

1	Einleitung	1
2	Theoretisch-analytische Grundlegung	9
2.1	Wahrheit: Definitionen, Positionen und Reflexionen	10
2.1.1	Kurze philosophische Einordnung zum Wahrheitsbegriff	10
2.1.2	Der Drang zur Wahrheit und zur Objektivität	19
2.1.3	Wahrheit, Wirklichkeit und Kommunikation	22
2.1.3.1	Konstruktivistische Position	25
2.1.3.2	Realistische Position	25
2.1.3.3	Rekonstruktiver Ansatz	26
2.1.3.3.1	Theoretische Grundlagen des rekonstruktiven Ansatzes	27
2.1.3.3.2	Rekonstruktiver Ansatz im Detail	31
2.1.3.3.3	Der rekonstruktive Ansatz aus der Perspektive der Neurowissenschaften	34
2.1.4	Fazit	37
2.2	Fake News: Definitionen, Reflexionen und Geschichte	38
2.2.1	Fake News – eine Definition	40
2.2.1.1	Realphänomen der Fake News	47
2.2.1.1.1	Erstellung von Fake News	49
2.2.1.1.2	Verbreitung von Fake News	52
2.2.1.1.3	Rezeption von Fake News	59
2.2.1.1.4	Bekämpfung von Fake News	60

2.2.1.1.5	Fake News als Korrektiv	67
2.2.1.1.6	Fazit	68
2.2.1.2	Geschichte der „Fake News“	68
2.2.2	Fazit	91
2.3	Moral, Wahrnehmung und Kommunikation: Moral Foundations Theory und sprachliche Aspekte	94
2.3.1	Moral Foundations Theory	98
2.3.2	Moral und Sprache	101
2.3.3	Fazit	103
3	Traditionelle Printmedien und Social Media (YouTube): eine Beschreibung	105
3.1	Neue Medien am Beispiel von YouTube	108
3.2	Mediennutzung	113
3.3	Fazit	120
4	Impfen: Gesundheitskommunikation und gesellschaftliche Diskussion	123
4.1	Warum Impfen sinnvoll ist	124
4.2	Perspektiven auf das Thema „Impfen“	127
4.3	Gesundheitskommunikation und Impfen	135
4.4	Impfgegner und Impfskeptiker heute und gestern	147
4.5	Fazit	165
5	Analyse der Berichterstattung und von Fake News zum Thema „Impfen“ in deutschen Printmedien und auf YouTube mit Fokus auf moralische Bezüge	167
5.1	Methodisches Vorgehen und Untersuchungsdesign	167
5.1.1	Untersuchungszeitraum und Stichprobenbildung	168
5.1.2	Die Printmedien und YouTube im Porträt	169
5.2	Forschungsfragen und Hypothesen	171
5.3	Methode der Inhaltsanalyse	175
5.3.1	Erhebungsinstrument und Kategoriensystem	176
5.3.2	Pretests und Schulungen	182
5.3.3	Reliabilität und Validität	182
5.3.3.1	Reliabilität	182
5.3.3.2	Validität	185
5.4	Ergebnisse der Inhaltsanalyse	187
5.4.1	Formale Kriterien der Stichprobe	187
5.4.1.1	Formale Kriterien der Print-Stichprobe	187

5.4.1.2	Formale Kriterien der YouTube-Stichprobe	188
5.4.1.3	Formale Kriterien der gesamten Stichprobe im Überblick	194
5.4.1.4	Fazit	196
5.4.2	„Fake News“-Beiträge	197
5.4.3	Zwei Welten: die Tendenz in Printmedien und auf YouTube	203
5.4.4	„False Balance“ in ambivalenten Pro/Contra-Beiträgen	205
5.4.5	Moralische Bezüge	208
5.4.5.1	Moralische Bezüge der Print-Beiträge	209
5.4.5.2	Moralische Bezüge der YouTube-Beiträge	218
5.4.5.3	Moralische Bezüge der „Fake-News“-Beiträge	226
5.4.5.4	Fazit	233
5.4.6	YouTube: Mehr Fake, mehr moralische Bezüge, mehr Reichweite?	234
5.4.7	Fake und Richtigstellungen: Agenda-Setting durch die Hintertür?	238
5.4.8	Fazit	241
6	Überblick über die Hypothesen und Ergebnisse	249
7	Desiderate	253
8	Fazit und Ausblick	257
	Literatur und Online-Quellen	267