

# Komplexitätskompetenz

Gedanken zur Rolle des journalistischen Kommentars in der digitalen Bekenntniswelt. *Von Tanjev Schultz*

**Abstract** Der Kommentar gehört zu den klassischen Darstellungsformen im Journalismus. Welchen Wert hat er noch im Zeitalter digitaler Medien? Der Essay diskutiert die Rolle des Kommentars für eine anspruchsvolle Meinungsbildung und warnt davor, sich von der Social-Media-Kultur treiben zu lassen und einer Logik der Vereinfachung und Zuspitzung zu unterwerfen. Hilfreich könnte zudem ein neues Format sein, das nicht nur Fakten, sondern komplexere Argumentationen anderer Beiträge vorstellt und diskutiert – als „Meta-Kommentar“.

In der digitalen Öffentlichkeit herrscht kein Mangel an Meinungen. Wäre das Internet ein Fass, würde es ständig überlaufen – und die ganze Soße aus billigen Bekenntnissen, mehr oder weniger lustigen Memes, polemischem Palaver und penetranter Besserwisseri könnte im Erdreich versickern. So aber ergießt sie sich unerbittlich über das Publikum. Ist da noch Platz für den guten alten journalistischen Kommentar? Wer braucht noch einen Leitartikel?

Der reale oder gefühlte Bedeutungsverlust des Meinungsjournalismus hat zunächst etwas Heilsames. Er kann der journalistischen Eitelkeit und Selbstüberschätzung entgegenwirken, die unter anderem im Kampf um Kommentarplätze zu beobachten ist (oder früher zu beobachten war). Ohne hier Betriebsgeheimnisse aus meiner Zeit als Journalist bei der „Süddeutschen Zeitung“ auszuplaudern: Wie lange und unerbittlich in Redaktionskonferenzen darüber gestritten werden kann, welcher Autor mit seinem Thema den Leitartikel gewonnen hat und wer sich mit einem kurzen Kommentar begnügen muss, ist ziemlich beeindruckend – vor allem, wenn man bedenkt, dass selbst Journalistik-Studierende oft nicht wissen, was ein Leitartikel eigentlich ist.

Dass das journalistische „Kommentariat“ (Eilders et al. 2004; Neidhardt et al. 2005) mehr Konkurrenz hat als früher

*Prof. Dr. Tanjev Schultz ist Professor am Journalistischen Seminar und am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.*

*Gute journalistische Kommentare  
können auch und gerade  
in digitalen Zeiten  
den öffentlichen Diskurs bereichern.*

und dass es vielen Redaktionen mittlerweile wichtig ist, intern mindestens genauso viel über Themenideen und exklusive Recherchen wie über die Verteilung der Kommentarplätze zu sprechen, ist erst mal eine gute Entwicklung. Gepflegt werden sollte der Kommentar als Darstellungsform aber weiterhin. Sein Niedergang wäre nicht nur schade, sondern ein echter Verlust für die demokratische Öffentlichkeit. Denn trotz aller Kritik an der Attitüde mancher Meinungsmacher: Gute journalistische Kommentare können auch und gerade in digitalen Zeiten den öffentlichen Diskurs bereichern und bei ihren Leser:innen ein Lichtlein anzünden.

Dafür ist es notwendig, dass der Kommentar mehr bietet als die allgegenwärtige Social-Media-Meinerei: besonderen Lesegenuss, argumentative Tiefe, rhetorische Prägnanz. In Zeiten, in denen Algorithmen das Laute und Radikale, das Plakative und Emotionale begünstigen, ist die Versuchung groß, auch in journalistischen Meinungsbeiträgen mit einer rhetorischen Machete durch die Welt zu ziehen – dabei käme es gerade jetzt darauf an, eine feine Klinge zu führen.

## Mut zur Mehrdeutigkeit

Bekanntlich lassen sich verschiedene Typen und Stile von Kommentaren unterscheiden, und sicherlich haben sie alle, je nach Thema und Situation, weiterhin ihre Berechtigung: der schnörkellose Geradeaus-Kommentar, der schnell zum Punkt kommt, ebenso wie die flammende Anklage oder die gehaltvolle Einordnung. Was jedoch im aufgeheizten Debattenklima besonders wertvoll sein dürfte, obwohl es der alten Schule des konsequenten, klaren Kommentierens zu widersprechen scheint: leise Töne, zweifelnde, nachdenkliche Einwürfe, vielleicht sogar eine gewisse Unentschiedenheit.

Sicherlich, die Aufgabe von Journalist:innen sollte es nicht sein, ihr Publikum mit der eigenen Unsicherheit oder gar der eigenen Ignoranz zu behelligen und zu verwirren. Diese zu überspielen und sich ungeachtet berechtigter Einwände oder Zweifel als geradlinige Checker zu präsentieren, ist aber auch keine gute Lösung. Die Demokratie leidet darunter, dass sich zu viele in Politik und Medien als Kraftmeier geben und als Schlauberger aufspielen, die den Menschen simple Wahrheiten verkünden.

Wie ist eine gerechtere Gesellschaft möglich? Wie lässt sich die Klimakrise in den Griff bekommen? Wie kann es Frieden im Nahen Osten geben? Wer vorgibt, auf die großen Fragen der

Zeit stets die besten und klarsten Antworten zu kennen, ist ein Scharlatan. Wer so große Fragen beantworten will, begibt sich unweigerlich auf ein Feld, auf dem nicht unbedingt alles mit allem, aber vieles mit vielem zusammenhängt. Ein schwieriges Gelände mit vielen Stolpersteinen, Weggabelungen und noch unbetretenen Pfaden. Oft ist es hier schon ein Erfolg, nicht die beste, dafür immerhin die zweitbeste Lösung für ein Teilproblem zu finden. Welche das ist, lässt sich regelmäßig erst hinterher sagen. Wenn überhaupt.

Wer diese Schwierigkeiten leugnet, ob in der Politik oder im Journalismus, ist wenig vertrauenswürdig. Im schlimmsten Fall ist es ein Aufschneider, ein Populist oder Extremist.

Den Hang zur „Vereindeutigung der Welt“ hat der Arabist Thomas Bauer treffend beschrieben. Er schreibt:

*„Viele Menschen, denen immer alles erklärt wird und denen eine Welt ohne Geheimnisse, ohne Unerklärbares und Überkomplexes vorgegaukelt wird, glauben schließlich selbst, alles zu verstehen. Deshalb hat man immer und zu allem eine Meinung“ (Bauer 2018, S. 89).*

Guter Meinungsjournalismus braucht den Mut zur Zurückhaltung, auch den Mut zur Mehrdeutigkeit. Er braucht Differenzierungsfreude und Komplexitätskompetenz. Sinnvoll wäre es, sich nicht an den schwächsten, sondern an den stärksten Argumenten der anderen abzuarbeiten. Ehrenwert wäre es, dem „principle of charity“ zu folgen und die Äußerungen von anderen, so sie keine notorischen Populisten oder Extremisten sind, wohlwollend auszulegen, ihnen also in der Interpretation nicht immer gleich das Übelste zu unterstellen. Nützlich wäre es, wenn der Journalismus dem Publikum dabei helfen könnte, verschiedene Ebenen einer Diskussion zu unterscheiden, zum Beispiel moralische von empirischen oder pragmatischen Fragen.

## Lotse im Meinungsmeer

Das schließt nicht aus, dass sich Journalist:innen in ihren Kommentaren weiterhin leidenschaftlich für oder gegen etwas aussprechen. Sie sollten dabei, wo immer es angemessen ist, erkennen lassen, dass sie über vernünftige Zweifel und Gegenargumente nicht einfach hinweggehen. Sie sollten einräumen, dass oft nur bedingt vorhersehbar ist, welche (unbeabsichtigten) Effekte bestimmte politische Handlungen haben. Sie sollten zugeben können, dass es auch für andere Urteile und Programme gute Gründe geben mag – und Andersdenkende im demokrati-

schen Spektrum allenfalls Gegner und Konkurrenten, jedoch keine Feinde sind. Respekt vor den anderen bedeutet, ihre Argumente und Sichtweisen ernst zu nehmen und stets die Möglichkeit zuzulassen, selbst etwas dazu zu lernen und die eigenen Meinungen und Präferenzen zu verändern. Das ist es ja, was journalistische Arbeit auch im Publikum anregen soll.

Auch ein scharfer, kurzer Kommentar kann dazu einen Beitrag leisten, es ist jedoch eine Illusion, dass sich alles verknappen lässt. Und es ist ein Fehler, alles heillos zuzuspitzen – mit solcher Kommunikation ist das Internet ohnehin schon gesättigt. Das haben auch die gar nicht wenigen jungen Menschen verstanden, die (irgendwann) mehr wollen, als TikTok oder Instagram ihnen bieten können,

*In der hybriden Medienumgebung, in der sich so viele Menschen ständig zu Wort melden, hat Journalismus weiterhin seinen Sinn und seine Aufgabe.*

und die deshalb erstaunlich lange und differenzierte Podcasts hören oder beeindruckend dicke Dossiers lesen. Dieses Publikum für einen sorgfältig verfassten Leitartikel zu gewinnen, sollte nicht unmöglich sein.

Vor Komplexität zu kapitulieren, ist falsch; sie auszublenden, unklug und gefährlich. In der hybriden Medienumgebung, in der sich so viele Menschen ständig zu Wort melden, hat Journalismus weiterhin seinen Sinn und seine Aufgabe – doch nicht als gnadenloser Verknapper, Vereinfacher und Zuspitzer, sondern als Lotse im tosenden Meer der Informationen und Meinungen. Nicht als Alles-Erklärer, wohl aber als Einiges-Erklärer – und Weiterfrager.

## Nur noch Wischiwaschi?

Als Inbegriff des misslungenen Kommentars gilt im Journalismus ein Wischiwaschi-Text, der seine Leser:innen fragend zurücklässt. Wischiwaschi zu vermeiden, ist vernünftig – darf aber nicht dazu verleiten, die Welt nur in grellen Farben oder im schlichten Wechsel von Schwarz und Weiß zu zeichnen. Ausgewogenheit (im Sinne von „es allen recht machen“) wäre im Kommentar fatal. Daraus zu folgern, wer kommentiert, dürfe Gegenstimmen ignorieren und brauche nicht abzuwägen, sitzt jedoch einem Trugschluss auf. Walther von La Roche hielt sogar die in Kommentatoren-Kreisen gern geschmähte Figur des „einerseits, andererseits“ für legitim:

*„Auch eine Gedankenführung, die sich darauf beschränkt, zwischen mehreren Alternativen im Sinne von ‚einerseits-andererseits‘ abzuwägen und sich nur zögernd oder gar nicht für eine Alternative entschei-*

*det, ist Kommentar, wenn der Kommentator damit die Schwierigkeit oder Vielschichtigkeit des anstehenden Problems und seine eigene Ratlosigkeit demgegenüber ausdrücken will“ (von La Roche 2013, S. 178).*

Worauf es ankommt: dass die Ratlosigkeit nicht aus einem Mangel an Wissen und Recherche stammt, sondern – im Gegenteil – gerade die Folge einer intensiven Auseinandersetzung mit dem Thema ist. Immer zu allem sofort eine Meinung zu haben: Diese Schwäche, die in Teilen der Social-Media-Welt grassiert, war oder ist ja bis zu einem gewissen Grad leider auch ein Merkmal des traditionellen Journalismus. So schreibt der Chefredakteur einer Regionalzeitung kurz vor Andruck und zwischen zwei Geschäftsterminen schnell noch einen Kommentar zur US-Handelspolitik und am nächsten Tag mit demselben ungetrübten Selbstbewusstsein einen Kommentar zur deutschen Pflegeversicherung. Das Ergebnis ist entsprechend.

*Soll der journalistische Kommentar eine Zukunft haben, muss er sich – wie andere Darstellungsformen – durch erkennbare Substanz auszeichnen.*

Soll der journalistische Kommentar eine Zukunft haben, muss er sich – wie andere Darstellungsformen – durch erkennbare Substanz auszeichnen, die über das hinausgeht, was sich jeder Mensch heute mit einem Klick zusammengoogeln oder von „Künstlicher Intelligenz“ herunterbeten lassen kann. Anders gesagt: Ohne gründliche Recherche, ohne solides Fachwissen, ohne genügend Zeit zum Nachdenken sind Kommentare weitgehend wertlos.

## Vielfalt im „Kommentariat“

Traditionell ist es ein recht kleiner Kreis, der in den Redaktionen für Kommentare auserkoren ist, eine Öffentlichkeitselite mit „oligarchischer“ Anmutung (Neidhardt et al. 2005, S. 21). Es fehlt eine aktuelle Studie dazu, mein Eindruck und meine Erfahrung legen aber nahe, dass das „Kommentariat“ in den vergangenen Jahren in vielen Medien zumindest etwas durchlässiger und vielfältiger geworden ist, sodass zum Beispiel auch Jüngere mehr Chancen haben als früher, zum Zuge zu kommen.

Sogenannte Großautoren oder Alphajournalisten, traditionell männlich und im fortgeschrittenen Alter, sind zwar noch nicht ganz verschwunden, die Vielfalt an Stimmen wird aber allmählich größer. Vermutlich haben sich auch die Kriterien des Berufsprestiges verändert, ebenso wie die Möglichkeiten, bekannt und berühmt zu werden. Wortgewaltige Schreiber:innen mag es immer noch geben, wichtige Figuren des Politik- und Meinungs-

*Auf den digitalen Ausspielwegen  
journalistischer Beiträge ist es für das  
Publikum oft schwierig, verschiedene  
Darstellungsformen zu erkennen.*

journalismus wie Robin Alexander oder Melanie Amann stützen ihre Position und ihre Popularität aber zunehmend auch auf Social-Media- und Talkshow-Präsenz. Daran ist zunächst nichts verwerflich, die Frage ist nur, welchen Debattenwert sorgfältig geschriebene Texte in einigen Jahren überhaupt noch haben werden – und welchen Schaden die demokratische Öffentlichkeit durch eine systematische Entwertung dieser Kommunikationsform nehmen könnte (vgl. Habermas 2022, S. 48 ff.).

Auch die Masche mancher Kolumnist:innen, die auf jeden Fall „Muh“ sagen, wenn alle anderen „Miau“ sagen, erscheint in diesem Zusammenhang als ein Krisensymptom. Solche Kolumnist:innen und Newsletter-Meinungsmacher:innen sind typischerweise Generalisten, die zu allem und jedem eine Meinung haben und dabei eine bestimmte politische Richtung bedienen oder sich zwanghaft originell äußern, selbst wenn das zu Lasten der argumentativen Redlichkeit geht. Hauptsache, starke Meinung.

Anders als in den USA, wo es in größeren Zeitungen ein eigenes Meinungsressort gibt („editorial board“), dessen Redakteur:innen aufs Kommentieren und auf das Einwerben von Gastbeiträgen spezialisiert sind, existiert eine solche Arbeitsteilung in Deutschland nur ansatzweise. Die „Süddeutsche Zeitung“ zum Beispiel hat vor ein paar Jahren ein solches Ressort eingerichtet, aber auch dort gibt es weiterhin keine so strikte Trennung zwischen Newsroom und Meinungsressort, wie sie etwa in der „New York Times“ üblich ist.

Auf den digitalen Ausspielwegen journalistischer Beiträge ist es für das Publikum ohnehin oft schwierig, verschiedene Darstellungsformen zu erkennen und auseinanderzuhalten. Alles scheint ineinander zu fließen, es fehlt weitgehend die Ordnung einzelner Seiten und Zeitungsbücher. Viele Beiträge können auch dann, wenn sie keine ausgewiesenen Kommentare sind, mehr oder weniger große Spuren von Meinung enthalten.

## Konkurrenz im Feuilleton

Außerdem liefert, auch in den Printausgaben, das Debattenfeuilleton ebenfalls fleißig Meinungsbeiträge, und das zu jedem erdenklichen Thema. In den Politik-Ressorts, in denen man sich traditionell fürs Kommentieren zuständig sieht, wird das manchmal argwöhnisch beäugt. Wenn das Feuilleton seine Stärken ausspielt und seine Kontakte zu Intellektuellen mobilisiert, kann das aber für alle sehr bereichernd sein. Dann finden zum

Beispiel wichtige Argumente und Erkenntnisse einen Platz im Diskurs, die auf Betrachtungen aus der Geschichte oder der Philosophie beruhen und die vielen im Politikressort bestimmt nicht in den Sinn gekommen wären.

Selbst wenn solche Beiträge nur ein zahlenmäßig kleines Publikum erreichen, können sie eine wichtige Rolle für die gesellschaftliche Selbstverständigung spielen, weil ihre Resonanz bei den Akteuren und Institutionen des Bildungs-, Kultur- und Politikbetriebs viel größer sein kann, als die vergleichsweise geringen Klickzahlen im Internet vermuten lassen.

Auch der klassische journalistische Kommentar oder Leitartikel gehört eher selten zu den meistgelesenen Stücken einer Zeitung. Schon immer war es eine Darstellungsform, die nur manche Menschen anspricht – diese dann aber besonders anregen und aufregen kann.

## Neues Format „Meta-Kommentar“

Der Tag hat nur 24 Stunden; wenige Bürger:innen, die außerhalb der Medienbranche arbeiten, schaffen es, mehrere Kommentare zum selben Thema aus unterschiedlichen Medien zu lesen oder zu hören. Leider kommt es auch nur selten vor, dass Journalist:innen explizit aufeinander Bezug nehmen und die Meinung der Konkurrenz in die eigene Argumentation einbauen. Schon Neidhardt, Pfetsch und Eilders hatten sich in ihrer Kommentar-Studie vor zwanzig Jahren darüber gewundert, dass das „Kommentariat“ den öffentlichen Dissens, den es erzeugt, kaum selbst bearbeitet. Soweit es einen Diskurs im Sinne von Jürgen Habermas gebe, „vollzieht er sich nicht als Erörterung der abweichenden Positionen und einander widersprechenden Argumente, die die Medien selber produzieren und reproduzieren“ (Neidhardt 2005, S. 23).

*Vielleicht wäre es an der Zeit für ein neues journalistisches Format, das den klassischen Kommentar nicht ersetzt, aber gelegentlich ergänzt.*

Vielleicht wäre es an der Zeit für ein neues journalistisches Format, das den klassischen Kommentar nicht ersetzt, aber gelegentlich ergänzt. Es würde über die wertvolle und leider nur noch von manchen Medien angebotene „Presseschau“ hinausgehen, in der verschiedene Meinungsbeiträge nebeneinander gestellt werden. Das Ziel des neuen Formats – Arbeitstitel „Meta-Kommentar“ – wäre es, relevante Argumente von anderen Kommentaren aufzugreifen und mit den eigenen zu vergleichen, zu verschränken oder zu kontrastieren. Kein reiner Faktencheck wäre das, sondern ein komplexer Argumentationscheck. Guter

Meinungsjournalismus kommentiert nicht nur selbst, er prüft und reflektiert auch die Kommentare der anderen.

## Literatur

Bauer, Thomas (2018): *Die Vereindeutigung der Welt. Über den Verlust an Mehrdeutigkeit und Vielfalt*. Ditzingen.

Eilders, Christiane/Neidhardt, Friedhelm/Pfetsch, Barbara (2004): *Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik*. Wiesbaden.

Habermas, Jürgen (2022): *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik*. Berlin.

La Roche, Walther von (<sup>19</sup>2013): *Einführung in den praktischen Journalismus*. Wiesbaden.

Neidhardt, Friedhelm/Pfetsch, Barbara/Eilders, Christiane (2005): *Das „Kommentariat“. Porträt einer Öffentlichkeitselite*. In: *WZB-Mitteilungen*, H. 108, S. 20-23.