Strübing, Jörg (2014): *Grounded Theory: Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung eines pragmatistischen Forschungsstils (Qualitative Sozialforschung) (German Edition)*, 3. Aufl., Weinheim: Beltz Verlag.

Strübing, Jörg (2018): Grounded Theory, in: Bohnsack, Ralf/ Alexander Geimer /Michael Meuser (2018): *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*, 4. Aufl., Opladen: Leske + Budrich, S. 97 – 100.

Strübing, Jörg (2019): Grounded Theory und Theoretical Sampling, in: Baur, Nina/ Jörg Blasius (2014): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, New York: Springer Publishing, S. 525 – 544.

Suler, John R. (2002): Identity management in cyberspace, in: *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, Jg. 4, Nr. 4, S. 455 – 459, doi: 10.1023/a:1020392231924.

Werner, Shirli/ Carmit-Noa Shpigelman (2019): Information and communication technologies: where are persons with intellectual disabilities?, in: *Israel Journal of Health Policy Research*, Jg. 8, Nr. 1, S. 1 – 3, doi: 10.1186/s13584-018-0282-4.

WIBS (2005): Das Gleichstellungsbuch, Online unter: <http://bidok.uibk.ac.at/library/wibs-gleichstellungsbuch-1.html> [Stand: 2021-08-09]

Williams, Val (2011): *Disability and discourse*, Hoboken: Wiley.

Witzel, Andreas/ Herwig Reiter (2012): *The Problem-centred Interview. Principles and practice*, Thousand Oaks: SAGE Publications.

Zaynel, Nadja (2017): *Internetnutzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Down-Syndrom*, New York: Springer Publishing.

Zorn, Isabel/ Jan-René Schluchter/ Ingo Bosse (2019): Theoretische Grundlagen inklusiver Medienbildung. in: Bosse, Ingo/ Jan-René Schluchter/ Isabel Zorn: *Handbuch Inklusion und Medienbildung* (2019): Weinheim: Beltz Verlag, S, 16 – 33.

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: UNGEORDNETE SITUATIONSMAP BASIEREND AUF DEN INTERVIEWDATEN.....	32
ABBILDUNG 2: GEORDNETE SITUATIONSMAP BASIEREND AUF (VISUELLEN) DISKURSDATEN AUF AUSGEWÄHLTEN INSTAGRAM-PROFILEN	33
ABBILDUNG 3: RELATIONALE ANALYSE ZUM ELEMENT ‚DARSTELLUNGEN‘ BASIEREND AUF DEN INTERVIEWDATEN.....	34
ABBILDUNG 4: MAP VON SOZIALEN WELTEN BASIEREND AUF DEN INTERVIEWDATEN.....	36
ABBILDUNG 5: POSITIONSMAP ZU EINFLUSSFAKTOREN AUF DARSTELLUNGEN BASIEREND AUF DEN (VISUELLEN) DISKURSDATEN AUF AUSGEWÄHLTEN INSTAGRAM-PROFILEN	38
ABBILDUNG 6: POSITIONSMAP ZUM THEMA DARSTELLUNGEN VERSCHIEDENER FACETTEN BASIEREND AUF BEIDEN DATENQUELLEN	47
ABBILDUNG 7: ÜBERSICHT ZU DEN VERSCHIEDENEN GEZEIGTEN FACETTEN DER CONTENT CREATORS MIT LERNSCHWIERIGKEITEN AUF INSTAGRAM	49
ABBILDUNG 8: POSITIONSMAP ZU POSITIONEN AUS EINEM SENSIBILISIERUNGSVIDEO ANLÄSSLICH DES WORLD DOWN SYNDROME’S DAY, BEISPIEL FÜR SENSIBILISIERUNG/ MEINUNGSÄÜBERUNG VON CONTENT CREATORS MIT LS AUF INSTAGRAM.....	55
ABBILDUNG 9: POSITIONSMAP ZUM THEMA ‚NORMAL‘-SEIN, WIE ‚ANDERE‘-SEIN BASIEREND AUF BEIDEN DATENQUELLEN	57
ABBILDUNG 10: POSITIONSMAP ZUM THEMA EIGENWERBUNG BASIEREND AUF BEIDEN DATENQUELLEN	60
ABBILDUNG 11: POSITIONSMAP ZUM THEMA WERBUNG/ SENSIBILISIERUNG BASIEREND AUF (VISUELLEN) DISKURSDATEN AUF AUSGEWÄHLTEN INSTAGRAM-PROFILEN.....	62
ABBILDUNG 12: POSITIONSMAP ZUM THEMA HERAUSFORDERUNGEN BASIEREND AUF DEN INTERVIEWDATEN.....	65
ABBILDUNG 13: MAP VON SOZIALEN WELTEN/ ARENEN UM DIE ARENA DER DARSTELLUNGEN VON MMLS AUF SNS BASIEREND AUF BEIDEN DATENQUELLEN.....	74
ABBILDUNG 14: EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE DARSTELLUNGEN VON MMLS AUF SNS	75

Zusammenfassung in Einfacher Sprache

McClimens (2004: 84) fordert:

Texte über MmLS³⁷ sollen barrierefrei sein.

Es gibt Regeln wie eine Masterarbeit geschrieben sein soll.

Deshalb kann diese Arbeit nicht in Einfacher Sprache geschrieben sein.

Deshalb fasse ich hier die wichtigsten Punkte in Einfacher Sprache zusammen.

Die Arbeit schaut:

1. Was motiviert MmLS dazu, sich auf SNS³⁸ zu zeigen.
2. Was fordert MmLS heraus, wenn sie sich auf SNS zeigen.
3. Was beeinflusst, wie sich MmLS auf SNS zeigen.

Ich habe vier Interviews mit MmLS gemacht.

Ich habe mir vier Profile von bekannten MmLS auf *Instagram* angeschaut.

Ich habe eine Situationsanalyse gemacht.

Dabei waren die Darstellungen von MmLS auf SNS die Situation.

Ich habe geschaut, was es alles in der Situation gibt.

1. Gründe

- MmLS nutzen SNS, um eine Kontrolle darüber zu haben was sie zeigen.
Oft sehen andere Menschen ‚nur‘ ihre Lernschwierigkeiten.
Auf SNS können sie selbst entscheiden, was sie zeigen wollen.
- Sie nutzen SNS um zu sensibilisieren.
Und um ihre Meinung zu sagen.
Sie zeigen, wie andere Menschen MmLS behandeln.
Sie zeigen, was es für Vorurteile gibt.
Sie zeigen, wie sie sich selbst wahrnehmen.
- Sie nutzen SNS um ‚normal‘ zu sein.
Sie sagen, dass sie sich ‚normal‘ fühlen wenn sie SNS nutzen.
Sie sagen, dass sie ‚wie andere‘ sind.

³⁷ Menschen mit Lernschwierigkeiten

³⁸ Soziale Netzwerk Seiten, zum Beispiel Facebook, Instagram und so weiter.

- Sie nutzen SNS um Kontakt mit anderen Nutzer*innen³⁹ zu haben.
Entweder direkt,
zum Beispiel über Chat oder Messenger auf Facebook.
Oder indirekt,
zum Beispiel wenn andere Nutzer*innen auf ihre Beiträge reagieren.
Mit Like, oder Herz und so weiter.
- MmLS nutzen SNS um Werbung zu machen.
Entweder für sich selbst.
Oder für andere Firmen.
Sie werden bezahlt, wenn sie Werbung machen.

2. Herausforderungen

- SNS sind nicht immer barrierefrei.
Die Einstellungen sind oft schwer für MmLS.
Zum Beispiel schwere Passwörter.
Manche MmLS haben keinen Computer oder Smartphone.
Dann ist es schwer auf SNS zu gehen.
- MmLS werden manchmal gemobbt auf SNS.
Dann teilen sie weniger von sich selbst.
- SNS-Nutzer*innen haben ein bestimmtes Wissen.
Darüber wie SNS funktionieren.
Zum Beispiel welche Beiträge man teilen soll.
Und welche nicht.
MmLS bekommen oft nicht genug Bildung über dieses Wissen.
- Bekannte MmLS auf SNS teilen viel von sich.
Manchmal verstehen ihre SNS-Kontakte Sachen falsch.
Dann diskutieren sie über Sachen.
Auch wenn die bekannten Menschen das gar nicht gemeint haben.
- Viele SNS-Nutzer*innen benutzen schwere Sprache.
Das macht Barrieren für MmLS und schließt sie aus.

³⁹ Das * zeigt : hier sind Frauen und Männer gemeint. Es ist auch Platz für Menschen die sich nicht als Frau oder als Mann fühlen. Es sind alle Menschen gemeint.

3. Einfluss

Die Darstellungen von MmLS auf SNS werden von zwei (2) Seiten beeinflusst.

Auf der einen Seite steht der MmLS der SNS nutzt.

Der Mensch hat eigene Meinungen und Vorstellungen.

Die beeinflussen seine Darstellungen.

Alle MmLS in der Studie benutzen SNS um zu sensibilisieren.

Deshalb spielen ihre Lernschwierigkeiten eine Rolle bei ihren Darstellungen.

Auf der anderen Seite stehen die SNS und die Normen da drauf.

Es gibt gesellschaftliche Vorstellungen über MmLS.

Die wirken zum Beispiel bei SNS-Nutzer*innen mit Lernschwierigkeiten.

Wenn der Mensch sagt: ich bin normal.

Oder: ich will normal sein.

Die wirken bei anderen Nutzenden.

Zum Beispiel wenn sie Schwere Sprache benutzen.

Und so MmLS ausschließen.

Die wirken bei den Chef*innen von SNS.

Wenn sie den Zugang zu SNS nicht barrierefrei machen.

Die wirken bei Politiker*innen.

Wenn sie nicht genug Bildung für MmLS bieten.

Oder wenn MmLS in Wohnstrukturen keine Computer haben.

Es gibt neoliberale Normen.

Dabei geht es um Geld.

Wenn bekannte MmLS auf SNS Werbung machen,

können sie dadurch in die Gesellschaft inkludiert werden.

Das gilt aber nicht für alle MmLS.

Nur für diejenigen die sich gut vermarkten können.

Und gut in Werbungen passen.

SNS sind sehr kompliziert.

Es gibt viele Einflüsse dort.

Es ist wichtig, dass es mehr Studien gibt die schauen:
So beeinflussen SNS MmLS.

SNS bieten viele Möglichkeiten für MmLS.

Aber sie erhalten auch viele Barrieren.

Es muss mehr Wissen darüber geben,

wie man SNS nutzen kann.

Damit Inklusion passiert.

Deutsches Abstract

Diese Masterarbeit untersucht die Einflussfaktoren auf Darstellungen von Menschen mit Lernschwierigkeiten (MmLS) auf Sozialen Netzwerk Seiten (SNS). Des Weiteren werden Beweggründe für, sowie Herausforderungen bei Darstellungen von MmLS auf SNS eruiert. Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden einerseits vier problemzentrierte Interviews mit MmLS geführt. Andererseits wurden (visuelle) Diskursdaten auf vier ausgewählten *Instagram*-Profilen von *content creators* mit Lernschwierigkeiten erhoben. Das Datengefüge wurde mittels Situationsanalyse nach Adele Clarke et al. (2018) ausgewertet.

Es wurden fünf Beweggründe zur Darstellungen von MmLS auf SNS eruiert. So spielen Kontrolle über gezeigte Facetten, Sensibilisierung und Meinungsäußerung, der Wunsch nach ‚Normalität‘, die mögliche Interaktion mit anderen SNS-Nutzer*innen, sowie mögliche Werbechancen auf SNS eine beachtenswerte Rolle bei der Nutzung.

Es wurden fünf übergeordnete Arten der Herausforderungen erarbeitet. Demnach fordern eingeschränkte Zugänge, sowie (fehlendes) implizites Wissen, Cybermobbing, die mögliche Reaktion von *Follower*innen* und die Nutzung von *Schwerer Sprache* anderer Nutzer*innen MmLS bei ihren Darstellungen auf SNS heraus.

Als Einflussfaktoren auf die Darstellungen kristallisierten sich die Seite des*der Nutzer*in mit Lernschwierigkeiten und die Seite der Normen auf SNS heraus. So beeinflussen individuelle Meinungen der Nutzenden deren Darstellungen auf SNS. Die Lernschwierigkeiten spielen dabei ebenfalls in die Darstellungen mit hinein (beispielsweise in Form der Sensibilisierungsarbeit). Normen auf SNS wurden in gesellschaftliche Normen und neoliberale Normen aufgeteilt. Gesellschaftliche Normen lassen sich bei dem*der Nutzenden finden, beispielsweise in seinem*ihrem Wunsch ‚normal‘ zu sein. Bei anderen Nutzenden, sowie Plattformbetreibenden und politischen Entscheidungstragenden drücken sich Normen in der Konstruktion und Konservierung von bestehenden Herausforderungen aus. Neoliberale Normen auf SNS bieten teilweise (bestimmten) MmLS die Möglichkeit gesellschaftliche Normen auf SNS zu ‚überwinden‘. SNS stellen ein Feld mit vielen unterschiedlichen Machtgefügen dar. Es bedarf an mehr Wissen über SNS und deren Wirkung auf Lebenszusammenhänge von MmLS. Nur so können mögliche Potenziale herausgearbeitet werden und bestehende Barrieren abgebaut werden.

English Abstract

This master thesis investigates representations of people with learning difficulties (PWD) on social networking sites (SNS). Furthermore, motivations for, as well as challenges with, representations of PWDs on SNS are being elicited. To answer the research questions, four problem-centred interviews were conducted with PWDs. Moreover (visual) discourse data was collected on four *Instagram* profiles of *content creators* with learning difficulties. The data set was analysed using Adele Clarke et al.'s (2018) situational analysis.

Five motivations for representations of PWDs on SNS were determined. Control over shared identity facets, awareness-raising and expression, desire for 'normality', possible interactions with other SNS users, and potential advertising opportunities on SNS influenced the SNS use of PWDs.

Five types of challenges were identified. According to these, restricted access, as well as (lack of) implicit knowledge, cyberbullying, the possible reaction of followers and the use of difficult language by other users, challenged PWDs in their representations on SNS.

The side of the user with learning difficulties and the side of norms on SNS emerged as influencing factors on the representations. Thus, the user's individual opinions influenced their representations on SNS. The learning difficulties also played into the representations (for example in the form of awareness-raising). Norms on SNS were divided into social norms and neoliberal norms. Social norms were found on the user's side, e.g. in his*her desire to be 'normal'. For other users, as well as platform operators and policy makers, norms were expressed in the construction and conservation of existing challenges. Neoliberal norms on SNS partly offered the possibility to 'overcome' social norms on SNS for (certain) PWDs.

There exist multiple different influential power relations on SNS. SNS represent a field with many different power structures. There is a need for more knowledge about SNS and their impact on life contexts of PWDs. Increasing knowledge will help to work out possible potentials and break down existing barriers.

Anhang

A. Abkürzungsverzeichnis

BMASK	Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
GT	Grounded Theory
IG	Instagram
KGT	Konstruktivistische Grounded Theory
LS	Lernschwierigkeiten
MmB	Menschen mit Behinderungen
MmLS	Menschen mit Lernschwierigkeiten
PWD	People with learning difficulties
SA	Situationsanalyse
SNS	Soziale Netzwerk Seiten
SNS	Social Networking Sites
UGC	User generated content
UN-BRK	Behindertenrechtskonvention der Vereinten Nationen
WDS	World Down Syndrome's Day

B. Interviewstütze

1. Welche SNS benutzt du⁴⁰?

(falls unsicher: *Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok...*?)

2. Kannst du mir ein bisschen von deinem Profil erzählen?

→ mögliche Unterfragen:

- Beschreibst du dich da? Warum? Warum nicht?
- Was beschreibst du? Beruf, Hobbys? Usw.
- Zeigst du Fotos von dir? Warum? Warum nicht?
- Zeigst du andere Fotos? Warum? Warum nicht?
- Welche Fotos zeigst du?
- Was hast du in letzter Zeit gepostet?

3. Wie stellst du dich auf SNS dar?

→ mögliche Unterfragen:

- Teilst du verschiedene Sachen mit verschiedenen Menschen? (falls unsicher: zum Beispiel zeigst du deiner Familie andere Beiträge als deinen Freund*innen?)
- Kannst du Gefühle auf SNS zeigen?
- Tust du manchmal so als wärst du jemand anderes?
- Sagst du, dass du Lernschwierigkeiten hast?
- Sagst du deine Meinung auf SNS? Zu welchen Themen? ⁴¹

Themenbereich Beweggründe/ Einflussfaktoren ⁴²

- Kannst du dich noch erinnern wann du das erste Mal auf einer SNS warst? Wie war das? Warum hast du dich angemeldet?
- Was fühlst du wenn du auf SNS bist?
- Sind SNS wichtig für dich?
- Was ist anders seit du SNS nutzt?
- Was findest du gut bei SNS?

⁴⁰ In einem Vorgespräch, hatte ich mit allen Teilnehmenden vereinbart uns *gegenseitig* zu duzen. Wir wollten dadurch eine angenehmere Gesprächsatmosphäre schaffen.

⁴¹ Nach dem ersten Interview hinzugefügt, da es ein wichtiges Thema zu sein schien

⁴² Je nach Verlauf des Interviews genutzt, tw. genutzt

Themenbereich Herausforderungen

- Was ist schwer, wenn du auf SNS bist?
- Denkst du über Sicherheit nach? Denkst du über Privatsphäre nach?
- Machst du etwas, damit du dich sicher auf SNS fühlst?
- Wenn eine Person mit Lernschwierigkeiten gerne neu SNS benutzen möchte: was ist dein Rat für sie?
- Würdest du gerne mehr auf SNS machen? Warum/ warum nicht?
- Hast du davon gehört, dass Menschen auf SNS mobben (schimpfen/ gemein sind)? Kennst du eine Person, die das erlebt hat?
- Was würdest du tun, wenn dir das passiert?

Abschluss

- Willst du noch etwas darüber sagen, wie du dich auf SNS darstellst?
- Willst du mich noch etwas fragen?

C. Informierte Einwilligung

Liebe*r Forschungsteilnehmer*in!

Mein Name ist Lara Grevis. Ich studiere an der Universität Wien. Ich schreibe meine Masterarbeit am Institut für Bildungswissenschaft. Dazu mache ich ein eigenes Forschungsprojekt. Ich schaue, wie Menschen mit Lernschwierigkeiten sich auf Sozialen Netzwerk Seiten darstellen. Dazu mache ich Interviews.

Bitte beachten Sie:

- **Ich kann immer sagen, wenn ich mich nicht wohl fühle.**
Ich kann immer Fragen stellen.
Ich kann immer sagen, dass ich aufhören möchte.
- **Das Interview wird auf Tonband aufgenommen.**
Das aufgenommene Interview wird dann aufgeschrieben.
- **Wenn die Masterarbeit fertig ist, wird die Tonbandaufnahme gelöscht.**
- **Der Text über das Gespräch wird anonymisiert.**
Das heißt, niemand wird meinen Namen erfahren.
- **Ich werde über die Ergebnisse der Forschung informiert.**
- **Ich bin damit einverstanden,**
dass Teile aus dem Text von dem Interview in der Masterarbeit stehen.

Meine Unterschrift heißt,

dass ich weiß über was das Forschungsprojekt geht.

Dass ich weiß was meine Rechte sind.

Dass ich einverstanden bin, ein Interview zu machen.

Ort

Datum

Unterschrift