

**Kommentar als Meinungsäußerung**

Die strikte Trennung von Information und Kommentar gehört heute zum Ethos aller soliden Blätter und Sender. So gehören Fakten in die tatsachenorientierten Formen wie Nachricht, Bericht, Reportage, Feature oder auch Dokumentation. Meinung oder persönliche Einschätzung hingegen haben ihren Platz in Kommentar, Glosse, Kritik, Leitartikel oder Kolumne.

**"Kommentar"**

[lateinisch] der, Meinungsbeitrag in Presse, Hörfunk und Fernsehen. Als subjektiv wertende Beurteilung ist der Kommentar eine Form der Kritik und wird allgemein durch Artikel 5 des GG und besonders von den Pressegesetzen der deutschen Bundesländer geschützt.

© Bibliographisches Institut, F. A. Brockhaus AG, 2001

**Erläuterung und Meinung**

Für kommentierende Formen gilt: Sie können nicht ausgewogen und objektiv sein, sondern geben grundsätzlich die subjektive Sichtweise des Autors wieder. In der Presse kann man daher vom Leitartikel etwa auf das politische Profil der Zeitung schließen. Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk verhält es sich anders. Hier müssen alle relevanten politischen Richtungen Ausdruck finden. Deshalb alternieren hier Kommentatoren mit unterschiedlichen Auffassungen.

Kommentar und Leitartikel begleiten entsprechende Nachrichten oder Berichte als kritische Stellungnahme. Sie ordnen verschiedene Nachrichten in Zusammenhänge ein, erhellen die Hintergründe und versuchen, mögliche Folgen eines Ereignisses abzuschätzen. Ihr Ziel ist es, dem Publikum die eigene Meinungsbildung zu erleichtern, die Diskussion über ein Thema eröffnen oder einem Geschehnis ein abschließendes Urteil nachsenden.

**Leitartikel oder Kommentar?**

Der Leitartikel ist aus der Sicht des Lesers ein sehr umfangreicher Kommentar. Doch es gibt weitere Unterschiede: Während Kommentare abwägend argumentieren und somit zu einer begründeten Schlussfolgerung kommen, beziehen Leitartikel von Anfang an viel eindeutiger und kompromisloser Stellung. Deshalb kann man am Leitartikel generell das politische Profil einer Zeitung erkennen. Während Kommentare meist tagesaktuell sind, sehen Leitartikel eher die großen Zusammenhänge.<sup>1</sup>

**"Leitartikel"**

Größerer Aufsatz an bevorzugter Stelle in einer Zeitung, der aktuelle Zeitfragen kommentiert.

© Bibliographisches Institut, F. A. Brockhaus AG, 2001

<sup>1</sup> Aus: <http://www.br-online.de/wissen-bildung/thema/journalismus/kommentar1.xml>, 24.11.2003 17:39

**Fünf Typen des Kommentars:****Der Einerseits-Andererseits-Kommentar**

Oft genug teilt eine Angelegenheit die Menschen in zwei Lager: Pro und Contra. Dann lässt sich eine abwägende Gedankenführung realisieren. Aber auch bei sehr komplexen Situationen, wenn der Autor selbst nur schwer zu einer Entscheidung kommt, kann eine Einerseits-Andererseits-Argumentation verwendet werden. Damit kann er dem Leser bzw. Hörer die eigene oder öffentliche Ratlosigkeit vorführen. Diese Form des Kommentars erörtert analytisch, filigran und distanziert das Für und Wieder (in der Schule wird diese Stilform denn auch „Erörterung“ genannt). Am Ende sollte ein klar erkennbares Fazit stehen, muss aber nicht. Diese Form wird meistens in Leitartikeln angewendet.

**Der Pro-und-Contra-Kommentar**

Meist bedeutet kommentieren "argumentieren". Schließlich ist man von seiner Meinung überzeugt und versucht, andere ebenfalls zu überzeugen. Ein Kommentator muss sich deshalb gründlich mit anderen Meinungen auseinandersetzen und seine eigene Meinung hinterfragen. Erst mit guter Vorbereitung ist er gegen Einwände gewappnet. Diese Form des Kommentars ähnelt dem Einerseits-Andererseits-Kommentar sehr. Hier jedoch muss am Ende eine Schlussfolgerung, ein Fazit, eine Conclusio stehen. Typisch sind die drei Elemente: Was spricht dafür, was dagegen, was nun? Wird häufig in der Wochenzeitung „Die Zeit“ zur Anwendung gebracht.

**Der Meinungsartikel**

Es kann Situationen geben, in denen ein Vorfall grenzenlose Begeisterung oder Ärger hervorruft. Dies wird sich in einem argumentationslosen, einseitigen Kommentar widerspiegeln. Doch eine reine Interpretation einer Sachlage ist kein Kommentar. Diese Form ist also ein meinungsgefärbter, in der Regel längerer Bericht, der mit einer Mischung aus Argumenten und Meinung versucht, zu den Leser/Hörer von einer bestimmten Ansicht überzeugen.

**Der Kurzkomentar**

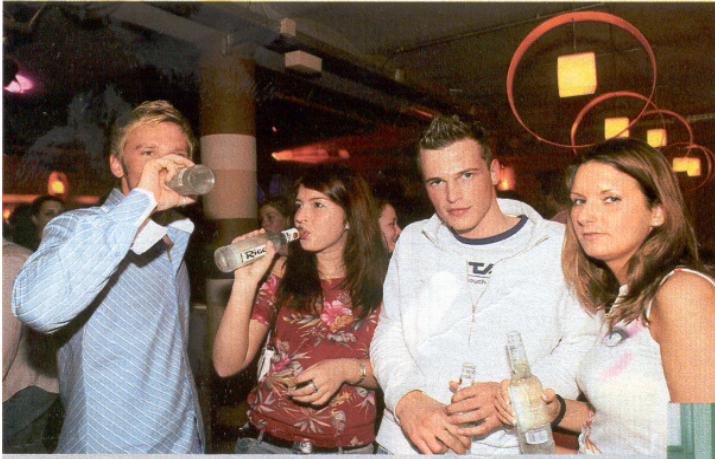
sagt in aller Kürze und Knappheit, wie der Autor eine Sache sieht. Für eine differenzierte Betrachtung eines Themas ungeeignet, da zu wenig Platz zur Darlegung der Argumente vorhanden ist. In der FAZ heißt diese Form „Leitglosse“ und wird als „rasche und zur Meinungsäußerung zugespitzte Bewertung dessen, was gerade passiert“ charakterisiert.

**Das Pamphlet**

ist die größte Form des Kommentars, häufig eine Spielart des Kurzkomentars. Ein Pamphlet kann jedoch auch eine längere Form haben. Die Argumente sind mit Verve geschrieben und haben in der Regel nur eine Stoßrichtung. Die Grenzen zur Polemik sind fließend. Es besteht die Gefahr, in die Sprache von Propagandisten und Demagogen zu verfallen.

**Aufgaben:**

1. Warum ist es wichtig, dass in Zeitungen Information und Meinung strikt getrennt werden? Beschreiben Sie in Ihrer Antwort die Folgen, wenn diese Trennung nicht vorgenommen wird!
2. Was gibt ein Kommentar grundsätzlich wieder? Beschreiben und erklären Sie in Ihrer Antwort auch die Besonderheiten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk!
3. Welche Ziele haben Leitartikel und Kommentar? Wiederholen Sie nicht die Worte aus dem Arbeitsblatt!
4. Welche Typen des Kommentars ähneln sich? Erklären Sie in Ihrer Antwort die Unterschiede der beiden Kommentartypen!
5. Welche Form des Kommentars sollten Sie in der Schule nicht verwenden? Geben sie eine Begründung!
6. Welche Form des Kommentars würden Sie zur Kommentierung folgenden Ereignisses verwenden? Begründen Sie Ihre Antwort!



## Süße Verführer

Die von der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, Marion Caspers-Merk, bereits androhte Sondersteuer auf so genannte Alcopops rückt näher - und könnte den boomenden Absatz der Mischdrinks mit jährlich mehreren hundert Millionen Flaschen zusammenbrechen lassen. Grund ist eine noch unveröffentlichte Studie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, von der Caspers-Merk ihr Vorgehen abhängig machen wollte. Danach greifen Minderjährige sogar noch öfter als junge Erwachsene zu den süßen Cocktails, meistens zu den Mischungen auf Schnaps-, Wodka- oder Rumbasis, die erst ab 18 Jahren frei sind. Bei der Befragung von 1000 Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren gaben 48 Prozent der Minderjährigen an, mindestens einmal im Monat Alcopops wie „Rigo“ oder „Smirnoff Ice“ zu trinken. Bei einer Vergleichsgruppe junger Erwachsener von 18 bis 29 Jahren waren es dagegen nur 39 Prozent. Zwar fielen darunter auch Bier- und Weinmischungen, die schon 16-Jährige trinken dürfen. Doch 42 Prozent der Jugendlichen räumten ein, auch die für sie in jedem Fall verbotenen Produkte mit hochprozentigen Alkoholika konsumiert zu haben.

aus: Der Spiegel, Nr.3/ 12.1.04, S. 15

Erstellen Sie zu diesem Text eine Kurzmeldung!

Erörtern Sie dieses Thema in einem Kommentar!



*Jugendliche Alcopop-Trinker,  
Alcopop-Angebot, Caspers-Merk*

Schwierigkeiten, an die härteren Cocktails zu kommen, gibt es offenbar kaum: Mehr als jeder vierte Jugendliche gab an, mindestens einmal im Monat solch einen Spirituosenmix selbst gekauft zu haben. Sogar unter den 14- und 15-Jährigen ging jeder Fünfte trotz Jugendschutzgesetz mit einer hoch angereicherten Flasche aus dem Laden. Inzwischen sind Alcopops laut der Erhebung die beliebteste Alkoholsorte unter Jugendlichen. Da 54 Prozent der Befragten gleichzeitig angaben, keine harten Alkoholika pur zu trinken, stützt die Studie die Vermutung, dass durch die Süßgetränke immer mehr Teenager in den regelmäßigen Alkoholkonsum hineinrutschen und auch Sonderformen des Trinkens wie das „Koma-Saufen“ dadurch gefördert werden. Dafür spricht die Zahl von 21 Prozent der 14- bis 19-Jährigen, die, so eine weitere Umfrage, mindestens einmal im Monat fünf und mehr Flaschen leeren. „Die Ergebnisse sind eindeutig“, urteilt Caspers-Merk. „Ich bin für eine klare Verteuerung und werde jetzt einen Vorstoß für die Sonderabgabe unternehmen.“