

PR-Tipp made by muebri.de – #029

Vorsicht mit Synonymen.

Schüler lernen es schon beim Aufsatzschreiben im Deutschunterricht: Niemals mehrfach hintereinander dasselbe Wort verwenden. Auch für den Journalismus und die PR gilt diese Regel. Und so steht auf vielen Redaktions-Schreibtischen der Duden Nr. 8 „Sinn- und sachverwandte Wörter“. Doch Vorsicht: Die zwanghafte Suche nach Synonymen kann man auch übertreiben. Dann wird das Ergebnis bisweilen komisch oder gar lächerlich. Das liegt zum einen daran, dass es selten genau zutreffende Synonyme gibt. Beispiel: Wind, Sturm, Orkan haben eine unterschiedliche Intensität. Antlitz, Gesicht, Visage, Fresse eine andere Stilebene. Zum anderen leidet oft die Verständlichkeit der Texte darunter, wenn man Wortwiederholungen um jeden Preis vermeiden will. Deshalb gilt der Satz des Journalistenausbilders Walter von La Roche: „Nicht Abwechslung, nur Wiederholung schafft Verständlichkeit.“

(hil)

©2012