

Moden und Marotten im Journalismus (1): Kunterbunte Spielzeugwelt

geschrieben von Bernd Berke | 29. Januar 2012

An dieser Stelle sollen ab jetzt in loser Folge Moden und Marotten des journalistischen Handwerks aufgegriffen werden; vorwiegend aus dem Print-Bereich, aber auch schon mal aus anderen Medien. Frisch ans Werk:



Aus dem Arsenal der journalistischen Illustration (Foto: Bernd Berke)

Schon seit Jahren fällt die Neigung auch intelligenter Blätter auf, mehr oder weniger komplizierte Themen mit Spielzeug zu bebildern, vorzugsweise mit Playmobil-Figuren (oder artverwandten Produkten anderer Marken). So wird etwa ein Krankenhaus-Set herangezogen, um medizinische oder gesundheitspolitische Beiträge zu bebildern. Modellautos und Modellbahnen mitsamt den zugehörigen Spielzeuglandschaften liefern ebenfalls reichlich Anschauungsobjekte.

Die unterschwellige Botschaft lässt sich einigermaßen klar herauspräparieren: Hier, lieber Leser mit dem Laienverstand,

wirst du (welch' schreckliche Chefredakteurs-Formel) „da abgeholt, wo Du bist“. Hier wird dir ein schwieriges Thema auf leichthändige, ja geradezu kinderleichte Weise näher gebracht. Du wirst Spaß und Freude an der Lektüre haben. Steig ein, lies mit!

Die Frage ist, ob sich solche Bilder insgeheim auf den Text auswirken und sich die Wortjournalisten zu Simplifizierungen hinreißen lassen. Mal ganz abgesehen davon, dass sich die Methode eigentlich längst verbraucht hat und nur noch streng dosiert eingesetzt werden sollte.

Vielleicht wäre es noch interessant herauszufinden, wer damit eigentlich angefangen hat. Haben Bildredakteure und Fotografen diese Möglichkeit entdeckt und seither weidlich ausgereizt, oder haben Texter die ersten Anstöße gegeben?



Ausschnitt aus der heutigen
FAZ-Sonntagszeitung
(Sportteil)

Gleichklang auf Biegen und Brechen

Weeil wir schon einmal dabei sind, folgt hier gleich eine zweite Marotte aus dem Geiste der „flotten Schreibe“:

Sie ist just heute mal wieder in der FAZ-Sonntagszeitung (am Fuß der ersten Seite im Sportteil) zu besichtigen. In der dortigen Ankündigungsleiste stehen die Worte „Anmut“, „Armut“

und „Unmut“, die auf völlig verschiedene Themen verweisen, nämlich auf Pole Dancing als Fitnessstrend, auf den Handballnachwuchs und auf den in Ungnade gefallenen Fußballer Cacau vom VfB Stuttgart. Schwankt da nicht das sprachliche Gerüst?

Der Dreiklang der Anreißer soll freilich suggerieren, dass hier „aus einem Guss“ gearbeitet worden ist. Die Redaktion hat konferiert und ein übergreifendes Konzept entwickelt, das nicht zuletzt am sprachlichen Feinschliff zu erkennen ist. Es könnte allerdings auch sein, dass hier die Chefetage nach unten „durchregiert“ und die Wortreihe angeregt hat, um es euphemistisch zu formulieren.

Das häufig verwendete, meist arg bemüht wirkende Mittel erweist sich ja auch schnell als unguter Zwang. Nicht nur die Worte werden in ein Schema gepresst, sondern oft genug auch die Sachverhalte. Solche Vereinheitlichungswut kann geradezu den Eindruck erwecken, die Worte sollten strammstehen.