



Begleitbroschüre zum Lernspiel „True|Fake“

Das App-basierte Spiel „True|Fake“ fördert die Nachrichten- und Informationskompetenz sowie die Kompetenz zur Quellenkritik im Hinblick auf Desinformation. Indem die Spielenden im Setting einer Kundgebung auf die Stimmung der Demonstrierenden reagieren, haben sie die Wahl Misstrauen zu säen oder Vertrauen zu schaffen. Dabei geht es um Informationsbeschaffung und -weitergabe und die Unterscheidung zwischen Fake News und faktisch richtigen Nachrichten. Das zugrundeliegende Ziel des Spiels ist es für den Einfluss von Desinformation auf die Demokratie und das Klima in der Gesellschaft zu sensibilisieren sowie die Bedeutung journalistische Qualitätsmedien zu verdeutlichen. Außerdem können die Spielenden dadurch angeregt werden, mehr über ihren Medien- und Nachrichtenkonsum zu reflektieren.

Das vorliegende Begleitmaterial bietet Grundinformationen zum Spiel und Spielablauf, aber auch die theoretischen Grundlagen, auf denen „True|Fake“ basiert. Als Handreichung für Pädagog:innen und Lehrkräfte werden außerdem Einsatzmöglichkeiten im schulischen und außerschulischen Bereich aufgeführt.

Schlagworte:

Desinformation, Fake News, Faktencheck, Filterblase, Informationskompetenz, Journalismus, Medienkompetenz, Nachrichtenkompetenz, Politische Bildung, Pressekodex

Inhalt

Grundlegende Informationen	2
Das Spiel	2
Theoretische Grundlagen	3
Desinformation	3
Handlungsoptionen gegen Desinformation	6
Merkmale journalistischer Berichterstattung und die prekäre Lage um den Journalismus	8
Spielinhalt	9
Einführung ins Spiel	9
Aufbau des Spielscreens	9
Ablauf des Spiels	11
Einsatzmöglichkeiten	11
Ergänzende Materialien für die Arbeit mit Schulklassen	12
Bibliographie	13
Anhang	14
Einverständniserklärung	15



Grundlegende Informationen

- Dauer: 30 min (bei drei Durchgängen à 10 Minuten)
- Altersbeschränkung: ab 13 Jahren
- Spielziel: die grundlegende Stimmung auf der Kundgebung verändern (ins Positive oder Negative)
- positive Stimmung/Vertrauen wird durch faktisch richtige Nachrichten geschaffen, die negative Stimmung/Misstrauen wird durch Fake News beheizt
- Spielklima ändert sich durch die Stimmung der Protestierenden
- Figuren: Polizist:innen an Platzbegrenzung, 50 Protestierende, drei Journalist:innen-Teams, zwei weitere Flyerverteiler:innen, ein Hauptcharakter

Das Spiel

„True|Fake“ ist ein dynamisches Lern- und Taktikspiel für Jugendliche ab 13 Jahren, mit dem sie erleben, welche weitreichenden Folgen jede Entscheidung im Ökosystem der Nachrichten für das gesellschaftliche Zusammenleben haben kann. Das medienpädagogische Angebot richtet sich an Jugendliche, die erste Erfahrungen mit dem eigenen Nachrichtenkonsum machen und hat zum Ziel die Nachrichten- und Informationskompetenz sowie die Kompetenz der Quellenkritik der Jugendlichen gezielt zu schulen.

Basierend auf der JIM-Studie von 2020¹ spielt sich die Mediennutzung zu 97% der Befragten im Internet ab. In Bezug auf die inhaltliche Verteilung der Internetnutzung liegt die Informationssuche bei Jugendlichen mit 11% auf Platz vier nach Unterhaltung (34%), Spielen (28%) und Kommunikation (27%). Über Tageszeitungen (online bzw. Print) informieren sich nur lediglich 20% bzw. 18% der Jungen und nur 15% bzw. 13% der Mädchen täglich oder mehrmals pro Woche, die Nutzung von Zeitschriften und Magazinen ist noch geringer. Um sich zu informieren greifen Jugendliche vor allem auf Intermediäre zurück, d.h. Suchmaschinen wie Google (88%), YouTube (65%) und Wikipedia/vergleichbare Angebote (40%). Jeweils knapp ein Viertel der Jugendlichen informiert sich täglich oder mehrmals pro Woche direkt auf Facebook und Twitter bzw. den Portalen von Online-Zeitungen.

Zwar lassen sich über Soziale Medien, wie YouTube, Instagram und Co. Nachrichten abrufen, jedoch bieten die Sozialen Medien ebenso wie Blogs und Foren eine Bühne für Desinformation, welche die Konsumierenden leicht täuschen können. Dadurch bietet es sich an, in dieser Zielgruppe mit der Schulung von Informationskompetenz anzusetzen, besonders im Hinblick auf das mehrfach ausgerufene postfaktische Zeitalter. Im Jahr 2016 kürte Oxford Dictionaries das Wort „post-truth“, zu Deutsch „postfaktisch“, zum Wort des Jahres, definiert als „Umstände, bei denen objektive Fakten weniger Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung haben als Appelle an Gefühle und persönliche Vermutungen“². Es ist unabdingbar in der schulischen Bildung mündige und medienkompetente Personen in ihrer Entwicklung in der mediatisierten Gesellschaft zu unterstützen.

„True|Fake“ ist eine spielerische und problemorientierte Herangehensweise zur Förderung von Nachrichten- und Informationskompetenz sowie die Kompetenz der Quellenkritik. Im Spiel taucht man ein in eine fiktive Gesellschaft, in der eine Zusammenkunft von einer unbekanntem Organisation

¹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2020.

² Oxford Dictionaries, 2017.



veranstaltet wird. Die Hauptfigur ist als Flyerverteiler:in zunächst unvoreingenommen und hat keine politische Intention an der Teilnahme einer Zusammenkunft. Das Ziel des Geldverdienens durch das Verteilen von Flyern erübrigt sich, als die Hauptfigur damit konfrontiert wird, dass auf den zu verteilenden Flyern falsche Informationen stünden. Dadurch wird es zur Aufgabe der Hauptfigur mit Protestierenden zu sprechen und das Klima der Demonstration zu beeinflussen. Die Spielenden müssen Informationen im Web suchen oder im Gespräch mit Demonstrierenden erhalten, deren Wahrheitsgehalt zunächst unklar bleibt. Diese Informationen können sie an Journalist:innen und weitere Protestierende weitergeben. Im Laufe des Spiels werden durch eigenaktives Handeln der Spielenden Tools und Strategien freigeschaltet, die es ihnen ermöglichen, das Vertrauen der Protestierenden durch faktisch richtige Nachrichten und Informationen zu gewinnen, oder aber auch bewusst Misstrauen durch Desinformationen zu säen.

Die Jugendlichen treffen in dem Spiel immer wieder relevante Entscheidungen, die das Gemüt der Protestierenden beeinflussen. Dabei lernen sie, inwiefern Fake News und Desinformationen als politische Strategie eingesetzt werden können. Um das Spiel zu gewinnen, müssen die Jugendlichen Faktencheck-Strategien anwenden, wobei ihnen vor allem Methoden journalistischer Berichterstattung helfen.

Theoretische Grundlagen

Desinformation

Der Begriff »Fake News« wird inzwischen inflationär verwendet und die Definitionen des Begriffs liegen zum Teil meilenweit voneinander entfernt. Wir haben uns auf eine Definition geeinigt, die Fake News als eine Kategorie von Desinformationen definiert, genauer gesagt als aktuelle Falschmeldungen, die mit einer Täuschungsabsicht verbunden sind und als pseudo-journalistische Nachrichten auftreten. Diese Art der Falschnachricht ist es, mit der die Spielenden in „True Fake“ konfrontiert werden. Im folgenden Kapitel wird sich vorrangig auf den allgemeineren Begriff der »Desinformation« gestützt. Vor diesem Hintergrund muss weiterhin unterschieden werden zwischen absichtlich falsch veröffentlichten Inhalten, fahrlässigen Redaktionsfehlern und falschen Informationen, die trotz Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht vorkommen können.³ Zusätzlich gibt es noch verzerrte und übertrieben dargestellte Informationen, welche ebenfalls falsche Bilder vermitteln.

Desinformationen werden hier definiert als intentional manipuliertes Material, welches nicht ausschließlich, aber vorrangig im Internet kursiert und wie journalistisch ausgearbeitete Beiträge anmutet. Die Manipulation umfasst dabei ein Spektrum von der Dekontextualisierung von Nachrichten, Verzerrung, Übertreibung, Abmilderung bis hin zur völlig freien Erfindung. Das entscheidende Merkmal ist hierbei jedoch nicht, dass sie falsche Fakten enthalten, sondern dass sie sich dabei als journalistisch und wahrheitssuchend ausgeben, meinen Hendricks und Vestergaard in ihrem Buch „Postfaktisch“ aus dem Jahr 2018.⁴ „Durch ihren Schein als echte Nachrichten können [Desinformationen] Aufklärung und Wahrheit als eigene Ziele in Anspruch nehmen. Aber in Wirklichkeit verfolgen sie ein politisches oder ökonomisches Ziel mittels der Ernte von

³ Hendricks, V. F. & Vestergaard, M. , 2018, S. 116.

⁴ Ebd., S. 110.



Aufmerksamkeit, was wiederum vor dem Empfänger verborgen wird“, heißt es weiter.⁵ Dabei gibt es verschiedene Gründe für die Erzeugung von Fake News: Zum einen entstehen einige Desinformationen zum Spaß oder auch »Trolling«, andere betreiben Internettrafficking und erhalten anhand von Clickbaiting Geld. Die Motivation ist in diesen Fällen eher aus dem privaten Sektor entsprungen. Wiederum können Desinformationen ebenfalls zur Vermarktung von Produkten eingesetzt werden.⁶ Die größte, aber auch bedrohlichste Schiene bilden daneben jene Fake News, die zu politischen Zwecken eingesetzt werden.⁷ Durch Clickbaiting können Fake News zudem äußerst lukrativ sein, für Privatpersonen wie auch für Firmen. Clickbaiting sichert für viele Internetpersönlichkeiten das Einkommen und ist nicht nur im Zusammenhang mit Desinformationen anzutreffen. Beispielsweise verdienen YouTuber:innen nur Geld, wenn man die Werbung, welche vor ihren Videos eingespielt wird, auch anklickt. Das reine Schauen von Videos bringt ihnen kein Vermögen, sondern maximal Prestige durch viele Views und Follower:innen. In Bezug auf Desinformationen wird dieser Effekt ebenfalls erreicht, indem die Klicks in sogenannte »Reklamedollar« umgemünzt werden.⁸ Das englische Sprichwort „Angry People click more“⁹ gibt Hinweis darauf, welche Art von Desinformationen besonders lukrativ sind: Jene, die Aufruhr erwecken, wütend machen, Empörung nach sich ziehen. Diese Beiträge gehen in den meisten Fällen viral, und zwar mehr als Beiträge, die sich auf einer neutralen Basis bewegen. Gerade durch die Algorithmen der Social Media steigt die Aufmerksamkeit, die solche Beiträge erhalten zudem exponentiell. Wie genau diese Algorithmen funktionieren ist bis dato nicht transparent und wird es wahrscheinlich auch nie sein. Die Algorithmen stellen den Nutzenden vor allem scheinbar relevante Beiträge im Newsfeed vor und als relevant gelten nun einmal jene Beiträge, die bereits viel geliked, geteilt und kommentiert wurden. Das gibt den Konsumierenden oft ein verzerrtes Bild der Realität und bietet hervorragende Aussichten für politische Propaganda.

Überraschend scheint, dass selbst wenn gestreute Fake News nicht mal ansatzweise als »wahr« anerkannt werden, zumindest eine Verwirrung der Öffentlichkeit erreicht wird: „Werden traditionelle sowie soziale Medien mit verschiedenen und gegensätzlichen Erzählungen überschwemmt, dann weiß am Ende keiner mehr, was wahr und was unwahr, was wirklich und was fabriziert ist“.¹⁰

Fruchtbaren Boden für Fake News bietet aber nicht nur die Mediatisierung der Gesellschaft. Auch die menschliche Psyche ist ausgezeichnet dafür ausgelegt, sich an Unwahrheiten zu klammern. Ganze Wissenschaften existieren, die sich einzig und allein auf die Wahrheitsfindung konzentrieren. Den fruchtbaren Boden stellen sozialpsychologische Phänomene dar, zu denen Menschen im sozialen Gefüge neigen. Im Folgenden wird der Selective-Exposure-Effect, die Kognitive Dissonanz, der Lemming-Effekt, die Motivierte Wahrnehmung und die Loyalitäts-Lüge erläutert, welche in Zeiten der allgemein zunehmenden Skepsis in der Gesellschaft hervorragende Voraussetzungen für die Empfänglichkeit von Desinformationen sind. Der Selective-Exposure-Effect nach Fischer und Greitemeyer beschreibt beispielsweise, dass man eher Informationen als »wahr« akzeptiert, die das

⁵ Ebd.

⁶ Vgl. ebd.

⁷ Vgl. ebd.

⁸ Ebd., S. 113.

⁹ Limbourg, P. & Grätz, R., 2018, S. 18.

¹⁰ Ebd., S. 118.



persönliche Weltbild bestätigen.¹¹ Dies lässt sich gut mit dem fast neurotischen Logikzwang der Menschheit vergleichen. Die Welt muss aus der Perspektive eines Individuums stets Sinn ergeben und sind bestimmte Phänomene unerklärlich, bestätigen aber das bestehende Weltbild, so wird eine Erklärung zum Teil auch ohne Beweise anerkannt. Dieser Effekt der Selective-Exposure vermeidet zudem auch eine Kognitive Dissonanz, welche erstmals von Festinger 1957 beschrieben wurde. Dieser unangenehme mentale Zustand kann eine Konsequenz sein, wenn man Informationen aufnimmt, die kaum bis gar nicht mit der eigenen Meinung übereinstimmen, man quasi darauf hingewiesen wird, dass man sich irrt.¹² Verhindern kann man diesen Zustand – und der Mensch tut dies auch unbewusst ständig – indem man die unbequemen Wahrheiten umschiffet, was sich in unserem Medienkonsum widerspiegelt.¹³ Sollte man nun doch unbeabsichtigt auf Informationen stoßen, welche sich nicht mit unserer Meinung vereinbaren lassen, so stellt ein weiteres Phänomen Abhilfe dar, um dem Zustand kognitiver Dissonanz zu entkommen: die motivierte Wahrnehmung.¹⁴ Bei der motivierten Wahrnehmung stehen bestimmte Schlussfolgerungen (für ein spezielles Weltbild) bereits fest und es werden ausschließlich Fakten und Informationen akzeptiert, die diese Schlussfolgerungen unterstützen.¹⁵ Weiterhin gäbe es da auch noch den Lemming-Effekt, die klassische Mitläufersituation, wobei man eher so handelt und denkt, wie es alle anderen tun, um sozialer Isolation aus dem Weg zu gehen.¹⁶ All diese Effekte führen zu einer sogenannten Faktenresistenz der menschlichen Psyche, quasi dem Nicht-Anerkennen teilweise wissenschaftlicher Beweise und der wachsenden Skepsis gegenüber Politik und Medien. Viel verheerender jedoch ist das Phänomen der Loyalitäts-Lüge.¹⁷ In diesem Fall ist der Audienz – anders als bei den anderen Phänomenen – die Unwahrheit der Tatsache bewusst, aber ähnlich wie bei dem Stammesdenken, wird die Aussage bestärkt, weil man der gleichen Gruppe angehört und damit gleiche Ziele verfolgt. Der Ausdruck »blaue Lügen« ist in den USA bekannt geworden, als Polizeibeamte für einen oder mehrere Kolleg:innen absichtlich Unwahrheiten behauptet bzw. bestätigt haben, um beispielsweise ein Urteil schneller herbeizuführen oder besagten Kolleg:innen zu entlasten.¹⁸ Gleiches kommt auch in Bezug auf fingierte Nachrichten vor, wenn man dem:der Autor:in oder der sozialen Gruppe, welcher der:die Autor:in entstammt oder an die er oder sie sich wendet, vertraut, so werden auch Unwahrheiten akzeptiert und verteidigt, sollten sie dem Wohl der Gruppe scheinbar dienlich sein, also einen dem eigenen Ziel näher bringen.

In Bezug auf propagandistisch veranlagte Fake News nutzen die Akteur:innen diese Effekte, sie nutzen zudem Ängste, Bedenken, Unsicherheiten oder schaffen diese sogar, wie man es in Deutschland beispielsweise bei den Wahlsprüchen der Alternative für Deutschland erkennen kann: „Ich wähle AfD, weil ich weiß, was der Islam bedeuten kann, wenn wir nicht aufpassen.“¹⁹ Gezielt werden hier

¹¹ Vgl. Holznagel, Bernd; Steul, Willi, 2018, S. 48.

¹² vgl. Hendricks & Vestergaard 2018, S. 128.

¹³ Vgl. ebd., S. 129.

¹⁴ Vgl. ebd., S. 130.

¹⁵ Vgl. ebd.

¹⁶ Vgl. ebd., S. 124.

¹⁷ Vgl. ebd., S. 132.

¹⁸ Vgl. ebd., S. 133.

¹⁹ Ebd., S. 139.



Anspielungen auf radikal-religiösen Terrorismus gemacht. Streut man nun noch einen Hang zu konspirativem Denken und dem erhöhten Interesse an Skandalen und Sensationen als an alltäglichen, neutralen Informationen zu den so oder so schon anfälligen psychosozialen Effekten des menschlichen Bewusstseins, so steht dem erfolgreichen Gedeihen und Verbreiten von Desinformation nichts mehr im Weg.

In Bezug auf die Algorithmierung der Informationsflut in den Sozialen Medien gibt es noch einen weiteren Faktor, der in das Feld der Betrachtung gezogen werden muss: die Filterblase. Der Filterblasen-Effekt hat weniger mit der menschlichen Psyche zu tun als mit den technischen Voraussetzungen, unter denen wir uns im Netz bewegen. Nicht nur durch die Anzahl an Follower:innen oder „Freunden“, Likes etc. werden die Inhalte, die sich uns offenbaren, begrenzt (explizite Filterblase). Diverse Online-Plattformen speichern Suchanfragen, Freundeslisten, Online-Käufe, Likes etc. und sortieren Informationen, die potenziell interessant sein könnten, vor (implizite Filterblase). Diese Personalisierung von Inhalten ist weit verbreitet und führt dazu, dass man kaum bis gar keine Gegenpositionen zur eigenen Haltung vorgeschlagen bekommt, sollte man nicht explizit danach suchen. Dies führt noch zusätzlich zu einer Verstärkung der psychischen Effekte, die eingangs beschrieben wurden.

Handlungsoptionen gegen Desinformation

Für die Teilnahme im politischen, aber auch generell im öffentlichen Diskurs sind richtige und vielfältige Informationen unabdingbar. Dahingehend gibt es verschiedene Instrumente und Empfehlungen für die (Wieder)Erkennung von Desinformation.

Die folgenden Handlungsempfehlungen aus individueller Perspektive und deren Unterteilung entstammt aus „Desinformationen aufdecken und bekämpfen – Interdisziplinäre Ansätze gegen Desinformationskampagnen und für Meinungspluralität“ von Steinebach et al. aus dem Jahr 2020.²⁰ Weitere Informationen, insbesondere zur automatisierten Erkennung von Desinformationen, zur rechtlichen Perspektive und zu Handlungsempfehlungen für Medienunternehmen, Gesetzgebung etc. können ebenfalls diesem Werk für eine weiterführende Recherche entnommen werden.

Es wäre naiv zu denken, dass nur technisch versierte Menschen das Potenzial haben Desinformationen erkennen können. In Bezug auf Webseiten reicht zumeist ein Blick auf das Impressum: Verfügt die Webseite über eines? Enthält das Impressum ausreichende Informationen über die presserechtlich verantwortlichen Betreiber? Sollte eine oder gar beide dieser Fragen mit »Nein« beantwortet werden, gilt Vorsicht. Es ist außerdem hilfreich sich bei verschiedenen Fact-Checking-Initiativen kundig zu machen, ob diese Webseite bereits erwähnt wurde. Bei der Prüfung von Webseiten können ebenfalls Internet-Archive von Nutzen sein, um zu recherchieren, welche Inhalte auf jenen Webseiten in Vergangenheit publiziert wurden und eventuell fragwürdig erscheinen.²¹

Ebenso Bilder und Videos können bereits von Laien auf ihren Wahrheitsgehalt untersucht werden, beispielsweise durch eine Rückwärtsbildersuche. Diese liefert Hinweise darauf, in welchem Umfeld identische oder sehr ähnliche Bilder bereits veröffentlicht wurden. Zudem wird auch empfohlen über

²⁰ Vgl. Steinebach, M. et al., 2020, S. 195-199.

²¹ Vgl. ebd., S. 196.



Exif-Viewer die Metadaten des Bild- und/oder Videomaterials zu überprüfen, welche Rückschlüsse auf die Authentizität des Materials zulassen.²²

Auch Posts in den Sozialen Medien können mit Hilfe von Graph-Suchmaschinen daraufhin untersucht werden, wie die Autor:innen von Posts, die den Verdacht auf Desinformation erregen, miteinander vernetzt sind. Desinformationen sind oft selbstreferentiell. Außerdem liefern Recherchen auf den Online-Plattformen häufig Hinweise zu dem politischen Hintergrund und Motivation von Personen, die Desinformationen teilen.²³

Bei der Enthüllung von Desinformationen hilft ebenfalls ein konzentrierter Blick auf die Aufmachung von manipulativ intendierten (Falsch-)Meldungen. Auffällig sind meist eine Nichteinhaltung von professionellen journalistischen Standards sowie Instrumente, die zur Aufmerksamkeitsmaximierung der Nutzer:innen eingesetzt werden: reißerische Titel, Sensationalismus oder die Skandalisierung von Ereignissen, aber auch unpräzise Überschriften, ein fehlender nachrichtlicher Einstieg in das Thema oder eine mangelhafte Gliederung entlang der Relevanz einzelner Informationen.²⁴

Eine weitere, sehr zentrale Strategie, um sich nicht von Desinformationen täuschen zu lassen, ist „ein vielfältiges Medienrepertoire, das sich aus unterschiedlichen Quellen zusammensetzt.“²⁵ Um dem eingangs erläuterten Effekt der Kognitiven Dissonanz zu vermeiden, werden Informationen von Nutzenden oftmals aus sehr einseitigen Quellen bezogen. Dabei kann bereits das Lesen von verschiedenartigen Posts aus unterschiedlichen Quellen zur Informationsbeschaffung außerhalb der eigenen Filterblase beitragen, ohne dass dabei notwendigerweise die eigene Weltanschauung konkret angegriffen wird. Die vielfältige Nutzung von Onlinemedien kann bereits die Fehlwahrnehmung eines Sachverhaltes erheblich reduzieren. Neue Informationen werden basierend auf vorherigen Einstellungen verarbeitet und bewertet. Nutzende sind eher gewillt ihre eigene Ansicht zu verteidigen, als diese anzupassen. Dieser Bestätigungsfehler führt dazu, dass Informationen, die mit der eigenen Einstellung konform gehen eher akzeptiert werden als solche, die davon abweichen oder diese anzweifeln. Bereits das Bewusstmachen dieses und der weiteren eingangs beschriebener psychologischer Phänomene kann helfen, Desinformationen eher zu erkennen.²⁶

Als weitere Handlungsoption, welche die Verbreitung von Falschinformationen von vorneherein versucht einzudämmen, führen Steinebach et al. an, die Weiterleitung von Desinformationen nicht zu befeuern, sondern zu melden. Da Online-Plattformen nach den Regelungen der begrenzten Hostproviderhaftung nicht proaktiv nach Gesetzesverstößen suchen müssen, werden die Prüf- und Löschpflichten erst aktiviert, wenn sie Kenntnis von den rechtswidrigen Inhalten erlangen, zum Beispiel durch Meldungen von Nutzenden. Daher sollten die Nutzenden angehalten werden, eine solche Funktionalität zu nutzen, wenn diese denn angeboten wird.²⁷

Eine Weiterleitung und Kommentierung von Desinformationsposts ist dahingehend kontraproduktiv, da die ursprüngliche Nachricht durch diese Aktionen über Auswahl- und Verbreitungsalgorithmen erfolgreicher wird. Nutzende, die Falschmeldungen sorgfältig recherchierte Fakten entgegenstellen,

²² Vgl. ebd.

²³ Vgl. ebd.

²⁴ Vgl. ebd., S. 196-197.

²⁵ Ebd., S. 197.

²⁶ Vgl. ebd., S. 197-198.

²⁷ Vgl. ebd., S. 198-199.



sollten daher auch darauf achten, dass in ihren Posts nicht die ursprüngliche, falsche Nachricht als Link enthalten ist.²⁸

Es empfiehlt sich, Freund:innen und Bekannte direkt darauf hinzuweisen, sollten sie Desinformationen geteilt haben, da das Vertrauensverhältnis zwischen den Nutzenden bei der Akzeptanz von Korrekturdarstellungen hilfreich sein kann.²⁹

Um Desinformationen und Falschmeldungen von qualitativ hochwertigen journalistischen Meldungen unterscheiden zu können, ist es unabdingbar ein Grundverständnis zu den publizistischen Grundsätzen vorweisen zu können.

Merkmale journalistischer Berichterstattung und die prekäre Lage um den Journalismus

In einer Mainzer Langzeitstudie³⁰ zum Thema Medienvertrauen konnte zwar festgestellt werden, dass etablierte Medien im Jahr 2020 steigendes Vertrauen in der Bevölkerung genießen, jedoch ist eine Polarisierung im Vergleich zur Erhebung von 2008 erkennbar: damals gaben lediglich 9% der Befragten an, dass sie den (etablierten) Medien eher nicht bis überhaupt nicht vertrauen kann, im Jahr 2019 lag der Wert bei 28%.³¹

Viele Medienkonsumierende greifen durch diesen Unmut zu Beiträgen auf Social Media und zu Alternativen Medien, um sich über das Weltgeschehen zu informieren. Dabei handelt es sich in den seltensten Fällen um kontrollierte und geprüfte Informationen, welche auf den Kanälen der etablierten Medien beispielsweise durch die Bestimmungen des Pressekodex gegeben wären.

Der Pressekodex³² trat 1973 in Kraft und legt, trotz des Charakters einer freiwilligen Selbstverpflichtung, die Richtlinien von journalistischer Berichterstattung fest. Unter den 16 Ziffern des Pressekodex sind u. a. die Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde, die Unschuldsvermutung, Sorgfalt, Recherchegrundsätze, Schutz der Persönlichkeit, Schutz der Ehre sowie Opferschutz enthalten. Weiterhin verpflichtet der Pressekodex ebenfalls zur Richtigstellung von veröffentlichten Nachrichten oder Behauptungen, die sich nachträglich als falsch erweisen.

Infolge des Staatsvertrages zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland, dass „Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten sind“ den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen haben³³ bezieht sich der Pressekodex nun auch auf die Online-Angebote der Printmedien.

²⁸ Vgl. ebd., S. 199.

²⁹ Vgl. ebd.

³⁰ Im Pandemiejahr 2020 sank der Anteil der Menschen, die den Medien (überhaupt) nicht vertrauen, überraschenderweise auf 16%. Wie aussagekräftig dieser Wert angesichts der Krisensituation ist, bleibt jedoch abzuwarten. Es ist durchaus denkbar, dass auf das momentane Hoch wieder ein Rückgang des Vertrauens folgt. Ziegele, M. et al., 4/2021, 2/2020.

³¹ Vgl. ebd.,

³² Deutscher Presserat.

³³ „Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienverordnung in Deutschland“, 2020, S. 24-25.



Spielinhalt

Einführung ins Spiel

Der Ausgangspunkt des Spiels ist eine Spielfigur, die das Jobangebot erhält, Flyer auf einer Demonstration zu verteilen, ohne überhaupt zu wissen bzw. sich zunächst dafür zu interessieren, welche Informationen auf den verteilten Flyern zu finden sind. Der Kontext der Spielsituation ist nicht eindeutig, es scheint etwas Dramatisches passiert zu sein und infolgedessen findet eine Demonstration statt, mit der die Hauptfigur per se nichts zu tun hat und nur zusagt, um ein wenig Geld zu verdienen.

Der Intro-Screen stellt im Anschluss den Hauptcharakter vor, dessen Farbe man per Klick auswählen kann. Es folgt ein kurzes Tutorial, in dem die Spielenden Zeit haben, sich mit den Spielelementen vertraut zu machen. Der Spielfigur stehen vier Aktionen zur Auswahl: Surfen, Recherche, Posten und Reden. Indem man auf demonstrierende Spielcharaktere tippt, hört der Hauptcharakter diesen erst einmal zu (Minigame „Zuhören“). Dies dient dem Zweck, das Vertrauen der Demonstrierenden und selbige als Follower zu gewinnen. Der Hauptcharakter hat die Aufgabe, Informationen („News“) zu sammeln („Aktion SURFEN“) . Bei diesen Informationen handelt es sich entweder um Fake News oder um sog. Real News. Durch Recherchieren („Aktion RECHERCHE“) kann man herausfinden, welche Art von Nachricht gerade gesammelt wurde. Mit der Weitergabe der Nachrichten („Aktion REDEN“ bzw. „Aktion POSTEN“) kann man Einfluss auf die Stimmung der Demonstration nehmen: Durch die Weitergabe von Real News verbessert sich die Stimmung, die Verbreitung von Fake News hingegen senkt die Stimmung. Zuletzt wird man darüber informiert, dass durch die Weitergabe von fünf Real News an Reporter:innen, welche sich ebenfalls auf der Demonstration aufhalten, jeweils eines von insgesamt drei Upgrades freigeschaltet werden kann. Bei den Upgrades handelt es sich um Werkzeuge der Informationsbeschaffung mithilfe derer das Erkennen von Desinformationen erleichtert wird.

Damit sind die Grundelemente des Spiels Stimmung, Information und Upgrades/Journalismus-Tools, welche immer wieder angeklickt werden können, sollten die Spielenden etwas nicht verstehen, erklärt, und das Spiel kann im Tutorial-Modus getestet werden. Sobald die Spielenden sich bereit fühlen, können sie das Spiel starten und somit den Timer (10 Minuten) aktivieren. Hat man es innerhalb der zehn Minuten geschafft, die Stimmung ins Positive zu verändern, gilt die Spielrunde als gewonnen. Das gegenteilige (Game Over-)Szenario tritt ein, wenn die Stimmung nach Ablauf der Zeit ins Negative gesunken ist.

Aufbau des Spielscreens

Durch Klicken des Start-Buttons findet man sich auf der Demonstration wieder und das Spiel beginnt. Der Spielscreen ist zunächst begrenzt durch eine Art Vignette um den Hauptcharakter. Diese steht sinnbildlich für die eigene Filterblase – d.h. durch Informationen von unterschiedlichen Quellen kann man dieser Sichtbegrenzung entgegenwirken. In der rechten Ecke des Spielscreens befindet sich ein kleiner Kreis mit dem Timer, der die verbleibende Zeit anzeigt. Darunter ist eine Skala über das Klima auf der Demonstration zu erkennen: Zu Spielbeginn ist das Klima neutral (angezeigt durch einen kleinen Pfeil beim jeweiligen Emoticon auf der Skala). Beim Klick auf die Skala erscheint ein gelbes



Textfeld, welches den Spielenden die Hinweise aus dem Tutorial an die Hand gibt, wie die Stimmung verändert werden kann. Am oberen Rand sind leere Sprechblasen: Diese kann man durch Internetsurfen („Aktion SURFEN“) mit Informationen füllen, welche dann an Journalist:innen weitergegeben oder in Posts auf Social Media bzw. im persönlichen Gespräch mit den Demonstrierenden verwendet werden können. Klickt man auf die Sprechblasen, werden die Spielenden erneut darauf hingewiesen, wie sie Informationen sammeln können, aber auch dass es zwei Arten von Informationen gibt: Fake News erkennt man daran, dass Titel und verwendete Links im Artikel gleich sind, was das Merkmal des Selbstreferentiellen von Desinformation darstellt. Außerdem fehlt bei manchen Fake News die Quelle. Faktisch richtige Nachrichten, die anhand der Verschiedenheit der Titel und Links der Artikel identifiziert werden können, verweisen auf die Quellenvielfalt als Qualitätsmerkmal des Journalismus. Bei Real News wird stets die Quelle angegeben.

Am linken Rand sind weitere drei anklickbare Symbole, welche verschiedene Tools darstellen, die erst freigeschaltet werden müssen. Klickt man auf das Symbol, so erscheint ein graues Textfeld, in dem das Tool und dessen Vorteile beschrieben sind. Es gibt folgende Upgrades: Quellennutzung, Markierung und Schlagzeilen-Check. Nach Freischaltung des Tools „Schlagzeilen-Check“ sind die Überschriften der Fake News als solche gekennzeichnet. Nach Freischaltung des Markierungstools sind gesammelte Fake News in den Informationsblasen markiert. Durch das Tool „Quellennutzung“ wird die Posting- und Redegeschwindigkeit erhöht; ein entscheidender Vorteil, um in Anbetracht der begrenzten Spielzeit die Stimmung möglichst schnell positiv zu beeinflussen. Über der linken Tool-Leiste befindet sich das Bild eines hochgereckten Daumens, in dem eine Zahl steht. Diese gibt die Anzahl der Follower an, also Personen, deren Vertrauen man gewonnen hat, und deren Stimmung man anhand der weitergegebenen Nachrichten beeinflussen kann.

Ablauf des Spiels

Den Spielenden obliegt es nun, Informationen zu sammeln, diese gezielt weiterzugeben und die Tools freizuschalten, um die Stimmung auf der Demonstration zu verändern. In den Informationsblasen am oberen Rand des Spielscreens werden gesammelte Informationen sichtbar, indem sich die Blasen füllen. Durch erfolgreiches Spielen des Minigames „Zuhören“ erhält man die Aufmerksamkeit der demonstrierenden Person, außerdem wird das Sichtfeld um den Hauptcharakter erweitert. Dadurch sollen Filterblasen-Effekte vorgebeugt werden. Durch das Surfen im Internet können parallel zur Informationsbeschaffung die Faktencheck-Strategien angewandt werden, um Fake News von faktisch richtigen Nachrichten zu unterscheiden. Die Aktion „SURFEN“ ist ein weiteres Mini-Game im Spiel, wodurch ebenfalls das Sichtfeld (die Filterblase) vergrößert werden kann. Dabei können pro Aktion „SURFEN“ bis zu fünf Informationen gesammelt werden. Bei diesem Mini-Game ist das Ziel, die faktisch richtigen Nachrichten anzuklicken und damit faktisch richtige Informationen in den Informationsblasen am oberen Rand zu sammeln.

Die gesammelten Informationen können durch das Reden mit Protestierenden weitergegeben bzw. „abgegeben“ werden. Nach der Weitergabe der Information ist die jeweilige Informationsblase wieder leer. Die Veränderung auf die Stimmung der jeweiligen Protestierenden wird an einem Emoticon, welches über den Figuren erscheint, angezeigt. Wird die Stimmung schlechter, wurden Fake News verbreitet. Wird die Stimmung besser, wurden faktisch richtige Informationen weitergegeben.

Bevor die gesammelten Informationen mit anderen geteilt werden, können sie durch Recherchieren in einem weiteren Minigame auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden. Durch richtige Identifikation



der Nachricht als Real News bzw. Fake News wird die Information verifiziert bzw. korrigiert (sichtbar in der oberen Leiste) und kann im Anschluss als faktisch richtige Information weitergegeben werden. Wurde die Nachricht nicht richtig erkannt, geht die Nachricht verloren bzw. wird gelöscht und die jeweilige Blase in der Informationsleiste bleibt leer.

Die gesammelten Informationen können darüber hinaus an die Journalist:innen-Teams weitergegeben werden, mit denen man nur die Option Reden hat. Die Journalist:innen geben direktes Feedback zum Wahrheitsgehalt der gesammelten Informationen. Durch die Weitergabe fünf faktisch richtiger Informationen an die Journalist:innen werden die Upgrades für die Spielenden freigeschaltet. Aber auch die Weitergabe von potenziell fälschlich gesammelten Fake News hat einen Vorteil: die Stimmung auf der Demonstration wird nicht von den Journalist:innen beeinflusst, so dass man die Fakes getrost bei ihnen abladen kann, ohne Konsequenzen auf das Stimmungsbarometer. Mit den gesammelten Informationen kann man auch auf den Sozialen Medien posten, womit ebenfalls die Stimmung auf der Demonstration beeinflusst wird, wenn auch nicht so stark wie durch das Reden von Angesicht zu Angesicht. Sowohl die Aktion RECHERCHE als auch die Überprüfung durch die Reporter:innen haben jedoch den Nachteil, dass sie vergleichsweise zeitintensiv sind und somit mit Bedacht eingesetzt werden sollten, will man das Spiel innerhalb der vorgegebenen zehn Minuten gewinnen.

Durch die zwei weiteren Flyerverteiler:innen, die in diesem Fall die Antagonist:innen des Spiels darstellen, werden weiterhin auch Fake News verteilt, die die Stimmung automatisch verschlechtern, wenn man nicht mit faktisch richtigen Nachrichten gegenwirkt.

Die Plot-Varianten:

Variante 1: Fake News werden gesammelt und verteilt, die Stimmung wird aufgeheizt und die Protestierenden sprechen sehr aggressiv, es werden Flaschen geworfen und der Hauptcharakter muss fliehen. Die Polizei an der Kartenbegrenzung trägt inzwischen Sturmmasken, im Hintergrund grölen die Menschen.

Variante 2: Faktisch richtige Informationen werden gesammelt und weitergegeben bzw. gepostet, die Stimmung steigt und die Demonstrierenden führen einen friedlichen Sitzstreik. Im Hintergrund hört man die Personen jubeln und klatschen.

Einsatzmöglichkeiten

Nutzungsmöglichkeiten des Taktikspiels sind der Einsatz im Unterricht, in Projekten, bei Freiarbeit oder auch im privaten, individuellen Spiel zuhause. „True|Fake“ ist als Single-Player Game konzipiert. Ebenfalls in Partner:innenarbeit möglich, können zwei Spielende bereits während des Spielens über ihr Vorgehen diskutieren. Ein Einsatz in größeren Gruppenarbeiten bedarf jedoch zusätzlicher didaktischer Vorbereitung.

Grundsätzlich kann das Spiel inhaltlich im Gemeinschaftskunde-, Ethik-, Deutsch- und Geschichts-Unterricht sowie im Bereich der politischen Bildung, als Aktivität im Profilunterricht, aber auch im themenbezogenen Projektunterricht zur Medienkompetenzförderung eingesetzt werden. Das Spiel ist geeignet für Lerngruppen ab der 8. Klasse, dabei ist jedoch auch die Altersangemessenheit zu beachten, die besonders in den Klassenstufen 7 bis 9 mäßig bis stark variieren kann.



Es bietet sich besonders an, das Spiel als problem-induzierenden Impuls am Anfang einer Unterrichtsreihe zu nutzen, da das Spiel ohne Vorwissen gespielt werden kann, so dass eventuelle Lücken, die die Jugendlichen füllen können und wollen, für die folgende Unterrichtsreihe genutzt werden können. Die didaktische Verortung des Spiels zu Beginn einer Unterrichtsreihe eignet sich beispielsweise für den Fachunterricht bei der Behandlung des Themas Medien- und Nachrichtenkunde, da es die Jugendlichen mit journalistischen Qualitätskriterien vertraut macht und aktuelle Herausforderungen für Journalist:innen aufzeigt. „True|Fake“ bietet einen guten Einstieg, um die Schüler:innen für die Thematik Desinformation und Meinungsmanipulation zu sensibilisieren, anschließend über jene Themen zu diskutieren und sich näher mit ihnen zu befassen.

Wenn die Schüler:innen das Thema Fake News bzw. Online-Nutzungsverhalten und Risiken von Social Media bereits behandelt haben, ist eine weitere Möglichkeit des Einsatzes zur Vertiefung und weiterführenden Problematisierung am Ende einer Unterrichtsreihe. Da im Spiel Effekte und Faktoren zum Medienkonsum sowie Faktencheck-Strategien auftauchen, können diese schlussendlich auf eine abstrakte Art und Weise angewandt werden. Dadurch werden die Folgen eines primär online auftretenden Phänomens auf die „reale Welt“ – oder zumindest eine Simulation dieser – verdeutlicht und die Wirkweise von Desinformationen aufgezeigt, insbesondere die emotionalen Reaktionen, die beim Rezipierenden, also im Fall von „True|Fake“ den Demonstrierenden, ausgelöst werden.

Voraussetzung zum Einsatz des Spiels ist das Vorhandensein digitaler Endgeräte (Tablet-PCs) oder der Möglichkeit von BYOD (Bring your own device). Im Falle von BYOD sollten Sie sich von vornherein absichern, dass die Jugendlichen sich die App herunterladen (dürfen). Eine Vorlage zur Einverständniserklärung durch die Erziehungsberechtigten finden Sie im Anhang.

„True Fake“ wurde ursprünglich im Rahmen des Bildungsprojekts **spreu X weizen** entwickelt, wo es in modularen Workshops zur Förderung von Nachrichtenkompetenz Anwendung findet. Dementsprechend kann das Spiel auch in der außerschulischen Bildung eingesetzt werden, insbesondere im Rahmen von Workshops und Schulungen für Jugendgruppen.

Ergänzende Materialien für die Arbeit mit Schulklassen

Die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) bietet eine eigene Seite mit diversen Materialien zum Thema [Fake News](#) und [Verschwörungserzählungen](#).

Bei [klicksafe](#) finden sich Informationen und Materialien zu sämtlichen medienpädagogischen Themen, so auch zu [Fake News](#).

Das JFF hat im Auftrag des Landes Niedersachsen umfangreiche [Unterrichtsmaterialien zu den Themenbereichen](#) erstellt.

Unterrichtsmaterial zu Netzkommunikation, Meinungsäußerungen und Verbreitung von Falschinformationen im Internet finden Sie auf dem Portal [„Medien in die Schule“](#).

Medienpädagogische Materialien und einen Clip zum Entlarven von Verschwörungstheorien stellt das BR-Projekt [„So geht Medien“](#) zum kostenlosen Download bereit.

Auf der [Website](#) von **spreu X weizen** findet man Begriffserklärungen rund um die Themen Journalismus und Desinformationen. Außerdem bietet die Seite Hinweise zu Faktencheck-Websites, Tools für einen kritischen Medienkonsum und weitere weiterführende Informationen.



Bibliographie

Deutscher Presserat: Pressekodex. URL: <https://www.presserat.de/pressekodex.html>.

Hendricks, V. F. & Vestergaard, M.: Postfaktisch. Die neue Wirklichkeit in Zeiten von Bullshit, Fake News und Verschwörungstheorien. München: Blessing, 2018.

Holznapel, Bernd; Steul, Willi (Hrsg.): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Zeiten des (rechten) Populismus. Ein Workshop des Deutschlandradios gemeinsam mit dem Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht. Leipzig: VISTAS Verlag, 2018.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie, 2020. URL: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2020/>.

Oxford Dictionaries: Post-Truth. Oxford: Oxford University Press, 2017. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>.

„Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienverordnung in Deutschland“, 2020, URL: <https://www.rlp.de/fileadmin/rlp-stk/pdf-Dateien/Medienpolitik/Medienstaatsvertrag.pdf>.

Steinebach, M., Bader, K., Rinsdorf, L., Krämer, N. & Roßnagel, A. (Hrsg.): Desinformationen aufdecken und bekämpfen. Interdisziplinäre Ansätze gegen Desinformationskampagnen und für Meinungsppluralität. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos, 2020.

Ziegele, M., Schultz, T., Jakob, N., Granow, V., Quiring, O., & Schemer, C. Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“. Media Perspektiven, 2/2020. Online abrufbar unter: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2020/0620_Schultz_Ziegele_Jakobs_Jakob_Quiring_Schemer.pdf.

Ziegele, M., Jakobs, I., Schultz, T., Viehmann, C., Quiring, O., Jakob, N., Schemer, C. Medienvertrauen in Krisenzeiten. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“. Media Perspektiven 3/2021. Online abrufbar unter: https://medienvertrauen.uni-mainz.de/files/2021/04/Medienvertrauen_Krisenzeiten.pdf.

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**



Anhang

Einverständniserklärung



Einverständniserklärung zum Download und zur Nutzung von True Fake

Ich bin damit einverstanden, dass meine Tochter/ mein Sohn/ die unten genannte Person anlässlich des Projekts **spreu X weizen** zur Förderung von Nachrichtenkompetenz die Smartphone-App True Fake herunterlädt und verwendet.

True Fake ist ein Online-Lern- und Strategiespiel der Game Developer ROTxBLAU in Kooperation mit **spreu X weizen**, in dem Jugendliche lernen, welche weitreichende Folgen jede Entscheidung im Ökosystem der Nachrichten für das gesellschaftliche Zusammenleben hat. Das Spiel ist kostenlos.

Vor- und Nachname des*der Jugendlichen: _____

Ort, Datum

Unterschrift des*der Erziehungsberechtigten