



Die Wahrheit der Medien

Der Wirklichkeitsbezug in medienethischer Perspektive

Christine Ulrich / Alexander Filipović

1. Einleitung

Eine der meistzitierten Aussagen zum Zusammenhang von Realität und Medien stammt von Niklas Luhmann: »Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.« Ein paar Sätze weiter steht sodann eine Einschränkung, die eher selten mitgeliefert wird: »Andererseits wissen wir so viel über die Massenmedien, daß wir diesen Quellen nicht trauen können.«¹ – Damit ist die Bedeutung und auch die Problematik des Wirklichkeitsbezuges der Medien – hier in leicht zynischer Weise – angesprochen: Relevantes Wissen über die Welt erhalten wir über die Medien und zugleich wissen wir, dass nicht alles stimmt, was geschrieben und gesendet wird. Können wir dennoch auf die Wahrheit der Medien bauen?

Vielleicht ja – denn wenn wir beispielsweise die Praxis des Journalismus untersuchen, können wir davon ausgehen, dass Medienschaffende es permanent versuchen, sich der Wahrheit anzunähern und realitätsnah zu informieren. Dabei ist die Frage nach dem Wahrheitsbezug der Medien immer aktuell und heute in besonderer Weise drängend. So wollen wir fragen: Was bedeutet eine solche Orientierung an der Wahrheit für die Medien im 21. Jahrhundert?

Der Soziologe Andreas Reckwitz spricht von einer »Gesellschaft der Singularitäten«²: Der Mensch in der westlichen Zivilisation will sich nicht nur einzeln entfalten, sondern einzigartig, »authentisch« sein.³ Dazu gehört die entsprechende Mediennutzung; allein ein Handykauf suggeriert

¹ Luhmann 1996, 9.

² Vgl. Reckwitz 2019.

³ Vgl. dazu auch Filipović 2013.

Identifikationspotenzial, und die App-Nutzung verspricht zuhauf Möglichkeiten zur Darstellung der eigenen Singularität; Algorithmen spülen jedem Nutzer ein jeweils auf ihn zugeschnittenes Nachrichten- und Unterhaltungsportfolio in die Timeline. Jedem Tierchen sein Pläsierchen, jedem User seine eigene Wirklichkeit. Im Ringen um die Aufmerksamkeit des Publikums scheint dabei oft fast jedes Mittel recht zu sein, um die Aufmerksamkeit zu erhaschen und möglichst zu halten – zunehmend mit »emotionsfokussierten Stilmitteln«⁴. Ein Stichwort ist das Clickbaiting: einen plakativen, vielversprechenden und nach Maßgaben der *search engine optimization* funktionierenden Titel zu wählen über einem Inhalt, der dieses Versprechen häufig nicht einlösen kann. Das ist die »Einstiegsdroge«, gefolgt von Filterblasen und Echokammern und schließlich dem *fake*-Phänomen: Fake-Profile in sozialen Medien, Deepfakes bei Bildern und Videos, Fake News in den medialen Inhalten und die rechtspopulistische Behauptung, die etablierten Medien seien allesamt Fake News. Fakt und Fake, Tatsachen und Fiktionen, »Lügenpresse«-Vorwürfe und eine gesunde kritische Auseinandersetzung mit den Medien scheinen dem gemeinen Rezipienten kaum noch differenzierbar. Wen nimmt es da wunder, dass jedes Individuum sein eigenes Verständnis von Wahrheit zu haben, dass es einen Markt der Wahrheiten zu geben und die medienvermittelte Wahrheit heute immer kontingenter scheint?

Eine große Debatte über Wahrheit in den Medien tobte in den 1980er und 1990er Jahren, ausgelöst und befeuert von der massenmedialen Entwicklung, insbesondere der Durchsetzung des privaten Fernsehens. Es herrschte ein regelrechter Glaubenskrieg zwischen den Denkschulen, dem Radikalen Konstruktivismus einerseits und dem Kritischen Rationalismus andererseits.⁵

»Waren die Medien (vor allem die Programme der Fernsehanbieter) überhaupt noch imstande, Realität sichtbar zu machen? Verstellten sie nicht vielmehr mit einer Flut von Unterhaltungsstoffen und unterhaltsam präsentierten News den Blick der Bürger auf das, was wirklich [...] auf der Welt vor sich ging?«⁶

⁴ Kettmann 2017, 360.

⁵ Vgl. Neuberger 1996.

⁶ Wunden 2005, 11.

Wahrheit als traditionelles Thema der Moral, ja der gesamten Philosophie wurde so im Kontext der Medien erneut aktuell – und ist es in verschiedenen Wellen bis heute geblieben.

Die neueste Entwicklung nennt Stephan Ruß-Mohl den Übergang von der »Aufmerksamkeitsökonomie« (Franck 1998) in eine »Desinformationsökonomie«⁷. Erstere ist gekennzeichnet durch die Gier nach öffentlicher Aufmerksamkeit und, aufgrund der wachsenden Konkurrenz, durch eine Veränderung des öffentlichen Diskurses. Investiert wird verstärkt in die Generierung der Aufmerksamkeit, während die Publika zugleich weniger bereit sind, für Nachrichten zu bezahlen. Redaktionen wurden geschrumpft, die PR explodierte: Auf einen Journalisten kommen in den USA aktuell mehr als sechs PR-Fachleute.⁸ Dadurch verschiebt sich zwangsläufig die Macht zu definieren, was News ist und was nicht: Immer weniger entscheiden die Redaktionen, was öffentlich thematisiert wird, und immer mehr wird von den PR-Experten im Vorfeld gefiltert.

Der Weg hin zur Desinformationsflut wurde Ruß-Mohl zufolge gebahnt vom zweiten Trend: der Ausbreitung von Suchmaschinen und sozialen Medien. Seit einigen Jahren lohnt es sich für zahlreiche Akteure, »durch Fakes, Halbwahrheiten und Propaganda Aufmerksamkeit zu erzielen – und das mitunter so massiv, dass honorige Aufklärungs- und Wahrheitsfindungsversuche von Journalist*innen und Wissenschaftler*innen ins Hintertreffen geraten«⁹. Aufgrund sinkender Werbeerlöse ist journalistische Infrastruktur weggebrochen, und Journalisten wurden als »Gatekeeper« (Schleusenwärter) entthront. »Eine allein auf *Clicks* zielende, in diesem Sinne »entfesselte« digitalisierte *Content*-Produktion trägt erheblich dazu bei, dass es letztlich nahezu egal zu sein scheint, ob Nachrichten stimmen oder nicht.«¹⁰

Um den erkennbaren Gefahren der »Desinformationsökonomie« entgegenzuwirken, sind nach Ruß-Mohl vor allem die beiden Berufsstände gefordert, »die sich – ablesbar an den professionsethischen Deklarationen – der Wahrheitssuche verschrieben haben und deshalb von Desinfor-

⁷ Ruß-Mohl 2017, 50.

⁸ Vgl. Hagan/Tanzi 2019.

⁹ Ruß-Mohl 2017, 52.

¹⁰ Ebd., 53.

mations-Attacken besonders unmittelbar in ihrer Funktionsfähigkeit betroffen sind: die Wissenschaften und der Journalismus«¹¹.

Mit diesen wenigen Bemerkungen ist die aktuelle medienethische Relevanz der Wahrheitsthematik im Bereich der Medien und der öffentlichen Kommunikation skizziert. Der Beitrag nimmt sich vor, die Wahrheit (bzw. die Wahrhaftigkeit) als medienethische Grundkategorie zu klären (Abschnitt 2), um damit dann im 3. Abschnitt anhand von aktuellen Diskussionen (dem Fall Relotius und dem generellen Phänomen der Fake News) die ethischen Probleme und Herausforderungen dieser Wahrheitskategorie zu zeigen. Im vierten Abschnitt begreifen wir als Ergebnis dann »Medienwirklichkeit als Aufgabe«.

In unserem Text konzentrieren wir uns vornehmlich auf den Journalismus und vernachlässigen hier andere Formen öffentlicher Kommunikation (etwa Werbung) und generelle medienphilosophische Grundüberlegungen (etwa zur erkenntnistheoretischen Frage nach der »Medienrealität«).

2. Wahrheit und Wahrhaftigkeit als medienethische Kategorie

Ist es egal, ob Nachrichten stimmen oder nicht? Ob Bilder einen realen Bezug haben oder manipuliert sind – ist das von Bedeutung, wenn ohnehin jeder seine eigene (Medien-)Wirklichkeit hat? Sind Journalisten nach wie vor der Wahrheitsfindung verschrieben, oder hat Wahrheit als medienethische Kategorie ausgedient? Dazu muss zunächst geklärt werden, was es mit dieser Norm auf sich hat.

Die beständige Suche nach der Wahrheit ist das Brot speziell des Journalisten. Wenn von Wahrheit in den Medien die Rede ist, dann bezieht sich das gewöhnlich auf ein bestimmtes Segment der Medienlandschaft: die öffentliche Kommunikation, die sich an die politische Öffentlichkeit richtet, also den Informationsjournalismus. In dieser politischen Dimension der Medienethik geht es um einen Bezug auf ein gemeinsames Wissen, unbeschränkten Informationszugang und Meinungsbildung, und all das spielt eine Rolle im Hinblick auf die Gestaltung der sozialen Sphäre.¹²

¹¹ Ruß-Mohl 2017, 54.

¹² Die kategoriale Unterscheidung ist hier die zu den medienethischen Dimensionen der Unterhaltung und der Technologie, bei denen andere Begriffe normgebend

In der politischen Dimension stehen ethisch betrachtet zwei Begriffe im Mittelpunkt: Öffentlichkeit und Wahrheit bzw. Wahrhaftigkeit. Öffentlichkeit ist hier die zentrale Kategorie medienethischer Überlegungen. Der Begriff verweist auf den der Moderne eigenen Anspruch demokratischer Selbstbestimmung¹³ und ist in dieser Perspektive daher auch immer unter normativen Vorzeichen zu behandeln. Wolfgang Wunden beschreibt Öffentlichkeit als einen Grundwert der Medienethik (neben Wahrheit und Freiheit) und setzt ihn systematisch an den Anfang.¹⁴

Die Medienethik hat sich dem Thema der Öffentlichkeit bisher vor allem in Anknüpfung an die normative Öffentlichkeitstheorie von Jürgen Habermas genähert.¹⁵ Spätestens ab dem Zeitalter der Aufklärung kann man nach und nach eine Verbindung eines politisch-ethischen Begriffs von Öffentlichkeit mit dem Begriff der Wahrheit erkennen. Wahrheitsfähig ist nur das, was im Licht der Öffentlichkeit erkennbar ist und über das frei diskutiert werden kann. Die Wahrhaftigkeit als Streben nach richtiger und vollständiger Darstellung der Wirklichkeit bleibt daher fundamentale Norm dieser spezifischen öffentlichen Kommunikation.¹⁶ Die Aufgabe des Journalismus, wahrheitsgemäß über das zu berichten, was in der Welt geschieht, Verschleierungen aufzudecken, Licht in das Dunkel zu bringen und Interessen in der allgemeinen öffentlichen Kommunikation zu hinterfragen – das ist für demokratische Selbstbestimmung unerlässlich.

Journalismus hat im modernen Verständnis die Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen für Themen, »die eine Orientierung aller ermöglichen«¹⁷. Er soll Komplexität überbrücken und zwischen Lebenswirklichkeiten vermitteln und Erfahrungswissen in eine offene Sphäre übertragen mit dem Ziel, dass alle Menschen gesellschaftlich partizipieren können.¹⁸ Diese Ziele zu erreichen kann nur gelingen, wenn die Informationen stimmen. Darum ist die Wahrheitsorientierung ein normativer Grundpfeiler journalistischer Qualität.

sind (Würde beziehungsweise Verantwortung).

¹³ Vgl. Imhof 2008.

¹⁴ Vgl. Wunden 1994.

¹⁵ Vgl. Filipović 2019.

¹⁶ Vgl. Mieth 1996; Arens 1996.

¹⁷ Funiok 2011, 129.

¹⁸ Vgl. Funiok 2011.

Rüdiger Funiok zufolge gliedert sich die Wahrheitsnorm auf in zwei Komponenten: (1) Richtigkeit und Objektivität – der Informationsgehalt muss nachprüfbar sein und auf dem Zwei-Quellen-Prinzip basieren, Information und Meinung müssen getrennt werden – sowie (2) Vollständigkeit: Informationen dürfen nicht unzulässig und damit verfälschend verkürzt werden.¹⁹

Weil Wahrheit nie ganz erreichbar beziehungsweise Wirklichkeit nicht perfekt abbildbar ist, drückt das Kriterium der Wahrhaftigkeit das »Bemühen um bestmögliche Annäherung«²⁰ aus, die Verpflichtung auf Wahrheit. Diese Norm ist auf das Subjekt bezogen, »möglichst wahrheitsgemäß zu kommunizieren. Wahrhaftigkeit bringt das Verhältnis von Menschen zur Wahrheit zum Ausdruck und bezeichnet das subjektive ›Fürwahr-Halten‹ von etwas.«²¹ Eine wahrhaftig getätigte Aussage muss also nicht unbedingt wahr sein. Ist sie es nicht, liegt ein Irrtum vor. Dagegen sind Lügen »intentionale Falschaussagen über die Wirklichkeit«²².

Die journalistische Berufsnorm gründet auf der Ebene der Prinzipien: in einer Grundnorm der Wahrhaftigkeit. Dietmar Mieth wählt eine hermeneutische Begründung:

»Wahrheit existiert als Bedürfnis der Menschen unter Menschen [...]. Einmal in dem Sinne, daß die Menschen ihren greifbaren Bezug zur Wirklichkeit nicht verlieren wollen, weil sie in dieser Wirklichkeit leben müssen [...]. Auf der anderen Seite wird die Kommunikation zwischen den Menschen nur dann von den Menschen als achtungsvoll erfahren, wenn in dieser Kommunikation das Kriterium der Wahrheit zum Zuge kommt. [...] Insofern kann man von der Wahrheit als einem dreifachen Bedürfnis des Menschen sprechen: im Verhältnis zur Wirklichkeit, im Verhältnis zu sich selbst und im Verhältnis zu anderen Menschen.«²³

Für den Journalismus folgt daraus ein verantwortungsethischer Imperativ, der Wahrheit verpflichtet zu bleiben. Dieser entsteht auch aus der öffentlichen Aufgabe des Journalismus nicht als Wirtschafts-, sondern als Kulturgut, das sich an den *homo politicus* richtet und nicht an eine beliebige Allgemeinheit. Der Journalismus schafft das mediale Forum, auf dem sich der gesellschaftliche Diskurs artikuliert; er klärt auf und ermöglicht

¹⁹ Vgl. dazu auch Pöttker 2017.

²⁰ Funiok 2011, 130.

²¹ Bentele 2016, 61.

²² Ebd.

²³ Mieth 1996, 19.

Teilhabe.²⁴ Spätestens seit dem 19. Jahrhundert werden die Medien als »vierte Gewalt« in der Demokratie bezeichnet. Eine entscheidende Rolle spielt dabei das – auch systemtheoretisch begründete – Vertrauen in und durch Journalismus.

Die Prämisse von einer unhintergehbaren Wahrheit, der sich der Journalist bestmöglich anzunähern versuchen muss, ist auch in den vom Deutschen Presserat herausgegebenen Publizistischen Grundsätzen – dem Pressekodex – abgebildet. Ziffer 1 und 2 lauten:

- »(1) Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse. Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien.
- (2) Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben.«²⁵

Es wird also nicht als journalistische Pflicht festgestellt, Wahrheit zu erreichen – sondern lediglich, sie als einen Wert zu achten. Für die konkrete Tätigkeit geht es um Wahrhaftigkeit: die »wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit«, umgangssprachlich zu fassen mit »nach bestem Wissen und Gewissen«. Satz 2 von Artikel 1 begründet pragmatisch: Die Wahrheit ist zu achten, weil eine Missachtung bedeuten würde, dass systemrelevantes Vertrauen verlorengehe. Nach Ansicht des Presserats hängen Wahrhaftigkeit als Produktionsnorm und Glaubwürdigkeit als Rezeptionsurteil zusammen.²⁶ Das bedeutet, dass beide einen gemeinsamen Wirklichkeitsbezug haben. Denn nur in der Referenz auf ein reales Erlebnis und eine geteilte Realität lässt sich Wahrhaftigkeit in der Berichterstattung herstellen und zugleich ein Medienerzeugnis als glaubwürdig bewerten.

Die Wahrheitsnorm im Journalismus gilt international, sie schlägt sich in den meisten weltweiten Berufskodizes nieder.²⁷ Festgestellt werden kann, dass Wahrheit im Journalismus vor allem als empirischer bzw. All-

²⁴ Vgl. Prinzing 2016, 107.

²⁵ Deutscher Presserat 2017.

²⁶ Vgl. Bentele 2016, 63.

²⁷ Vgl. Bentele 2016; Lünenborg 2005.

tagsbegriff benutzt wird, also der lebensweltlichen Orientierung dient. »Und hinter dem Alltagsbegriff der Wahrheit steht vor allem die Korrespondenztheorie der Wahrheit«²⁸, meint Günter Bentele. In einer repräsentativen Befragung 1993 stimmten zwei Drittel der deutschen Journalisten der Aufgabenstellung zu, Journalisten sollten »die Realität so abbilden, wie sie ist«.²⁹

Dieses Verständnis bildet z.B. auch die jüngste Werbekampagne des *Spiegel* von 2020 ab. Auf Plakaten ist jeweils ein Foto und dessen Spiegelung zu sehen; dazu werden zwei Tatsachen einander gegenübergestellt, die sich gegenseitig in ein neues Licht rücken. Der Claim lautet: »Wir halten dieser Welt den Spiegel vor.« Dies solle deutlich machen, dass das Magazin den Lesern einen Blick hinter die Fassade der Nachrichtenwelt gebe, Hintergründe liefere und Sachverhalte einordne, teilte der Verlag mit.³⁰ Die *Süddeutsche Zeitung* wirbt seit 2019 mit der Frage: »Kommt die Wahrheit aus der Mode?« Darunter steht: »Nein, auch wenn es manchmal so erscheint. Die *Süddeutsche Zeitung* ist der Wahrheit verpflichtet und bleibt ihr auf der Spur.«

Damit betonen die beiden Leitmedien, richtige Fakten und vollständige Darstellung seien gerade im angeblich »postfaktischen Zeitalter« wesentlich. Der Begriff des Faktischen orientiert sich dabei an der Sinneserfahrung des Menschen: »Was alle identisch wahrnehmen oder was allen anderen als identisch wahrnehmbar unterstellt werden kann, das gilt als Fakt.«³¹ Dabei scheinen in professionsethischen Deklarationen die erkenntnisphilosophische Skepsis, ob überhaupt eine Wirklichkeit existiert, die dem empirischen Wahrheitsbegriff erst Sinn gibt, und damit auch radikal-konstruktivistische Zweifel an der Erfüllbarkeit der Objektivitätsnorm neuerdings gerade in der Abgrenzung zu »alternativen Fakten« wieder beiseitegeschoben zu werden. Vieles scheint darauf hinzudeuten, dass sich seriöse Journalisten auch in der Reflexion eher wieder an Ansätze der kritisch-rationalen Methode halten: »Wahrheit ist nur als ein kommunikativer Prozess der permanenten Vervollständigung vorstellbar [...].«³² Dabei mag sich die Situation in Deutschland (noch) von der in den USA unter-

²⁸ Bentele 2016, 62.

²⁹ Vgl. Neuberger 1996, 137.

³⁰ Vgl. Schwab 2020.

³¹ Kohring 2002, 91.

³² Pöttker 2017, 88.

scheiden, wo Michiko Kakutani diagnostiziert, dass die Objektivität mit der wachsenden politischen Polarisierung und dem Relativismus zunehmend an Beliebtheit verliere.³³

Journalismus braucht also den »Bezug auf ein Erlebnis, das in der äußeren Wirklichkeit gründet«³⁴. Als faktual kann ein Text definiert werden, »der auf eine konkrete außersprachliche Wirklichkeit referiert und dabei den Anspruch erhebt, keine Erfindung zu sein«³⁵. Demgegenüber ist etwa Fiktion »eine subjektiv gebildete Wahrnehmung, für die kein Wahrheits- oder Wirklichkeitsbeweis angestrebt wird«³⁶.

3. Storytelling und Fake News: Aktuelle Herausforderungen

Diese grundlegenden ethischen Überlegungen zum Wahrheitsbegriff in der öffentlichen Kommunikation des Journalismus formulieren Werte oder normative Ideale, die sich erst in Praxiskontexten bewähren müssen. Wir wollen in diesem Abschnitt zwei aktuelle Kontexte thematisieren, in denen der Wahrheitswert öffentlicher Kommunikation zur Debatte steht und ethische Überlegungen anregt und notwendig macht.

3.1. Fiktion und Fakten: Der Fall Relotius

Für den *Spiegel* ist es »Der Fall Relotius«, andere Medien sprechen von der »Relotius-Affäre«: Das Auffliegen der Fälschungen des preisgekrönten Reporters Claas Relotius, die der *Spiegel* am 19. Dezember 2018 publik machte, gilt als neuer großer Medienskandal. In der Presse wurde befürchtet, dass er mehrere problematische Entwicklungen symptomatisiert: den ökonomischen Druck auf Journalisten und auf Publikationsorgane sowie die Selbstverliebtheit der Medienszene; und dass er geradezu paradigmatisch rechtspopulistische Klischees von »Lügenpresse« bestätigen und den Journalismus in eine weitere Krise stürzen könnte. Nicht nur in der Medienszene herrschte Erschütterung und Verunsicherung

³³ Vgl. Kakutani 2019.

³⁴ Reus 2002, 79.

³⁵ Strässle 2019, 31.

³⁶ Kohring 2002, 92.

darüber, inwiefern sich Relotius gesellschaftlich-moralisch verirrt hat und wie sein Fall zu deuten ist in Zeiten von US-Präsident Donald Trump, da mit dem Verständnis von Wahrheit offensichtlich etwas durcheinandergelassen ist. Um die Auswirkungen des Skandals abzufangen, bemühte sich der *Spiegel* um maximale Transparenz. »Claas Relotius war ein Einzeltäter«³⁷, heißt es im Abschlussbericht. Gleichwohl stelle sich die Frage: »Wie konnte es so weit kommen?« Der Fall wirft Orientierungsfragen auf: nach dem Vertrauen in dargebotene Wahrheit(en) in Fake-News-Zeiten und dem in Medien als demokratische Institution.

Der Journalist Relotius, geboren 1985 in Hamburg, wurde rund 40 Mal für seine Texte ausgezeichnet.³⁸ Seine Karriere fand 2018 ein vorläufiges Ende, als sein Arbeitgeber *Der Spiegel* öffentlich machte, dass viele seiner Reportagen ganz oder teilweise erfunden oder manipuliert waren.³⁹ Von Fälschungen ist die Rede, von frisierten Zitaten, Fehlern und Fake, von Märchen, »kruden Potpourris«, gar von Relotius' »elender Seite«. Ans Licht gebracht worden war sein Vorgehen durch seinen Co-Autor Juan Moreno, der irgendwann Verdacht schöpfte, hinterrecherchierte und die Chefs überzeugte, dass etwas nicht stimmte mit den von Relotius aufgetischten »Fakten«. Relotius ließ über seinen Anwalt bestätigen, dass er »über mehrere Jahre hinweg vielfach Fakten falsch dargestellt, verfälscht und hinzuerfunden hat«⁴⁰. Rund 60 Texte hat er im *Spiegel* und auf *Spiegel Online* veröffentlicht, die diese bis Mai 2019 von einer Aufklärungskommission haben überprüfen lassen. Fazit: Es handle sich um einen der »schwersten Fälle von publizistischer Fälschung in der Nachkriegsgeschichte«⁴¹.

Ausgangspunkt für Morenos Misstrauen und ein Paradebeispiel ist die Reportage »Jaegers Grenze« (Ausgabe 48/2018). Moreno recherchierte den mexikanischen Part: wie eine Honduranerin im Treck Richtung USA zieht. Relotius beschrieb den US-Teil: wie ein Amerikaner mit einer bewaffneten Bürgermiliz an der Grenze auf Flüchtende wartet. Aber: »Relotius hat die Bürgerwehr nie getroffen«⁴², fand zuerst Moreno und dann

³⁷ Spiegel 2019a, 137.

³⁸ Vgl. ebd., 139.

³⁹ Vgl. Fichtner 2018.

⁴⁰ Spiegel 2019b.

⁴¹ Spiegel 2019a, 130.

⁴² Ebd.; vgl. auch Moreno 2019.

das Nachrecherche-Team des *Spiegel* heraus. Teile des Textes übernahm er aus Reportagen und Dokumentarfilmen, andere dachte er sich aus. Gerade bei den Details, die entscheidend zur Glaubwürdigkeit einer Reportage beitragen,⁴³ war er erfinderisch: Vier Namen der Bürgerwehr-Mitglieder übernahm er aus einer Reportage im US-Magazin *Mother Jones*. Er fakete sogar Bilder, indem er Fotos von anderen Personen verwendete.

Auch von der Reportage »In einer kleinen Stadt« über den US-Ort Ferguson Falls (13/2017) bleibt nach der Überprüfung kaum etwas übrig: Die Biografien der Hauptfiguren seien ausgedacht und die Fakten meist falsch, heißt es. Massive Fälschungen enthält auch »Ein Kinderspiel« (26/2018) über einen Jungen aus Syrien, der glaubt, er habe den Krieg ausgelöst: Das dramaturgische Konzept sei Fiktion, so die Nachrecherche. Andere Reportagen enthalten viele nachprüfbar stimmige Fakten, doch auch zahlreiche Übertreibungen, Ungenauigkeiten und erfundene Details.

3.1.1. Grauzone und Grenzgänger

Der *Spiegel* macht plakativ darauf aufmerksam, wie er sich der Bedeutung von Wahrheit bewusst ist: Der Spruch »Sagen, was ist« von Magazingründer Rudolf Augstein prangt in der Eingangshalle des Hamburger Hauptgebäudes. Und seit 2015 lautet der Werbeslogan »Keine Angst vor der Wahrheit«. Damit könnte der Fall also klar sein: Ein Journalist hat die Wahrheitsnorm verletzt – das ist ein Skandal, aus dem Konsequenzen folgen müssen.

Doch trotz der scheinbaren Eindeutigkeit des Falls und der überwältigenden Kritik in den Medien muss auch gefragt werden, ob Relotius nicht als Grenzgänger zu verstehen sein könnte und sein Vorgehen womöglich auch nachvollziehbare und legitime Aspekte hat. Denn dass es so einfach nicht ist, dass es praktisch und theoretisch keine klaren Dichotomien gibt, sondern eine faszinierende Grauzone zwischen Fakt und Fiktion, zeigen etwa frühere Medienskandale wie der Fall Tom Kummer. Dieser arbeitete seit 1993 als Hollywood-Korrespondent, viele seiner Star-Interviews wurden im *SZ-Magazin* abgedruckt. Im Jahr 2000 kam heraus, dass er mehrere davon nicht geführt, sondern neu zusammengesetzt oder er-

⁴³ Vgl. Lampert/Wespe 2013.

funden hatte. Anders als Relotius⁴⁴ reagierte Kummer auf die Anwürfe jedoch »mit Chuzpe und Vorwärtsverteidigung«⁴⁵. Es habe sich um Konzeptkunst gehandelt, teilte er mit. Es sei ihm darum gegangen, die Medientheorie zu erweitern und »die Definition, was Realität ist und was Fiktion, in Frage zu stellen«⁴⁶. Es entstand der Begriff des »Borderline-Journalismus«, der reale mit fiktiven Elementen kombiniert. »Die somit neu entstehenden Berichte verfügen über einen nur sehr begrenzten Wahrheitsgehalt«⁴⁷, schreibt Christian Schicha (2010). Er unterstellt den betreffenden Journalisten, sich damit profilieren und mit wenig Aufwand Geld verdienen zu wollen:

»Grenzgänger-Journalismus also, munter die Seiten wechselnd zwischen Fakt und Fiktion, zwischen Finden und Erfinden, zwischen Ereignis und Story [...], zwischen Wahrheit und Lüge. ›It's all entertainment‹, hat Kummer zu seiner Rechtfertigung angeführt [...].«⁴⁸

Aber: Historisch sowie erkenntnis- und kulturtheoretisch betrachtet gibt es keine so eindeutige Trennung von Faktuellem und Fiktionalem.⁴⁹ Historisch betrachtet ist das »Hinzudichten« keine neue journalistische Erfindung. Daniel Defoe etwa verknüpfte als Journalist im 17./18. Jahrhundert faktische und fiktionale Textelemente zu »factions«. Als Hauptziel betrachtete er es, eine moralische Wahrheit zu transportieren. Defoes Arbeit gehört in die Frühphase der Entstehung der bürgerlichen Öffentlichkeit, als sich eine freie Presse zu etablieren und von literarischen Formen abzugrenzen begann.⁵⁰

Noch im 19. Jahrhundert waren Journalismus und Literatur inhaltlich und personell eng verwoben, gerade in Deutschland, wie etwa am Schaffen von Theodor Fontane und Heinrich Heine sichtbar wird. Auch später blieb die Abgrenzung schwierig, etwa Anfang des 20. Jahrhunderts bei

⁴⁴ Relotius hat bislang gegenüber der *Spiegel*-Chefetage lediglich geäußert: »Es ging nicht um das nächste große Ding. Es war die Angst vor dem Scheitern.« Und »mein Druck, nicht scheitern zu dürfen, wurde immer größer, je erfolgreicher ich wurde.« (zitiert nach Fichtner 2018).

⁴⁵ Wolf 2000.

⁴⁶ Zitiert nach Wolf 2000.

⁴⁷ Schicha 2010, 381.

⁴⁸ Ebd.

⁴⁹ Vgl. Lünenborg 2005.

⁵⁰ Vgl. Meyer 2005.

Egon Erwin Kisch. Der oft als »Vater der Reportage« bezeichnete Reporter »kokettierte selbst mit einem großzügigen Einsatz fiktionaler Mittel«⁵¹, dachte sich etwa fiktive Gesprächspartner aus.

In den USA entstand in den 1960er-Jahren der »New Journalism«, der sich als Weiterentwicklung des literarischen Journalismus in Europa verstand. Autoren wie Truman Capote, Hunter S. Thompson oder Thomas Wolfe recherchierten zwar, nahmen jedoch fiktive Elemente hinzu wie etwa innere Monologe. Der New Journalism verband Tatsachen mit Phantasien: »Fiktion dient der atmosphärischen Verdichtung des Beobachteten, sie trägt damit zur Herstellung von Authentizität bei.«⁵² Das Ziel war, nicht nur Details zu reproduzieren, sondern Zusammenhänge sichtbar zu machen und damit gesellschaftliche Entwicklung zu beschreiben. Die Journalistik kennt in der Auseinandersetzung mit dieser Strömung zwei gegensätzliche Positionen. Während die nachrichtenorientierte Journalismusforschung versucht, den New Journalism als unbedeutende Randerscheinung abzutun, begreift die Feuilleton- und Reportageforschung das Konzept »als literarische Ästhetisierung der profanen Alltagsbetrachtung«⁵³.

3.1.2. Reportage und Storytelling

Ist es auch das Genre, das zum Fiktionalisieren verleitet? Die Reportage ist mit Relotius in Verruf geraten.⁵⁴ Laut Margreth Lünenborg ist bestimmten Formen »der Grenzübertritt [...] zwischen Wirklichem und Möglichem immanent«⁵⁵. Zwar formulierte schon Kisch klare Ansprüche; das Vorwort zu seiner Sammlung »Der rasende Reporter« von 1925 gilt als Programmschrift der Reportage der Neuen Sachlichkeit:

»Der Reporter hat keine Tendenz [...]. Er hat unbefangene Zeuge zu sein und unbefangene Zeugenschaft zu liefern, so verlässlich, wie sich eine Aussage geben lässt [...]. Selbst der schlechte Reporter – der, der übertreibt oder unverlässlich ist – leis-

⁵¹ Ebd., 188.

⁵² Ebd.

⁵³ Ebd., 185.

⁵⁴ Vgl. z.B. Reporterfabrik 2019.

⁵⁵ Lünenborg 2005, 187f.

tet werktätige Arbeit: denn er ist von den Tatsachen abhängig, er hat sich Kenntnis von ihnen zu verschaffen [...]»⁵⁶

Und Schneider/Raue (1998) fordern im Lehrbuch:

»Auch wenn die Reportage einen literarischen Anspruch erheben kann, so steht doch die Wahrheit niemals zur Disposition. Der Anfänger möchte, um den Text attraktiver zu machen, ein bißchen die Fakten biegen. [...] Auch wenn das Erzählen die Tugend der Reportage ist, so duldet sie doch kein Flunkern und keine noch so schöne Erfindung [...]»⁵⁷

Bei den Feinheiten des Handwerks jedoch ist dieser Konsens nicht unverbrüchlich. Stefan Niggemeier vermutet sogar eine »zweifelhafte Tradition, es bei dieser besonders subjektiven Erzählform mit der Wahrheit nicht so genau zu nehmen«⁵⁸. 2006 schrieb Michael Haller, dem journalistischen Realitätsprinzip zufolge dürften die »zur Zeit anzutreffenden Verhältnisse gestalterisch ausgeschöpft, aber nicht entstellt werden«⁵⁹. Als legitimes Beispiel nennt er die Verdichtung mehrerer Personen zu einer. Eine solche Montage sei richtig, »weil durch sie ihre Schilderungen aufs Wesentliche vereinfacht«⁶⁰ würden. Niggemeier moniert, dass Haller die Grenze nicht vor jeder Fiktionalisierung ziehe. Doch diesem zufolge blühten erst im vergangenen Jahrzehnt »merkwürdige Vorstellungen«⁶¹ darüber auf, wie eine Story gestrickt sein und dass die Botschaft mehr Gewicht haben müsse als die Fakten: Storytelling ist »Aufmerksamkeit holen und halten«⁶² mit bestimmten Techniken – nah dran, Emotionen weckend, dramaturgisch ausgefeilt. Es ist kein Zufall, dass der Begriff vor allem vom Marketing besetzt wurde: Ein Produkt, das eine Geschichte erzählt, verkauft sich besser.

Auch die *Spiegel*-Kommission hält das Storytelling, speziell die Reportage, für besonders anfällig. Die oft filmisch erzählten Geschichten mit geplanten Plots und Figuren bergen »die Gefahr, dass die Wirklichkeit dem Drehbuch angepasst wird«⁶³. Zwar habe Reportage ihre Berechnung

⁵⁶ Kisch 1972, 659f.

⁵⁷ Raue/Schneider 1998, 112f.

⁵⁸ Niggemeier 2019.

⁵⁹ Haller 2006, zitiert nach Niggemeier 2019.

⁶⁰ Ebd.

⁶¹ Ebd.

⁶² Lampert/Wespe 2013, 9.

⁶³ Spiegel 2019a.

gung dort, wo Wirklichkeit anschaulich werden solle. Doch der Anspruch, »Kino im Kopf«⁶⁴ zu erzeugen und das Leben in einer »nutshell«⁶⁵ zu erzählen, könne Journalisten dazu verleiten, vom Verdichten zum Dichten überzugehen – insbesondere da sie sich aus »dem Werkzeugkasten [...] der Fiktion«⁶⁶ bedienen.

Tatsache ist, dass sich die enge Fokussierung auf den Informationsjournalismus seit Jahren ausdehnt.⁶⁷ Lünenborg beobachtet eine »Entdifferenzierung«, die sich in Boulevardisierung, Infotainment und Hybridisierung journalistischer Formen manifestiere. Sie beklagt jedoch keinen Normverlust, sondern plädiert vor dem Hintergrund der Cultural Studies vielmehr dafür anzuerkennen, dass es keine strenge Ausdifferenzierung geben kann zwischen einem allein faktenbasierten Journalismus und einer der reinen Idee verhafteten Literatur.⁶⁸ Befürwortet wird ein neues Verständnis von Journalismus – auch weil die Narration wesentlich dazugehöre. Journalistisches und literarisches System haben etwa die Gemeinsamkeit, »dass sie sich mit einer Vermittlung von Wirklichkeit befassen«⁶⁹. Früh/Frey definieren journalistische Narration als »authentische Rekonstruktion«⁷⁰ von Realität.

Laut Gunter Reus zieht sich Fiktionalisieren durch alle Darstellungsformen des Journalismus – zwangsläufig, weil er immer nur Wirklichkeitspartikel herauslösen könne, diese interpretieren und wieder neu zusammenbauen müsse mithilfe von Vorstellungen, die sich von faktischen Ereignissen ablösen: eine Konstruktionsleistung von Journalismus, die unsichtbar bleibt. Die Interpretation von Fakten durch Stilmittel der Fiktion verläuft für Reus gemäß einem fünfstufigen Modell: von Metaphern über dramaturgische Eingriffe, szenisches Ausschmücken, Ironie und Satire bis hin zur Schaffung künstlicher Figuren und Stilformen.⁷¹

Gefährdet Narration journalistische Normen wie Sorgfalt, Authentizität oder Zuverlässigkeit, statt sie zu stärken? »Journalismus braucht die

⁶⁴ Ebd.

⁶⁵ Ebd.

⁶⁶ Ebd.

⁶⁷ Vgl. Dernbach 2017, 152.

⁶⁸ Vgl. Lünenborg 2005, 197.

⁶⁹ Blöbaum 2003, 30.

⁷⁰ Frey/Früh 2014, 77.

⁷¹ Vgl. Reus 2002, 79.

Fiktion, um Fakten sinnhaft zu strukturieren«⁷² und Kontextualisierungen herzustellen, meint Lünenborg. Anders als die Kunst naturalisiere er dabei seine Fiktionalisierungsleistung. Bestimmte Formen von Fiktionalisierung seien zentral, um Deutungen darüber zu liefern, wie es hätte gewesen sein können oder sein könnte, also über mögliche Realitäten. Davon zu unterscheiden seien allerdings »Formen der gezielten Falschinformation, der Fälschung und der interessengebundenen Fehlinformation«⁷³. Fälschungen behaupteten »Aussagen wider besseren Wissens«⁷⁴. Konkret seien das falsche Sachinformationen oder unvollständige, einseitige und interessensgebundene Teilinformationen.

In diesem Sinne hat Relotius bei einigen Beispielen gefälscht, bei anderen hingegen wohl lediglich die »erlaubte« Fiktionalisierung ausgeübt: Man könnte argumentieren, seine Darstellung des überzeichneten, angeblich schießbereiten Bürgerwehrlers bilde den Sachverhalt möglicherweise wahrhaftiger, weil verdichteter ab als eine Schilderung der nackten, punktuell vorgefundenen, kontingenten Realität; er habe Deutungen und Kontexte für eine komplexe Welt geliefert.

Demgegenüber steht die eindeutige Verurteilung Relotius' in der Presse selbst. Manche bezichtigen ihn der Lüge – obwohl dies, als Gegensatz zur Wahrheit, eigentlich keine journalistische Kategorie ist. Doch angesichts des »Lügenpresse«-irritierten Zeitgeists geht sogar das Leitmedium *Spiegel* in Sack und Asche: Relotius erzähle Märchen; der Journalismus »hätte sich in der digitalen Welt schon längst verändern müssen«⁷⁵, heißt es im Abschlussbericht. In diesen »Zeiten der Beunruhigung«⁷⁶ sei es wichtiger denn je, echte Informationen zu liefern. Für einen glaubwürdigen Journalismus gehe es um Wahrhaftigkeit, Information und Transparenz, und: »Wenn etwas nicht stimmt, ist es kein Journalismus.«⁷⁷ Ausschmückungen verwischten die Grenze zur Literatur. Alles, was nur im Kopf des Journalisten existiere, sei »unzulässig«. Geschichten, die auf Emotionen basierten, seien »überholt«. Richtigkeit müsse nachvollziehbar sein: »Es ist falsch, vom Leser zu fordern, er müsse Vertrauen ha-

⁷² Lünenborg 2005, 172.

⁷³ Ebd., 198.

⁷⁴ Spiegel 2019a.

⁷⁵ Ebd.

⁷⁶ Ebd.

⁷⁷ Ebd., 139.

ben.«⁷⁸ Zudem schlägt die Kommission präzisere journalistische Standards vor – etwa welche Art szenischer Rekonstruktion erlaubt sein soll.

Nach dieser (neo-)puristischen Lesart würde das Fazit lauten: Den »Fall Relotius« hätte es nicht geben dürfen. Der Reporter hat sich individual-ethisch verirrt, weil er seiner Verantwortung nicht gerecht geworden ist, und berufsethisch, weil er die Pressekodex-Normen verletzt hat. Auch gegen die Organisationsethik wurde verstoßen, weil Qualitätsmanagement-Strukturen wie die »Dokumentation« beim *Spiegel* versagt haben. Zudem muss gefragt werden, ob nicht auch die Rezipienten und Redakteure im Sinne einer Publikumsethik kritischer hätten sein müssen.

Es laufen also zwei Strömungen gegeneinander: das Anerkennen der Entdifferenzierung und ein Streben nach neuer Sachlichkeit. Entscheidend dürfte bleiben, dass Relotius seine Geschichten in dieser Dimension im »falschen« Medium veröffentlicht hat. Vom *Spiegel* erwartet der Leser, soweit bekannt ist, zunächst mal Fakten im Sinne einer überprüfbaren Realität. Im Grunde hätten Relotius' Texte mindestens »paratextuelle Fiktionalitätssignale« gebraucht: Hätte der Leser gewusst, dass Teile erfunden sind, hätte es keinen Skandal gegeben – aber eben auch keinen Reporterpreis.

3.2. Erfundene Nachrichten: »Fake News«

Eine neben den Abgrenzungsproblemen zu fiktionalen Formen zweite Herausforderung für die Wahrheitsnorm ist das Thema »Fake News«. Als Schlüsseljahr für deren Geschichte gilt gemeinhin das Jahr 2016. Damals beeinflussten manipulierte Meldungen entscheidende politische Ereignisse und rückten dadurch wesentlich in das Bewusstsein von Millionen Menschen.⁷⁹ Am 23. Juni stimmten die Wähler in Großbritannien über den Austritt Großbritanniens aus der EU ab; und wider Erwarten fast aller Experten votierte eine Mehrheit dafür. Am 8. November wählten die US-Amerikaner Donald Trump zum Präsidenten – auch das hatte vorher kaum ein Meinungsforscher für möglich gehalten.

»Sowohl Trump als auch die Brexit-Kampagne hatten *Cambridge Analytica* engagiert, eine Agentur, die im Internet gezielt Menschen aufgrund ihrer Interessen

⁷⁸ Spiegel 2019a.

⁷⁹ Vgl. Jaster/Lanius 2019, 13.

und Neigungen mit politischer Werbung ansprach. Gleichzeitig verbreiteten sich sowohl in den traditionellen Medien als auch im Internet eine Vielzahl von Unwahrheiten. Falsche und irreführende Meldungen fluteten die Newsfeeds.«⁸⁰

Seit seinem Wahlkampf twittert Trump selbst – über steigende Mordraten, dass China den Klimawandel erfunden habe oder dass Mexikaner Vergewaltiger seien.⁸¹ In seinen Tweets wurden inzwischen tausende Falschaussagen nachgewiesen. Auch seine Anhänger verbreiten Lügen und Verschwörungstheorien, etwa im Wahlkampf von der sogenannten »Pizzagate-Verschwörung« zulasten der Demokratischen Partei und seiner damaligen Konkurrentin Hillary Clinton.

Die Falschmeldungen sind emotionsgeladen; das Gefühl der (potenziellen) Anhänger zu treffen ist wichtiger geworden als belegbare Tatsachen. »Trump und sein Team vertreten sogar ganz offen den Standpunkt, Gefühle seien wichtiger als Fakten.«⁸² Ein entscheidender Punkt war die Diskussion des damaligen Sprechers des Abgeordnetenhauses, Newt Gingrich (Republikaner), und der CNN-Journalistin Alisyn Camerota über die Verbrechensraten in den USA:

»CAMEROTA: But violent crime across the country is down. We're not under siege in the way that we were in say, the 80s.

GINGRICH: [...] The average American, I will bet you this morning, does not think crime is down, does not think they are safer.

CAMEROTA: But we are safer, and it is down.

GINGRICH: No, that's your view.

CAMEROTA: It's a fact.

GINGRICH: I just – no. But what I said is also a fact. The average American feels – when you can walk into a nightclub and get killed, [...] people don't think that their government is protecting them. [...] The current view is that liberals have a whole set of statistics which theoretically may be right, but it's not where human beings are. People are frightened. People feel that their government has abandoned them. [...]

CAMEROTA: [...] Mr. Speaker, because you're saying liberals use these numbers, they use this sort of magic math. This is the FBI statistics. They're not a liberal organization.

GINGRICH: No, but what I said is equally true. People feel it.

⁸⁰ Jaster/Lanius 2019, 13.

⁸¹ Vgl. Twitter: @realDonaldTrump.

⁸² Jaster/Lanius 2019, 16.

CAMEROTA: They feel it, yes, but the facts don't support it.

GINGRICH: As a political candidate, I'll go with how people feel and I'll let you go with the theoreticians.«⁸³

Der Umgang mit den Tatsachen wurde offen nachlässig, auf selbstbewusste Weise. Ein weiteres geflügeltes Wort brachte Trumps Beraterin Kellyanne Conway ins Spiel. Im NBC-Interview wurde sie im Januar 2017 von Moderator Chuck Todd gefragt, warum Trumps Pressesprecher Sean Spicer fälschlicherweise behauptet hatte, bei der Amtseinführung seien mehr Besucher gewesen als bei der von Barack Obama⁸⁴ – warum Trump Spicer gebeten hatte, »to utter a falsehood«. Conway sagte, Spicer habe »alternative facts« dargestellt. Auf Todds Erwiderung, das sei nichts anderes als »falsehoods«, sagte Conway, es gebe kein Verfahren, um Menschenmengen sicher zu quantifizieren; dann beklagte sie, dass Todd die neue Regierung lächerlich machen wolle und kommentiere, statt zu informieren. »Alternative Fakten« galten fortan im liberalen Verständnis als Euphemismus für Lügen.

»Dieser Angriff auf die Wahrheit beschränkt sich auch nicht auf die Vereinigten Staaten. Rund um die Welt appellieren Populismus und Fundamentalismus immer stärker an Furcht und Wut als Ersatz für vernünftige Diskussionen, untergraben demokratische Institutionen und ersetzen Fachkenntnisse durch die Weisheit der Masse.«⁸⁵

Auch in Deutschland sprechen manche Politiker beispielsweise von »gefühlten Wahrheiten«, die wichtiger seien als objektive Tatsachen, und verdrehen Sachverhalte und Zusammenhänge teilweise aufs Ärgste, speziell bei der AfD.

Die Analysen der Bedrohung, die von Fake News ausgehen, sind zahlreich und weitreichend, teilweise apokalyptisch; Kakutani etwa macht in der Trump-Ära einige Bedingungen und Einstellungen aus, die Menschen anfällig für Demagogie machen, wie es beim Nationalsozialismus und Kommunismus schreckliche Realität wurde. Sie untersucht, »wie die Missachtung von Tatsachen, die Verdrängung der Vernunft durch das Gefühl und die Aushöhlung der Sprache den Wert der Wahrheit als solcher

⁸³ CNN Transcripts 2016.

⁸⁴ NBC News 2017.

⁸⁵ Kakutani 2019, 11f.

vermindern«⁸⁶. Die Gefahr besteht laut Kakutani auch darin, dass die Menschen zunehmend »das Gespür für eine gemeinsame Realität und die Fähigkeit [verlieren], über gesellschaftliche und konfessionelle Grenzen hinweg zu kommunizieren«⁸⁷.

3.2.1. Fake News erkennen

Doch sind Fake News wirklich etwas qualitativ Neues? Ist ihre Geschichte nicht viel länger als die Dauer einer US-Präsidentschaft, haben Menschen nicht schon immer gelogen und betrogen und Politik wie Medien mit Halbwahrheiten und Propaganda gearbeitet? Und was den Journalismus betrifft: Auch die Objektivitätsnorm, die heute so selbstverständlich erscheint, ist noch vergleichsweise jung. Wie oben gezeigt, war die Berichterstattung vor dem 19. Jahrhundert stark meinungsgefärbt, zwischen Kommentar und Bericht wurde nicht unterschieden. Erst im 20. Jahrhundert setzte sich, ausgehend von den USA, »so etwas wie ein journalistisches Ideal der Wahrhaftigkeit durch, an dem Nachrichtenmedien gemessen wurden«⁸⁸.

Es sind zahlreiche Definitionsversuche von Fake News auf dem Markt; einen der klarsten bieten Romy Jaster und David Lanius.⁸⁹ Ihnen zufolge haben *News* zunächst drei Merkmale: Sie berichten über jüngste Ereignisse, ihr Adressat ist die Öffentlichkeit, und sie werden über traditionelle oder soziale Medien verbreitet. Der *Fake*-Teil ist schwerer zu fassen. Zum einen geht es um einen Mangel an Wahrheit: Fake News müssen nicht frei erfunden sein, sondern enthalten oft einen wahren Kern, indem sie ein reales Geschehnis aufgreifen; sie beziehen sich auf eine gemeinsame Wirklichkeit. Diese interpretieren sie jedoch so, dass sie dabei ein unwahres Bild von ihr zeichnen – »indem etwas Falsches (mit-)kommuniziert wird, ohne eine tatsächlich falsche Behauptung aufzustellen«⁹⁰. Fake News sind also mindestens irreführende Nachrichten.

Zum zweiten zeichnen sich Fake News durch einen Mangel an Wahrhaftigkeit aus: Ihre Verbreiter haben »ein problematisches Verhältnis zur

⁸⁶ Kakutani 2019, 10.

⁸⁷ Ebd.

⁸⁸ Jaster/Lanius 2019, 24.

⁸⁹ Vgl. Jaster/Lanius 2019.

⁹⁰ Ebd., 28.

Wahrheit«⁹¹. Wenn sie bewusst davon abweichen und ihr Publikum absichtlich täuschen wollen, verbreiten sie Lügen. Davon unterschieden ist, wenn den Verbreitern die Wahrheit ihrer Aussagen schlichtweg gleichgültig ist: Dann lässt sich von »Bullshit« sprechen.⁹² Die Ziele können dabei sehr heterogen sein, etwa Unterhaltung des Publikums.

Dass Fake News zu einem Massenphänomen und -problem geworden sind, verdankt sich wesentlich der Digitalisierung. Mit dem *world wide web* wurde die Nachrichtenverbreitung dahingehend demokratisiert, dass heute jede und jeder vermeintliche News in die Welt setzen kann. Journalisten dienen nur noch für ihre jeweiligen Medien als Gatekeeper; daneben können über das Internet alle Arten von (Des-)Informationen, etwa auch Verschwörungstheorien, ungehindert in die Öffentlichkeit gelangen. Erst die digitale Technik ermöglicht es, Fake News schneller und mit deutlich größerer Reichweite zu streuen als vorher. »Aber das ist natürlich nicht die ganze Geschichte. Die psychologische, soziologische und medizinwissenschaftliche Forschung über Fake News steht erst am Anfang.«⁹³ Als ein entscheidender Grund für deren Erfolg gilt, dass die Funktionsweise sozialer Medien und die der menschlichen Psyche in einer relevanten Interaktion stehen; insbesondere durch bestimmte Inhalte und ihre Emotionalisierung verfangen falsche Nachrichten oft effektiv.

Eine neue Eskalationsstufe sind »Deepfakes«. Das Kofferwort aus »Deep Learning« und »Fake« bezeichnet nicht-schriftliche Fake News: realistisch wirkende digitale Fotos, Videos und Audioinhalte, die durch Techniken der künstlichen Intelligenz manipuliert beziehungsweise von dieser weitgehend autonom erzeugt werden. Die bekannteste Anwendung ist das »face swapping«, bei dem die Gesichter zweier Personen getauscht werden mit dem Ziel, eine Person in einem anderen Kontext darzustellen. Mit Deepfakes lassen sich etwa Statements von öffentlichen Personen fälschen, Schauspieler in Filme oder ahnungslose Menschen in pornografische Darstellungen hineinschneiden. Zu sehen sind die Fake-Filme etwa auf Youtube.

Schon früher konnten Bilder beispielsweise mit Photoshop verändert werden. Aber damit musste man sich auskennen, während KI es heute jedem Laien ermöglicht, Fotos und Videos in ein Netzwerk einzuspeisen

⁹¹ Ebd., 29.

⁹² Vgl. Jaster/Lanius 2019.

⁹³ Ebd., 50.

und automatisch zu manipulieren – man braucht sich nur die passende App herunterzuladen. Das kann unterhaltsam sein, birgt aber auch große Gefahren, etwa wenn einem Politiker Dinge »in den Mund gelegt« werden: Zu einem Video wird ein neuer Text geschrieben und eine Synchronstimme gesprochen; die KI fügt alles zusammen und passt die Lippenbewegungen an.⁹⁴

Das Publikum kann Deepfakes qualitativ kaum von echten Videos unterscheiden. Darum erschüttern sie Gewissheiten über Wahrnehmung auf neue Weise, da der Nutzer nicht nur gelesene Informationen bewerten muss, sondern nicht mal mehr seinen unmittelbaren Sinnen, seinen Augen und Ohren noch trauen kann. Er verliert das Vertrauen, den Unterschied zwischen Realität und Fälschung erkennen zu können. Zugleich wird es, wenn jedes Video eine Lüge sein kann, für Schuldige einfacher, die Wahrheit als Fälschung abzutun. Die Bundesregierung befürchtet:

»Deep Fakes können das gesellschaftliche Vertrauen in die grundsätzliche Echtheit von Audio- und Videoaufnahmen und damit die Glaubwürdigkeit öffentlich verfügbarer Informationen schwächen.«⁹⁵

Doch genauso wie die KI Deepfakes erst möglich macht, wird auf sie gehofft bei deren Aufdeckung. An vielen Universitäten, etwa der TU München, werden Programme entwickelt und KIs trainiert, die Fälschungen anhand einer Liste von Merkmalen erkennen sollen.⁹⁶ Die Herausforderung ist, Schritt zu halten mit einer Technologie, die immer schneller immer besser wird.

3.2.2. Auswirkungen in der realen Welt

Fake News können fatale Folgen auch in der realen Welt haben. Seit 2015 hat das Thema seine politische Relevanz weltweit bereits vielfach unter Beweis gestellt. In Deutschland tauchte der Begriff während der »Flüchtlingskrise« in zwei Kontexten auf: als Kampfbegriff der sich neu formierenden Rechtspopulisten gegen die etablierten Medien und als Beschreibung von tatsächlichen Desinformationen.⁹⁷ So kursierte etwa die Be-

⁹⁴ Vgl. Nowotny 2019.

⁹⁵ Bundestag 2019.

⁹⁶ Vgl. Treumann 2019.

⁹⁷ Vgl. Integrationsbeauftragte 2020.

hauptung, alle Geflüchteten erhielten von deutschen Behörden ein Smartphone gratis. Solche Falschnachrichten wurden zwar von Qualitätsmedien im Sinne eines *Debunking* (Entlarven) widerlegt – doch was von den ursprünglichen, oft viral gegangenen Falschnachrichten bei den Nutzern hängenbleibt, lässt sich kaum messen.

Ein anderes Phänomen war die im Fortgang der »Willkommenskultur« auffallende und von Rechtspopulisten instrumentalisierte Medienkritik, die laut Michael Haller zu einer neuen Vertrauenskrise wuchs. In einer (umstrittenen) Studie diagnostiziert Haller, in der Flüchtlingskrise hätten die Leitmedien zu einseitig berichtet und ihre diskursive Rolle in der deliberativen Demokratie vernachlässigt.⁹⁸ Verstärkt wurde das Misstrauen durch die Berichterstattung über die Silvesternacht 2016 in Köln, als es zu Übergriffen durch Männer mit Migrationshintergrund kam und die Medien zunächst lückenhaft berichteten.

Seither sehen sich auch deutsche Medien dem »Fake News«-Vorwurf ausgesetzt – obwohl es sich, wenn überhaupt, gewöhnlich um andere Normvergehen handelt, etwa selektive Berichterstattung, und nicht um Fake News: Seriösen Journalisten wird Wahrhaftigkeit unterstellt, was eine Täuschungsintention ausschließt. Einige Qualitätsmedien setzten sich seit 2016 intensiv mit den Vorwürfen auseinander und gestanden Fehler ein. Stark war in der Debatte jedoch auch die andere Position: Journalisten wie etwa Heribert Prantl (*Süddeutsche Zeitung*), Anja Reschke und Georg Restle (beide ARD) vertraten explizit die Auffassung, Journalisten dürften nicht pseudo-objektiv sein, sondern müssten eine klar erkennbare Haltung haben zugunsten von Werten wie Menschenwürde, Toleranz, Frieden oder Gerechtigkeit. Gerade in einer solchen Krise gebe es einen moralischen Imperativ, die Humanität hochzuhalten. Die Objektivitätsnorm dürfe eine entsprechende subjektive Haltung – wie sie in Kommentaren, in Tweets, aber auch bei Themenauswahl und -setzung sowie in Berichten sichtbar wird – nicht ausschließen.

Die Brexit-Kampagne 2016 dagegen arbeitete mit eindeutigen Desinformationen. Auf dem roten »Vote Leave«-Bus der Brexit-Befürworter stand: »We send the EU £350 million a week – let's fund our NHS instead«, also den nationalen Gesundheitsdienst. Dabei war diese Zahl viel zu hoch gegriffen.⁹⁹ Weiteres Beispiel: Ein Plakat zeigte einen Zustrom

⁹⁸ Vgl. Haller 2017.

⁹⁹ Vgl. Zastiral 2019.

vieler arabisch aussehender Menschen und dazu den Slogan »We must break free of the EU and take back control of our borders«. Tatsächlich zeigte das Bild Geflüchtete an den kroatisch-slowenischen Grenze.¹⁰⁰ Angesichts des Ausgangs des Brexit-Votums ging diese Strategie auf.

Nachdem die Wahlkämpfe in den USA und in Frankreich von Desinformationen durch russische Trollfabriken beeinflusst waren, sorgte man sich in Deutschland, dass auch die Bundestagswahl 2017 Ziel von digitalen Störmanövern aus Russland werden könnte. Dort war bereits beim »Fall Lisa« 2016 die angebliche Vergewaltigung eines 13-jährigen russisch-deutschen Mädchens aus Berlin zum Politikum zwischen den Ländern geworden. Die Falschnachricht wurde durch russische Staatsmedien verbreitet und empörte russischstämmige Deutsche, die dem deutschen Staat unterstellten, Straftaten zu vertuschen. Doch im Bundestagswahlkampf traten viele Befürchtungen nicht ein, wie eine empirische Studie zeigt: Weder habe es viele Fake News aus Russland gegeben, die signifikante Verbreitung fanden, noch von Linkspopulisten.

»Auch inhaltlich gab es kaum erfolgreiche Desinformation, die sich beispielsweise mit den beiden Spitzenkandidat:innen von SPD und CDU/CSU befassen. Fake News, so wie sich das Phänomen in Deutschland empirisch darstellt, werden vor allem von Rechten, Rechtspopulist:innen und Rechtsextremen verbreitet.«¹⁰¹

Doch die Gefahr bleibt auch in Deutschland bestehen. Papst Franziskus warnte 2018: »Keine Desinformation ist harmlos; im Gegenteil: Dem zu vertrauen, was falsch ist, hat unheilvolle Folgen.«¹⁰² Hannah Arendt schrieb 1951:

»Der ideale Untertan der totalitären Herrschaft ist nicht der überzeugte Nazi oder engagierte Kommunist, sondern der Mensch, für den die Unterscheidung zwischen Fakt und Fiktion (das heißt die Realität des Erlebens) sowie die Unterscheidung zwischen Wahr und Falsch (das heißt den Maßstäben des Denkens) nicht mehr existieren.«¹⁰³

¹⁰⁰ Vgl. Jaster/Lanius 2019.

¹⁰¹ Meier/Rühl/Sängerlaub 2018, 2.

¹⁰² Franziskus (Papst) 2018.

¹⁰³ Arendt zitiert nach Kakutani 2019, 9.

4. Medienethik für das 21. Jahrhundert: Medienwirklichkeit als Aufgabe

So wie die Corona-Krise 2020/21 sämtliche (problematischen) gesellschaftlichen Phänomene verstärkt und Konfliktlinien vertieft hat, so hat sie auch das Thema *fake* in kreisenden Farben neu hervortreten lassen. Peter Pomerantsev hat die Lage im Interview analysiert. Gefragt, was neu sei an der Gerüchteverbreitung zu Corona, antwortet er:

»POMERANTSEV: Es ist nicht neu, dass Leute am ehesten die Darstellungen von Wirklichkeit akzeptieren, die in ihr Weltbild passen. Das Angebot an vermeintlichen Realitäten ist nun aber extrem gestiegen. Das Modell staatlicher Propaganda des 20. Jahrhunderts funktionierte noch nach der Gleichung zwei plus zwei ist fünf – selbst wider besseren Wissens sollten die Leute das offenkundig Falsche glauben. Heutzutage machen soziale Medien Falschinformationen nicht nur erheblich leichter verfügbar und verbreitbar. Das Entscheidende ist, dass aus diesen Falschinformationen geschlossene Weltbilder konstruiert werden können, um die sich politische, gesellschaftliche und kulturelle Identitäten gruppieren. Die neuzeitliche Propaganda versucht nicht mehr, den Leuten Unfug einzuhämmern, sondern in sie hineinzukriechen. Das ist ein klassischer Marketing-Ansatz.

ZEIT ONLINE: Warum lassen sich die Fake-Realitäten, von denen Sie sprechen, nicht ausräumen?

POMERANTSEV: Wegen der enormen Geschwindigkeit, mit der diese vermeintlichen Wirklichkeiten produziert werden. Das geschieht fast simultan zum Ereignis, das sie zu beschreiben vorgeben. Man würde annehmen, dass bei einer Sache wie der Ausbreitung eines Virus eigentlich Fakten, Objektivität, wissenschaftliche Überprüfbarkeit den Rahmen der Erzählungen bilden würden, die über das Ereignis kursieren. In gewisser Weise ist das auch der Fall, das erkennt man etwa daran, dass trotz aller Ungenauigkeiten der Zählweisen die Statistiken zu Infizierten und Verstorbenen als Fakten weithin akzeptiert werden. Doch das wird gleich etwa durch politische oder religiöse Haltungen überformt. Wofür stehen die Zahlen *wirklich*? Bei der Frage bereits beginnt die Uneinigkeit.«¹⁰⁴

Auch in der Corona-Krise hat sich gezeigt, wie weltweit von bestimmten Akteuren gezielt versucht wurde, eine eigenständige Medienwirklichkeit abzukoppeln von jeglicher Realität überprüfbarer Tatsachen. Das kann nur funktionieren in einer weitgehend mediatisierten Gesellschaft, in der

¹⁰⁴ Peitz 2020.

die Menschen immer komplexere mediale Kommunikationsformen vorfinden und Kommunikation »immer häufiger, länger, in immer mehr Lebensbereichen und bezogen auf immer mehr Themen in Bezug auf Medien«¹⁰⁵ stattfindet.

Soziale Medien und KI, Algorithmen-generierte News und Bürger-Blogs: Die Medienlandschaft ist komplex geworden. Was auf viele Menschen verheißungsvoll wirkt auch angesichts des Demokratisierungspotenzials, erscheint vielen anderen unüberschaubar und unkontrollierbar; zuhauf wird eine »Informationsflut« beklagt wird wie damals, als sich das Radio zum Massenmedium entwickelte. Fakt ist, dass sich der Status traditioneller Qualitätsmedien verändert; die grundlegende Frage nach der Autorität des Journalismus, die aufgrund der neuen Konkurrenz in der Krise steckt, muss gestellt werden: »How is it that journalism comes to possess a right to be listened to?«¹⁰⁶

Die Wahrheitsnorm ist in Bedrängnis. Darum ist die Medienethik im 21. Jahrhundert vielleicht stärker gefordert denn je. Es gilt, an der beständigen Wahrheitssuche als grundlegender medialer Norm festzuhalten und sich nicht dem Irrglauben an eine entfesselte Medienwirklichkeit zu ergeben. Zugleich darf dabei nicht starrsinnig geleugnet werden, dass mediale Rezeption von Informationen heute vielfach anders funktioniert als in der reinen Print-Zeit; dass Meinungsbildung bisweilen anhand von Schlagzeilen abläuft und vielleicht ein neuer *pictorial turn* hereindrängt, der das Zeitalter des alphanumerischen Codes beendet¹⁰⁷ – wer weiß.

Eine Medienethik muss sich bewusst sein und öffentlich bewusst machen, dass ohne reale Bezüge, ohne Bezüge auf eine geteilte Wirklichkeit, auf eine gemeinsame Welt kein geordnetes menschliches Zusammenleben mehr funktionieren kann – gerade in einer immer komplexer werdenden Gesellschaft. Der Journalismus ist dazu da, Orientierung über diese realen Bezüge zu geben und dabei Wirklichkeit nicht zu deuten, sondern darzustellen. Schon Arendt warnte:

»Wo Tatsachen konsequent durch Lügen und Totalfiktionen ersetzt werden, stellt sich heraus, daß es einen Ersatz für die Wahrheit nicht gibt. Denn das Resultat ist keineswegs, daß die Lüge nun als wahr akzeptiert und die Wahrheit als Lüge diffamiert wird, sondern daß der menschliche Orientierungssinn im Bereich des

¹⁰⁵ Krotz 2001, 33.

¹⁰⁶ Carlson 2017, 4.

¹⁰⁷ Vgl. Hartmann 2000, 324.

Wirklichen, der ohne die Unterscheidung von Wahrheit und Unwahrheit nicht funktionieren kann, vernichtet wird.«¹⁰⁸

Dabei gilt es zu verdeutlichen, mit welchen unterschiedlichen Rationalitäten die verschiedenen gesellschaftlichen Subsysteme zu tun haben, ob nun Politik, Journalismus oder Wissenschaft. Sie beziehen sich auf unterschiedliche Wahrheitsanforderungen: Muss die Politik das große Ganze im Blick haben und unter Bedingungen der Ungewissheit weitreichende Entscheidungen treffen, so kann und muss die Wissenschaft Wahrheiten immer für Teilwirklichkeiten herausfinden, ähnlich wie der Journalismus.

Praktisch muss Medienethik von den richtigen Akteuren einfordern, die Desinformation zu stoppen – von Politik und Unternehmen beispielsweise durch Kontrollinstanzen für soziale Medien, von Journalisten durch eine konsequente Orientierung an und Reflexion der Wahrheits- und Wahrhaftigkeitsnorm. Zu letzterer gehören auch neuere Transparenzansätze wie beispielsweise Faktenchecks und das Offenlegen von Recherchebedingungen, im Sinne von: »Das Grundprinzip journalistischer Wahrhaftigkeit ist das *Deklarieren* von (möglichen) Wahrheitsmängeln.«¹⁰⁹ Zudem muss Medienethik eine maximale Unabhängigkeit des Journalismus' anmahnen, denn Wahrheit kann nur gefunden werden, wenn dieses Bestreben nicht von anderweitigen Interessen torpediert wird.

Aber auch Nutzerinnen und Nutzer tragen ihre Verantwortung:¹¹⁰ Zum einen hat in einer medialen Welt, in der jede und jeder durch das *Posten*, *Liken* und *Sharen* öffentliche Kommunikation aktiv mitgestaltet, jede und jeder auch seinen und ihren Teil der Verantwortung für die Richtigkeit von Nachrichten. Ein zu schnelles und unbedachtes Teilen von Nachrichten ohne die Überlegung, ob die Nachricht überhaupt stimmt, ist fahrlässig. Zum anderen liegt es in der Verantwortung der Nutzenden, richtige und vollständige Informationen auch einzufordern, fehlenden Wahrheitsbezug zu kritisieren und Wahrhaftigkeit zu honorieren.

Unsere Welt ist komplex – sachlich, technisch und kommunikativ. Das macht das Wahrheitskriterium einerseits wichtiger, andererseits wie beschrieben aber auch schwieriger. Wir haben gute Gründe, Richtigkeit und Vollständigkeit als zentrale Normen für die öffentliche Kommunikation, die die politische Öffentlichkeit adressiert, beizubehalten und medien-

¹⁰⁸ Arendt 2019, 83.

¹⁰⁹ Pöttker 2017, 88.

¹¹⁰ Vgl. Funiok 2020.

ethisch einzufordern. Aber damit ist es nicht getan. Die Wirklichkeit der Medien, in all ihrer Komplexität und Widersprüchlichkeit, ist die einzige, die wir haben. Wir alle, Journalisten, Leserinnen, Nutzer und Zuschauer, Verlage und alle Akteure im Medienbereich, haben einen gemeinsamen Gestaltungsauftrag: Wir müssen diese Wirklichkeit der Medien als Aufgabe begreifen, die in unser aller Verantwortung liegt.

Literatur

Arendt, Hannah

2019 Wahrheit und Lüge in der Politik. Zwei Essays, 5. Auflage, München.

Arens, Edmund

1996 Die Bedeutung der Diskursethik für die Kommunikations- und Medienethik, in: Funiok, Rüdiger (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik, Konstanz, 73–96.

Bentele, Günter

2016 Wahrheit, in: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien und Informationsethik, Stuttgart, 59–67.

Blöbaum, Bernd

2003 Literatur und Journalismus. Zur Struktur und zum Verhältnis von zwei Systemen, in: Blöbaum, Bernd / Neuhaus, Stefan (Hg.): Literatur und Journalismus. Theorie, Kontexte, Fallstudien, Wiesbaden, 23–52.

Bundestag

2019 Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Manuel Höferlin, Frank Sitta, Grigorios Aggelidis, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP – Drucksache 19/15210 –. Beschäftigung der Bundesregierung mit Deepfakes (01.12.2019), online: <https://dip21.bundestag.de/dip21/btd/19/156/1915657.pdf> [06.08.2020].

Carlson, Matt

2017 Journalistic Authority. Legitimizing News in the Digital Era, New York.

CNN Transcripts

2016 New Day (22.07.2016), online: <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1607/22/nday.06.html> [06.08.2020].

Dernbach, Beatrice

- 2017 Narration und Storytelling im medienethischen Diskurs, in: Filipović, Alexander / Prinzing, Marlis / Stapf, Ingrid (Hg.): Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive, Baden-Baden, 151–164.

Deutscher Presserat

- 2017 Publizistische Grundsätze (Pressekodex). Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserates. Beschwerdeordnung (22.03.2017), online: https://www.presserat.de/files/presserat/dokumente/download/Pressekodex2017light_web.pdf [14.12.2020].

Fichtner, Ullrich

- 2018 Manipulation durch Reporter. SPIEGEL legt Betrugsfall im eigenen Haus offen (19.12.2018), online: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/fall-claas-relotius-spiegel-legt-betrug-im-eigenen-haus-offen-a-1244579.html> [27.05.2019].

Filipović, Alexander

- 2013 Individualismus – vernetzt, in: Katechetische Blätter 138/3, 164–169.
2019 Alles Habermas!?! Alternative Theorien für eine Ethik öffentlicher Kommunikation in Zeiten der Digitalität, in: Bedford-Strohm, Jonas / Höhne, Florian / Zeyher-Quattlender, Julian (Hg.): Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven auf politische Partizipation im Wandel, Baden-Baden, 219–232.

Frey, Felix / Früh, Werner

- 2014 Narration und Storytelling. Theorie und empirische Befunde, Köln.

Funiok, Rüdiger

- 2011 Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft, 2. Auflage, Stuttgart.
2020 Verantwortliche Mediennutzung. Wünschenswerte Selbstverpflichtungen von Rezipient_innen und Nutzer_innen, in: Communicatio Socialis 53/2, 136–147.

Hagan, Shelly / Tanzi, Alexandre

- 2019 Public Relations Jobs Boom as Buffett Sees Newspapers Dying (27.04.2019), online: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-04-27/public-relations-jobs-boom-as-buffett-sees-newspapers-dying> [03.08.2020].

Haller, Michael

- 2017 Die »Flüchtlingskrise« in den Medien. Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung, Frankfurt a.M.

Hartmann, Frank

- 2000 Medienphilosophie, Wien.

Imhof, Kurt

- 2008 Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne, in: Hepp, Andreas / Krotz, Friedrich / Winter, Carsten (Hg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen, Wiesbaden, 65–89.

Integrationsbeauftragte

- 2020 Fakten statt Fake, online: <https://www.integrationsbeauftragte.de/ib-de/service/daten-und-fakten/fakten/fakten-statt-fake-news> [04.08.2020].

Jaster, Romy / Lanius, David

- 2019 Die Wahrheit schafft sich ab. Wie Fake News Politik machen, Ditzingen.

Kakutani, Michiko

- 2019 Der Tod der Wahrheit. Gedanken zur Kultur der Lüge, Stuttgart.

Kettmann, Otto

- 2017 Emotionen und das Ringen um Aufmerksamkeit. Der mediale Trend zu emotionsfokussierten Stilmitteln, in: *Communicatio Socialis* 50/3, 360–368.

Kisch, Egon Erwin

- 1972 Der rasende Reporter (1925), in: Kisch, Egon Erwin: *Gesammelte Werke in Einzelausgaben*. Bd. 5, Berlin/Weimar.

Kohring, Matthias

- 2002 Fakten ins Töpfchen, Fiktionen ins Kröpfchen? Warum Vertrauen in Journalismus mehr ist als Glaubwürdigkeit, in: Baum, Achim / Schmidt, Siegfried J. (Hg.): *Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten*, Konstanz, 90–100.

Krotz, Friedrich

- 2001 Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien, Wiesbaden.

Lampert, Marie / Wespe, Rolf

- 2013 Storytelling für Journalisten, 3. Auflage, Konstanz/München.

Lünenborg, Margreth

- 2005 Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf, Wiesbaden.

Luhmann, Niklas

- 1996 Die Realität der Massenmedien, 2. Auflage, Opladen.

Meier, Miriam / Rühl, Wolf-Dieter / Sänglerlaub, Alexander

- 2018 Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017, online: https://www-stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf [14.12.2020].

Meyer, Michael

- 2005 Credit und Diskreditierung. Zur englischen Presse und Literatur im frühen 18. Jahrhundert, in: Dernbach, Beatrice / Meyer, Michael (Hg.): Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven, Wiesbaden, 155–172.

Mieth, Dietmar

- 1996 Die Grundnorm der Wahrhaftigkeit, ihre ethische Begründbarkeit und ihre Universalität, in: Funiok, Rüdiger (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik, Konstanz, 15–40.

Moreno, Juan

- 2019 Tausend Zeilen Lüge. Das System Relotius und der deutsche Journalismus, Berlin.

NBC News

- 2017 Conway: Press Secretary Gave Alternative Facts (22.01.2017), online: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [06.08.2020].

Neuberger, Christoph

- 1996 Journalismus als Problembearbeitung. Objektivität und Relevanz in der öffentlichen Kommunikation, Konstanz.

Niggemeier, Stefan

- 2019 Von »zulässigen und richtigen Montagen«. Die Reportage: Manipulationen nach Lehrbuch (26.01.2019), online: <https://uebermedien.de/34843/die-reportage-manipulationen-nach-lehrbuch/> [27.05.2019].

Nowotny, Ralf

- 2019 Video: So entstehen Deepfakes (13.11.2019), online: <https://www.mikama.at/aktuelles/video-so-entstehen-deepfakes/> [04.08.2020].

Franziskus (Papst)

- 2018 Botschaft zum 52. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel, online: http://www.vatican.va/content/francesco/it/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html [06.08.2020].

Peitz, Dirk

- 2020 Peter Pomerantsev. »Die massenhafte Verbreitung von Bullshit ist das Problem« (16.04.2020), online: <https://www.zeit.de/kultur/2020-04/peter-pomerantsev-das-ist-keine-propaganda-sachbuch-desinformation-social-media/komplettansicht> [03.08.2020].

Pöttker, Horst

- 2017 Wahrheit und Wahrhaftigkeit. Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 7), in: *Communicatio Socialis* 50/1, 85–89.

Prinzing, Marlis

- 2016 Qualität im Journalismus, in: Heesen, Jessica (Hg.): *Handbuch Medien- und Informationsethik*, Stuttgart, 106–113.

Reckwitz, Andreas

- 2019 Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne. Wissenschaftliche Sonderausgabe, Berlin.

Reporterfabrik

- 2019 Kurs »Fördert die Reportage Übertreibung und Betrug?«, online: <https://akademie.reporterfabrik.de/courses/course-v1:Reporterfabrik+334+2019/about> [27.05.2019].

Reus, Gunter

- 2002 »Zum Tanze freigegeben«. Fiktion im seriösen Journalismus – ein illegitimes Verfahren?, in: Baum, Achim / Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten, Konstanz, 77–89.

Ruß-Mohl, Stephan

- 2017 Journalismus und Gemeinwohl in der Desinformationsökonomie, in: *Communicatio Socialis* 50/1, 50–63.

Schicha, Christian

- 2010 Medienskandale, in: Brosda, Carsten / Schicha, Christian (Hg.): *Handbuch Medienethik*, Wiesbaden, 373–390.

Schwab, Irmela

- 2020 Spiegel begleitet Relaunch der Website mit Mega-Kampagne (08.01.2020), online: https://www.wuv.de/medien/spiegel_begleitet_relaunch_der_website_mit_mega_kampagne [03.08.2020].

Spiegel

- 2019a Hier ist der Abschlussbericht der Aufklärungskommission zum Fall Relotius (24.05.2019), online: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/fall-claas-relotius-ab-schlussbericht-der-aufklaerungskommission-a-1269110.html> [27.05.2019].
- 2019b Welche Texte gefälscht sind – und welche nicht (24.01.2019), online: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/der-fall-claas-relotius-welche-texte-gefaelscht-sind-und-welche-nicht-a-1249747.html> [27.05.2019].

Strässle, Thomas

- 2019 Fake und Fiktion. Über die Erfindung von Wahrheit, München.

Treumann, Jan-Luc

- 2019 Deepfakes: »Wir sind als Gesellschaft noch nicht so ganz vorbereitet« (31.03.2020), online: <https://www.augsburger-allgemeine.de/digital/Deepfakes-Wir-sind-als-Gesellschaft-noch-nicht-so-ganz-vorbereitet-id57030891.html> [04.08.2020].

Raue, Paul-Josef / Schneider, Wolf

- 1998 *Handbuch des Journalismus*, Hamburg.

Wolf, Fritz

- 2000 Grenzgänger (30.06.2000), online: <https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/grenzganger> [27.05.2019].

Wunden, Wolfgang

- 1994 Einleitung, in: Wunden, Wolfgang (Hg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur (Beiträge zur Medienethik 2), Hamburg/Stuttgart, 11–15.
- 2005 Einleitung, in: Wunden, Wolfgang (Hg.): Wahrheit als Medienqualität (Medien 9), Münster, 11–16.

Zastiral, Sascha

- 2019 Die Lüge, mit der der Brexit begann (02.02.2019), online: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/brexit-und-nhs-die-luege-mit-der-der-eu-aus-tritt-begann-a-1251096.html> [Abruf am 04.08.2020].