

Heinrike Paulus: Von Gutenberg bis Newsdesk. Neuer Teilbereich zu Medien und Journalismus im digitalen Zeitalter im Museum für Kommunikation in Nürnberg

Ob mit der gedruckten Tageszeitung gemütlich am Frühstückstisch oder mit dem Smartphone beim Warten auf den Bus: Jede*r kann sich inzwischen von nahezu überall aus informieren, was in der Welt passiert. Je mehr Angebote via Smartphone, Printmedien, Radio oder Fernsehen allerdings zur Verfügung stehen, desto schwieriger wird es, sich umfassend und wahrhaftig auf dem Laufenden zu halten. Spannende Einblicke zur Nachrichtenproduktion oder der Arbeit von Journalist*innen gewährt seit diesem Frühjahr eine neue Abteilung zu Medien und Journalismus in der Dauerausstellung des Museums für Kommunikation in Nürnberg. Unter dem Motto ‚Wie kommt Neues in die Welt?‘ ist auf rund 60 Quadratmetern zu sehen, wie rasant technologische Umbrüche den Wert von Nachrichten verändert und zu einem Wandel in der Berichterstattung geführt haben. Stehen doch auf Smartphone oder Tablet inzwischen in Echtzeit permanent Informationen zur Verfügung. Die Palette reicht dabei von Online-Angeboten klassischer Zeitungsverlage und Sendeanstalten über Nachrichtenportale bis hin zu Social-Media-Kanälen wie Facebook, TikTok oder Instagram, die immer mehr zur Informationsquelle werden. „Somit ist die Nachrichtenproduktion nicht mehr an einen festen Veröffentlichungszeitraum gebunden. Sie wird schnelllebiger, weil jetzt nahezu sekundlich veröffentlicht wird“, sagt Michael Graßl. Er ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Journalistik mit Schwerpunkt Innovation und Transformation der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Die Hochschule gehört zu jenen Kooperationspartner*innen, mit denen das Museum für Kommunikation in den letzten Jahren zusammengearbeitet hat, um die Abteilung auf den aktuellen Stand der Forschung zu bringen. Beteiligt waren an der Neukonzeption der Abteilung auch Studierende der KU Eichstätt. „Wir sind sehr glücklich über die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Museum für Kommunikation in Nürnberg, das uns nach unserer wissenschaftlichen Grundlagenarbeit weiterhin permanent in die architektonische und medienpädagogische Neukonzeption der Dauerausstellung miteinbezogen hat“, so Graßl. Bereits im Sommer 2021 produzierten Studierende für den Podcast newsdesk insgesamt zehn fundiert journalistisch und mediendidaktisch aufbereitete Episoden in Kooperation mit dem Museum. In Beiträgen und Interviews berichten Journalist*innen und Expert*innen über ihre Erfahrungen, ihren Arbeitsalltag oder erläutern Fachbegriffe. Einige Podcast-Folgen können auch in der Ausstellung angehört werden. „Wir wollen vermitteln, welch wichtiges Gut demokratischer und professioneller Journalismus ist“, erklärt Museumsdirektorin Annabelle Hornung zur von der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern geförderten Präsentation. Eine Station widmet sich daher auch der Menschenrechtsorganisation Reporter ohne Grenzen. „Wir informieren über die Arbeit der Organisation und ihre Ziele. Gleichzeitig können Besucher schätzen, wie es um die Pressefreiheit steht und sich darüber informieren, wie man sich für Pressefreiheit engagieren kann.“ Herzstück der neuen Präsentation ist eine Vitrine. Zu sehen sind darin unter anderem eine Schreibmaschine, ein Tonbandgerät und das erste internetfähige Handy. Die Objekte sollen den Museumsbesuchenden erläutern, was der technische Wandel seit den 1980er-Jahren bis in die Gegenwart für Medienmachende bedeutet. Zu ihnen gehören inzwischen nicht nur Journalist*innen, sondern auch Influencer*innen. Sie produzieren für ihre Kanäle in den Sozialen Netzwerken zum Beispiel Videobotschaften, um so ihre Follower*innen zu informieren. Die Ausstellung blickt auch zurück in die Mediengeschichte. Schon im Lauf der Jahrhunderte hat sich Medien- und Nachrichtenkommunikation stark verändert und weiterentwickelt, wie ein Zeitstrahl anschaulich erläutert. Auf ihm fehlen weder der Erfinder des Buchdrucks Johannes Gutenberg im 15. Jahrhundert noch das Internet, das in den 1990er-Jahren kam, um zu bleiben. Berücksichtigt werden auch einschneidende Medienereignisse, darunter der Untergang des Luxusdampfers Titanic 1912. Damals zeugten noch

Holzschnitt-Bilder in den Zeitungen von der Katastrophe. Ein wenig dürfen sich die Besuchenden selbst auch als Journalist*innen fühlen, wenn sie etwa mittels Künstlicher Intelligenz eigene Titelseiten gestalten. Mitmach-Stationen wie diese sollen der eigenen Medienkompetenz auf die Sprünge helfen. So kann jede*r ihr*sein Wissen zum Pressekodex testen oder Falschnachrichten entlarven. Auf diese Weise wollen die Ausstellungsmachenden bei den Besucher*innen ein Bewusstsein dafür schaffen, wie sich Nachrichten und Informationen zum Beispiel quellenkritisch prüfen und einordnen lassen. „Ganz wichtig war uns, in allen Bereichen die Vermittlung von Medienkompetenz mit in den Fokus zu nehmen“, erklärt Hornung den Bildungsauftrag der neuen Abteilung. „Wir wollen auch vermitteln, dass es guten Journalismus nicht umsonst gibt: sich zu informieren bedeutet immer entweder mit Geld oder Daten zu bezahlen. Es gibt also in dem Sinne keine direkten Tipps, aber genug Anregungen, sich zu fokussieren auf wenige vertrauenswürdige Kanäle.“

Zur Ausstellung: <https://mfk-nuernberg.de/journalismus>

Zum Podcast newsdesk: <https://mfk-nuernberg.de/newsdesk-podcast>