



IO1 ZUSAMMENFASSUNG – Deutsche Version

Der transnationale Bericht präsentiert die Ergebnisse der in den sechs Partnerländern (Österreich, Irland, Italien, Polen, Rumänien, Slowakei) durchgeführten Kontextanalyse über bestehende Lernerfahrungen, Angebote und Aktivitäten bei denen gehörlose Jugendliche über Kunst lernen und gehörlose Besucher_innen in Museen und kulturelle Tätigkeiten eingebunden werden. Die Analyse ermöglicht der Partnerschaft ein besseres Verständnis für die benötigten Inhalte, Methoden und Zugänge des Projekts. Das Projekt möchte einerseits gehörlosen Jugendlichen die Möglichkeit geben über Kunst zu lernen und Museumsführer_innen zu werden und andererseits die Effekte dieses Trainings auf die Entwicklung der Kompetenz der gehörlosen Jugendlichen im Bereiche Kunst, Kunstinterpretation und Kommunikation beobachten.

Die Ergebnisse der auf transnationaler Ebene durchgeführten Kontextanalyse stellen den ersten Schritt zur Entwicklung des pädagogischen Modells von MADE dar. Dabei handelt es sich um ein maßgeschneidertes Trainingsprogramm mit dem Ziel gehörlose Jugendliche durch die Weiterentwicklung ihrer Kommunikationsfähigkeiten und durch das Aufzeigen neuer Arbeitsmöglichkeiten im Feld Kunst und Kultur zu empowern und sie somit besser zu inkludieren.

Jedes Länderteam hat mindestens fünf „Good Practice“ Beispiele (also 30 auf transnationaler Ebene) ausgewählt, analysiert und kommentiert. Die Kriterien für die Auswahl von Museen für den Bericht waren die Qualität der vorhandenen Angebote, der Erfolg und die Annahme in der Gehörlosen-Community, die Zusammenarbeit mit Gehörlosenvereinen und die Nachhaltigkeit der Angebote.

Die Kontextanalyse zeigt eine große Vielfalt von Angeboten, Aktivitäten und Methoden, bei denen gehörlose Jugendliche über Kunst lernen können und die Gehörlosen-Community besser in Museen eingebunden wird. Obwohl in letzter Zeit das Bewusstsein über Probleme bezogen auf die Barrierefreiheit für Gehörlose im Kunstbereich gestiegen ist, unter anderem durch Projekte und spezielle Angebote, sind die meisten dieser Initiativen schlecht beworben und nicht leicht für gehörlose Besucher_innen zugänglich. In allen Partnerländer gibt es nur wenige Angebote von Museen für gehörlose Besucher_innen und bei den bestehenden handelt es sich hauptsächlich um Videos in Gebärdensprache (manchmal mit Untertiteln in der gesprochenen Landessprache), die mit speziellen Apps oder durch QR-Codes heruntergeladen werden können. Außerdem werden Führungen mit Gebärdensprachübersetzung angeboten.



Auf transnationaler Ebene sind die **Hauptergebnisse** bezogen auf Stärken und Schwächen der gesammelten „Good Practice“ Beispiele von Angeboten und Aktivitäten von Museen für gehörlose Menschen und deren soziale Inklusion sowie von Trainingsaktivitäten für gehörlose Jugendlichen mit dem Ziel ihnen Wissen über Kunst zu vermitteln und damit neue Jobmöglichkeiten für sie als Museumsführer_innen oder Mediator_innen aufzuzeigen.

Die wichtigen **Stärken** der gesammelten „Good Practice“ Beispiele auf transnationaler Ebene, sind folgende:

- ✓ Videos in der nationalen Gebärdensprache, die auf der Museumswebseite, über eine gratis downloadbare App oder ein QR-Code verfügbar sind und von Gehörlosen über das eigene Smartphone oder Tablet angesehen werden können. Manche Videos haben Untertitel in der Landessprache, die Gehörlosen helfen können, die die Gebärdensprache nicht beherrschen.
- ✓ Führungen mit Gebärdensprachübersetzung, die sowohl für gehörlose als auch für hörende Besucher_innen sind
- ✓ Kooperationen mit Gehörlosenvereinen, um die Angebote des Museums speziell in der Gehörlosen-Community zu bewerben und damit die Anzahl der gehörlosen Besucher_innen und ihre Teilnahme an kulturellen Aktivitäten zu steigern
- ✓ Involvierung von Gehörlosenvereinen in die Entwicklung von kulturellen Angeboten für gehörlose Besucher_innen
- ✓ Spezielle, im Museum stattfindende Trainingskurs für junge gehörlose Menschen, bei denen sie lernen können Mediator_innen für Themen im Zusammenhang mit dem Kulturerbe und der Geschichte von Kunstgegenständen zu sein.
- ✓ Erstellung eines Wörterbuchs (in Gebärdensprache) mit Begriffen aus den Bereichen Kunst, Geschichte und Kultur, damit gehörlose Menschen Inhalte im Zusammenhang mit Kunst und Kultur in ihrer Erstsprache verstehen und besprechen können
- ✓ Künstlerische Aktivitäten und Workshops (in den Bereichen Töpfern, Malen, Fotografie, etc.) als innovative Zugänge und Methoden, um kulturelles Interesse bei jungen gehörlosen Menschen zu ermutigen, oft in Kombination mit Computertechnologie

Andererseits wurden bei den Good Practice Beispielen auch **Schwächen** entdeckt. Das bestätigt, dass noch immer viel Arbeit notwendig ist, um die soziale und



Arbeitsmarktinklusio n von gehörlosen Menschen im Kunst- und Kulturbereich zu bewerben und zu steigern. Die bedeutendsten Schwächen sind:

- ✓ Begrenzte Anzahl von Museumsangestellten, die Gebärdensprache beherrschen und gehörlose Besucher_innen jederzeit bei einem Museumsbesuch begleiten können
- ✓ Führungen mit Gebärdensprachübersetzung sind oft nur auf Nachfrage möglich und müssen im Vorhinein gebucht werden
- ✓ Fehlende Interaktionsmöglichkeiten für gehörlose Besucher_innen während des Museumsbesuchs, wenn nur Videos in Gebärdensprache angeboten werden
- ✓ Fehlende finanzielle Mittel, um Museumsführer_innen anzustellen, die die benötigten Fähigkeiten haben, um Kunst- und Kulturthemen an gehörlose Besucher_innen zu vermitteln oder, um gehörlose Menschen als Museumsführer_innen auszubilden
- ✓ Mangelndes Bewusstsein von gehörlosen Menschen über den Entwicklungsmöglichkeiten in den Feldern von Kultur und Kunst.
- ✓ Informationen über Angebote für die Gehörlosen-Community sind auf Museumswebseiten und anderen Kanälen nicht genügend verbreitet und beworben. Die schlechte Bewerbung des Zugangs für Gehörlose zu Museum schränkt die Zahl der Gehörlosen, die davon profitieren könnten, ein.

Folgende **Kompetenzen** werden als relevant und notwendig betrachtet, um junge gehörlose Menschen bei der Aneignung von künstlerischem Wissen für ihre Inklusion in den Arbeitsmarkt als Museumsführer_innen oder –mediator_innen, zu unterstützen:

- Die Fähigkeit ein Kunstwerk in Gebärdensprache zu beschreiben, inklusive dessen Geschichte, Eigenschaften und kulturellen Zusammenhangs.
- Digitale Fähigkeiten zur Produktion von Videos in Gebärdensprache, Video Blogs, Beiträge für Videoguides;
- Kenntnisse über Techniken und Strategien, um gemeinsam mit Museen und Gehörlosenvereinen Museumsangebote für Gehörlose zu entwickeln
- Kompetente Verwendung von Gebärdensprache
- Fähigkeit jedes Kunstwerk durch die Verwendung der richtigen Begriffe in Gebärdensprache zu beschreiben, um die Bedeutung und die Emotionen von Kunstwerken angemessen an gehörlose Besucher_innen zu vermitteln
- Spezielle Kommunikationsfähigkeiten innerhalb der Gehörlosen-Community.



Die Einbindung von Organisationen aus dem Kunst- und Kulturbereich, gemeinsam mit öffentlichen Schulen, speziellen Schulen für Gehörlose und Gehörlosenvereinen ist während des Entwicklungsprozesses des pädagogischen Modells, das jungen Gehörlosen helfen soll Museumsführer_innen zu werden, notwendig. Zusätzlich können Personen, die bereits als gehörlose Museumsführer_innen arbeiten, in den von den MADE Partner_innen durchgeführten Kurs involviert werden, um damit das Interesse der Jugendlichen an dieser neuen Jobmöglichkeit zu steigern.

Am Ende der Kontextanalysen werden von den Partner_innen folgende **Zugänge** vorgeschlagen, die gehörlosen Jugendlichen das Lernen über Kunst ermöglichen:

- theoretische Inhalte über Kulturerbe kombiniert mit praktischen Trainings in Museen
- Bewerbung der kulturellen Identität von Gehörlosen, inklusive speziellen Zugängen sowie Storytelling, visuelle Umgangssprache, gehörlose Musik, Pantomime Training zur Steigerung des Selbstvertrauens, der Ausdrucksfähigkeit, der Klarheit der Interpretation, etc.
- Learning by Doing
- Verwendung von digitalen Werkzeugen
- Rollenspiele zum Üben von Kommunikationsfähigkeit in speziellen Situationen (z.B. während einer Führung in einem Museum);
- Involvierung von gehörlosen Vorbildern mit Erfahrung in Museen und kulturellen Aktivitäten

Es wird wichtig sein, einen inklusiven Zugang sicherzustellen, der die soziale und Arbeitsmarktinklusivierung von gehörlosen und hörenden Menschen ermöglicht.

Zusätzlich wird für die jungen Museumsführer_innen, die selbst Teil der Gehörlosen-Community sind, die Kooperation zwischen Museen und Gehörlosenvereinen wichtig für die Bewerbung der Museumsangebote bei gehörlosen Menschen sein. Das gleiche gilt für die Entwicklung des pädagogischen Modells von MADE, damit es nützlich, nachhaltig und verwertbar für die Hauptzielgruppe des Projekts ist.