

7 Fazit: Empfehlungen für die journalistische Praxis

Steffen Grütjen, Friederike Herrmann und Milan Skusa

Zum Abschluss des Arbeitspapiers stellen wir noch einmal Empfehlungen für die journalistische Praxis vor, die auf den Interviews mit den Zielgruppen eines leichter verständlichen Journalismus beruhen. Viele der erhobenen Nutzungsmuster sind keine spezifische Besonderheit der befragten Zielgruppen, sondern gelten in ähnlicher Weise auch für andere Nutzer:innen. Sie wurden dennoch herausgearbeitet, wenn sie für die Zielgruppen leichter verständlicher journalistischer Angebote besonders bedeutsam erscheinen.

Persönlicher Kontakt zu Vertreter:innen der Zielgruppen

Um ein Gespür für die Nutzungsweisen, Bedürfnisse und Lebensumstände der besonderen Zielgruppen zu bekommen, sollten Redakteur:innen schon während der Konzeption eines Angebotes Kontakt zu mindestens ein bis zwei Betroffenen aufnehmen. Dieser direkte Kontakt bedeutet keinen großen Zeitaufwand und ist nach den Erfahrungen der Forschungsgruppe durch nichts zu ersetzen. Insbesondere Prüfer:innen Leichter Sprache sind gerne zu einem Redaktionsbesuch bereit und können kompetent beraten. Wünschenswert wäre ein regelmäßiges Gesprächsformat in Form von Redaktionsbesuchen oder

wiederkehrenden Videokonferenzen. Anhand ausgewählter Beiträge kann diskutiert werden, ob die Inhalte für die Zielgruppen verständlich sind. Hilfreich kann für diesen Prozess auch der Kontakt zu Sozialverbänden (Caritas, Diakonie, Lebenshilfe), Selbsthilfegruppen und Volkshochschulen sein. Die Nutzer:innen können sogar die Rolle eines Beirats einnehmen, der sich aus Personen mit unterschiedlichen Lesekompetenzen zusammensetzt und Empfehlungen für die Gestaltung von journalistischen Beiträgen in leicht verständlicher Sprache ausspricht. Das bedeutet angesichts der ausgezeichneten Organisation von Prüfer:innen Leichter Sprache weniger Aufwand als Redaktionen oft vermuten und ist sehr sinnvoll, damit auch wirklich die Zielgruppen erreicht werden, wenn man sich schon die Mühe eines gesonderten Angebots macht. Gerade der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann hier zeigen, wie wichtig er für die Integration der gesamten Gesellschaft ist.

Einen Zugang zur Berichterstattung schaffen, der an eigene Erfahrungen anknüpft

Wie viele Nutzer:innen waren auch die Befragten dieser Studie besonders interessiert an Themen aus dem eigenen Erfahrungsbereich oder mit räumlicher Nähe, also regionaler und

lokaler Berichterstattung. Das unterstreicht noch einmal, wie zentral lokaler Journalismus für eine demokratische Gesellschaft ist. Nicht nur vor dem Hintergrund unserer Ergebnisse gefährdet dessen Rückbau die Integration und Inklusion vieler gesellschaftlicher Gruppen. Initiativen zur Stärkung lokaljournalistischer Praxis bedürfen entsprechend besonderer Unterstützung.

Über das Lokale hinaus zeigte sich aber auch ein großes Interesse an abstrakteren oder weiter entfernt liegenden Themen, wenn es gelang, einen emotionalen Zugang zu schaffen oder Empathie zu wecken. Dies kann insbesondere ein erzählerischer Journalismus beispielsweise in Reportageformaten leisten.

Tipps, Erklärungen und Orientierung

Besonders bedeutsam für die befragten Zielgruppen ist ein am Service orientierter Journalismus, der die gesellschaftliche Teilhabe erleichtert. So wurde mehrfach Interesse an vertieften Erklärungen zu politischen Wahlen geäußert, sowohl was den konkreten Umgang mit den Wahlunterlagen betrifft als auch zu den allgemeineren Abläufen einer Wahl. Erläuterungen zu für die Zielgruppen wichtigen juristischen Entscheidungen und Vorgängen waren ebenso gewünscht wie alltagspraktische Erläuterungen, etwa zu den Folgen eines Streiks für den Nahverkehr, die für Menschen mit Einschränkungen oft eine besondere Herausforderung darstellen.

Angebote auffindbar platzieren

„Dass ich irgendwann nicht mehr gucken muss, wo bekomme ich die Nachrichten her?“

Dass das irgendwann selbstverständlich ist, dass ich die Nachrichten auch leicht kriege.“
(Interviewpartner:in mit kognitiver Einschränkung)

Ein häufiges Problem des leicht verständlichen Journalismus ist, dass die Angebote von den Zielgruppen nicht gefunden werden. Redaktionen müssen einkalkulieren, dass Angebote zufällig oder nach Gewohnheit und oft nicht bewusst gewählt werden.

Messenger-Dienste, insbesondere WhatsApp, eignen sich für Nachrichten und werden von vielen Menschen mit eingeschränkter Literalität bevorzugt zur Informationsbeschaffung genutzt und sind deshalb auch ein besonders geeignetes Medium für journalistische Nachrichtenformate. Auf diesem Weg können die gefundenen Angebote auch einfach an Freund:innen und Bekannte weitergeleitet werden.

Webangebote in Leichter und Einfacher Sprache sollten an die Hauptseite des jeweiligen Mediums angebunden werden. Empfehlenswert ist eine eindeutige, farblich hervorgehobene Kennzeichnung der Verlinkung der Angebote auf der Homepage. Eine Übersetzerin für Leichte und Einfache Sprache formuliert es so: „Das Ding muss schnell aufzufinden sein und ich brauche eben keine sieben Klicks.“ Und eine weitere Interviewpartnerin ergänzt:

„Man müsste noch mehr Informationen haben, damit man weiß, wer Leichte Sprache im Radio anbietet.“

Bild und Ton nutzen und in Bezug setzen

Viele Nutzer:innen bevorzugen audiovisuelle Medien gegenüber rein textlichen Angeboten. In den Werkstätten der Einrichtungen läuft meist das Radio im Hintergrund. Sinnvoll wäre hier ein Angebot leicht verständlicher Nachrichten, sowohl lokal als auch überregional. Illustrierende Bilder sollten konkrete Menschen bei den Tätigkeiten zeigen, von denen im Beitrag die Rede ist. Symbolbilder wirken oft verwirrend.

Einschlägige Weiterbildungsangebote etablieren

Um frühzeitig für leichte Verständlichkeit in journalistischen Angeboten zu sensibilisieren, sollten Workshops oder Seminare zum Thema bereits in journalistischen Volontariaten verankert werden. Ebenso sollten Fort- oder Weiterbildungsangebote entwickelt werden, insbesondere für Nachrichtenredakteur:innen.