



## Medieninformation

Berlin, im September 2024

### **NACHRICHTEN – NEWS**

**Ausstellungstexte deutsch & englisch**

#### **INTRO**

Es ist einfach, über das Weltgeschehen Bescheid zu wissen. Nachrichten sind jederzeit und überall verfügbar. Doch immer mehr Menschen wenden sich ab. Schlechte Nachrichten für eine demokratische Gesellschaft, die auf der Teilhabe informierter Bürger:innen basiert. Wo liegen die Herausforderungen? Die Ausstellung zeigt die Entwicklung der Nachrichten. Sie blickt auf eine zentrale Akteurin, über die die meisten wenig wissen: die Nachrichtenagentur. Welche Rolle spielt sie in der Geschichte und wozu brauchen wir sie heute? Jede:r von uns hat eine andere Antwort auf die Frage, wie die eigene Beziehung zu Nachrichten aussieht. Die Ausstellung lädt dazu ein, persönliche Gewohnheiten zu erkunden. Und sie gibt Impulse, darüber nachzudenken, was wir als Gesellschaft benötigen, um jetzt und in Zukunft gut informiert zu sein.

*It is so easy to know what is happening in the world. You can access the news 24/7 everywhere. But people increasingly turn their backs on the news. This is bad news for a democratic society based on the participation of informed citizens. So what are the challenges? This exhibition shows how the news developed. It looks specifically at one key actor most people know very little about: the news agencies. What has been their historical role and why do we need them today? We all have a different answer when asked about our relationship to the news. Our exhibition invites you to explore your own personal news habits. And it offers an inspiration to think about what we as a society need to be well-informed now and in the future.*

#### **AUSSTELLUNGSBEREICHE**

##### **WAS WIR ERFAHREN**

Ein Wahlergebnis, ein Sportereignis, eine Erfolgsmeldung aus der Medizin und das Wetter von morgen: Wir erfahren, was heute wichtig ist. Nachrichten sind aktuell und von öffentlichem Interesse. Theoretisch. Immer weniger Menschen haben großes Interesse daran, über das aktuelle Geschehen auf dem Laufenden zu sein. Warum? Nachrichten sind eine Ware, die es in jeder Geschmacksrichtung gibt. Das Angebot ist größer als je zuvor. Die Frage ist, wie das Sortiment zusammengestellt wird und was wir persönlich konsumieren. Welchen Ausschnitt der Wirklichkeit sehen wir? Und welche Rolle spielen Nachrichtenagenturen dabei?

##### *WHAT WE LEARN*

*An election result, a sports event, a new breakthrough in medicine, and what the weather will be like tomorrow. We learn about what is important today. The news is topical and of public interest. At least, in theory. But ever fewer people are really*



Datum

Berlin, im September 2024

*interested in keeping up on the latest developments. Why? The news is a product, available to suit every possible taste. There is more news on offer than ever before. The question is how the mix is assembled and what we personally consume. Which section of reality do we see? And what role do news agencies play?*

#### WODURCH WIR VERTRAUEN

Hast du das Foto seiner Festnahme gesehen, das Video aus der Menge der Protestierenden und die Reaktionen auf Social Media? Digitale Kanäle zeigen uns jede Menge User-Generated Content. Journalist:innen sind jetzt eine Stimme von vielen. Einerseits sind wir vielseitig informiert. Andererseits stellt sich die Frage: Wem können wir trauen? Ob Nachrichten vertrauenswürdig sind, hat viel damit zu tun, wer sie finanziert und wie sorgfältig sie gemacht werden. Worauf legen Nachrichtenagenturen Wert? Und was brauchen wir, um die Fakten zu erkennen?

#### WHAT INFLUENCES OUR TRUST

*Have you seen the photo of his arrest, the video taken from the crowds of protesters and the reactions on social media? Digital channels offer a mass of user-generated content. Now, journalists are just one voice among many. We can access very diverse sources of information, but this also raises the question: Who can we trust? Whether news channels are trustworthy or not depends to a large extent on who finances them and how carefully they prepare their content. What are the priorities of news agencies? And what do we have to know to tell if we are given the facts or not?*

#### WIE WIR DIE WELT SEHEN

Wie lange dauert es morgens, bis du die ersten Neuigkeiten siehst? Liest du, hörst du, schaust du, teilst und kommentierst du Nachrichten? Oder gehörst du zu der steigenden Zahl von Menschen, die aktiv versuchen, ihnen aus dem Weg zu gehen? Nachrichten sind allgegenwärtig. Die Menge an verbreiteten Informationen steigt, die Vielfalt an Formaten wächst. Wie können wir von der Informationsfülle profitieren? Wie prägen Nachrichten unsere Sicht auf die Welt? Und was erwarten wir von ihnen?

#### HOW WE SEE THE WORLD

*How long does it take in the morning before you see the latest news? Do you read, listen to or watch the news? And do you share it or post comments? Or do you belong to the growing numbers of people actively trying to avoid the news altogether? The news is omnipresent. The amount of available information is growing, and so is the diversity of formats. How can we benefit from this wealth of content? How does the news shape our view of the world? And what do we expect from it?*



Datum

Berlin, im September 2024

**WAS JETZT?**

*Wenn sie anstrengend und frustrierend sind, dann blenden wir sie aus? Keine Nachrichten sind auch keine Lösung! Aber sie sollen uns nicht erschöpfen und ratlos machen, sondern informieren, motivieren und inspirieren. Im Journalismus ist viel in Bewegung. Redaktionen greifen neue Perspektiven auf, organisieren sich gemeinnützig und vernetzen sich mit den Nutzer:innen. Was ist dein Wunsch für die Zukunft? Wir können nicht verhindern, dass es schlechte Nachrichten auf der Welt gibt. Aber wir können darauf Wert legen, dass wir guten Nachrichtenjournalismus haben, der uns unabhängig und umfassend informiert.*

**WHAT NOW?**

*If the news is demanding and frustrating do we ignore it or switch off? But no news is not the answer either! Yet rather than leaving us drained and hopeless, the news should inform, motivate and inspire. Journalism is going through some major changes. Editorial offices are trying out new ideas, organising themselves on a cooperative basis, and creating networks with their users. What do you want to see in future? We cannot prevent the bad news that the world produces. But we can value and appreciate the good news journalism we have, and its comprehensive and independent information.*

**Pressekontakt**

Monika Seidel

Telefon +49 (0)30 202 94 202

mobil +49 (0)151 41412510

m.seidel@mspt.de

www.mfk-berlin.de