



Leichte Sprache, Typografie und Angemessenheit

1.

1.

Leichte Sprache ist eine **einfach verständliche** Sprache.

2.

2.

Bei einem geschriebenen Text ist nicht nur der Inhalt wichtig. Sondern auch, **wie der Text aussieht**.

Das nennt man Typografie und Design.

Das spricht man so aus: Di-sain.

Zum Beispiel:

- Wie die Schrift aussieht.
- Wie groß die Buchstaben sind.
- Ob es Bilder gibt.

3.

3.

Angemessen bedeutet **passend**.

Ein Text ist zum Beispiel angemessen:

- Wenn er zum Leser passt.
Zum Beispiel zu einer Person mit Lern-schwierigkeiten.
- Wenn er zur Text-sorte passt.
Denn ein Vertrag sieht zum Beispiel anders aus als ein Gedicht.

4.

4.

Leichte Sprache ist neu.

Sie muss angemessen sein, damit man sie versteht.

Dabei ist wichtig, wie der Text aussieht.

Sabina Sieghart will herausfinden, wie das geht.

Deshalb arbeitet sie an diesem **Design-forschungs-projekt**.

1) Leichte Sprache ist ein feststehender Begriff, ein eigenständiger Ausdruck. Daher die Schreibweise mit dem grossen Anfangsbuchstaben «L».

ANGEMESSENHEIT DES SCHRIFTLICHEN GEBRAUCHS «LEICHTER SPRACHE» AUS TYPOGRAFISCHER UND LINGUISTISCHER SICHT

Im geplanten Projekt wird das Phänomen Leichte Sprache¹ unter dem Aspekt der Angemessenheit aus typografischer und linguistischer Sicht erforscht.

Leichte Sprache definiert sich als eine verständliche Varietät des Deutschen. Sie entstand in der Praxis mit dem Ziel, Barrierefreiheit zu schaffen, Teilhabe und Selbstbestimmung für Menschen mit Lernschwierigkeiten zu ermöglichen. Auch weitere Personengruppen, wie Menschen mit eingeschränkten Deutschkenntnissen oder Demenz, sollen von Leichter Sprache profitieren. Leichte Sprache richtet sich derzeit nach einem starren Regelwerk. Nur wenn die Regeln befolgt werden und eine Prüfgruppe anschließend die Verständlichkeit und Einhaltung der Regeln bestätigt, darf der Text als Leichte Sprache bezeichnet werden. Diese Regeln widersprechen jedoch teilweise den Erkenntnissen der Verständlichkeitsforschung sowie Erfahrungen und Erkenntnissen des Kommunikationsdesigns. Zudem greift das Regelwerk zu kurz, da es weder die verschiedenen Ausgabemedien noch die heterogene Zielgruppe berücksichtigt. Das Verstehen der Texte wird z.T. unnötigerweise erschwert, und die visuelle Umsetzung der Produkte animiert nicht zum Lesen.

Doch welche Parameter sind entscheidend für die erfolgreiche Aufnahme von Texten bei dieser Zielgruppe? Wie können daraus allgemein gültige, angemessene Vorgaben entwickelt werden?

1. Theoretische Analyse

These: Kommunikation ist nur dann erfolgreich, wenn sie angemessen ist.

Auf Basis einer gegenstandsbezogenen Explizierung des Sprach- und Kommunikationsideals sowie des Verstehensziels von Texten in Leichter Sprache werden Texte zunächst aus typografischer und linguistischer Sicht analysiert. Dabei werden die fünf Angemessenheitsdimensionen (adressatenbezogen, sachlich-inhaltlich, situationsbezogen, senderbezogen, textfunktionsbezogen) untersucht.

2. Beispielhafte Anwendung

In einem partizipativer Projektaufbau werden mit einem Praxispartner Prototypen entwickelt und getestet. Ideale Partner sind Museen, Banken oder Verwaltungen. Alle Anwendungsfelder der Typografie (Signaletik, Printprodukte und bildschirmgestützte Medien) werden gestaltet.

3. Formulierung von Leitlinien

These: Die Faktoren angemessener Kommunikation mit Leichter Sprache können nur als Leitlinien und nicht als starres Regelwerk formuliert werden.

Für die sprachliche und typografische Gestaltung kann ein praktisch anwendbarer Orientierungsrahmen formuliert werden, der eine Einschätzung der Qualität des gestalteten Textes auf Basis der fünf Angemessenheitsdimensionen ermöglicht. Die besondere Herausforderung besteht in der Berücksichtigung der Multimodalität der Kommunikation.

Leichte Sprache, Typografie & Angemessenheit

Ein Designforschungsprojekt von Sabina Sieghart