



## Medieninformation

### **Einleitungstexte MKN Bereich „Wie kommt Neues in die Welt?“ Der neue Bereich zu Journalismus und Medien ab 29. März 2023**

#### **Einleitungstext Bereich „Journalismus“**

##### **Wie kommt Neues in die Welt?**

Es scheint paradox: Je mehr (digitale) Informationsangebote uns auf Smartphone und Tablet, in Printmedien, im Radio oder Fernsehen zur Verfügung stehen, umso schwieriger wird es, sich umfassend und wahrhaftig zu informieren. Obwohl uns alle – ob Journalist:innen oder Influencer:innen – Neues vermitteln wollen, ist dies oft interessengeleitet. Die PR-Abteilungen großer Firmen oder Verbände veröffentlichen Medienbeiträge stets mit eigener Botschaft. Gleichzeitig gibt es viele Ausspielkanäle, die in Echtzeit informieren: von Webseiten und Nachrichtenportalen bis hin zu Social Media. Und alles kostenfrei? Oder wie bezahlen wir eigentlich Neuigkeiten? Im klassischen Abonnement oder hinter der Bezahlschranke kosten Nachrichten Geld. Die vermeintlich kostenlosen Angebote haben auch ihren Preis: Über Tracking werden unsere Daten gesammelt und gewinnbringend weitergegeben.

Dies zeigt: Wir brauchen Medienkompetenz, um passende Informationskanäle auszusuchen, Fake News und andere Desinformationsquellen zu erkennen oder uns für Meinungs- und Pressefreiheit zu engagieren.

#### **Bereich Zeitstrahl**

##### **Wie haben sich Nachrichten verändert?**

Nachrichten – im Sinne einer regelmäßigen Berichterstattung über politische, gesellschaftliche oder kulturelle Ereignisse und Neuigkeiten – wurden zunächst mündlich, später schriftlich verbreitet. Ihre Aktualität und geografische Ausdehnung haben sich im Wechselspiel mit Innovationen im Bereich des Druck- und Übertragungswesens weiterentwickelt. Die journalistische Berichterstattung hängt direkt mit den verwendeten Kommunikationstechniken zusammen: Informationen, die mit der Postkutsche weiterbefördert wurden, hatten eine



Datum 26.03.2023

andere Reichweite als Neuigkeiten, die mithilfe der Telegrafie und des Telefons global erfahrbar waren. Begleiten Sie uns in die Geschichte der sich stetig entwickelnden Nachrichten.

## **Bereich Medienkonsum**

### **Wer liest (wie) Nachrichten?**

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 ausgespielte Inhalte. Deren Wahrheitsgehalt zu prüfen und etwa Fake News zu erkennen, erfordert Medienkompetenz. Auch Verlage und Sender sind auf vielen Online-Kanälen mit ihren journalistischen Angeboten aktiv. Ihre Mediatheken machen es möglich, sich ein individuelles Informations- und Unterhaltungsangebot zusammenzustellen.

## **Bereich Finanzierung**

### **Was sind uns Nachrichten wert?**

Zeitungen werben mit kostenfreien Online-Inhalten, globale Nachrichten sind für jeden stets abrufbar: eine Errungenschaft für Transparenz und demokratischen Zugang. Aber die Verfügbarkeit hat eine Kehrseite, denn wir bezahlen auch diese



Datum 26.03.2023

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. Mit der wachsenden Zahl an Online-Lesenden fehlen die Erlöse durch Werbeanzeigen oder Abonnements gedruckter Zeitungen. So müssen neue Einnahmequellen erschlossen werden und nicht mehr alles ist kostenlos. Heutzutage haben Zeitungen und Nachrichtenmagazine vor Hauptartikeln oder besonders brisanten Themen Bezahlschranken (Paywalls) eingerichtet.

## **Vitrine Medienmacher:innen**

### **Einleitungstext Bereich Medienmacher:innen**

#### **Wer macht Nachrichten?**

Nachrichten werden heute von vielen Beteiligten produziert. Journalist:innen und Reporter:innen 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 ist dies inzwischen einfacher geworden. Wichtige neue Medienschafter sind freiberuflich schreibende Personen, die zu ikonischen Marken werden können, oder Influencer:innen auf Social Media. Auch die



Datum 26.03.2023

Künstliche Intelligenz übernimmt bereits jetzt eine wichtige Rolle und immer wieder neu stellt sich die Frage nach journalistischen Standards.

### **Einleitungstext Bereich News Desk**

#### **Selbst aktiv werden!**

Liebe Gäste! Hier sind Sie gefragt, denn Medienkompetenz ist heute wichtiger denn je. An unserem „News Desk“, dem Nachrichtentisch, haben wir verschiedene Mitmach-Angebote für Sie vorbereitet. Sie können Fake News auf die Spur kommen, selbst das Layout unserer Museums-Online-Zeitungen und -Zeitschriften gestalten oder zum Thema Pressefreiheit recherchieren. Lernen Sie die *Relevanzreporter* kennen, die innovativen Lokaljournalismus vor Ort in Nürnberg betreiben, und entwickeln Sie Themenvorschläge. Die Persönlichkeitsrechte Einzelner sind wichtig und hier hat die Pressefreiheit ihre Grenzen, etwa wenn es um die Vermischung von Berichterstattung und Werbung geht. Wenn es zu Beschwerden über Artikel kommt, befasst sich der Presserat mit diesen. Lernen Sie die Arbeit des Presserats kennen und urteilen Sie selbst, wo die Grenzen seriöser journalistischer Arbeit liegen.

Ansprechpartnerin im Museum für Kommunikation Nürnberg:  
Dr. Vera Losse  
Telefon (0911) 230 88 62  
E-Mail: v.losse@mspt.de