



Jörg Tropp

Die Studentin, die nach Cannes wollte

Eine Erzählung über die Kunst, mit Fake zu leben

112 Seiten, Hardcover mit Illustrationen

16,00 € (D) 16,40 € (A)

ISBN: 978-3-96251-065-7

ET: Juni 2019

Montag, 24. Juni 2019

Fake einmal anders

Durch die Digitalisierung hat sich die Art der Mediennutzung stark verändert. So haben zum Beispiel Soziale Netzwerke großen Anteil daran, wie wir die Welt sehen und sind oft Taktgeber der Öffentlichkeit, der Politik und des Privatlebens weltweit. Aber was darin ist Fake und was ist Realität?

Jörg Tropp nimmt uns in seiner unterhaltsamen Erzählung mit auf eine Entdeckungsreise durch die Welt des Fake. Wir erfahren, warum Fake ein grundlegender Bestandteil der Kommunikation ist und warum wir ihm nicht entfliehen können. Denn: Menschliche Wahrnehmung ist immer Interpretation. Das Entweder-Oder von Wahr und Falsch ist nur die Oberfläche. Der Autor gibt uns Hinweise für einen verantwortungsvollen Umgang mit Fake, denn ein authentisches Leben ist möglich, auch in der Allgegenwärtigkeit von Fake. Es liegt allein in unserer Verantwortung, wie wir die Wirklichkeit erleben. Machen Sie sich auf den Weg ins richtige Leben im Fake!

Für alle, die in unserer schnelllebigen (Medien-)Welt authentisch leben wollen.

Der Autor

Jörg Tropp ist Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft, insbesondere für Strategische Kommunikation und Medienökonomie. 2004 erhielt er den Ruf an die Hochschule Pforzheim. Bis 2001 war Jörg Tropp geschäftsführend in internationalen Kommunikationsagenturen tätig, z. B. bei Leo Burnett. Er ist Mitglied in diversen nationalen und internationalen Forschungsverbänden (z. B. European Communication Research and Education Association/ECREA) und Berater von Unternehmen, Kommunikationsverbänden und Non-Profit Organisationen.

Frankfurter Allgemeine Buch publiziert Wissen für Fach- und Führungskräfte mit den Schwerpunkten Management, Job & Karriere, Finanzen und Kommunikation. Weitere spannende und informative Titel finden Sie unter www.fazbuch.de. Mehr Wissen mit Frankfurter Allgemeine Buch!

Kontakt: Bianca Labitzke, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankenallee 71–81, 60327 Frankfurt am Main
Telefon (069) 7501-4450 • Telefax (069) 7501-4460 • E-Mail bianca.labitzke@fazbuch.de

Jörg Tropp

DIE STUDENTIN,
DIE NACH CANNES WOLLTE



Jörg Tropp

DIE STUDENTIN,
DIE NACH CANNES WOLLTE

Eine Erzählung über die Kunst,
mit Fake zu leben

Frankfurter Allgemeine Buch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Frankfurter Allgemeine Buch

© FAZIT Communication GmbH
Frankfurter Allgemeine Buch
Frankenallee 71–81
60327 Frankfurt am Main

Umschlag: Nina Hegemann, FAZIT Communication GmbH
Illustrationen: Julia Deutschen, Pforzheim
Literarische Texte: Prof. Dr. Dr. Siegfried J. Schmidt, Münster
Redaktion: Dr. Peter Schäfer, Gütersloh
Lektorat: Wolfgang Barus, Frankfurt am Main
Satz: Nina Hegemann, FAZIT Communication GmbH

Druck: CPI books GmbH, Leck
Printed in Germany

1. Auflage
Frankfurt am Main 2019
ISBN 978-3-96251-065-7

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, vorbehalten.

*Ich danke Caspar, Chris, Erik, Felix,
meiner Frau Uta und meinem Sohn Elias.*

*Mein besonderer Dank gilt einer mir namentlich
nicht bekannten Studentin.*

oft wußte er
nicht genau
wovon seine texte handelten
was seine sorgfalt
bei ihrer verfertigung
in keiner weise beeinträchtigte

Siegfried J. Schmidt

Inhalt

Zur Sache: Realität, wo bist du?	11
Goldideen	13
<i>Das Geschäft mit dem gefakten Fake</i>	
„Möglich sein“	25
<i>Leben im Fake (LiF)</i>	
Strategischer und nichtstrategischer Fake: Kenne den Unterschied!	39
<i>Erste Empfehlung für den Umgang mit Fake</i>	
Boom des Fakes	49
<i>Leben wir im Zeitalter des Misstrauens?</i>	
Glaubwürdigkeitskrise der Medien	57
Finde Deine Vertrauensmedien und mache ihnen keine Fake-Vorwürfe!	73
<i>Zweite Empfehlung für den Umgang mit Fake</i>	
Wer sich bemüht, „echt“ zu sein, ist es nicht	77
<i>Die Authentizitätsfalle</i>	
Vermeide ein Faker-Image – kommuniziere getreu deines Selbst-Werts!	89
<i>Dritte Empfehlung für den Umgang mit Fake</i>	
Aufbruch ins richtige Leben im Fake	95
Epilog	97
Weiterführende Literatur	103