

# Handbuch Obviously

**die Rollenspiel-App**  
zu Fake News in sozialen Netzwerken  
für Berufstätige

**Förderprogramm:**  
Demokratie im Netz

**Säule 1:**  
Prävention und Intervention



# Inhaltsverzeichnis

## 1. Einleitung

1.1 Der Projektauftrag .....	Seite 03
1.2 Die Ursprungsgedanken .....	Seite 03
1.3 Die Zielgruppe .....	Seite 04
1.4 Der Grundansatz .....	Seite 05

## 2. Das Spiel

2.1 Worum geht es? .....	Seite 06
2.2 Wie funktioniert das Spiel? .....	Seite 07

## 3. Die fachlichen Hintergründe

3.1 Was sind Fake News? .....	Seite 08
3.2 Worin besteht ihr Problem? .....	Seite 08
3.3 Warum ist es für uns wichtig? .....	Seite 08
3.4 Arten von Fake News .....	Seite 09
3.5 Erscheinungsformen von Fake News .....	Seite 10
3.6 Verbreitungsformen .....	Seite 10
3.7 Codes demokratiefeindlicher Gruppen .....	Seite 10
3.8 Strategien zum Erkennen von Fake News .....	Seite 11
3.9 Strategien zum Umgang mit Desinformationen .....	Seite 11
3.10 Strategien zur Reaktion auf Desinformationen .....	Seite 11

## 4. Der Lehransatz

4. Der Lehransatz .....	Seite 12
-------------------------	----------

## 5. Einsatz in organisierten Settings (Workshops)

5. Einsatz in organisierten Settings (Workshops) .....	Seite 13
--	----------

## 6. Beispielgrafiken

6. Beispielgrafiken .....	Seite 14
---------------------------	----------

## Impressum

Herausgeber:

Bundesarbeitskreis Arbeit und Leben e.V.

Verantwortliche im Sinne des Presserechts:

Barbara Menke

Idee und Umsetzung:

Michael Bock - Arbeit und Leben Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Jahr der Veröffentlichung:

2023

Projektträger:

Bundesarbeitskreis Arbeit und Leben e.V.

Robertstr.5a

42107 Wuppertal

Durchführende Organisation:

Landesarbeitsgemeinschaft Arbeit und Leben

Mecklenburg-Vorpommern e.V.

August-Bebel-Straße 89

18055 Rostock

Projektleitung:

Michael Bock

Laufzeit des Vorhabens:

01.01.2022 – 31.03.2023

**Förderprogramm:**

Demokratie im Netz

**Säule 1:**

Prävention und Intervention

# 1. Einleitung

## 1.1 Der Projektauftrag

Das Projekt „Obviously – die Rollenspiel-App zu Fake News in sozialen Netzwerken für Berufstätige“ startete am 01.01.2022, finanziert durch das Förderprogramm „Demokratie im Netz“, der Bundeszentrale für politische Bildung. Projektträger ist der Bundesarbeitskreis Arbeit und Leben, die ausführende Organisation ist „Arbeit und Leben Mecklenburg-Vorpommern e.V.“.

Das Ziel des Projektes ist es, Berufstätige für Fake News sowie damit einhergehende digitale Meinungsbildungsprozesse zu sensibilisieren und sie im Umgang damit zu stärken.

Dies bedeutet, die Nutzer\*innen:

- zu einem kritischen Umgang mit Fake-News und
- für die Dynamiken digitaler Meinungsbildungsprozesse zu sensibilisieren sowie ihnen
- Kenntnisse über die Mechanismen der Verbreitung von Fake News und
- Kenntnisse über die Codes demokratiefeindlicher Gruppen zu vermitteln.

Dazu werden in der Rollenspiel-App alltägliche Social-Media-Umgebungen simuliert sowie Kommentare, Postings und Chatgruppen in verschiedenen Leveln angeboten.

Die Nutzer\*innen sollen Falschmeldungen erkennen sowie auf „Gespräche“ reagieren und erhalten Rückmeldungen zu ihren Entscheidungen.

## 1.2 Die Ursprungsgedanken

Spielen bildet. Doch kann Bildung auch spielend erfolgen? Die Grundkonzeption des Projektantrages war ein textbasiertes Rollenspiel. Um zu analysieren, welche Fachinhalte vermittelt werden müssen, welche Grundanforderungen an Spiele gestellt werden und wie die Kombination aus Lernauftrag und Unterhaltung in Einklang gebracht werden können, erfolgten zunächst intensive Fach- und Marktrecherchen.

Dazu ergaben sich verschiedene Fragestellungen:

- Was ist ein Spiel? Was sind Rollenspiele?
- Welche Fake News sind relevant und welche unterschiedlichen Arten von Fake News kann man beobachten?
- Wer genau ist die Zielgruppe und welche Bedarfe hat diese?
- Welche Angebote gibt es bereits, welche braucht es noch und welche scheinen geeignet?
- Welche Voraussetzung gilt es für eine erfolgreiche Umsetzung und Platzierung einer Spiele-App zu erfüllen?

Bei der Beantwortung dieser Fragen konnten unterschiedliche Spannungsfelder identifiziert und Erkenntnisse gewonnen werden, die im Folgenden kurz skizziert werden sollen.

### Vom Spiel über Lernspiele bis Gamification

Lernspiele und Gamification eignen sich besonders gut für Menschen, die sich mit einem Thema auseinandersetzen wollen (intrinsische Motivation) oder sollen (z. B. im Rahmen einer Weiterbildung). Sie eignen sich jedoch weniger für Menschen, die keinen aktiven Auseinandersetzungsbedarf haben.

### Rollenspiel vs. Spiel mit Rolle

In klassischen digitalen Rollenspielen bestimmt der\*die Nutzer\*in den Verlauf der Geschichte, was nur schwer in Einklang zu bringen ist mit der notwendigen Abfolge didaktischer (Lern-) Inhalte.

### Der Spielmarkt

Selbst für reine Unterhaltungsspiele ist es schwierig, angesichts der Anzahl an potenziellen „Konkurrenten“ überhaupt wahrgenommen zu werden. Entsprechend hoch kann der Innovations- und Anpassungsdruck eingeschätzt werden sowie die notwendigen Leistungen zur Bekanntmachung des Spiels.

### Fake News im Unternehmen und Fake News allgemein

Fake News im beruflichen Kontext sind nicht trennscharf von Fake News im privaten Kontext zu unterscheiden, daher ist ein allgemeiner Bezug auf Fake News sinnvoll. „Fake News“

kann jedoch als eine Art Sammelbegriff verstanden werden, dem sich unterschiedliche Arten von Falschnachrichten unterordnen.

**Bedarfe und Möglichkeiten der Zielgruppe**

Die Zielgruppe der Berufstätigen im Allgemeinen ist derart heterogen, dass eine Eingrenzung notwendig ist.

**Progressive Web App (PWA) vs. Native App**

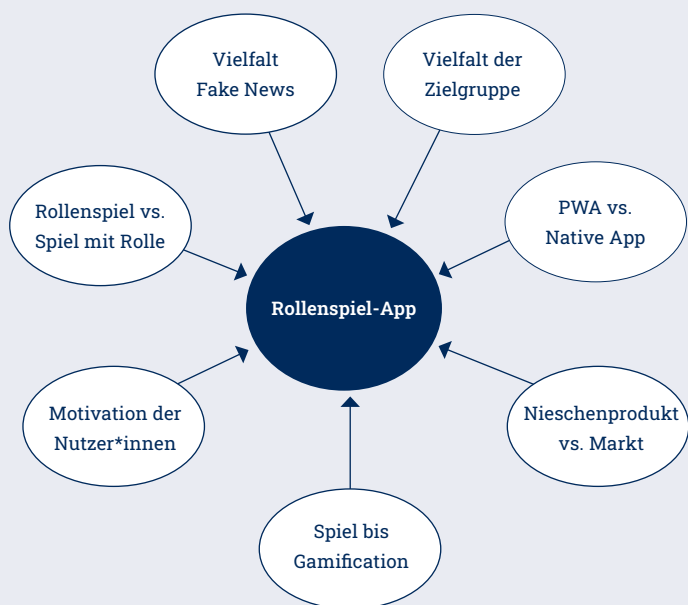
Für eine mögliche Rollenspiel-App sind beide Varianten möglich, wobei ein niedrigschwelliger Zugang ohne Umwege favorisiert wird, was am besten durch eine sogenannte PWA realisiert werden kann.

**Präventionsangebote und -anbieter**

Zum Thema Fake News gibt es eine große, digitale Bandbreite an vorrangig präventiven Angeboten. Nutzer\*innen, die sich nicht aktiv oder nur wenig für eine Auseinandersetzung mit dem Thema „Fake News“ interessieren und nicht in entsprechende Strukturen eingebunden sind, die eine Auseinandersetzung fordern (z. B. Weiterbildungsprogramme bei Arbeitgeber\*innen), werden jedoch nur durch wenige Angebote direkt angesprochen oder gewonnen.

**Fazit**

Im Rahmen der Fach- und Marktrecherche ergaben sich verschiedene, sich wechselseitig bedingende Spannungsfelder, die für Spiele mit Lernauftrag von Bedeutung sind.



**1.3 Die Zielgruppe**

Gemäß Projektkonzeption sind Berufstätige die Zielgruppe des Projektes. Im Verlaufe der Fach- und Marktrecherchen sowie verschiedener Fachgespräche und Workshops ergab sich die Notwendigkeit, die Zielgruppe weiter zu konkretisieren. Diese Notwendigkeit basierte auf zwei wesentlichen Faktoren.

**1) Das Alter**

Die Gruppe der Berufstätigen umfasst im Allgemeinen die Altersgruppe der 16 – 67-Jährigen. Ausschlaggebend waren hierbei zwei Fragestellungen:

1. Gibt es eine gemeinsame Social-Media-Umgebung für die Altersgruppe?
2. Welche Unterschiede gibt es in der Nutzung von Social-Media-Angeboten und -Inhalten?

**2) Das Vorwissen**

Das relevante Vorwissen betraf im Wesentlichen zwei Fragestellungen:

3. Wie unterschiedlich ist die Kompetenz im Umgang mit und der Handhabung von Social-Media-Angeboten?
4. Wie ist der Kenntnisstand zum Thema „Fake News“ innerhalb dieser Altersgruppe?

Zusammenfassend konnte festgestellt werden, dass es eine begrenzte gemeinsame Social-Media-Umgebung in der gesamten Altersgruppe gibt. Die größtmögliche Übereinkunft findet sich in der engeren Altersgruppe der ungefähr 20 – 40-Jährigen. Innerhalb dieser Altersgruppe gibt es jedoch auch Unterschiede, insbesondere in Hinblick auf die Häufigkeit und Dauer der Nutzung von Sozial-Media-Umgebungen.

Der Kenntnisstand zum Thema „Fake News“ scheint innerhalb der gesamten Altersspanne sehr unterschiedlich zu sein, unabhängig vom Alter. Es gibt jedoch bereits eine Vielzahl digitaler Angebote zum Thema „Fake News“, sowohl im präventiven Bereich (z.B. Aufklärung) als auch reaktiven Bereich (z. B. Faktenchecker).

Die Angebote sind dabei sehr vielfältig aufgebaut, angefangen bei Videos, über Infografiken bis hin zu interaktiven Angeboten, Workshops und Spielen. Sie haben darüber hinaus sehr unterschiedliche Ansätze, von unterhaltsamen Darstellungen bis hin zu Fachartikeln und Studien. Wer möchte, kann sich nach individuellem Bedarf mit diesem Thema auseinandersetzen.

<b>Global</b>	Es sollen die Beschäftigten angesprochen werden, ...	... die sich nicht aktiv für eine Auseinandersetzung mit dem Thema „Fake News“ interessieren, aber wissen, dass es Fake News gibt sowie mit Fake News bereits konfrontiert wurden und sie unter Umständen auch weitergeleitet haben (jedoch nicht in der Absicht, andere zu manipulieren).
<b>Meinung</b>	Unter ihnen sollen die Beschäftigten angesprochen werden, die ...	... denken, dass sie eigentlich gut zwischen Information, Meinung und Fake unterscheiden können, ... ... Tatsächlich unsicher sind, ob sie gut differenzieren können oder ... ... einfach nur spielen wollen.

<b>Medien-nutzung</b>	Gesucht sind darunter die ...	<p>... Gelegenheitsspieler, die</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lust haben zu spielen,</li> <li>- schnell Feedback wollen,</li> <li>- nur kurzzeitige Unterhaltung suchen und</li> <li>- auf dem Weg zur Arbeit oder in der Pause kurz spielen würden.</li> </ul> <p>... gut vernetzten Kolleg*innen, der*die laufend Nachrichten konsumieren, ob aus den Medien oder von Kolleg*innen, auch mal den eigenen Status teilen oder Beiträge retweeten.</p>
<b>Demo-grafie</b>	Das ...	<p>... Alter und Geschlecht sind zweit-rangig, im Zweifel jedoch eher die „Generation Y“ (Jahrgang 1980 – 1999).</p> <p>... Einsatzgebiet ist Deutschland-weit.</p>
<b>Motivation</b>	Darunter insbeson-dere jene, ...	<p>... die ihr Weltbild absichern wollen,</p> <p>... ein wenig neugierig sind,</p> <p>... sich selbstversichern oder bestätigen wollen,</p> <p>... im Austausch mit der Communi-ty sind (on- und offline) und</p> <p>... auch mal den kleinen Wettbe-werb nicht scheuen.</p>
<b>Nutzungs-rahmen</b>	Diese Gruppe nutzt Social Media ...	<p>... auf dem Weg von oder zur Arbeit, in der Pause oder nach dem Feierabend, um sich zu informieren.</p> <p>... in Bus und Bahn.</p> <p>... hat zwischendurch hin und wie-der mal 15 Minuten Zeit, um sich mit einem Thema zu befassen oder kurz zu spielen.</p>

## 1.4 Der Grundansatz

Ausgehend von den anfangs angesprochenen Spannungsfeldern und der Konkretisierung der Zielgruppe, gilt für die Rollenspiel-App „Obviously“ folgender Grundansatz:

1. Das Thema „Fake News“ in seiner Entwicklung und Vollständigkeit Nutzer\*innen nahe zu bringen, braucht Strukturen und Rahmenbedingungen, die über die Grenzen des Projektes hinaus gehen. Relevant schien vor allem eine Sensibilisierung für Anzeichen, Arten und Hintergründe von Fake News sowie Impulse für die Reaktion auf Fake News im beruflich-sozialen Umfeld.
2. Es ist ein Lernspiel. Allerdings werden ausgewählte Kernelemente eines „Spiels“ hervorgehoben. Hierzu zählen insbesondere die Unterhaltung (durch Humor und Kurzweiligkeit), die einfache Erlernbarkeit und der niedrigrschwellige Zugang sowie Wettbewerb und Wiederholungsmöglichkeiten. Potenziell kritische Elemente eines Lernspiels sollen möglichst eingegrenzt oder überdeckt werden, um den Unterhaltungswert nicht zu schmälern. Dazu zählen insbesondere Lernabfolgen und (Fach-) Erklärungen. Gleichzeitig werden Elemente der Gamification (z. B. Punktevergabe) aufgegriffen.
3. Der zeitliche Umfang des Spiels ist so kurz wie möglich gehalten, um als einmaliges Gelegenheitsspiel mit Wiederholungsmöglichkeit im Feld der Spiele, unterstützt durch Marketing, wahrgenommen zu werden.
4. Es ist ein Spiel mit einer Rolle, da klassische, digitale Rollenspiele für die Simulation von Social-Media-Umgebungen sowie die Vermittlung der Lerninhalte nicht geeignet scheinen.
5. Als Zielgruppe sind diejenigen innerhalb der Berufstätigen ausgewählt, die bisher wenig Interesse an einer Auseinandersetzung mit dem Themenfeld „Fake News“ hatten, da es für sie unzureichend Angebote gibt und entsprechend hoch der Bedarf an Sensibilisierung und Wissensvermittlung erschien (siehe 1.3).
6. Es erfolgt eine Trennung von Spiel und Zusatzinformationen. Die Zusatzinformationen werden in dem Bereich „Mehr Erfahren“ für diejenigen geordnet präsentiert, die sich vor oder nach dem Spiel mit dem Thema „Fake News“ vertiefend auseinandersetzen wollen.

# 2. Das Spiel

## 2.1 Worum geht es?

Um die Zielgruppe zu erreichen und die Wissensinhalte zu vermitteln, wurde einerseits in der Ausrichtung der App auf Humor und Kurzweiligkeit als tragende Elemente gesetzt. Andererseits wurde der größtmögliche gemeinsame Nenner zwischen allen Berufsgruppen als Grundlage der Story ausgewählt. Der\*die Nutzer\*in schlüpft somit in die Rolle eines\*einer Berufstätigen, der\*die auf vier Stationen eines (jeden) Arbeitsalltags – dem Hin- und Rückweg sowie den Pausen – die Sozialen Medien und den darin stattfindenden Diskurs entdeckt. Ziel ist es, an jeder Station das Social-Media-Angebot auf „Neuigkeiten“ zu checken und Aufgaben lösen.

Die Story des Spiels folgt einer einfach zu verstehenden Logik: Die Kolleg\*innen der Firma „Alleswirdbesser“ wurden zum Teil bereits mit Fake News konfrontiert und die Stimmung innerhalb der Firma steht auf der Kippe. Es droht Streik. Nur der\*die Nutzer\*in kann die Kolleg\*innen vor weiteren Fake News zu bewahren und somit die Firma zu retten. Richtige Entscheidungen führen zu einem Zuwachs an „gut gelaunten“ Kolleg\*innen, falsche dagegen zu einem Zuwachs der Gruppe mit einer eher schlechten Stimmung.

Der\*die Nutzer\*in erhält nach Abschluss eines Levels eine Rückmeldung über die erreichte Punktzahl und am Ende des Spiels die Gesamtpunktzahl sowie einen ernsthaften Hinweis auf die Verantwortung im richtigen Leben.

Die Level sind dabei wie folgt aufgebaut:

Level	Story/Station	Auftrag	Lehrinhalt
Einstieg	Begrüßung	Begrüßung der*des Nutzer*in als „Mitarbeiter*in“ sowie die Darstellung der Situation (Fake News sind überall, auch im Beruf und die Stimmung in der Firma droht zu kippen) und Auswahl des Profils	–
Level 1	Morgens auf dem Weg zur Arbeit	Entscheiden, um welche Form von Fake News es sich handelt	Darstellung der verschiedenen Formen von Fake News
Level 2	Die Frühstückspause	Einordnung eines Beitrages als Satire oder Hoax sowie Antwort auf Kommentare	Sich Zeit nehmen, Fake News nicht unkommentiert lassen sowie der Hinweis, dass nicht jede Privatmeinung im Job etwas zu suchen hat.
Level 3	Mittagspause	Prüfen neuer Mitglieder auf Codes sowie auf Nachrichten antworten	Codes demokratiefeindlicher Gruppen, die richtige Gegenrede und das Auflösen von Unsicherheit.
Level 4	Feierabend	Prüfen eines Posts	Ziel und Anhaltspunkte für Desinformationen sowie das Nicht-unkommentiert-Lassen einer Desinformation.
Abschluss	Ende	Rückmeldung zu den Ergebnissen und Abschluss	Hinweis auf die eigene Leistung und Verantwortung.

## 2.2 Wie funktioniert das Spiel?

Zunächst ist das Rollenspiel in zwei Bereiche untergliedert.

Teil 1 – Das Spiel

Teil 2 – Die Zusatzinformationen

### Das Spiel

Das Spiel ist untergliedert in vier Level. Der Einstieg ist direkt ohne Anmeldung möglich und erfolgt zunächst über das Anlegen eines Profils (Eingabe eines fiktiven Spielnamens sowie die Auswahl eines Profilbildes).

### Level 1

In Level 1 müssen verschiedene Formen von Fakes News erkannt und zugeordnet werden. Der\*dem Nutzer\*in werden dazu Postings angezeigt und vier Antwortmöglichkeiten angeboten, wovon eine richtig ist.

### Level 2

In Level 2 wird ein Post angezeigt, wobei zunächst zu entscheiden ist, ob man diese Nachricht teilen oder liken möchte. Darauf folgen Kommentare von „Kolleg\*innen“, auf die/der Spielende die jeweils passende Antwort finden muss.

### Level 3

In Level 3 wird ein Messenger-Dienst simuliert. Hier sind zunächst Codes demokratie-feindlicher Gruppen zu identifizieren und dann auf „Nachrichten“ von Kolleg\*innen zu reagieren.

### Level 4

Level 4 bildet den Abschluss und bedient sich des Themas „Desinformation“. Ein Post ist als Fake zu identifizieren und präventiv mit einer Antwort zu versehen.

Das Spiel operiert in allen Leveln mit klassischen Multiple-Choice-Fragen, die leicht verständlich sind. Das dahinter liegende Punktesystem ordnet die Antworten in das Gesamtranking ein. Grundlage sind hierbei 50 von 100 Punkten zu Beginn des Spieles. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 100, die minimale 0.

Je nach erreichter Punktzahl erfolgt eine Bewertung des Spielergebnisses, sowohl als Rückmeldung nach dem jeweiligen Level als auch im Abschluss.

Zum Ende des Spieles kann der Spielende die Entscheidung treffen, das Spiel erneut zu spielen, sich die Zusatzinformationen anzusehen, das Spiel zu beenden und/oder das Ergebnis zu teilen/exportieren.

# 3. Die fachlichen Hintergründe

Die angestrebte Zielgruppe hat sich bisher nicht oder wenig für eine Auseinandersetzung mit dem Thema „Fake News“ interessiert. Daher wurde der Fokus auf die Vermittlung grundständigen Wissens sowie die Sensibilisierung gelegt.

Die zu vermittelnden Schwerpunkte sollten sein:

1. Warum ist eine Auseinandersetzung wichtig?
2. Was verbirgt sich hinter dem Oberbegriff „Fake News“ und wie verbreiten sich Fake News?
3. Woran erkenne ich Fake News (hier insbesondere Desinformationen) und wie kann auf Fake News reagiert werden?

In den nachfolgenden Abschnitten werden jene Fachinhalte präsentiert, die die Basis der Zusatzinformationen und Spielinhalte in der Rollenspiel-App darstellen.

## 3.1 Was sind Fake News?

Fake News (übersetzt „Falschnachricht“ oder „gefälschte Nachrichten“) sind falsche oder fehlerhafte Nachrichten und Informationen, die sich vorwiegend über digitale Medien und digitale Netzwerke verbreiten. Laut Duden sind es „in den Medien und im Internet, besonders in sozialen Netzwerken, in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen“ (Duden). Die Motive und Hintergründe für das Verfälschen der Nachrichten und ihr Verbreiten können sehr unterschiedlich sein, angefangen bei wirtschaftlichen Interessen, über Satire bis hin zu politischen Meinungen oder Desinformation mit spalterischer Absicht.

## 3.2 Worin besteht ihr Problem?

Falschnachrichten sind so alt wie die Menschheit selbst. Nicht alle haben einen ernsthaften Hintergrund oder sind mit Absicht als solche erstellt worden. Manche Falschnachrichten sind sogar erwünscht, zum Beispiel die Satire. Sie werden jedoch dann zur Gefahr, wenn sie mit Täuschungsabsicht erstellt und verbreitet werden. Die Hintergründe für diese Täuschung können sehr vielfältig sein: angefangen beim Verschwörungsglauben Einzelner über wirtschaftliche Interessen bis hin zu politischen Kampagnen anderer Staaten oder extremistischer Gruppen. In diesem Fall ist der Begriff „Desinformation“ zutreffender als der Oberbegriff „Fake News“. Verbreitung finden diese Desinformationen über Massenmedien, vor allem das Internet und in den Sozialen Medien.

Das Ziel von Desinformationen ist es, das Vertrauen in Expert\*innen und Organisationen zu schwächen, Wut und Emotionen zu schüren und somit Debatten und Krisen zu verschärfen.

## 3.3 Warum ist es für uns wichtig?

Meinungen, Informationen und Wissen ändern und verbreiten sich im Internet in einer nie dagewesenen Geschwindigkeit. Damit regen sie die unterschiedlichsten Veränderungsprozesse an, an denen sich Einzelne oder Gruppen beteiligen können. Hier braucht es die Fähigkeit, Fake News zu erkennen, sich nicht von ihnen beeinflussen zu lassen und auf sie reagieren zu können. Insbesondere in Hinblick auf Desinformationen, deren



Ziel es ist, eine Gesellschaft, Gruppe oder Einzelne zu manipulieren und zu schaden.

Fake News und Desinformationen zu erkennen, ist jedoch nicht einfach. Sie begegnen den Nutzer\*innen täglich in den unterschiedlichsten Erscheinungsformen – Bilder, Videos, Artikel oder Kommentare, Links und Chatgruppen. Auf sie adäquat zu reagieren, ist unter Umständen besonders herausfordernd, insbesondere wenn sie aus dem Freundes- oder Kollegenkreis kommen. Schließlich möchte man niemandem vor den Kopf stoßen, einen Meinungsunterschied eskalieren lassen oder sich selbst exponieren. Bei der Vielfalt an Informationen kann man sich nicht einmal sicher sein, ob man richtig liegt. Umso wichtiger ist es, sich frühzeitig mit dem Thema „Fake News“ auseinanderzusetzen.

#### 3.4 Arten von Fake News

##### Desinformationen

Desinformationen sind bewusst erstellte und verbreitete (Falsch-) Informationen.

Die Ursprünge von Desinformationen und Desinformationskampagnen können sehr unterschiedlich sein – von Privatpersonen, über Gruppierungen, Unternehmen bis hin zu staatlichen Institutionen. Ihr Ziel ist es, Menschen zu täuschen, Meinungsbildungsprozesse zu manipulieren und zu spalten.

##### Satire

Satire ist eine besondere (Ausdrucks-) Form der Kritik an Personen, Organisationen, Verhältnissen oder Entwicklungen. Sie nutzt dabei verschiedene Stilmittel, wie Humor, Übertreibung, Sarkasmus.

##### Gerüchteküche

Gerüchte sind ungesicherte Informationen mit zum Teil unklaren Verbreitungswegen oder Ursprüngen. Sie sind für die Beteiligten von allgemeinem Interesse und werden ungesichert/ungeprüft weiterverbreitet.

##### Junk-Wissenschaft

Dieser Ausdruck findet auf zweierlei Arten Anwendung: Zum einen kann der Begriff verwendet werden, um missliebige, fundierte Wissenschaftsergebnisse zu diskreditieren. Er kann aber auch eingesetzt werden, um pseudowissenschaftliche Ergebnisse oder fehlerhafte Studien (Ergebnisse) zu beschreiben.

##### Clickbait

Dieser Begriff beschreibt Inhalte und Methoden, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Nutzer\*innen dazu zu verleiten, Links oder Webseiten aufzurufen.

Dazu werden entsprechende Überschriften und/oder Grafiken ausgewählt, die emotional berühren oder neugierig machen. Die Artikel oder Inhalte liefern in der Regel jedoch keinen Mehrwert. Ihr Ziel ist es, die Zugriffszahlen zu erhöhen, um Werbeeinnahmen zu steigern oder Daten zu generieren.

##### Viren, Trojaner und Phishing

Auch im Bereich der Datensicherheit spielen Fake News eine wichtige Rolle. Überschriften, Informationen oder digitale Inhalte können mit Falschinformationen versehen werden, um Nutzer\*innen dazu zu veranlassen, Verlinkungen anzuklicken, Informationen zu teilen oder Programme zu installieren. Dies

kann zur Installation von Schafsoftware oder dem (illegalen) Abfluss von Informationen und (Zugangs-) Daten führen.

##### Hoax

Ein Hoax (übersetzt „Scherz“) meint gezielt verbreitete Falschmeldungen, in denen der „Scherz“ jedoch im Vordergrund steht. Oft wird diese Form der Information(en) für wahr gehalten und dementsprechend weitergeleitet. Zu den Hoaxes gehören u.a. Kettenbriefe, sogenannte Zeitungsenten, Urban Legends oder Scherzmeldungen (z. B. Apriilscherze). Diese „Scherze“ sind jedoch keineswegs harmlos. Mitunter führen diese (Falsch-) Informationen zu falschen Schlussfolgerungen, verleiten zu gefährlichem Handeln oder bleiben zum Nachteil tatsächlicher Personen bestehen.

##### Hetze und Hass im Netz

Der digitale Raum bietet allen die Möglichkeit, Meinungen und Gedanken zu teilen. Dabei kommt es immer wieder auch zu Hass und Hetze gegen Menschen. Die Betroffenen werden mit rassistischen, sexuellen, religiösen oder politischen Kommentaren und Inhalten konfrontiert. Diese Konfrontation zielt jedoch nicht auf eine konkrete Lösung, sondern stellt einen Angriff dar.

##### Verschwörungserzählungen

Verschwörungserzählungen versuchen Entwicklungen, Zustände oder Ereignisse zu erklären und schreiben die Gründe dem Einfluss Einzelner oder einzelnen Gruppen zu. Das Handeln der Verschwörer findet im Verborgenen statt und basiert auf deren angeblichen Macht, Einfluss, Wissen oder Vermögen. Drei Eigenschaften verbinden alle Verschwörungserzählungen:

- Nichts geschieht durch Zufall.
- Nichts ist, wie es scheint.
- Alles ist miteinander verbunden.

##### Urbane Legenden

Hierbei handelt es sich um moderne Sagen, Legenden oder Märchen, die auch über soziale Medien verbreitet werden. Diese Legenden können skurril oder humorvoll sein oder über Eigenarten informieren. Häufig sprechen sie jedoch Ängste, Schauer und Unsicherheiten an. Die wirklichen Quellen dieser Legenden sind selten bekannt. Sie erhalten jedoch eine vermeintliche Glaubwürdigkeit über die Zuschreibung, sie stammten „von dem Freund eines Freundes“.

##### Die Ente

Unter einer (Zeitung-) Ente versteht man eine Falschmeldung in einer Zeitschrift oder einem anderen klassischen Medium. Diese „Ente“ kann eine bewusste Täuschung sein oder ein einfacher Irrtum.

##### Kettenbriefe

Hierunter sind Nachrichten unterschiedlichen Inhaltes, vorrangig in den sozialen Medien, gemeint. Die Leser\*innen werden aufgefordert, die Nachrichten an andere Empfänger\*innen weiterzuleiten. Diese Aufforderung wird in der Regel begleitet durch Druck (Androhung unangenehmer, fiktiver Konsequenzen) oder dem Versprechen von Belohnungen, ohne dass die Konsequenzen eintreten. Die tatsächlichen Autor\*innen der Kettenbriefe bleiben in der Regel unbekannt.

##### Hybrid-Fakes

Nicht alle Fake News oder Desinformationen sind ausschließlich falsch und erfunden. Die Vermischung Fakten und

Falschinformationen oder das Ziehen falscher Schlussfolgerungen können umso mehr verwirren. Es beeinflusst unter Umständen die Plausibilitätsprüfung oder die Quellenkritik und erschwert das Erkennen der eigentlichen Fake News.

**Deep Fakes**

Mit Hilfe von Programmen können schon heute täuschend echte Videos, Bilder oder Tonaufnahmen erzeugt werden. Bislang konnten Gesellschaften weitestgehend darauf vertrauen, dass Aufnahmen, insbesondere in der Kombination von Bild und Ton, echt waren. Durch neue Techniken und gestiegene Rechenleistungen können Aufnahmen manipuliert oder künstlich erstellt werden, um gezielt Inhalte zu vermitteln. Deep Fakes können sowohl der Unterhaltung als auch der Meinungsbeeinflussung dienen. Diese Form der Fake News fand auf Grund der technischen Komplexität keine Anwendung in der Rollenspiel-App.

**Sponsored Content**

Hierbei handelt es sich um durch Unternehmen bezahlte (Werbe-) Inhalte. Diese werden über vertrauensvolle Quellen an den\*die Nutzer\*innen herangetragen. Zu diesen Quellen können Blogger bis hin zu Zeitschriften gehören. Dabei werden die (Werbe-) Inhalte zum Teil maskiert, etwa als Zeitungsartikel, Produkttest oder beiläufige Präsentation.

**Astroturfing**

Dies bezeichnet eine Methode, in der sog. Graswurzelbewegungen vorgetäuscht werden, um PR- oder Werbebotschaften zu vermitteln. Wenige geben sich dabei als eine große Anzahl von „Aktivist\*innen“ aus und vermitteln so beispielsweise den Eindruck einer eigenständigen Bewegung. Dazu nutzen sie Kommentare, Blogs und andere Tools.

**3.5 Erscheinungsformen von Fake News**

Fake News treten in unterschiedlichen Formen auf. Dazu gehören:

- Memes
- Artikel
- Videos
- Chat-Nachrichten
- Kommentare
- Links
- Bilder
- Codes

**3.6 Verbreitungsformen**

**Social Media**

Soziale Medien sind Plattformen wie TikTok, Facebook, Twitter und andere, in denen sich Nutzer\*innen vernetzen sowie Inhalte kommentieren und teilen können. Die Inhalte werden dabei von den Nutzer\*innen selbst, Dritten oder den Plattformen erstellt und verbreitet. Die Plattformen finanzieren sich beispielsweise über Werbung und steuern die Präsentation von Inhalten über Algorithmen.

**Teilen oder Retweeten/Reposten**

Eine Funktion in den Sozialen Medien, um Inhalte anderen Nutzer\*innen zukommen zu lassen.

**Social Bots**

Bots sind Programme, die automatisiert agieren. Social Bots können so Inhalte auf verschiedenen Plattformen veröffentlichen oder massenhaft Inhalte verbreiten. Zum Teil werden dazu Fake Accounts genutzt, um Bots den Anschein echter Nutzer\*innen zu verleihen. Sie können somit auch für Angriffe oder Meinungsmache eingesetzt werden.

**Kommentieren**

Eine Funktion, um Inhalte in sozialen Medien zu kommentieren. Die Kommentare sind für andere Nutzer\*innen, i. d. R. auch über längere Zeiträume hinweg, sichtbar.

**Algorithmen**

Hierbei handelt es sich um Vorschriften oder Anleitungen, wie bestimmte Informationen oder Eingaben unabhängig von der Programmiersprache zu behandeln und zu verarbeiten sind.

**Filterblasen**

Anbieter von Social-Media-Plattformen wollen das Interesse ihrer Nutzer\*innen möglichst lange aufrechterhalten. Algorithmen können hierbei eingesetzt werden, um möglichst viele scheinbar interessante Inhalte vorzufiltern und anzubieten. Dabei besteht jedoch die Gefahr, dass Nutzer\*innen nur noch ähnliche Informationen angezeigt bekommen.

**3.7 Codes demokratiefeindlicher Gruppen**

Meinungen im Internet verbreiten sich nicht nur über Nachrichten, Kommentare, Videos oder Memes. Sie finden auch Ausdruck über Codes, Symbole oder Begriffe. Mit Hilfe dieser scheinbar einfachen Darstellungen suchen Menschen Gleichgesinnte, fordern Aufmerksamkeit oder drücken Einstellungen und Weltanschauungen aus. Die Besonderheit ist hierbei, dass diese Form des Ausdrucks offensichtlich ist und dennoch nur von Eingeweihten im Detail erfasst werden kann. Problematisch ist vor allem, dass diese Codes, Symbole oder Begriffe eine dauerhafte Präsenz und Akzeptanz erlangen können und somit das dahinterstehende Weltbild (ein akzeptierter) Teil des Alltages wird und somit auch zur Normalität.

Im Rollenspiel „Obviously“ beziehen wir uns auf gängige Symbole, Codes und Begriffe. Dazu gehören:

Der Reichsadler	Symbol in rechten Kreisen
88	„Heil Hitler“
1488	Die Kombination aus den „Fourteen Words“ und der Chiffre für den Hitlergruß.
H8	aus dem Englischen, ausgesprochen „Hate“ = „Hass“
HKNKRZ	Hakenkreuz

AJAB	„All Jews Are Bastards“
cCc	Bildhaft für drei Halbmonde, als Erkennungszeichen einer türkisch-faschistischen Partei
GNLS	Akronym für „Good Night Left Side“
HoGeSa	„Hooligans gegen Salafisten“
ACAB	Akronym für „All Cops Are Bastards“
ASAB	Akronym für „All Salafists Are Bastards“
Die umgedrehte Deutschland-fahne	Abgrenzung zum bestehenden System
Runen	manche werden mit scheinbar historischen Bezügen missbraucht sowie
Logos	Schematische Bezüge zu Bewegungen und extremen Kleinparteien

#### 3.8 Strategien zum Erkennen von Fake News

Desinformationen haben wiederkehrende Gemeinsamkeiten. Häufig:

1. zitieren sie „Expert\*innen“, die gar keine sind,
2. wecken unmögliche Erwartungen, z. B. „ein Impfstoff muss zu 100 % sicher sein“,
3. verbreiten Verschwörungstheorien und
4. wenden falsche Logiken an, indem sie beispielweise falsche Schlussfolgerungen ziehen.
5. Sie picken sich die Rosinen raus. Es werden z. B. einzelne Studien herausgehoben, die den eigenen Standpunkt bekräftigen.
6. Alle anderen Studien werden ignoriert.
7. Sie zielen insbesondere auf Gefühle ab und polarisieren,
8. vermischen Informationen mit Halbwahrheiten,
9. ziehen Informationen aus dem Kontext und
10. greifen an, statt sachlich zu argumentieren oder Lösungen zu finden.

#### 3.9 Strategien zum Umgang mit Desinformationen:

Bevor ein Inhalt geteilt wird, sollten sich die Nutzer\*innen zunächst etwas Zeit nehmen.

Es gilt jeden Inhalt mit einer Grundskepsis zu betrachten und die Frage nach der möglichen Absicht hinter der Nachricht zu stellen.

1. Alle Inhalte sollten bis zum Ende gelesen oder angeschaut werden, bevor sie geteilt werden.
2. Nutzer\*innen sollten mindestens die Quelle(n) hinterfragen und überprüfen.
3. Im besten Fall sollten Nutzer\*innen auch die Fakten überprüfen.
4. Im Zweifel sollten auch die Bilder überprüft werden.
5. Inhalte sollten nicht geteilt werden, wenn Zweifel an der Richtigkeit der Information bestehen.
6. Desinformationen, insbesondere aber Hass und Hetze sollte dem Betreiber der Plattform gemeldet werden.

#### 3.10 Strategien zur Reaktion auf Desinformationen

Für viele Nutzer\*innen stellt sich die Frage, wie sie auf Desinformationen im direkten Umfeld reagieren können. Grundsätzlich lassen sich folgende Aspekte hervorheben. Es gilt:

1. Immer fair und freundlich bleiben, denn Fake News sind bewusst erstellt und können jeden täuschen!
2. Desinformationen nicht unkommentiert lassen! Nutzer\*innen sollten darauf hinweisen, dass es sich um Falschinformationen handelt und die Fakten im Gespräch hinterfragen oder korrigieren. Dabei ist es jedoch wichtig, sich kurz zu fassen.
3. Wenn möglich, sollten Links oder Hinweise benannt werden, die auf die richtigen Fakten verweisen.
4. In Diskussionen kann es zudem hilfreich sein, folgende Frage zu stellen: „Wie viel würdest du darauf wetten?“
5. Wenn Diskussionen nicht zum Erfolg oder einem wirklichen Meinungs-austausch führen, sollten sie auf einen späteren Zeitpunkt verschoben werden.
6. Im Falle von Straftaten, Hass oder Hetze sollten diese entsprechend gemeldet werden.

# 4. Der Lehransatz

Für die formulierte Zielgruppe wird angenommen, dass sie:

- A) in Sozialen Medien passiv-konsumierend und/oder aktiv kommunizierend präsent sind,
- B) bereits mit den unterschiedlichen Kategorien von Fake News in Berührung gekommen sind,
- C) kein oder wenig formelles Vorwissen zu den Arten von und dem Umgang mit Fake News haben,
- D) anderen Formen des Wissenserwerbes zum Thema Fake News eher wenig offen gegenüberstehen oder bisher keinen Anlass gesehen haben, sich mit dem Thema „Fake News“ auseinanderzusetzen sowie
- E) bestehende Wissensrückstände ggf. zu einem unsicheren Umgang mit Fake News führen.

Davon ausgehend wurde folgender Lehransatz ausformuliert:

1. Behandelt werden die für diese Altersgruppe insgesamt gängigen Sozialen Medien.
2. Es werden die unterschiedlichen Kategorien von Fake News präsentiert, um auf die Vielfalt hinzuweisen.
3. Es werden grundständige Wissensinhalte zum Thema „Erkennen und Reagieren“ sowie zu „Codes demokratiefeindlicher Gruppen“ vermittelt.
4. In dem Rollenspiel werden die relevantesten, grundlegenden Wissensinhalte vermittelt. Vertiefende Informationen werden in einem gesonderten Bereich parallel zum Spiel zur Verfügung gestellt.

Die Aufteilung der zu vermittelnden Wissensinhalte stellt sich wie folgt:

<b>Level 1</b>	Simulation von Posts	Erkennen unterschiedlicher Arten von Fake News
<b>Level 2</b>	Simulation eines Posts und dessen Kommentierung	Erkennen von Satire und die richtige Reaktion auf zustimmende „Fake-News-Kommentare“, hier u. a.: - Quellen hinterfragen. - Trennung von Beruf und Privat. - Höflich bleiben.

<b>Level 3</b>	Simulation eines Gruppen-Chats	Erkennen grafischer und schriftlicher Codes demokratiefeindlicher Gruppen und die richtige Reaktion auf zustimmende „Fake-News-Chats“, hier u. a.: - Die richtige Frage stellen. - Auf Expert*innen verweisen. - Gespräche ggf. verschieben.
<b>Level 4</b>	Simulation eines Desinformations-Posts und dessen Kommentierung	Erkennen einer Desinformation und präventive Reaktion, hier: - Einschätzung der Seriosität. - Fake News auch präventiv nicht unkommentiert lassen.
<b>Abschluss I</b>	Punktezahl	Alle Spielenden erhalten einen Überblick über die erreichte Gesamtpunktezahl und können ihre Leistung reflektieren.
<b>Abschluss II</b>	Antwortverhalten	Alle Spielenden erhalten einen Einblick in die von Ihnen beantworteten Fragen und deren Richtigkeit.
<b>Abschluss III</b>	Wiederholung und mehr	Alle Spielenden werden eingeladen, sich die Fachinformationen anzusehen und/oder das Spiel erneut zu wiederholen, um ggf. die Punktezahl zu verbessern.

# 5. Einsatz in organisierten Settings (Workshops)

Aus Gesprächen mit Fortbildungsanbietern zum Thema „Fake News“ wurde deutlich, dass die Fortbildungskonzepte zeitlich eng getaktet sind. Daher ist das Rollenspiel-Obviously (zeitlich) möglichst kurzgehalten.

Für den Einsatz in organisierten Settings ergeben sich abhängig von der Ausgangslage der Teilnehmenden (hier insbesondere das Vorwissen) grundlegend drei Varianten.

Dabei benötigen die Teilnehmenden nur einen Internetzugang und die Adresse zur Rollenspiel-App. Dies kann sowohl über das private mobile Endgerät als auch ein für die Fortbildung gestelltes erfolgen.

Die Dauer je Spiel beträgt erfahrungsgemäß ca. 5 Minuten.

## Variante 1 – Zu Beginn eines Workshops

Das Rollenspiel kann als Vorbereitung auf die dann folgende Fortbildung eingesetzt werden. Leicht und humorvoll kann es den Teilnehmenden einen einfachen Einstieg in die Thematik bieten und ihnen gleichzeitig eine Rückmeldung über den bisherigen Wissenstand bieten.

## Variante 2 – Zwischendurch

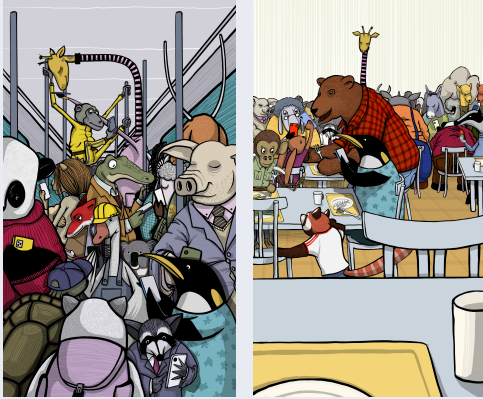
Insbesondere in Pausenzeiten und der Reflexion des bisher vermittelten Wissens kann das Rollenspiel eingesetzt werden. Die Teilnehmenden erhalten so eine alternative Unterhaltungs- und Reflexionsmöglichkeit.

## Variante 3 – Am Ende

Nach Abschluss einer Fortbildung oder eines Workshops kann das Rollenspiel eingesetzt werden, um den erlangten Wissensstand zu reflektieren oder sich in einer simulierten Umgebung auszuprobieren.

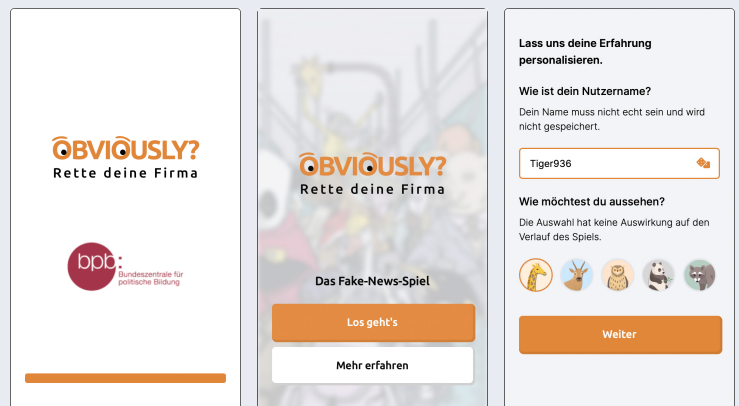
Kombinationen sind möglich und dann empfehlenswert, wenn Entwicklungen abgeglichen werden müssen. Es empfiehlt sich hierbei, die Ergebnisse und Erfahrungen kurz mit den Teilnehmenden zu reflektieren.

Beispiel-Illustration „Level“



# 6. Beispielgrafiken

Ein Auszug aus dem Mockup

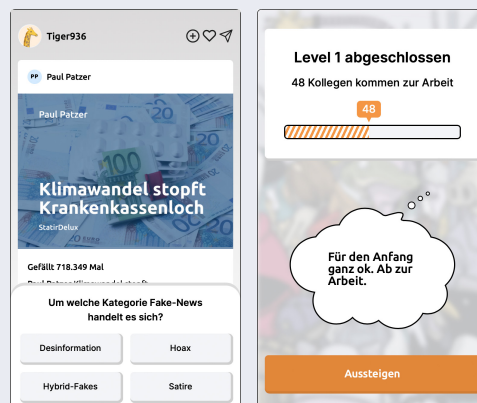


Beispiel Illustration „Codes“



Unbedenklich

Bedenklich





Gefördert  
durch die



Bundeszentrale für  
politische Bildung

Träger des Projekts ist der Bundesarbeitskreis  
Arbeit und Leben. Umgesetzt wird das Projekt von  
ARBEIT UND LEBEN Mecklenburg-Vorpommern.

**Arbeit und  
Leben**

BUNDESARBEITSKREIS

**Arbeit und  
Leben**

MECKLENBURG-VORPOMMERN

**Bundesarbeitskreis  
Arbeit und Leben e.V.**

Robertstraße 5a  
42107 Wuppertal

T 0202 97404-19  
bildung@arbeitundleben.de  
www.arbeitundleben.de