



Medieninformation

Wie kommt Neues in die Welt? Der neue Bereich zu Journalismus und Medien im Museum für Kommunikation Nürnberg ab 29. März 2023 #jrnism oder #jrnism_mkn

„Wie kommt Neues in die Welt?“ So lautet der Titel der neuen Abteilung zu Medien und Journalismus im Museum für Kommunikation. Viele Akteur:innen, ob klassische Journalist:innen oder Influencer:innen, bringen heute „Neues in die Welt“. Auf Smartphone und Tablet stehen uns in Echtzeit und permanent Informationen zur Verfügung – von Online-Angeboten klassischer Zeitungsverlage und Sendeanstalten über Nachrichtenportale bis hin zu Social-Media-Kanälen. Was dieser Wandel für Medienmachende und Nutzer:innen bedeutet, ist Thema im neuen Bereich der Dauerausstellung, der den bisherigen Bereich zum Thema Presse ersetzt. „Die ständige Präsentation unseres Museums ist zwar auf „Dauer“ angelegt“, sagt Direktorin Dr. Annabelle Hornung, „aber die menschliche Kommunikation wandelt sich beständig und entwickelt sich weiter, daher konzipieren wir hier die Dauerausstellung für unsere Gäste neu, um auch aktuellen Herausforderungen Rechnung zu tragen so wie nun im Bereich Journalismus“, erläutert sie weiter.

Die Museumsgäste können sich zunächst einen historischen Überblick darüber verschaffen, wie sich Medien und Nachrichtenkommunikation seit der Erfindung des Drucks durch Johannes Gutenberg seit dem 15. Jahrhundert entwickelt haben. Dabei spielten Medienereignisse wie der Untergang der Titanic 1912 oder der Sturm auf das Kapitol in Washington 2021 eine große Rolle. Außerdem finden Besuchende hier Kurzbiographien wichtiger Persönlichkeiten aus den Bereichen Journalismus und Medien sowie Informationen zu Phänomenen wie der Pressefreiheit oder der „Zeitungsente“. Es folgen Stationen zu den Themen Medienkonsum und Finanzierung. An der Station „Newsdesk“ können die Gäste dann selbst aktiv werden: indem sie etwa Fake News erkennen, selbst Titelseitenlayouts entwickeln und zum Thema Pressefreiheit und den Grenzen der Berichterstattung recherchieren. „Ganz wichtig war uns, in allen Bereichen die Vermittlung von Medienkompetenz mit in den Fokus zu nehmen,“ erläutert Dr. Annabelle Hornung, „denn die Fähigkeit, Nachrichten und Informationen quellenkritisch zu prüfen und einzuordnen, ist heute wichtiger denn je,“ fährt sie fort.

Von Johannes Gutenberg bis zum Sturm auf das Kapitol. Wie hat sich die Nachrichtenkommunikation verändert?



Datum

27.03.2023

Nachrichten, also die regelmäßige Berichterstattung über politische, gesellschaftliche oder kulturelle Ereignisse und Neuigkeiten – wurden zunächst mündlich, später schriftlich verbreitet. Dabei spielte die Post bis in 19. Jahrhundert eine wichtige Rolle: Postmeister gehörten zu den frühesten Zeitungsherausgebern und mit der Post wurden schriftliche Informationen transportiert. Die möglichst schnelle Verbreitung von Neuem hat sich im Wechselspiel mit Innovationen im Verkehrs-, Druck- und Übertragungswesens weiterentwickelt. Informationen, die mit der Postkutsche weiterbefördert wurden, verbreiteten sich langsamer und hatten eine andere Reichweite als Neuigkeiten, die mithilfe der Telegrafie oder des Telefons übertragen wurden. Seit der Digitalisierung sind Informationen in „Echtzeit“ und global erfahrbar. Diese Entwicklungen zeigen, dass die journalistische Berichterstattung direkt mit den eingesetzten Kommunikationstechniken zusammenhängt. Das hat auch die Arbeit von professionellen Journalist:innen immer wieder verändert. Heute wird schnelles crossmediales Arbeiten mit Bildern, Tönen und Schrift für digitale Ausspielkanäle immer wichtiger. Dagegen verlieren die gedruckte Zeitung und das klassische lineare Fernsehen immer stärker an Bedeutung. Neue Medienmachende wie Influencer:innen auf Social Media machen dem klassischen Journalismus zunehmend Konkurrenz.

Schnell und in Echtzeit informiert dank Smartphone und Laptop

Smartphone, Laptop, Tablet – fast jeder Mensch hat heute ein mobiles Gerät zur Verfügung und kann sich jederzeit einen Überblick über die Neuigkeiten des Tages verschaffen. Neben den klassischen Medien wie Zeitung, Rundfunk oder Fernsehen mit ihren vielfältigen, auch digitalen Angeboten, stehen Newsportale, Social-Media-Plattformen, Blogs, Podcasts und viele andere Kanäle bereit. Je jünger Menschen sind, desto häufiger informieren sie sich durch soziale und andere Online-Medien. Algorithmen, die auf das Nutzungsverhalten reagieren, sorgen für individuell angepasste Inhalte, die Menschen ausgespielt werden. Deren Wahrheitsgehalt zu prüfen und etwa Fake News zu erkennen, erfordert Medienkompetenz. Diese zu vermitteln, ist daher besonders für ein Kommunikationsmuseum wichtiger denn je. Auch Verlage und Sender sind auf vielen Online-Kanälen mit ihren journalistischen Angeboten aktiv. Ihre Mediatheken machen es möglich, sich ein individuell zugeschnittenes Informations- und Unterhaltungsangebot zusammenzustellen.

Was sind uns Nachrichten wert?

Guter Journalismus, ob im Zeitungsartikel oder Blogbeitrag, kostet Geld für Recherche, Produktion und Verbreitung. Gleichwohl werben Medienhäuser mit „kostenfreien“ Online-Inhalten, globale Nachrichten sind für alle stets abrufbar. Das kann Transparenz und Demokratie fördern. Aber die



Datum

27.03.2023

Verfügbarkeit in Echtzeit hat eine Kehrseite, denn wir bezahlen auch diese Informationen – möglicherweise nicht mit Geld, aber mit unseren Daten. Online-Portale und Apps von Zeitungen arbeiten mit Trackern, um unser Lese- oder – für Firmen oft interessanter – Konsumverhalten zu analysieren und auszuwerten. Somit ist unser „Datenschatten“, sprich die Gesamtheit aller unserer im Netz gesammelten Daten, oft länger als wir überhaupt wissen. Ein Mobile mit App-Symbolen und einem Spiegel, in dessen Mitte sich Besucher:innen stellen können, steht symbolisch für dieses Tracking genannte Verfahren. Mit der wachsenden Zahl von kostenlos Online-Lesenden fehlen Verlagen die Einkünfte durch Werbeanzeigen oder Abonnements. So müssen neue Einnahmequellen erschlossen werden und nicht mehr alles ist kostenfrei. Heutzutage haben Zeitungen und Nachrichtenmagazine vor Hauptartikeln oder besonders brisanten Themen Bezahlschranken (Paywalls) eingerichtet.

Wer macht Nachrichten?

Im Zentrum des neuen Bereichs steht eine große angeschrägte Vitrine, die mit Fotos und Objekten zeigt, wie sich das journalistische Arbeiten seit den 1980er Jahren entwickelt hat. Nachrichten werden heute von den unterschiedlichsten Medienmachenden produziert. Journalisten und Reporterinnen haben meist ein Studium und oft ein Volontariat in einem Medienhaus oder einer Sendeanstalt absolviert. Dabei lernen sie, wie aus einer Nachricht ein gut recherchierter, informativer Beitrag wird. Mittlerweile arbeiten sie crossmedial: Themen werden textlich, akustisch und optisch für verschiedene Ausspielkanäle aufbereitet. Bis in die 1990er Jahre war mit der Produktion von Medienangeboten noch ein hoher technischer Aufwand verbunden. Dank kleiner Multifunktionsgeräte wie dem Smartphone ist dies inzwischen einfacher geworden. Wichtige neue Medienschaffende sind freiberuflich schreibende Personen, die zu ikonischen Marken werden können, oder Influencer:innen auf Social Media. Auch die Künstliche Intelligenz (KI) übernimmt bereits jetzt eine wichtige Rolle und immer wieder neu stellt sich die Frage nach journalistischen Standards und deren Einfluss auf eine demokratisch-freiheitliche Berichterstattung.

Selbst aktiv werden!

Auf der Rückseite der zentralen Vitrine finden die Gäste im Nachrichtentisch oder „News Desk“ verschiedene Mitmachangebote, um ihre Medienkompetenz zu erproben, sich inspirieren zu lassen und Neues zu lernen. Sie können u.a. Fake News auf die Spur kommen, selbst das Layout der Museums-Online-Zeitungen und -Zeitschriften gestalten und dabei die Potentiale künstlicher Intelligenz im Journalismus kennenlernen. An einer weiteren Station können sie die „Relevanzreporter“ kennenlernen, die



Datum

27.03.2023

innovativen Lokaljournalismus vor Ort in Nürnberg betreiben, und gemeinsam mit ihnen Themenvorschläge für Recherchen entwickeln. Daneben kann zum Thema Pressefreiheit und den „Reportern ohne Grenzen (RSF)“ recherchiert werden. Die Pressefreiheit hat Grenzen, etwa wenn es um die Persönlichkeitsrechte Einzelner oder um die Vermischung von Berichterstattung und Werbung geht. Wenn es zu Beschwerden über Artikel kommt, befasst sich der Deutsche Presserat e.V. mit diesen. Die Besucher:innen lernen seine Arbeit kennen und selbst urteilen, wo die Grenzen seriöser journalistischer Arbeit liegen.

Konzeptentwicklung in Kooperation mit der KU Eichstätt-Ingolstadt

Das Museumsteam hat das Konzept für den neuen Bereich in Kooperation mit Dr. Jonas Schützeneder und Dr. des. Michael Grassl vom Lehrstuhl für Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt entwickelt. Ein weiteres Ergebnis der Kooperation ist der Podcast „Newsdesk“. Hier geht es um aktuelle Fragestellungen rund um Medien und Journalismus. Die beiden Wissenschaftler produzierten ihn mit ihren Studierenden in Kooperation mit dem Museum. Die zehn spannenden Folgen sind auf der Museumswebseite unter www.mfk-nuernberg.de/newsdesk-podcast/ abrufbar. Auch dank der Förderung durch die „Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern“ konnte dieser erste Schritt zur Aktualisierung der Dauerausstellung des Museums unternommen werden. In den kommenden Jahren werden die Themen verschlüsselte Kommunikation und Fernsehen folgen.

Führungen

An den Sonntagen im April (2.4., 9.4., 16.4., 23.4., 30.4.2023) gibt es immer um 13:15 Uhr eine Führung durch den neuen Bereich.

Ansprechpartnerin im Museum für Kommunikation Nürnberg:

Dr. Vera Losse
Telefon (0911) 230 88 62
E-Mail: v.losse@mspt.de