

# Think twice! Erkenne Manipulation, Desinformation und geschlechtsspezifische Online-Gewalt (OGBV)

Tag 2

Medienakademie: Medienkompetenz und gesellschaftliche Teilhabe stärken

## Tag 2 | Vormittags .....



@GIZ



@GIZ

## Nachmittags .....



@GIZ

### Media Moves

1 Stunde

Kritisches Denken

### Media Minds °1

1 Stunde

Manipulation,  
Desinformation und  
geschlechts-  
spezifische Online-  
Gewalt (OGBV)

### Media Minds °2

1 Stunde

Manipulation,  
Desinformation und  
geschlechts-  
spezifische Online-  
Gewalt (OGBV)

### Media Makers

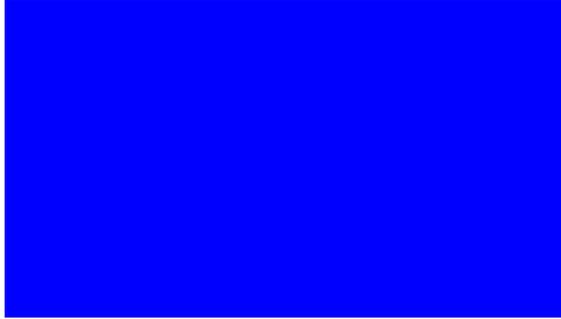
2 Stunden

Video-Clip  
"#ThinkTwice"

# Aktivität „Überzeugungstechniken“

Media Minds<sup>o</sup>1 | Sei kritisch! Manipulation, Desinformation und geschlechtsspezifische Online Gewalt (OGBV)

# Aktivität „Überzeugungstechniken“



Für das Spiel „Rot gegen Blau“ benötigen wir vier Gruppen.

- **Die Jury:** 3 Freiwillige
- **Gruppe Rot:** 3 Freiwillige
- **Gruppe Blau:** 3 Freiwillige
- **Kritische Beobachter\*innen:** alle Anderen



**5 Min.**



Die **Gruppen Rot** und **Blau** bereiten einen **einminütigen Pitch** vor, um die Jury von der Schönheit und Überlegenheit ihrer Farbe zu überzeugen.

Die **Jury** hat Marker und Stimmkarten – welche Farbe gewinnt? Die Jury kann jeder Gruppe eine **Anschlussfrage** stellen. Die Gruppen können ihre Farbe in **einer weiteren Minute** verteidigen.

Die **Kritischen Beobachter\*innen** identifizieren die Argumente, die **Emotionen** ansprechen.

Am Ende: Die Jury zeigt ihre **Entscheidung**: Eine Sieger\*innenfarbe steht fest!

## Definition von **Überzeugung**:

*„Verwendung verbaler und nonverbaler **Botschaften**, um eine Person dazu zu bringen, sich in einer Weise zu verhalten oder einen Standpunkt in Bezug auf **Werte, Einstellungen und Überzeugungen** einzunehmen, den sie sonst nicht eingenommen hätte“*

Quelle: <https://most.oercommons.org/courseware/lesson/914/overview>

# Überzeugungstechniken



Quelle: <https://pixabay.com/de/photos/marionette-politisch-käfig-okulte-3543246/>

... die ihr kennen solltet

- ➔ Starke Emotionen aktivieren (1)
- ➔ Gegner\*innen angreifen (2)
- ➔ Ideen vereinfachen (3)
- ➔ Auf Werte und Bedürfnisse reagieren (4)

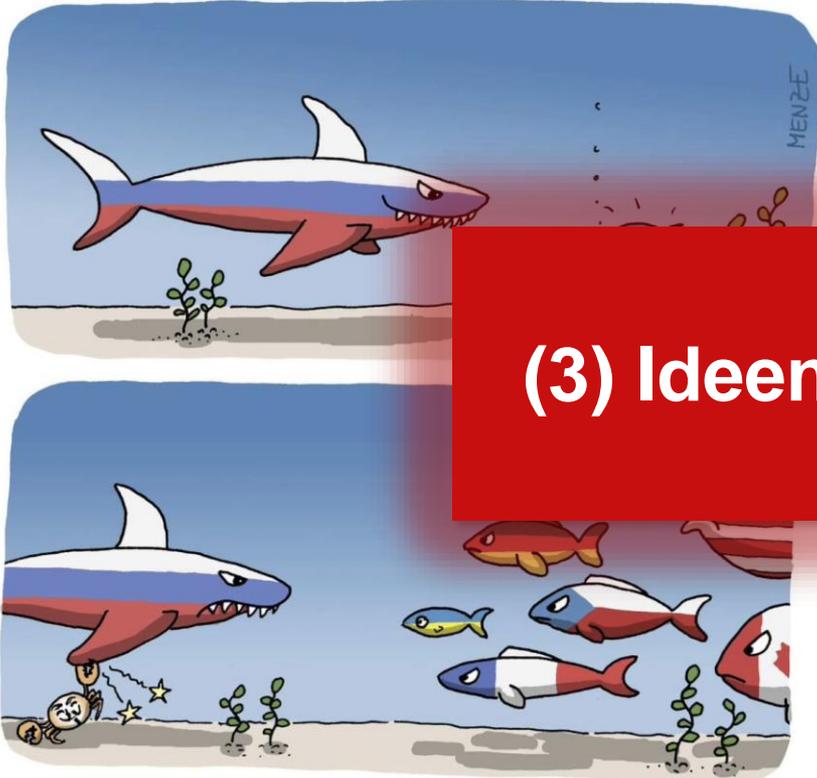
# Welche Überzeugungstechnik wird verwendet?



Quelle: <https://www.diakonie-wuerttemberg.de/hilfe-weltweit/brot-fuer-die-welt>

Quelle <https://www.unwomen.org/fr/news/stories/2013/10/women-should-ads>.

# Welche Überzeugungstechnik wird verwendet?



**(3) Ideen vereinfachen**

Before

After



<https://medium.com/digital-media-literacy/explaining-sharks-propaganda-da76a435877d>

Source: <https://www.morethanabody.org/body-before-after/>

# Welche Überzeugungstechnik wird verwendet?



(2) Gegner angreifen

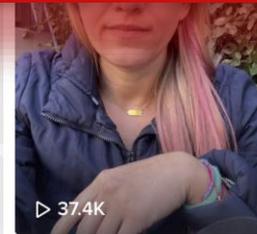
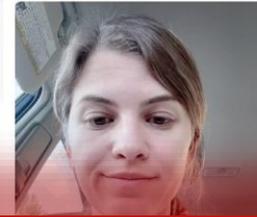


Screenshots aus [https://www.youtube.com/watch?v=nXYM\\_zBVF7Q](https://www.youtube.com/watch?v=nXYM_zBVF7Q)

<https://propaganda.mediaeducationlab.com/hr/node/1298>  
<https://theconversation.com/banning-tiktok-could-weaken-personal-cybersecurity-203398>

# Welche Überzeugungstechnik wird verwendet?

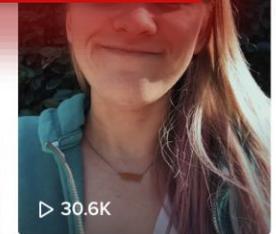
(4) Auf Werte und Bedürfnisse reagieren



24 hours after my first Ket...



1st day of a Ketamine Trea...



Gonna start Ketamine for T...

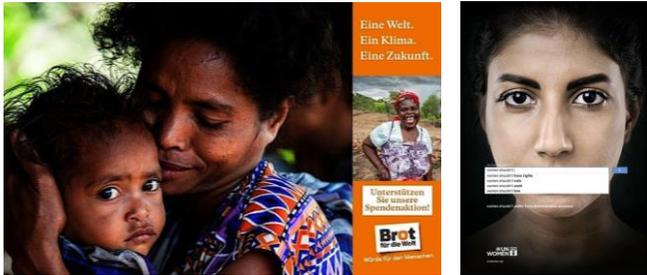


<https://medium.com/the-redrick-gazette/messaging-in-marketing-the-winning-formula-9aa5a87bb50e>

<https://propaganda.mediaeducationlab.com/rate/treatment-depression>

# Alle Überzeugungstechniken auf einen Blick

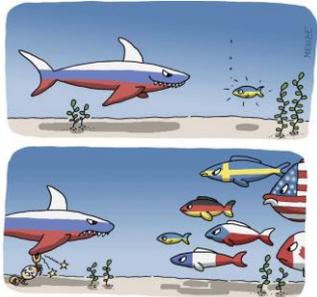
## 1. Starke Emotionen aktivieren



## 2. Gegner angreifen



## 3. Ideen vereinfachen



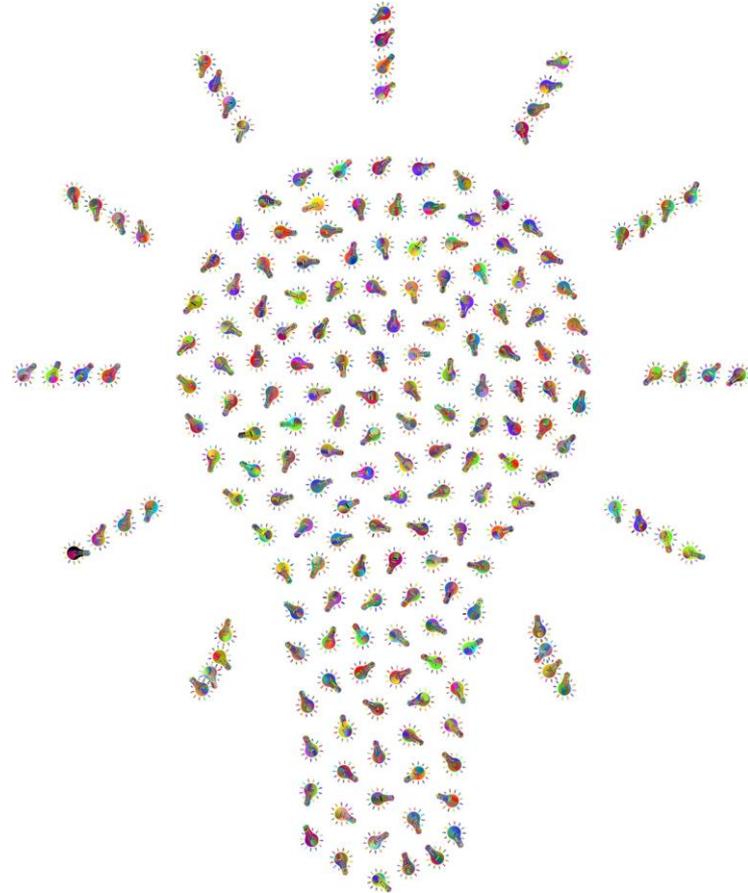
## 4. Auf Werte & Bedürfnisse reagieren



## Aktivität „Überzeugungstechniken“

### Zum Mitnehmen

- Überzeugung zielt darauf ab, die Meinung, die Einstellung und das Verhalten von Menschen zu ändern.
- Das Erkennen gängiger Überzeugungstechniken in Argumenten und Medienbotschaften (Aktivierung starker Emotionen, Vereinfachung von Ideen, Angriff auf den Gegner\*innen und Eingehen auf unsere Bedürfnisse und Werte) ist hilfreich, um nicht manipuliert zu werden.



# Aktivität „Desinformation & OGBV°1“

Media Minds°1 | Sei kritisch! Manipulation, Desinformation, geschlechtsspezifische Onlinegewalt (OGBV)

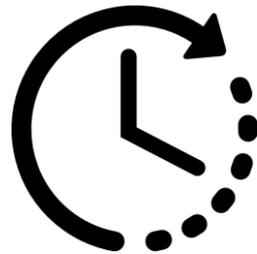
# Aktivität „Desinformation & OGBV°1“



## Zeit für ein Puzzle

- Für dieses Spiel benötigen wir zwei Gruppen.
- Jede Gruppe bekommt Puzzleteile (sie sind unterschiedlich).
- Findet die **Begriffe**, ihre **Erklärung** und das **entsprechende Symbol**, die zusammengehören.
- Diskutiert konkrete Beispiele aus eure Erfahrungen mit sozialen Medien. Findet **pro Begriff 1 konkretes Beispiel aus den sozialen Medien** und schreibt es auf eine Karte.

Präsentiert und teilt eure Ergebnisse mit den anderen Gruppen.



**10 Min.**

## Falschinformationen

Das sind falsche oder irreführende Informationen, die jemand ohne bösen Willen verbreitet.



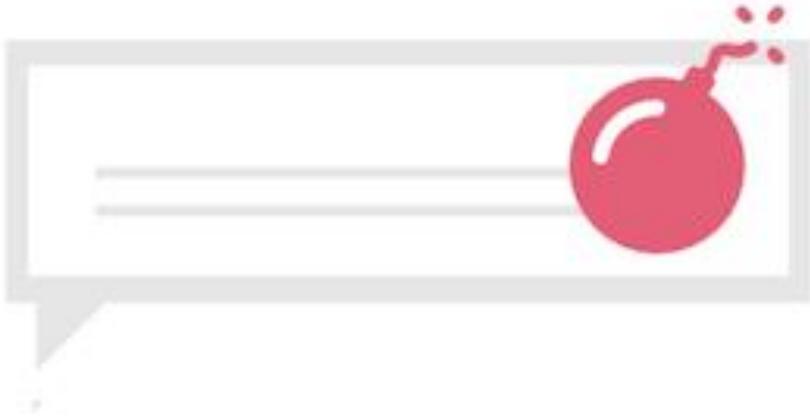
## Desinformation

Das sind falsche Informationen, die anderen schaden sollen.



## Malinformation

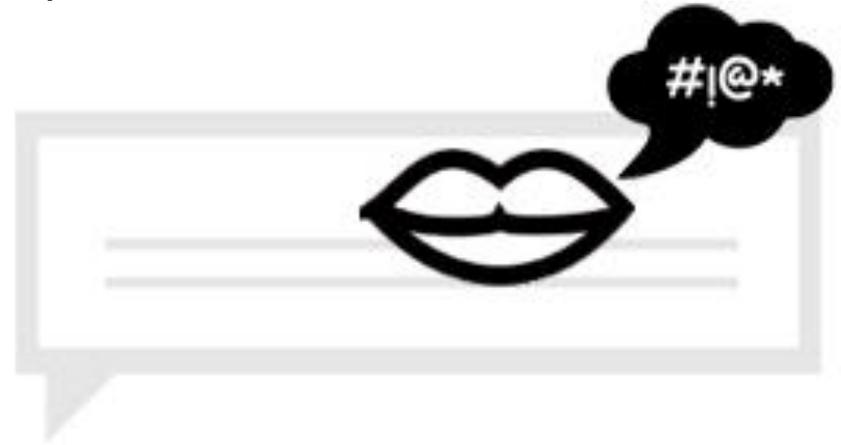
Das sind Informationen, die wahr sind, aber benutzt werden, um anderen zu schaden.



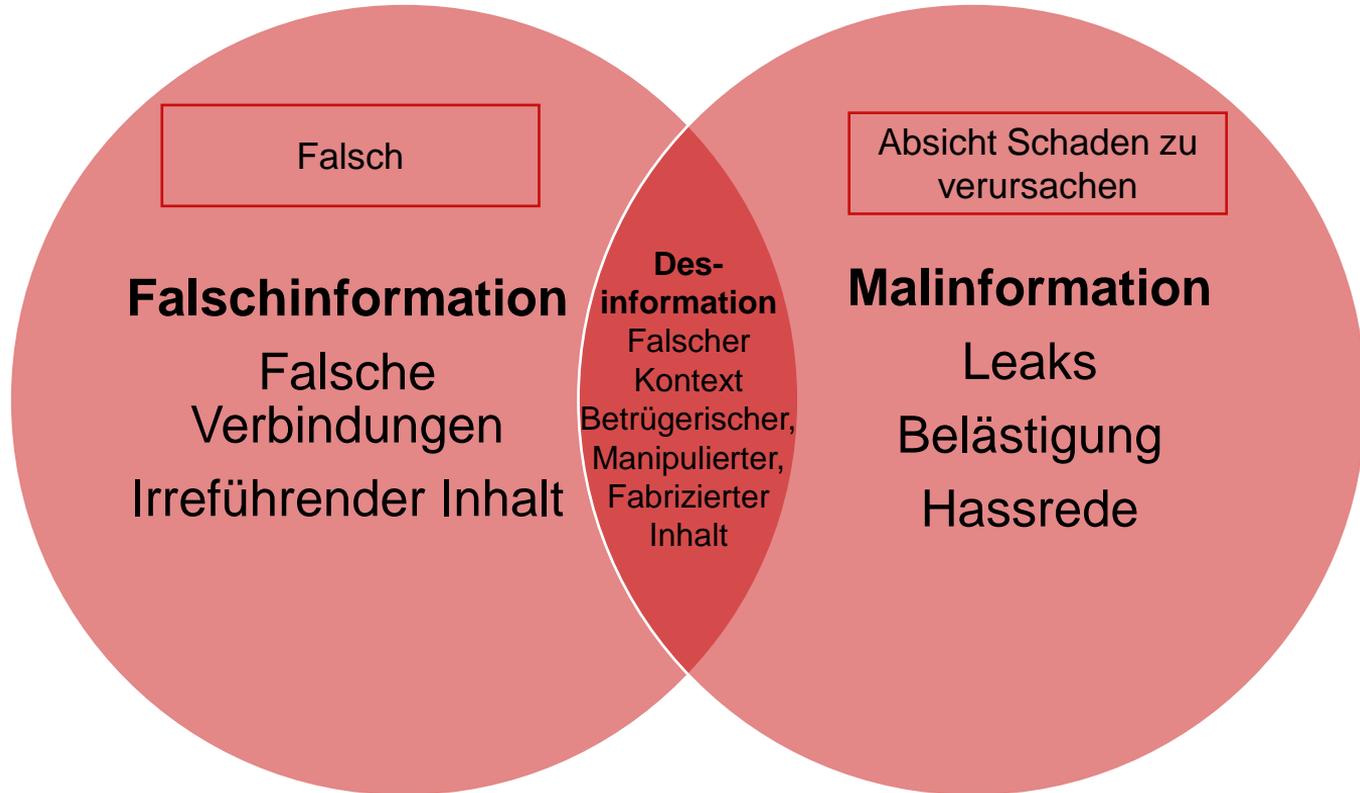
## Gerüchte

Das sind Informationen, die sich schnell verbreiten, bei denen noch nicht klar ist, ob sie wahr oder falsch

...



# Falsch-, Des- und Malinformation



## Was ist OGBV?

Geschlechtsspezifische Onlinegewalt (OGBV) bezieht sich auf technologiegestützte geschlechtsspezifische Gewalt, die online auftritt.



**Geschlechtsspezifische Onlinegewalt kann viele Formen annehmen.**

## Online Hassrede

Das ist eine verletzende Ausdrucksweise im Internet, die gezielt bestimmte Personengruppen und deren Mitglieder demütigen soll.



## Cybergrooming

Das ist eine gezielte Kontaktaufnahme mit Minderjährigen, um sich ihr Vertrauen zu erschleichen und sie sexuell zu missbrauchen.



## Onlinebelästigung

Das ist eine verletzendes Ausdrucksweise im Internet, bei der gezielt eine Person beleidigt, beschimpft, bedroht oder verfolgt wird.



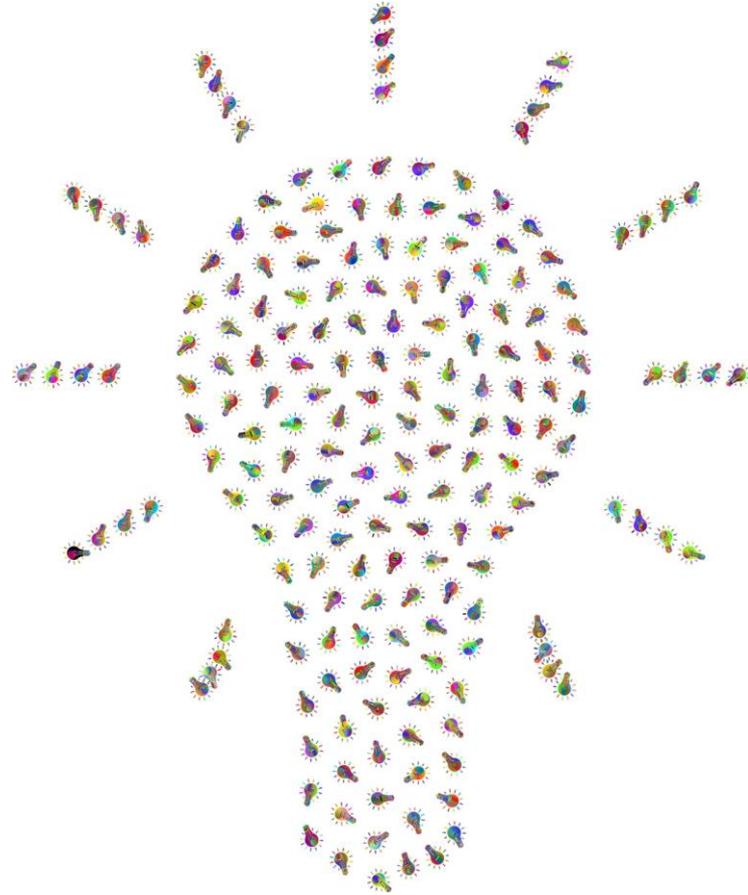
## Nicht einvernehmliche Weitergabe

Das ist die Weitergabe von privaten Informationen und Fotos an andere, ohne Zustimmung der betroffenen Person.



## Zum Mitnehmen

- Das Verständnis der Terminologie rund um Desinformation und OGBV ist eine Voraussetzung für MIL und die Identifizierung verschiedener Formen von Desinformation und OGBV.



A close-up photograph of a white porcelain teacup with a gold rim and handle, filled with a golden-brown tea. A single white daisy with a yellow center is floating on the surface of the tea. The cup sits on a matching saucer with a scalloped edge and floral patterns. Several other daisies are scattered on the dark, textured surface around the cup. A semi-transparent white banner is overlaid on the left side of the image, containing the text.

**Zeit für eine kleine Pause**

# Aktivität „Desinformation & OGBV°2“

Media Minds°2 | Sei kritisch! Manipulation, Desinformation, geschlechtsspezifische Onlinegewalt (OGBV)

# Quiz

Weisst du, was es ist?

**Desinformation**  
nicht einvernehmliche Weitergabe

**Hassrede**

**Childgrooming**

**Falschinformation**

**Onlinebelästigung**

**Gerüchte**

**Malinformation**

# Was ist das?



**People**  
**Rapper and Influencer Lil Tay  
Dead at 14 in 'Sudden and Tragic  
Passing': Family**

Das People-Magazin auf Instagram veröffentlicht am 9. August 2023: "Rapper und Influencer Lil Tay tot mit 14 durch plötzliches und tragisches Ableben."

GERÜCHTE

Quelle: Instagramaccount @people ([https://www.instagram.com/p/CvvJG7Wy\\_zY/](https://www.instagram.com/p/CvvJG7Wy_zY/))

## Was ist das

# FALSCH- INFORMATION



**Katrin Göring-Eckardt** is  
**Thüringen, Germany.**

2 Std. • 

166 Straßen in Jena sind nach Männern benannt, und gerade mal 17 Straßen nach Frauen, also nur 1,7%! Dass das viel zu wenig ist und überhaupt nichts mit der Realität zu tun hat, merkt wirklich jede\*r. Um darauf

Quelle: <https://www.mimikama.org/goering-eckardts-rechenfehler/>

# Was ist das?



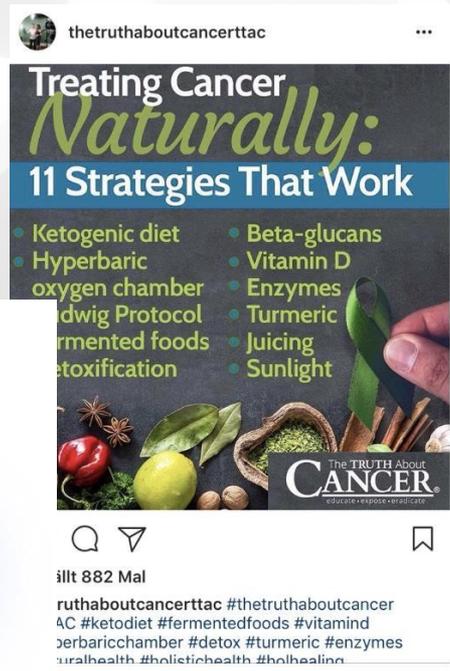
Sieht so das Gesicht einer Frau aus, die von einem sexuellen Übergriff berichtet, der ihr 36 Jahre lang Schmerzen und Leid zugefügt hat?

MAL-  
INFORMATION

Source: [www.facebook.com](https://www.facebook.com) Post from @Joushua.Feuerstein.5

# Was ist das?

DES-  
INFORMATION



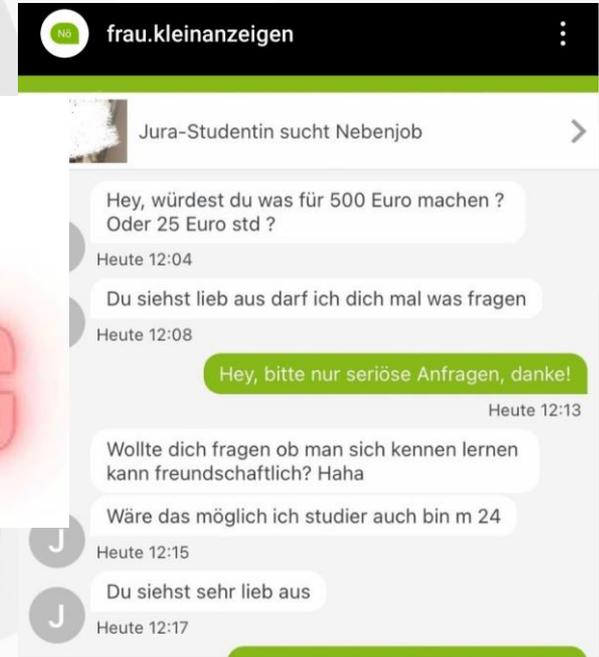
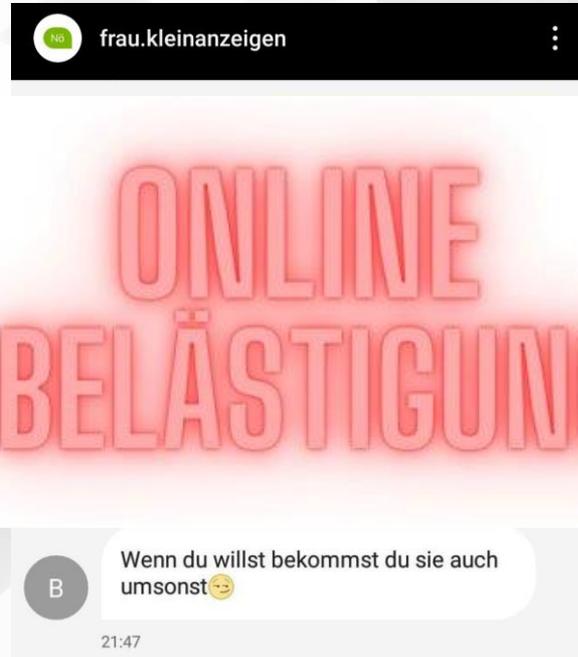
Krebs natürlich behandeln:  
11 Strategien die  
funktionieren

- Diät
- Sauerstoffkammer
- Fermentiertes Essen
- Etc.

Quelle: Instagramaccount "@theruthaboutcancertac"

# Was ist das?

ONLINE  
BELÄSTIGUNG



Quelle: Instagramaccount "@frau.kleinanzeigen"

# Was ist das?



Australien 2050  
"Warum hat  
Großvater sie nicht  
gestoppt Mama?"

**ONLINE  
HASSREDE**

Quelle: mematic.net

# Was ist das?

NICHT EINVERNEHMLICHE  
WEITERGABE



"Hi Krish, warum hast du das Foto von gestern Abend geteilt???? Das ist privat."

Quelle: <https://www.fakewhats.com/generator>

# Was ist das?

Komm schon, wir schreiben doch schon so lange miteinander. 🥰

Schalt endlich mal Deine Webcam an.

ich will Dich mal ganz sehen – am liebsten ohne Shirt... 😏

das bleibt unser Geheimnis, wir sind doch Freunde

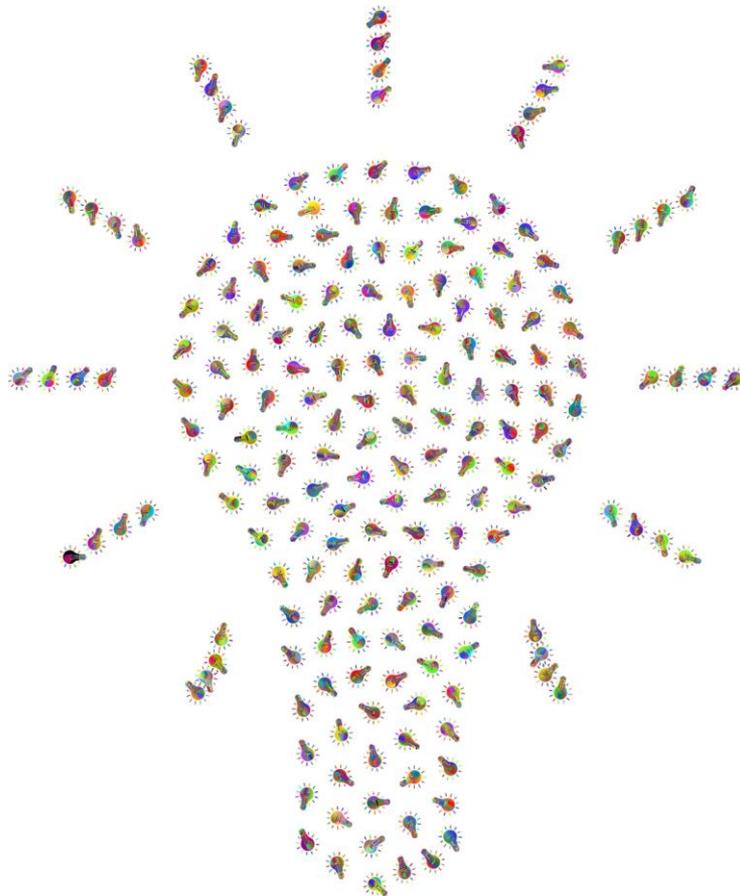
📩 Gesendet

CYBER  
GROOMING

Quelle: <https://www.internet-abc.de/eltern/sexuelle-belaestigung-im-internet/>

## Zum Mitnehmen

- Der Austausch über (persönliche) Medienbeispiele im Zusammenhang mit Desinformation und OGBV hilft Social-Media-Nutzer\*innen zu erkennen, wie weit verbreitet sie sind.
- Das Erkennen jeglicher Form von Desinformation und OGBV ist ein grundlegender Schritt zum Aufbau von Widerstandskraft und Motivation, um in den sozialen Medien verantwortungsvoller zu agieren und zu reagieren.



# Aktivität 3 „Schädliche Folgen“

Media Minds°2 | Sei kritisch! Manipulation, Desinformation, geschlechtsspezifische Onlinegewalt (OGBV)

# Aktivität „Schädliche Folgen“

## Aufgabe für die Gruppenarbeit

Was sind mögliche **schädlichen Folgen von Desinformation** und **geschlechtsspezifischer Onlinegewalt** für Einzelne und die Gesellschaft?

Gruppe A: Folgen von Desinformation **für Einzelpersonen**

Gruppe B: Folgen von Desinformation für **die Gesellschaft**

Gruppe C: Folgen geschlechtsspezifischer Online-Gewalt für **direkt Betroffene**

Gruppe D: Folgen geschlechtsspezifischer Online-Gewalt **für die Gesellschaft**

Baut ein **Kartenhaus**:

- Schreibt jede schädliche Folge auf eine Karte.
- Faltet jede Karte und verwenden diese als Wand für das Haus.
- Wie hoch ist euer Kartenhaus?

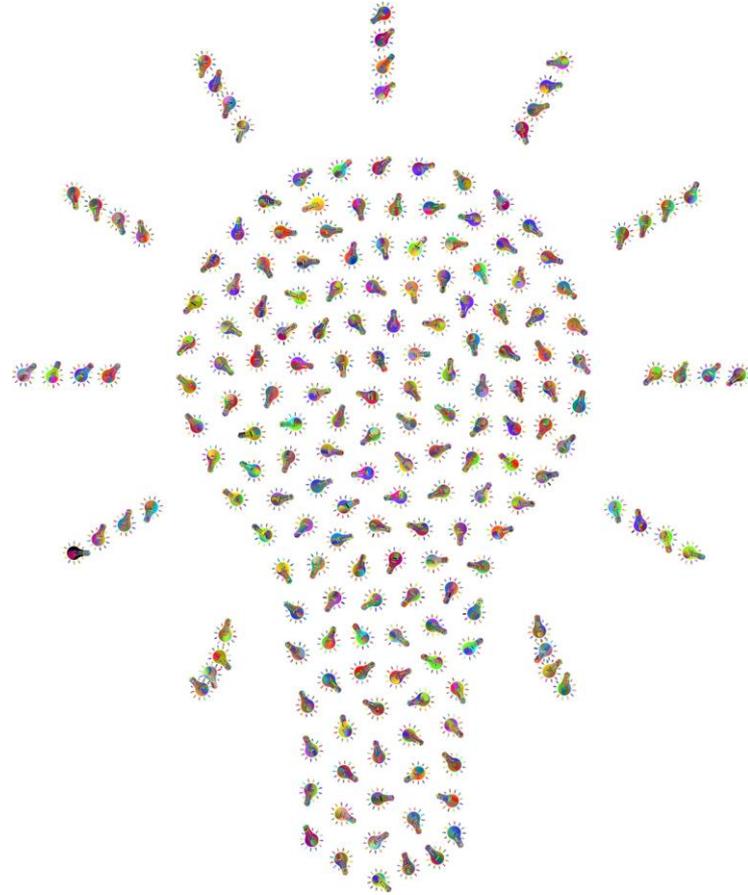


**10 Min.**

# Aktivität „Schädliche Folgen“

## Zum Mitnehmen

- Desinformation kann weniger schädliche und sehr schädliche Folgen haben (z. B. Misstrauen, Stress, schweres Leid, politische Unruhen, Polarisierung, Gewalt). Der Schaden von Desinformation hängt von der Wirkung und Reichweite ab und davon, welche Emotionen ausgelöst werden (z. B. Angst, Wut).
- Geschlechtsspezifische Online-Gewalt ist immer schädlich für den\*die Einzelne\*n (z. B. Angst, Leid, Depressionen, reale Gewalt, sexuelle Ausbeutung) und für die Gesellschaft (Ungleichheiten im soziokulturellen Leben, bei der freien Meinungsäußerung, bei der Teilhabe an der Gesellschaft, Diskriminierung, Gewalt, Ausbeutung). Online-Gewalt kann die Offline-Gewalt verstärken.

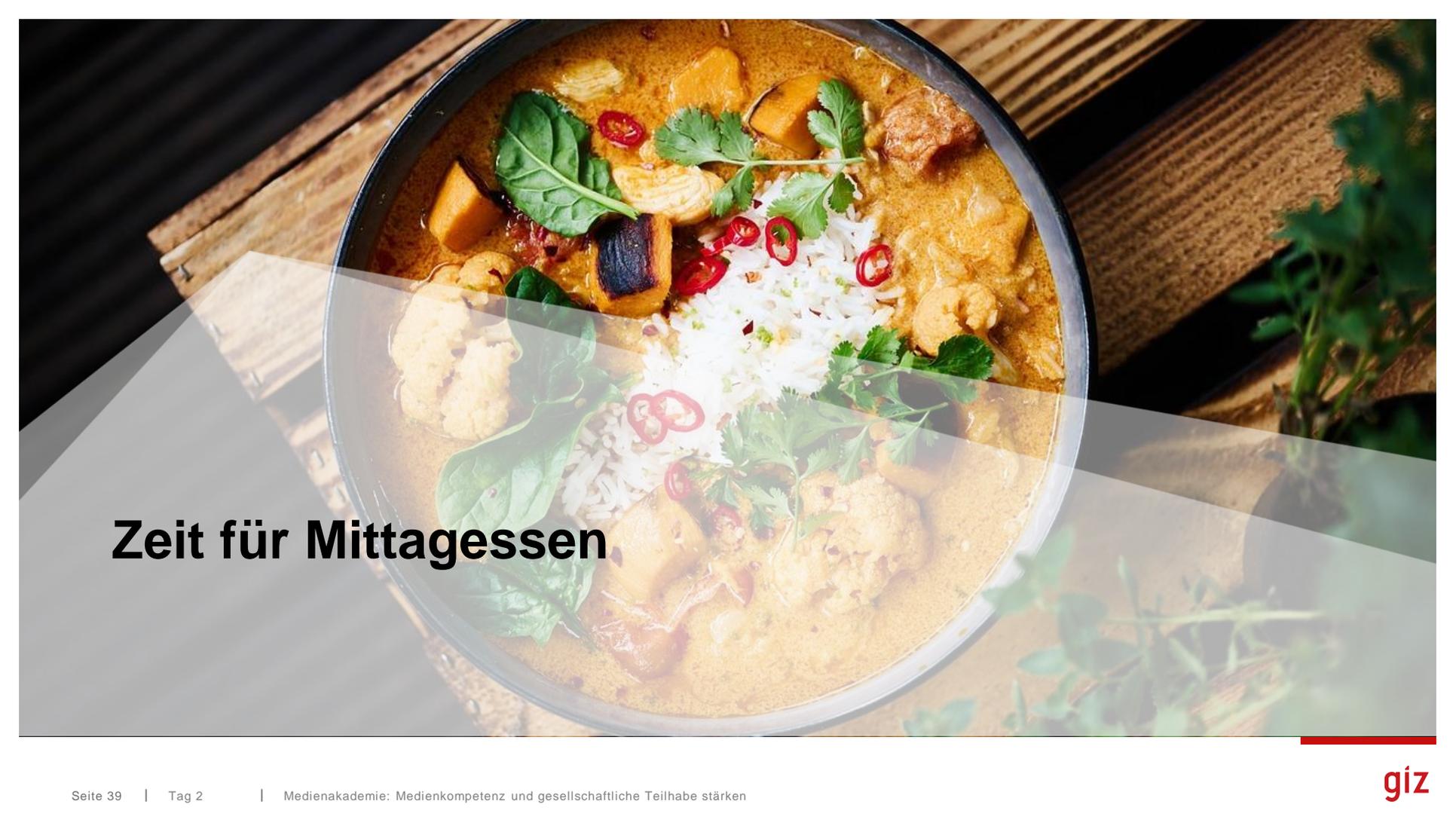


A close-up photograph of a white porcelain teacup with a gold rim and handle, filled with a golden-brown tea. A single white daisy with a yellow center is floating in the tea. The cup sits on a matching white porcelain saucer with a gold rim and a floral pattern. Several other daisies are scattered on the saucer and the surface around it. The background is a dark, textured surface.

**Zeit für eine kleine Pause**

# Aktivität „Kritisches Denken“

Media Moves | Sei kritisch! Manipulation, Desinformation und geschlechtsspezifische Online Gewalt (OGBV)



# Zeit für Mittagessen

# Aktivität „Medienvorbereitung“

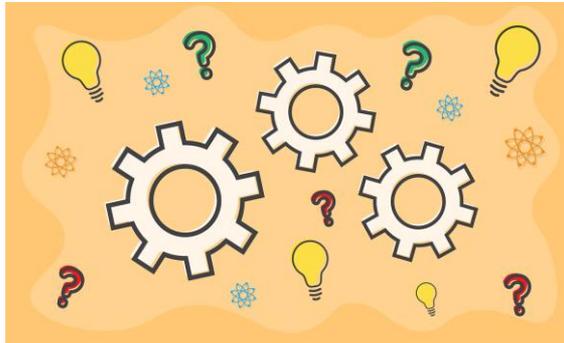
Media Makers | Videoclip #ThinkTwice

# Aktivität „Medienvorbereitung“ – Video clip #ThinkTwice

## Planung

Plant einen kurzen Videoclip (10-15s, ohne Sprache), um andere zu sensibilisieren, wie man besser auf emotionale Posts reagieren sollte.

- Entscheidet euch für ein Emoji
- Zeigt eine Reaktion auf einen Social Media Beitrag, die vermieden werden sollte (Daumen runter)
- Zeigt eine Reaktion die ihr empfiehlt (Daumen rauf)
- Endet mit dem Slogan "#ThinkTwice"



**Plant euren #ThinkTwice video clip\***  
\*das Video sollte nicht länger als 15 Sek. sein

Titel eures Clips: \_\_\_\_\_

**Weiches Emoji** Beschreibt eine Social-Media-Situation, die diese Emotion auslöst:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Zu vermeidende Reaktion** Zeichnet und beschreib:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Bessere Reaktion** Zeichnet und beschreib:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Zeigt den Slogan** Teammitglieder:

#ThinkTwice

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# Aktivität „Medienvorbereitung“ – Beispiele

## Beispiel Querformat



## Beispiel Hochformat



# Aktivität „Medienvorbereitung“ – Videoclip #ThinkTwice

## Produktion

- Verwendet die Kamera-App oder eine Video-App, mit der ihr gut arbeiten könnt. Sie sollte euch ermöglichen, Szenen zu schneiden, Emojis/Text/Filter sowie Musik hinzuzufügen.
- Kein Instagram, Snapchat, TikTok oder andere Social-Media-Apps!
- Entweder nur im Querformat oder nur im Hochformat filmen.
- Lasst beim Filmen Platz für Text und Emojis.
- Überprüft die Länge der Szenen – haltet den Clip kurz (ca. 10-15 Sekunden).

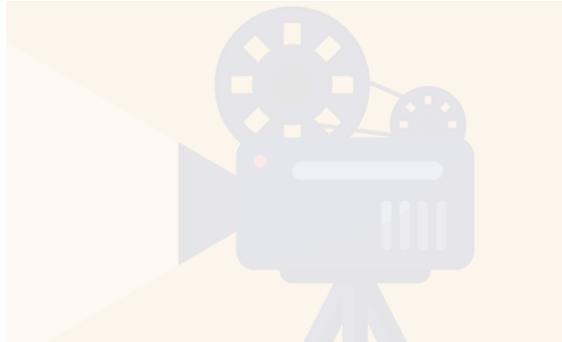


# Aktivität „Medienvorbereitung“ – Videoclip #ThinkTwice

## Postproduktion

### Videoschnitt

- Kontrolliert die Länge der Videoclips.
- Fügt Text, Sprechblasen, Emojis und Musik (lizenzfrei) ein.
- Beendet euer Video mit dem Slogan **#ThinkTwice**.
- Speichert das Video. Überträgt es für die Präsentation.





Speichern.

**Wie machen wir den Videotransfer?**

# Aktivität „Medienproduktion“

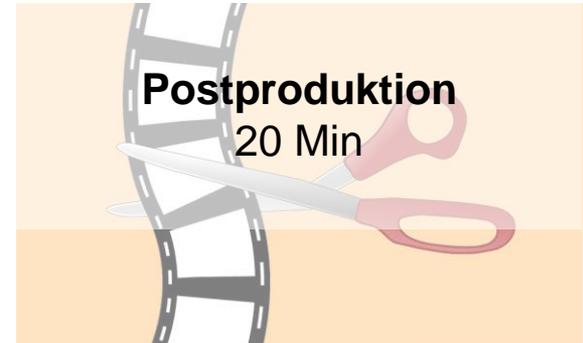
Media Makers | Videoclip “#ThinkTwice”

# Aktivität „Medienproduktion“ – Videoclip "#ThinkTwice"

## Aufgabe:

Erstellt mit Hilfe des Arbeitsblatts und der Emojis einen kurzen Videoclip (10-15s, ohne Sprache) um andere zu sensibilisieren, wie man besser auf emotionale Posts reagieren sollte.

- Entscheidet euch für ein Emoji.
- Zeigt eine Reaktion auf einen Social Media Beitrag, die vermieden werden sollte (Daumen runter).
- Zeigt eine Reaktion, die ihr empfiehlt (Daumen rauf).
- Endet mit dem Slogan "#ThinkTwice".



# Aktivität „Medienpräsentation“

Media Makers | Videoclip "#ThinkTwice"

## Aktivität „Medienpräsentation“

### Warum ist konstruktives Feedback wichtig?

- Wertschätzung für das Erreichte
- Voneinander lernen
- Verbesserungsmöglichkeiten identifizieren
- Austausch von Vorschlägen zur Verbesserung

### Wie können wir konstruktives Feedback geben und erhalten?

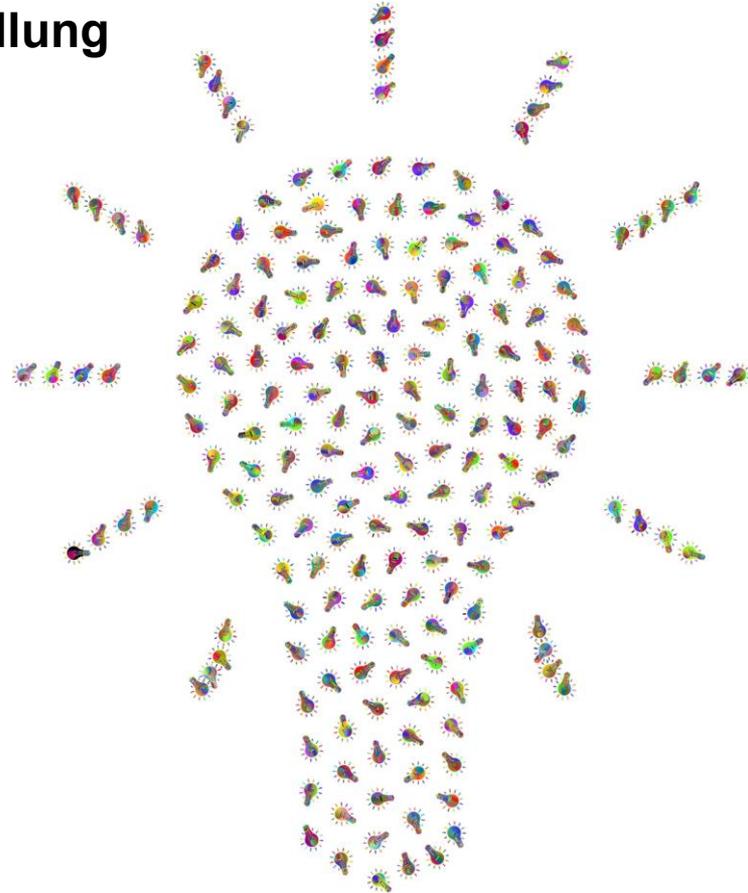
- Was gefällt mir?
- Wo sehe ich Verbesserungsbedarf?
- Was sind meine Vorschläge?



# Aktivitäten „Medienvorbereitung, Medienerstellung und Medienpräsentation“

## Zum Mitnehmen

- Für die Produktion von Lehrvideos ist es wichtig, die Botschaft und die Geschichte zu planen, Musik und Effekte zu verwenden, um die Botschaft für unsere Videos attraktiver zu machen.
- Videos, die aussagekräftige Botschaften enthalten, können ein wichtiges Bildungswerkzeug sein.
- Die Produktion von Medien macht Spaß, fördert die Kreativität und die Teamarbeit.



# Think twice! Erkenne Manipulation, Desinformation und geschlechtsspezifische Online-Gewalt (OGBV)

Tag 2

Medienakademie: Medienkompetenz und gesellschaftliche Teilhabe stärken