

BREAK DOWN

PROVOKE

DESTROY

DISRUPT

FRIGHTEN

SHOUT

# BAD LINE NEWS

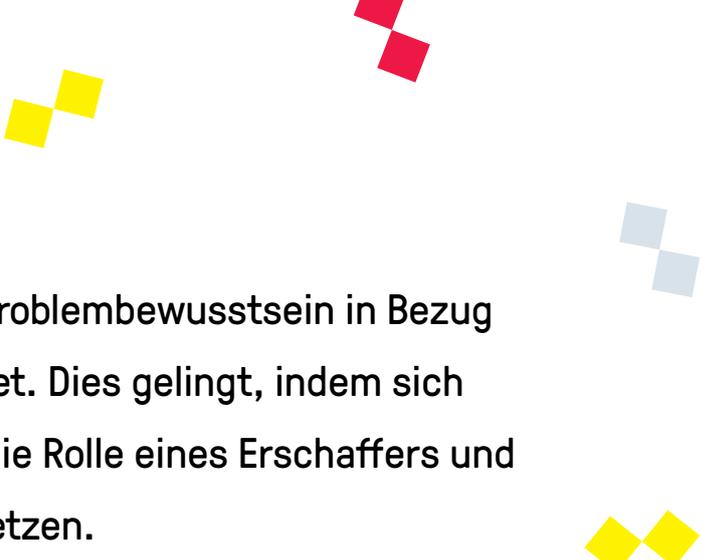
ATTACK

INFORMATIONSBLATT

CHEAT

FALSIFY

STRIKE BACK



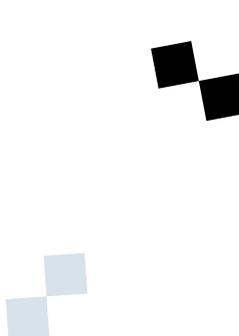
Das Spiel [Bad News](#) stärkt das Problembewusstsein in Bezug auf Desinformationen im Internet. Dies gelingt, indem sich die Spielerinnen und Spieler in die Rolle eines Erschaffers und Verbreiters von Fake News versetzen.

Dieses Informationsblatt erklärt wie das Online-Spiel entwickelt wurde, wie es abläuft und worauf es basiert. Das Konzept „Desinformation“ wird in einzelne Aspekte aufgeschlüsselt, die im Zuge des Spiels relevant werden. Für jede Desinformations-„Kompetenz“ wird ein Abzeichen verliehen.

Diese Anleitung richtet sich an Lehrkräfte und Andere, die das Spiel pädagogisch einsetzen möchten. Auf weiterführende Informationen wird verlinkt.

## INHALTSVERZEICHNIS

Entwicklung des Spiels	3
Was ist Desinformation?	3
Inwiefern ist Desinformation ein Problem?	3
Welche Lösungsansätze gibt es?	4
Wissenschaftlicher Hintergrund: Die Inokulationstheorie	5
Wie funktioniert das Spiel „Bad News“?	6
Einsatz mit Jugendgruppen	13
Altersbeschränkung und sensible Inhalte	13
Ergänzende Materialien für die Arbeit mit Schulklassen	13



## ENTWICKLUNG DES SPIELS

Im November 2017 wurde die erste Version des Spiels in niederländischer Sprache veröffentlicht. Sie ist unter [www.slechtnieuws.nl](http://www.slechtnieuws.nl) abrufbar. Sowohl die niederländische als auch die [englischsprachige Ausgabe](#) des Spiels wurden von DROG ([www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com)) – einer niederländischen Organisation, die sich gegen die Verbreitung von Desinformation einsetzt – in Zusammenarbeit mit Forschern an der University of Cambridge, UK, entwickelt. Die grafische Umsetzung stammt von Gusmanson ([www.gusmanson.nl](http://www.gusmanson.nl)). Die gemeinnützigen Initiative Wissenschaft im Dialog gGmbH ([www.wissenschaft-im-dialog.de](http://www.wissenschaft-im-dialog.de)) bringt das Spiel nach Deutschland. Wissenschaft im Dialog (WiD) ist die Organisation für Wissenschaftskommunikation in Deutschland. Zur Stärkung eines wissenschaftlich informierten Dialogs in Deutschland gehört auch, über Falschmeldungen und Mechanismen der Desinformation aufzuklären.

## WAS IST DESINFORMATION?

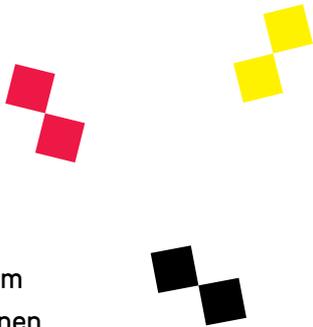
In den Medien ist der Begriff „Fake News“ inzwischen allgegenwärtig. Doch er erfasst nicht den vollen Umfang des Phänomens. Mit „Fake News“ werden Falschmeldungen bezeichnet, die gefälscht oder erfunden wurden. Sie werden von Faktencheckern wie von der [Tagesschau](#), [Correctiv](#) oder [Snopes](#) überprüft. Beispiele sind – leider – leicht auffindbar: Schlagzeilen wie „700 Euro Weihnachtsgeld für [Flüchtlinge](#)“, „CDU wirbt mit einem alten [DDR-Slogan](#)“ und „Kindesentführungen durch die [Organmafia](#)“ sind im Internet nur einen Klick entfernt.



Doch eine Nachricht muss nicht vollständig gefälscht sein, um manipulativ und irreführend zu sein. Deswegen bevorzugen wir den Begriff Desinformation, um die ganze Bandbreite der Methoden abzudecken, mit denen Leser in die Irre geführt werden können. Im Gegensatz zu einer Fehlinformation, die einfach falsch ist, verbergen sich hinter einer Desinformation betrügerische oder manipulative Absichten. Propaganda ist ein Beispiel für Desinformation, bei welcher eine explizite oder implizite politische Agenda verfolgt wird.

## INWIEFERN IST DESINFORMATION EIN PROBLEM?

Verschiedene Akteure, auch Regierungen, setzen auf Desinformation, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Für solche Irreführungen bieten sich besonders die sozialen Medien an. Denn hier kann jeder Inhalte ohne eine redaktionelle Prüfung veröffentlichen. Außerdem ist schwer nachvollziehbar, wer hinter den Konten steckt. Das zeigen die folgenden Beispiele: Rund 47 Millionen Benutzerkonten auf Twitter gehören sogenannten [Bots](#) ([Bot ist kurz für Roboter](#) und bezeichnet hier ein programmiertes Konto). Das sind 15% aller Nutzer. Viele



diese Falschkonten werden beispielsweise während Wahlkampagnen benutzt, um politische Desinformation zu verbreiten. Beispiele von Desinformationskampagnen sind die [MacronLeaks](#) zur Präsidentschaftswahl 2017 in Frankreich, die Pizzagate-Kontroverse während der US-Wahl 2017 oder die „alternativen“ Erklärungen zum Flugzeugunglück von Malaysian Airlines-Flug MH17 im Jahr 2014.

Desinformation ist dann erfolgreich, wenn viele Menschen falsche Informationen nicht als solche erkennen können. Einiges deutet darauf hin, dass das tatsächlich ein Problem ist. So waren laut einer britischen Studie nur 4 Prozent der Befragten in der Lage, eine [Falschmeldung zuverlässig von einer echten Nachricht zu unterscheiden](#). Das ist nicht völlig überraschend: Wenn wir durch unsere News Feeds oder durch soziale Medien scrollen, werden wir mit einem Überfluss an Informationen konfrontiert. Viele der Informationen werden von Freunden – Menschen, denen wir vertrauen und von denen wir die Wahrheit erwarten – geteilt. Die Annahme liegt nahe, dass wir Inhalte, die von einer Freundin oder einem Freund geteilt werden, nicht so schnell hinterfragen.

## WELCHE LÖSUNGSANSÄTZE GIBT ES?

Es gibt verschiedene Ansätze, mit dem Phänomen der Desinformation umzugehen: Veränderungen der Algorithmen von Suchmaschinen und sozialen Medien, Verbesserung des Faktencheck-Angebots, Regulierung und Bildung.

Fortlaufend basteln [Google](#) und [Facebook](#) an ihren Algorithmen, damit sich die Verbreitung falscher oder unseriöser, aber gleichzeitig populärer Nachrichten nicht mehr lohnt. Falschmeldungen sollen in Newsfeeds anders dargestellt werden als vertrauenswürdige Quellen. Obwohl es sich um einen vielversprechenden Ansatz handelt, erkennen Algorithmen unverlässliche Quellen und Artikel nicht immer. Dies birgt das Risiko von falschen positiven Ergebnissen (eine zuverlässige Nachricht wird als Falschmeldung markiert) oder falschen negativen Ergebnissen (eine Falschmeldung wird für „geprüft“ und zuverlässig gehalten).



Neben Algorithmen setzen Medien immer häufiger auf professionelle Faktenchecker. Social-Media-Plattformen [experimentieren](#) mit einer Überprüfung von Fakten in Echtzeit. Ein Artikel, der nicht der redaktionellen Prüfung durch Faktenchecker wie Snopes standhält, wird von den Algorithmen der Social-Media-Plattform zum Beispiel als „strittig“ oder sogar als „falsch“ markiert. Obwohl solche Überprüfungen einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung von Desinformation leisten können, ist es unmöglich, alle Inhalte in Hinblick auf nachprüfbare Fakten zu kontrollieren. So bleiben zweifelhafte Artikel manchmal ungeprüft und können daher nicht als „strittig“ gekennzeichnet werden. Dadurch ergibt sich ein weiteres Problem: Oft werden solche unmarkierten Artikel vorschnell für wahr gehalten. Forschungsergebnisse haben gezeigt, dass Menschen auch offensichtlich falsche

Inhalte [für glaubwürdiger halten](#), wenn sie nicht von einem Markierungssystem gekennzeichnet wurden.

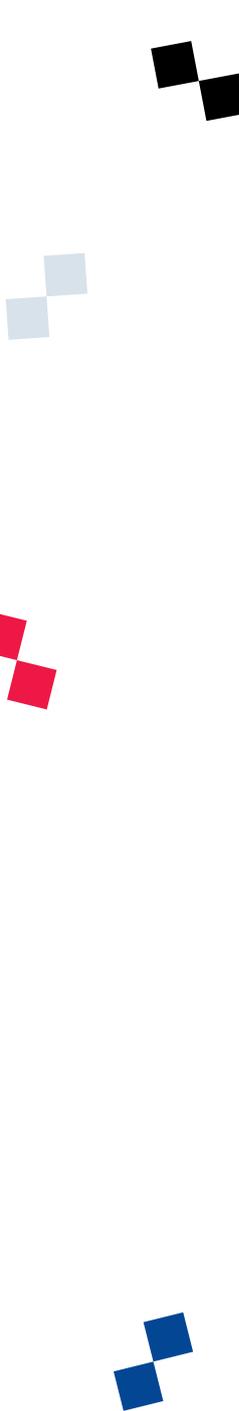
Auch Regierungen und andere Behörden arbeiten an Gesetzen, welche die Verbreitung von Falschmeldungen unterbinden sollen. Ein bekanntes Beispiel ist das französische „[Fake News Gesetz](#)“, das strengere Regeln für Online-Nachrichten während Wahlkämpfen vorsieht. In einigen Ländern, wie in den USA, sind solche Gesetze durch Paragraphen zur Meinungsfreiheit in der Verfassung quasi ausgeschlossen. In Ländern, in denen die Meinungsfreiheit nicht in der Verfassung festgelegt ist, ist oftmals unklar, welche Form solche Gesetze haben könnten. Kritiker sehen hier eine Gefahr für die Meinungsfreiheit.

Die Bewertung von Nachrichten bleibt in einer offenen Gesellschaft letztlich immer auch den Konsumenten überlassen. Eine wichtige Methode im Umgang mit Desinformation ist nach Meinung vieler Experten daher auch die [Förderung eines kritischen Bewusstseins](#) in Bezug auf Informationen und Quellen. Wissen und Bildung können Desinformation entgegenwirken, auch wenn dies einen enormen Aufwand bedeuten. Denn hier geht es nicht um abrufbares Faktenwissen, sondern um einen kompetenten Umgang mit Medien, den man sich individuell und mit Unterstützung aneignen muss.

## WISSENSCHAFTLICHER HINTERGRUND: DIE INOKULATIONSTHEORIE

Die [Inokulationstheorie](#), die ihre Wurzeln in der Sozialpsychologie hat, stellt fest: Wer einer abgeschwächten Version einer irreführenden Aussage begegnet, bevor er mit einer „echten“ Fehlinformation konfrontiert wird, wird „resistenter“ gegen diese. [Das Phänomen](#) ist vergleichbar mit einer „Impfung“ gegen falsche Informationen. Wer auf diese Weise auf irreführende Informationen vorbereitet ist, wird weniger anfällig dafür. Das Online-Spiel „Bad News“ greift auf die Inokulationstheorie als theoretische Grundlage zurück.

Gleichzeitig kann das Spiel dazu dienen, weitere Erkenntnisse über die Wirksamkeit dieser Methode zu gewinnen. Hierfür können die Spielenden freiwillig an einer anonymisierten Vorher-Nachher-Umfrage teilnehmen, die an die University of Cambridge zurückfließt.

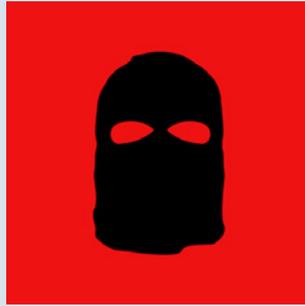


# WIE FUNKTIONIERT DAS SPIEL „BAD NEWS“?

Das Spiel „Bad News“ kann das Bewusstsein für Desinformation verbessern, indem die Spielenden sich in die Rolle eines Erstellers von Falschmeldungen versetzen. So gewinnen sie Einblicke in die Methoden und Taktiken, mit denen echte Verbreiter von Desinformation häufig arbeiten. Diese Erkenntnisse können helfen, um nicht so leicht auf irreführende Nachrichten hereinzufallen.

Das Spiel ist einfach zu bedienen: Spielende bekommen kurze Texte und Bilder zu sehen (z. B. ein Meme oder eine Schlagzeile) und können auf verschiedene Weisen darauf reagieren. Punkte werden in Bezug auf zwei Kategorien gesammelt: „Follower“ und „Glaubwürdigkeit“. Wer Inhalte wählt, die ein „echter“ Autor von Falschmeldungen wählen würde, wird mit Followern und Glaubwürdigkeit belohnt. Wer seine Follower offensichtlich anlügt, allzu abstruse Botschaften verbreitet oder doch gute journalistische Praktiken anwendet, weil er moralische Skrupel hat, verliert an Followern oder Glaubwürdigkeit. Ziel des Spiels ist es, möglichst viele Follower zu gewinnen ohne an Glaubwürdigkeit zu verlieren.

Da es unmöglich ist, alle Aspekte der Desinformation im Spiel detailliert zu berücksichtigen, liegt der Fokus auf besonders verbreiteten Strategien. Das Spiel ist nach sechs „Schlüsselkompetenzen“ aufgegliedert, für die man sich ein „Abzeichen“ erarbeiten kann: Identitätsbetrug, Emotion, Polarisierung, Verschwörung, Verruf und „Trollen“. Die Konzepte basieren auf dem „[Digital Hydra](#)“-Bericht des NATO Strategic Communications Centre of Excellence, in welchem verschiedene Formen der Desinformation beschrieben werden.



## IDENTITÄTSBETRUG

Es ist einfach, eine Webseite aufzubauen und scheinbar seriöse Inhalte zu veröffentlichen. Da die Kosten dafür inzwischen recht gering sind, kann jeder oder jede eine „Nachrichtenseite“ gründen und aufbauen. Der entsprechende Abschnitt im Online-Spiel zeigt, wie leicht das geht. Es wird klar, dass eine professionelle Grafik oder ein seriöser Name noch lange kein Qualitätsmerkmal einer Nachrichtenseite sind.

Im Spiel kommen zwei Arten des Identitätsbetrugs vor:

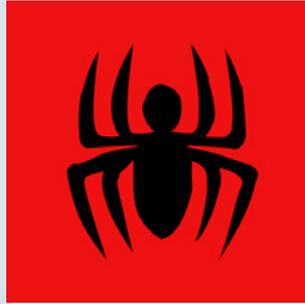
- Die Popularität einer Person oder einer Organisation wird genutzt, indem man ihr Auftreten imitiert, z. B. indem ein sehr ähnlicher Nutzernamen gewählt wird.
- Eine Webseite wird als Nachrichtenportal oder ernstzunehmender Blog ausgegeben, obwohl keine gute journalistische Praxis angewandt wird.

Spielende lassen in einem ersten Tweet Dampf ab über ein Thema, das sie frustriert – das kann alles von der Regierung bis zu Anhängern der

Flache-Erde-Theorie sein. Damit bekommen sie ihre ersten Follower und lernen, wie sie Punkte für Follower und Glaubwürdigkeit sammeln. Spielende imitieren danach einen offiziellen Account: Donald Trump, der Nordkorea den Krieg erklärt; die NASA, die eine Meteoritenwarnung ausgibt; oder der Fernsehsender Nickelodeon, der Spongebob Schwammkopf aus dem Programm streicht. Die Spielenden erhalten hierfür die ersten Reaktionen von zwei Nutzerinnen und Nutzern, die der Falschmeldung glauben. Danach sollen sie ihr eigenes Nachrichtenportal aufsetzen, indem sie einen Namen, die eigene Stellenbeschreibung sowie ein Motto wählen.

### Weiterführende Informationen:

Weitere Informationen zum Thema Identitätsbetrug gibt es bei [Vice.de](#), [der Westen](#) und [101geek](#).



## EMOTION

Emotionalisierende Inhalte sind nicht unbedingt in „falsch“ und „wahr“ zu unterteilen, sondern spielen mit Gefühlen wie Angst, Wut oder Mitleid. Ziel des Spielabschnitts ist es, den Spielenden zu vermitteln, wie solche Gefühle ausgenutzt werden können.

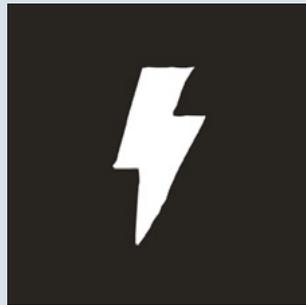
Zum ersten Mal erstellen die Spielenden Inhalte für ihr Nachrichtenportal. Ihnen stehen verschiedene Schlagzeilen zur Wahl. Sie wählen zwischen den Themen Klimawandel und Gentechnik. Um Follower zu gewinnen, ist es ratsam, Gentechnik als Katastrophe und den Klimawandel als Verschwörung zu verkaufen. Die Spielenden können zwischen verschiedenen Vorgehensweisen wählen: Wissenschaftler angreifen, emotionalisierende Inhalte veröffentlichen oder das Thema aufklärerisch angehen. Letzteres ergibt eine schlechte Resonanz – die Follower wollen sich über alarmierende Inhalte aufregen und nicht informiert werden. Danach haben die Spielenden die Wahl, einen Artikel oder ein Meme zu

veröffentlichen. (Ein Meme ist ein Bild oder GIF, das sich unter Nutzern im Internet verbreitet.) Für beide Inhalte stehen mehrere Varianten zur Wahl. Es gibt immer eine schlechte Wahl; sie ist langweilig oder geht am Thema vorbei. Andere Optionen rufen eine emotionale, oft wütende, Reaktion von einigen Followern hervor und verbreitet sich, und tragen damit zu Erreichung des Spielziels bei.

### Weiterführende Informationen:

Weitere Informationen zu Klimaskzeptikern gibt es bei [Skeptical Science](#). Informationen zum Thema Gentechnik gibt es auf der Seite [Transparenz Gentechnik](#).

Weiteres zu emotionalisierenden Inhalten findet man bei [Cho et al](#), [Smart Insights](#) und [Council of Europe](#).



## POLARISIERUNG

Es gibt Themen, bei denen die Meinungen stark auseinandergehen – oft gibt es die Lager „pro“ und „kontra“. Wenn Gegensätze betont und zugespitzt werden, so dass die Fronten sich noch weiter verhärten, bezeichnet man dies als Polarisierung. In diesem Teil des Spiels geht es darum, politisch eher rechts oder links gesinnte Menschen in extremere Positionen zu treiben. Das Nachrichtenportal im Spiel schlägt sich auf eine Seite, um eine Stammleserschaft zu gewinnen und um sich eine eigene Nische in der Medienlandschaft zu schaffen. Beim Abschnitt zu diesem Abzeichen wird auch das Konzept der „falschen Verstärkung“ im Online-Spiel behandelt. Hierbei wird zum Beispiel ein regionaler Missstand, den es durchaus geben mag, zu einer Staatsaffäre aufgeblasen.

Am Anfang des Kapitels werden die Spielenden gefragt, ob sie etwas Erfundenes oder etwas Echtes veröffentlichen wollen. Wer Erfundenes wählt, wird belehrt: Nicht nur Falschmeldungen machen Schlagzeilen, auch echte Geschichten lassen sich überspitzen. Verschiedene politische Lager können die Spielenden auseinandertreiben, indem sie einen aus drei privaten Posts von Bürgerinnen und Bürgern in den sozialen Medien auswählen: Ein Chemieunfall, eine Bestechung oder eine ungeschickte Festnahme. Der nächste Schritt ist die Wahl eines Feindes: bei zwei Nachrichten sind das entweder Großkonzerne oder die Behörden, im dritten Fall entweder

die Polizei oder Kriminalität. Zuerst versuchen die Spielenden, den Vorfall als politische Affäre zu inszenieren, indem sie das Konto ihres Nachrichtenportals in den sozialen Medien nutzen. Um die Resonanz zu verbessern wird im nächsten Schritt ein Artikel oder ein Meme veröffentlicht. Dafür gibt es eine Belohnung: Die Followerzahl steigt. Die nächste Frage ist, ob man Bots kaufen will, um der Geschichte mehr Reichweite zu verschaffen. Wiederholtes Verneinen beendet das Spiel. Das Bejahen wird mit 4000 Bot-Followern belohnt und einige Beispiel-Posts der Bots werden gezeigt. Durch die Wahl des Feindbilds wird entschieden, ob eine kapitalismuskritische (Feindbilder: Großkonzerne, Polizeigewalt) oder eine konservative (Feindbilder: Behörden, Kriminalität) Leserschaft angesprochen wird.

### Weiterführende Informationen:

Ein Artikel des [Pew Research Center](#) untersucht politische Polarisierung und Medienkonsum. Ein Paper von [Ribeiro et al](#) misst den Einfluss der Polarisierung auf die Erkennung von Fake News. Ein Kapitel von [Barber & McCarty](#) untersucht Konsequenzen der Polarisierung.

Weitere Informationen zu Bots und Propaganda durch Computer (auch echte Beispiele) finden Sie bei [Woolley & Howard](#), [Howard & Kollanyi](#), und bei [Spiegel Online](#).



## VERSCHWÖRUNG

Verschwörungstheorien bilden häufig einen Nährboden für fragwürdige Nachrichtenportale. Dabei sollen kontroverse oder ungeklärte Ereignisse durch das geheime, hintergründige Wirken einzelner Akteure oder Gruppen erklärt werden – meist zum Nachteil der Bevölkerung. Sie dienen also oft dazu, „die Mächtigen“ zu kritisieren und Misstrauen zu schüren. Gleichzeitig sind sie oftmals selbst nur schwer überprüfbar.

Um sich das „Verschwörungs“-Abzeichen im entsprechenden Spielabschnitt zu verdienen, sollen Spielenden eine neue Theorie erfinden und veröffentlichen. Die vom Spiel vorgeschlagenen Theorien sind ziemlich abwegig (zum Beispiel: die altdeutsche Schrift wird nicht gelehrt, damit niemand das kommunistische Manifest lesen kann) und die Follower halten sie nicht für glaubwürdig. Einige sagen dies auch öffentlich. Um die Glaubwürdigkeit zu retten, muss man eine subtilere Verschwörungstheorie verbreiten, die sich entweder auf die Agenda 21 (und angebliche Geheimpläne hinter einem nicht-bindenden Vertrag der UNO zur nachhaltigen Entwicklung) oder das Impfen (mit der Behauptung, dass die

Weltgesundheitsorganisation (WHO) Impfungen zur Indoktrinierung einsetzt) bezieht. Punkten kann man, indem man die offizielle Aussage in Zweifel zieht oder durch Suggestivfragen eine Verschwörung andeutet. Zu extreme Theorien werden bestraft, gut formulierte Varianten dagegen durch positive Reaktionen der Follower belohnt. Die Follower vertrauen zunehmend dem Nachrichtenportal und werden skeptischer gegenüber den „Mainstream-Medien“.

### Weiterführende Informationen:

Weitere Informationen zu den Effekten eines verschwörerischen Denkstils und der willentlichen Ablehnung wissenschaftlicher Ergebnisse gibt es im Paper von [Lewandowsky et al.](#)

Verschwörungstheorien werden von [Snopes](#) sowie der [TU Berlin Hoaxliste](#), [Mimikama](#) und [Hoaxmap](#) aufgelistet.

In der Süddeutschen Zeitung wird über die Verschwörungstheorie zur [Agenda 21](#) berichtet. Vom Robert Koch-Institut gibt es den Bericht [„Impfgegner und Impfskeptiker](#): Geschichte, Hintergründe, Thesen, Umgang“.



## VERRUF

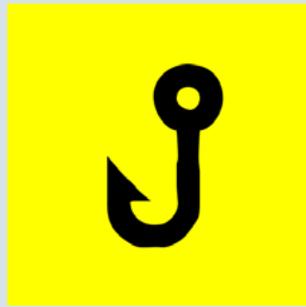
Den Gegner in Verruf zu bringen gehört ebenfalls zu den Desinformations-Strategien. Wenn Desinformanten sich dem Vorwurf ausgesetzt sehen, Falschmeldungen zu verbreiten oder schlechten Journalismus zu betreiben, reagieren sie häufig aggressiv und destruktiv. Mit Vorwürfen an den Kritiker versuchen sie zum Beispiel ihrerseits, seine Aussagen unglaubwürdig zu machen. Wenn Personen statt Inhalte angegriffen werden, bezeichnet man dies als *ad-hominem*-Argument.

Im Spielabschnitt für dieses Abzeichen wird man mit einem Faktenchecker konfrontiert, der die zuvor veröffentlichte Verschwörungstheorie als solche entlarvt. Es gibt drei Optionen: sich entschuldigen, nichts tun oder Rache nehmen.

Eine Entschuldigung bringt Minuspunkte. Wer nicht reagiert, wird von den Followern gefragt, wieso man nicht auf den Vorwurf eingeht. Schließlich kommt es bei allen drei Optionen das Spiel an den Punkt, an welchem man sich entscheiden muss: den Vorwurf bestreiten oder den Faktenchecker angreifen. Sowohl das vehemente Bestreiten als auch der *ad-hominem*-Angriff auf den Faktenchecker werden mit positiven Reaktionen der Follower belohnt. Die Glaubwürdigkeit bleibt erhalten.

### Weiterführende Informationen:

[Poggi et al](#) haben untersucht, wie es sich auf politische Debatten auswirkt, wenn Gegner in Verruf gebracht werden.



## TROLLEN

Im ursprünglichen Sinn bezeichnet der englische Begriff „Trolling“ eine Angeltechnik, bei welcher der Fisköder hinter einem Boot hergezogen wird. Bei der Desinformation geht es um die Erzeugung einer emotionalen Reaktion durch den Einsatz von provozierenden „Ködern“.

In diesem Teil des Spiels müssen die Methoden aus den vorherigen fünf Abzeichen kombiniert werden. Am Anfang stehen drei Nachrichten zur Wahl: die 25 romantischsten Städte Europas, ein Flugzeugunglück sowie die Entdeckung eines neuen Seesterns. Nur die Tragödie des Flugzeugunglücks ist für eine Desinformationskampagne geeignet. Danach gibt es zwei Möglichkeiten: eine Solidarisierung mit den Opfern oder die Anzweiflung der Unglücksursache. In beiden Fällen müssen die Spielenden dann der Frage, was hinter dem Unglück steckt, weiter nachgehen. Da eine hohe Followerzahl und Glaubwürdigkeit in den vorherigen Spielabschnitten bereits erarbeitet wurde, werden auch andere Nachrichtenportale auf die Meldung aufmerksam und die Geschichte verbreitet sich. Man kann Öl ins Feuer gießen, indem man sich als Familienmitglied eines Opfers

ausgibt oder indem man Beweise für eine Vertuschung fälscht. Beide Optionen rufen emotionale Reaktionen hervor und die gesamte Medienlandschaft mischt anschließend mit. Jetzt wird der Druck erhöht: Entweder stellt man die Untersuchung in Frage oder man setzt Bots zur Verbreitung des Hashtags #UntersuchungJetzt ein. Schließlich wird entweder ein gefälschter Artikel veröffentlicht oder die bisher ungenutzte Strategie (sich als Familienangehörige ausgeben oder Beweise fälschen) eingesetzt. Ein (fiktiver) Untersuchungsausschuss, der für das Flugzeugunglück eingerichtet wurde, reagiert auf die Vorwürfe via Twitter. Spielende können diesen weiter angreifen durch eine Rücktrittsforderung oder den Einsatz weiterer Bots. Am erfolgreichen Ende des Spiels tritt der Vorsitzende des Untersuchungsausschusses zurück.

### Weiterführende Informationen:

Bei der [Sozialmediaakademie](#) oder [spezifisch für Klima-Themen](#) gibt es Tipps, was man gegen Trollen tun kann.

## EINSATZ MIT JUGENDGRUPPEN

Eine Runde des Spiels dauert etwa 20 Minuten. Das Spiel ist für Schulklassen geeignet und kann zur Aneignung von Medienkompetenzen eingesetzt werden. Eine Unterrichtsstunde kann folgendermaßen aufgebaut werden: Zuerst wird gespielt und danach werden die Methoden der Desinformation in einer Gruppendiskussion analysiert. Wenn Schülerinnen und Schüler das Spiel in Zweier-Paaren gemeinsam spielen, können sie bereits während des Spiels über ihr Vorgehen diskutieren.

Erfahrungsgemäß bietet das Spiel einen guten Einstieg, um über das Phänomen Desinformation zu diskutieren. Es macht klar, wie leicht Informationen manipuliert werden können.

## ALTERSBESCHRÄNKUNG UND SENSIBLE INHALTE

Das Spiel wurde für Personen ab 14 Jahren entwickelt. Einige Inhalte, wie das fiktive Flugzeugunglück, können eine emotionale Betroffenheit auslösen. Einige Verschwörungstheorien, die tatsächlich existieren, können irritierend wirken. Im Spiel kommen keine gewalttätigen Inhalte vor. Beschimpfungen und Beleidigungen enthalten keine Kraftausdrücke. Einige Spielerinnen und Spieler können es als belastend empfinden, in die Rolle eines Betrügers zu schlüpfen. Das Spiel findet in einer virtuellen Welt statt und es werden keine Inhalte veröffentlicht.

## ERGÄNZENDE MATERIALIEN FÜR DIE ARBEIT MIT SCHULKLASSEN

Bundeszentrale für politische Bildung

Aufgabe der Bundeszentral für politische Bildung ist es, Verständnis für politische Sachverhalte zu fördern, das demokratische Bewusstsein zu festigen und die Bereitschaft zur politischen Mitarbeit zu stärken. Auch zum Thema Medienkompetenzen stellt sie Materialien zur Verfügung.

- Spezial zum Thema "Fake News":  
<https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/fake-news/>
- Spezial zum Thema "Hate Speech":  
<http://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/253577/spezial-zum-thema-hate-speech>

## Klicksafe.de

Klicksafe.de setzt sich seit 2004 im Auftrag der EU-Kommission für eine kompetente und kritische Nutzung des Internet und der neuen Medien ein.

Auf der Webseite Klicksafe.de finden sich eine Fülle an Informations- und Unterrichtsmaterial sowie weiterführende Informationen für Kinder & Jugendliche, Eltern sowie Pädagogen.

- Weiterführende information zum Themenbereich “Fake News”:  
<https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/fake-news/#s/fakenews>
- Laut. Stark. Online. Materialien zum Thema “Fake News” und “Hass im Netz” für die Arbeit mit Jugendlichen im alter von 12 und 16 Jahren:  
<https://www.klicksafe.de/service/aktuelles/news/detail/neues-material-laut-stark-online-gegen-fake-news-und-hass/#s/fakenew>



**BAD**   
 **NE**   
 **WS**

This game was developed by researchers at Cambridge University and DROG, a Netherlands-based platform against disinformation. For more information about the game and its development, or if you have ideas or feedback, we're very happy to hear from you. Ruurd Oosterwoud, founder of DROG, can be reached at [ruurd@wijzijndrog.nl](mailto:ruurd@wijzijndrog.nl). Or visit DROG's website at [www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com)

Copyright © 2018 DROG (www.aboutbadnews.com) All rights reserved. This document is intended for use as educational material. This earmarked copy is the property of the individual or organization that purchased it, and is not intended for use by third parties. The following conditions apply:

- You may not use or reproduce this work for any commercial purposes, nor may it be used as supporting content for any commercial product or service.
- You may not alter, transform, or build upon this work.
- Any unauthorized reproduction or sharing of this document will constitute an infringement of copyright.