# Episode 7 - Medienkompetenz zwischen den Generationen

**JINGLE**

**ANMODERATION:** Massenmedien stehen in Deutschland von verschiedenen Seiten unter Beschuss. Die einen finden die Berichterstattung zu einseitig, andere nicht kritisch genug oder im Gegenteil zu parteiisch. Heizen Medien wirklich nur Konflikte an und polarisieren unsere Gesellschaft? In diesem Podcast gehen wir diesen Fragen in acht Folgen auf den Grund. Profis aus Medienwelt und Wissenschaft teilen ihr praktisches Wissen und diskutieren die Rolle der Medien in gesellschaftlichen Konflikten.

**Sprecher**: “HALT @ Zusammen – Medien Im Konflikt“

Dies ist ein Podcast von “Gegen Vergessen- für Demokratie e.V.”

**JINGLE ENDE - MUSIK, EINSTIEG IN EPISODE**

**Atmo_Einstiegszitat: Alterspräsidentin Landtag SH Eva von Angern**

„Meine Damen und Herren: Wir brauchen nicht darüber zu reden, ob es Medienverbote für junge Menschen braucht. Das Gift dort verströmen Erwachsene. Sie stehen vorbildhaft in der Verantwortung. Dieses Entmenschlichen geht ganz zwangsläufig auch mit einem generellen Verlust an Menschlichkeit und Respekt vor der oder dem anderen draußen im Land einher, was die gesamte Gesellschaft auszuhöhlen droht.“

**AUTOR:**

Deutliche Worte von Eva von Angern, Alterspräsidentin des Landtags von Sachsen-Anhalt.

Medien spielen eine zentrale Rolle für unsere Demokratie. Aber nicht nur, wie sie Informationen aufbereiten und verbreiten, ist entscheidend – sondern auch, wie wir als Gesellschaft mit diesen Informationen umgehen.

**SPRECHER:** Episode 7: Medienkompetenz zwischen den Generationen von Noel Schepp

**Trenner**

**Autor:**
In der Debatte über Medienkompetenz und digitale Medien geht es häufig um Kinder und Jugendliche: Um Smartphones an Schulen, um mögliche Altersgrenzen für soziale Netzwerke und darum, wie junge Menschen vor problematischen Inhalten geschützt werden können.

Eva von Angern lenkt den Blick dagegen auf die Erwachsenen und ihre Verantwortung.

Warum sprechen wir bei Medienkompetenz also hauptsächlich über Kinder und Jugendliche und nicht über Ältere?

Ich stelle mir die Frage: Wie unterschiedlich sind die Fähigkeiten der Generationen eigentlich?

Um das zu verstehen, lohnt sich zunächst ein Blick darauf, was Medienkompetenz überhaupt bedeutet.

**ATMO:** Hackescher Markt

**AUTOR:**
Dafür treffe ich Judith Kunz von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg - kurz mabb - in ihrem Büro am Hackeschen Markt in Berlin. Sie erklärt:

**O-Ton_Kunz_01**

„Also ich glaube auf den ersten Blick, denken viele beim Thema Medienkompetenz vor allen Dingen an das Bedienen digitaler Geräte, aber es ist sicher wichtig, da ein Verständnis für zu haben, dass dazu noch sehr, sehr viel mehr gehört. Zum Beispiel eben das Einordnen von Informationen.“

**AUTOR**: Judith Kunz hat Politikwissenschaft studiert und ist Referentin für Medienkompetenz - sie koordiniert bei der mabb verschiedene Projekte zur Vermittlung von Informations- und Nachrichtenkompetenz in der Region.

**O-Ton_Kunz_02**

„Das bedeutet konkret: Wir möchten die Menschen hier in der Region dabei unterstützen, Fakten von Fakes zu unterscheiden, Nachrichten einzuordnen, Informationen valid zu sortieren. Und das tun wir für alle Menschen.“

“Wir konzentrieren uns eben eher auf Angebote zur Nachrichtenkompetenz. Das heißt, wir wollen eher Bewusstsein dafür schaffen: Wie kann ich Informationen einordnen, was sind Fakten, was sind Fake, solche Fragen.“

**AUTOR:**

Ein Smartphone bedienen zu können, ist also das eine. Zu verstehen, woher die Informationen darauf stammen und ob ich ihnen vertrauen kann, ist etwas anderes.

Genau um diesen Teil von Medienkompetenz soll es hier vor allem gehen: um den Umgang mit Nachrichten und Informationen in verschiedenen Medien. Aber wie nutzen Schüler:innen heute eigentlich digitale Medien?

**ATMO: Workshop**

**AUTOR:**
Dafür lohnt sich ein Blick in die praktische Medienbildungsarbeit. Zum Beispiel auf das Projekt „Journalismus macht Schule“. Dabei besuchen Journalist:innen ehrenamtlich Schulklassen und sprechen mit ihnen genau darüber.

Eine von ihnen ist Ulrike Gruska. Sie ist Journalistin, Expertin für Osteuropa und beschäftigt sich unter anderem mit russischen Desinformationskampagnen. Bei ihren Workshops erlebt sie immer etwas, das sie selbst überrascht.

**O-Ton_Gruska_01**

„Ich bin immer wieder darüber erstaunt, wie fit gerade auch jüngere Kinder sind.“

**AUTOR:**
Medienbildung gehört inzwischen zum schulischen Bildungsauftrag. Wie sie im Unterricht umgesetzt wird, unterscheidet sich allerdings je nach Bundesland. Häufig ist sie eine fächerübergreifende Aufgabe, teilweise gibt es dafür auch eigene Unterrichtsangebote.

Projekte wie „Journalismus macht Schule“ ergänzen diesen Unterricht. Und Gruska stellt dabei fest, dass die Schüler:innen oft schon einiges mitbringen – zum Beispiel, wenn es darum geht, Werbung von anderen Inhalten zu unterscheiden.

**O-Ton_Gruska_02**
“Das sind Viert- und Fünftklässler*innen, total fit und bauen dann, wenn sie selber eine Nachricht und einen Post bauen sollen, wo die anderen erkennen sollen, ob das wahr oder falsch ist, dann bauen sie das super

cool zusammen. Der Influencer trägt dann irgendwie den Nike-Pulli oder hat seine super Evian-Flasche vor sich stehen. Die wissen ganz, ganz viel und wir können dann einfach noch was dazugeben.“

**AUTOR:**

Das Kinder und Jugendliche, die mit dem Internet aufgewachsen sind, schon viel Wissen im Bereich der Medienkompetenz mitbringen, sind, heißt natürlich nicht, dass sie automatisch alles durchschauen, was ihnen im Netz begegnet.

Aber wie sieht es im Vergleich zu Erwachsenen also z.B. mit ihren Eltern aus? Schließlich sind die Generationen mit verschiedenen Arten von Mediennutzung aufgewachsen und haben dadurch unterschiedliche Erfahrungen gesammelt.

Judith Kunz von der mabb sieht verschiedene Potenziale, an denen man in der Medienbildung ansetzen kann.

**O-Ton_Kunz_03**

Ich glaube ich schon, dass auch Ältere natürlich viele Kompetenzen mitbringen, zum Beispiel einfach weil sie anders groß geworden sind, mit anderen Medien groß geworden sind, ein gutes Verständnis dafür: Was ist ein journalistisch recherchierter Beitrag und was ist eine private Einzelmeinung.“
Und das sind, glaube ich, Themen, die häufig nicht so von selbst am Familientisch aufploppen.  Aber wenn wir Angebote machen, wo Jung und Alt miteinander ins Gespräch kommen, dann kann das sehr gut funktionieren.”

**AUTOR:**
Jüngere und Ältere bringen also unterschiedliche Erfahrungen im

Umgang mit Medien mit. Und gerade im Austausch miteinander können sie voneinander lernen.

Allerdings prägen diese Erfahrungen auch, welchen Medien wir vertrauen. Wer mit der Tageszeitung aufgewachsen ist, blickt möglicherweise anders auf Informationen aus dem Internet als jemand, der Nachrichten vor allem über soziale Netzwerke bekommt.

Ulrike Gruska begegnet dabei immer wieder einer bestimmten Vorstellung: dass sich schon am Medium erkennen lässt, wie verlässlich eine Information ist.

**O-Ton_Gruska_03**

„Es ist nicht das Internet oder es ist auch nicht die und die Plattform einfach generell böse oder die sozialen Netzwerke, sondern wem folgst du da? Also ich kann im Internet genauso tiefgründige Informationen finden wie auf meinem Papierblatt. Es ist einfach nur ein anderer Verbreitungsweg.“

**AUTOR:**

Die Art, wie uns Informationen erreichen, hat sich  in den vergangenen Jahren stark verändert. Auf Instagram, Facebook oder TikTok begegnen sie uns zwischen Urlaubsfotos, Werbung und persönlichen Meinungen. Journalistische Beiträge stehen dort neben Inhalten, die ganz andere Absichten verfolgen. Studien wie der Digital News Report 2026 vom Reuters Institute zeigen diese Verschiebung: 36 Prozent der gesamten erwachsenen Online-Bevölkerung in Deutschland nutzen Soziale Medien mittlerweile als Nachrichtenquelle, Tendenz steigend. Bei den 18- bis 24-Jährigen sind es sogar bereits 60 Prozent. Davon betrachten 44 Prozent Soziale Medien als ihre wichtigste Quelle und für 17 Prozent sind sie die einzige Nachrichtenquelle.

Und anders als beim bewussten Aufschlagen einer Zeitung entscheiden wir beim Scrollen nicht allein, welche Informationen wir zu sehen bekommen. Eine wichtige Rolle spielen dafür die Algorithmen der Plattformen, die auch dafür sorgen, dass Desinformation schneller und weiter verbreitet wird als früher.

**O-Ton_Gruska_04**

„Und das ist ein riesengroßes Problem, weil diese Algorithmen, da setzen sich ja auch viele Organisationen dafür ein, das zu ändern, weil die eben nicht öffentlich sind und wir nicht kontrollieren können, nach welchen Gesichtspunkten die uns Nachrichten anzeigen.“ (5:08-6:00)

**AUTOR:**
Das wird besonders dann problematisch, wenn gezielt falsche oder irreführende Informationen verbreitet werden, um Menschen zu beeinflussen. Man spricht dann von Desinformation.

In einer EU-weiten Befragung aus dem Jahr 2025 gaben zwei Drittel der Befragten an, in der vergangenen Woche zumindest gelegentlich auf Desinformation oder Falschmeldungen gestoßen zu sein.

Solche Inhalte können ganz unterschiedliche Urheber haben. Es gibt aber auch staatlich organisierte Kampagnen, die gezielt versuchen, die öffentliche Meinung im Ausland zu beeinflussen.

**O_Ton_Gruska_05**

„Für mich ist Desinformation tatsächlich schon sehr, sehr lange ein Thema, weil Russland, was mein Schwerpunktland ist, spätestens 2009 wirklich professionell angefangen hat, politische Information, Schrägstrich eher Desinformation im Ausland zu betreiben.“

**AUTOR:**

Russland habe nach dem Kaukasus-Krieg 2008 gegen Georgien eigens eine umfassende PR-Strategie entwickelt, wie sich die öffentliche Wahrnehmung im Ausland medial gezielt pro-russisch beeinflussen lässt, erklärt sie weiter.

Soziale Netzwerke ermöglichen es, dass sich Informationen in kurzer Zeit weit verbreiten. Und das gilt natürlich auch für solche, die bewusst falsch sind. Soziale Medien sind also ein idealer Verbreitungsweg für Desinformation.

Bei dieser geht es nicht immer darum, Menschen von einer fragwürdigen Sichtweise zu überzeugen. Eine Strategie kann auch sein, möglichst viele widersprüchliche oder irreführende Informationen in Umlauf zu bringen.

**O-Ton_Gruska_06:**

„Und das ist ja eine Desinformationsstrategie, die in Russland schon lange, lange betrieben wird und die sie ja dann Steve Bannon 2018 in diese Worte gefasst hat: Die Demokraten sind eigentlich gar nicht das Problem. Unser echtes Problem sind die Medien und wir müssen einfach, we have to flood the zone with shit. Wir müssen ihren Medienraum einfach bombardieren, beballern mit Quatsch und Unsinn und das erreicht man halt natürlich total gut durch soziale Netzwerke, wo man einmal was reinstreuen muss, was sich dann durch viele Leute weiter verbreitet, die vielleicht auch gar nicht alle gezielt desinformieren und die Demokratie zerstören wollen, aber die einfach weiterklicken, weil guck mal hier, wie krass ist das denn.“

**AUTOR:**

Steve Bannon war Wahlkampfstratege und später Berater von Donald Trump. Mit seiner Formulierung „Flood the zone with shit“ beschrieb er

2018 eine Strategie, bei der die Medien mit einer solchen Menge an Behauptungen und Ablenkungen beschäftigt werden sollen, dass es schwerfällt, den Überblick zu behalten.

In sozialen Netzwerken können solche Inhalte besonders schnell zirkulieren. Und dafür braucht es nicht nur Menschen, die gezielt Desinformation verbreiten. Auch wer einen fragwürdigen Beitrag empört kommentiert, kann dazu beitragen, dass er noch mehr Aufmerksamkeit bekommt.

Genau das sorgt in Gruskas Workshops immer wieder für Überraschung.

**O-TON_Gruska_07**

„Also ich erlebe zum Beispiel in Workshops auch ganz oft, dass Leute so Aha sagen, wenn man sie darauf hinweist, dass, ey, auch wenn ihr darauf Daumen runter macht oder darunter schreibt, das ist alles totaler Quatsch. In dem Moment, wo ihr anfangt zu diskutieren unter einem Post, verbreitet der sich halt ganz krass weiter."

**AUTOR:**

Medienkompetenz heißt also nicht nur, zu erkennen, ob etwas stimmt oder nicht. Sondern auch zu verstehen, wie soziale Netzwerke funktionieren und welche Folgen das eigene Verhalten dort haben kann. Und das betrifft eben nicht nur Kinder und Jugendliche. Sondern alle, die sich in diesen digitalen Informationsräumen bewegen.

Dazu kommt jetzt noch das Problem künstlicher Intelligenz. Lange galt es als wichtiger Bestandteil von Medienkompetenz, selbst überprüfen zu können, ob die Inhalte echt sind. Aber reicht das künftig noch aus?

Künstliche Intelligenz macht es für Laien immer schwieriger, manipulierte Bilder, Videos oder Stimmen als solche zu identifizieren. Für Judith Kunz braucht es deshalb einen anderen Schwerpunkt in der Medienbildung.

**O-Ton_Kunz_04**

„Ich finde so ein Shift, dass man sagt, dieses ganze Entlarven von Fakes ist im Prinzip bald nicht mehr möglich und auch nicht nötig.  Wir müssen dahin kommen, eben die Leute vorher dafür zu sensibilisieren, was viel schwieriger ist.“

**AUTOR:**

Lange Zeit konnte man manipulierte Bilder oder Videos manchmal noch an bestimmten Auffälligkeiten erkennen: unnatürlichen Bewegungen, Fehlern im Bild oder Ungereimtheiten im Hintergrund. Doch mit der technischen Entwicklung werden solche Hinweise immer unzuverlässiger.

Das stellt auch die Medienbildung vor neue Herausforderungen. Denn wie sollen Menschen Fälschungen erkennen, wenn diese kaum noch von echten Aufnahmen zu unterscheiden sind?

**O-Ton_Kunz_05**

Und ich glaube schon, dass die Technik so weit voranschreitet, dass es jetzt schon absehbar ist, dass wir das bald mit bloßem Auge überhaupt nicht mehr erkennen werden können. So ist es ja in großen Teilen auch schon.

Und deshalb gibt es die Tendenz, zu sagen: Dieses Debunking, dieses Faktenchecken selbst, das werden wir in Zukunft nicht mehr leisten können. Das müssen professionelle Redaktionen oder Institutionen betreiben. Was wir aber machen können, ist Prävention, eine Art Pre-Bunking-Ansatz, und das ist nichts anderes als Informations- und Nachrichtenkompetenzförderung.“

**AUTOR**

Prebunking bedeutet also, Menschen möglichst früh dafür zu sensibilisieren, wie Desinformation funktioniert. Statt erst im Nachhinein einzelne Falschinformationen zu widerlegen, geht es darum, typische Manipulationsversuche zu erkennen.

Und das ist keine Fähigkeit, die man irgendwann einmal erlernt und dann für immer beherrscht. Denn mit der Medienwelt verändern sich auch die Anforderungen an uns.

Sowohl Ulrike Gruska als auch Judith Kunz machen deutlich, dass es heute nicht nur darum geht, Medien bedienen zu können. Sondern auch darum, zu verstehen, wie Informationen verbreitet und möglicherweise manipuliert werden – und ihre Herkunft und Absicht zu hinterfragen.

Natürlich brauchen junge Menschen Medienbildung. Aber der Blick auf sie allein greift zu kurz. Auch Erwachsene müssen sich stärker damit auseinandersetzen, wie Informationen im Netz vermittelt werden, wie sie diese einordnen können und was sie weiterverbreiten sollten und was nicht.

Aber ob jung oder alt, klein oder groß: Wir alle stehen vor der Frage, wie wir mit den Veränderungen unserer Medienwelt Schritt halten können.

**TRENNER**

**Mini Rubrik:**

**AUTOR:**
Die Protagonist:innen unseres Podcasts haben viel Expertise in der Medienwelt und wir möchten deren Tipps und Einblicke in unserer kurzen Mini-Rubrik abfragen und herausfinden, was zu einer funktionierenden Mediengesellschaft beiträgt. Das frage ich die Journalistin Ulrike Gruska.

**AUTOR:**

Welchen Rat würdest Du jungen Menschen geben, die im Medienbereich arbeiten möchten?

**O-Ton_Gruska_08**

“Mach mal das, wovon du echt denkst: Es ist wichtig und es ist richtig, dann wird's schon gut sein. Weil wir haben ja auch alle irgendwie so einen guten inneren Kompass. Den darf man nur nicht zumüllen.”

**AUTOR:**

Wenn du eine Sache in unserer heutigen Mediengesellschaft ändern könntest, welche wäre es?

**O-Ton_Gruska_09**

Dass alle Leute bezahlen für die guten Infos, die Journalistinnen und Journalisten anbieten.

**JINGLE**

**Abmoderation**: Das war Episode 7 unseres Podcasts “HALT @ Zusammen – Medien im Konflikt” über Medienkompetenz zwischen den Generationen. Der Podcast ist auf allen bekannten Streamingplattformen zu hören. Und wir freuen uns über eure Kommentare und Likes.

**Abspann**

Sprecherin: Anastasia Gorokhova

Skript, Interview und Moderation: Noel Schepp

Redaktion: Olga Dietze, Liane Czeremin, Anastasia Gorokhova

Tontechniker, Sounddesign, Mix: Paul Milmeister

Musik: von Premium Beat

Studio: Publix

Dies ist ein Podcast von “Gegen Vergessen - für Demokratie e.V.” ,gefördert vom Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren,

Frauen und Jugend im Rahmen des Bundesprogramms Demokratie leben!

Für inhaltliche Aussagen tragen die Publizierenden dieser Veröffentlichung die Verantwortung.

JINGLE

**Outro**