

Name: _____

Date: _____

Lesen Sie den Text und beantworten Sie die Fragen 1–5.

Wer morgens das Smartphone einschaltet, wird binnen Sekunden mit Meldungen aus aller Welt versorgt. Was vor zwanzig Jahren eine bewusste Entscheidung war — die Zeitung kaufen, die Tagesschau einschalten —, geschieht heute nebenbei. Medienforscher beobachten dabei ein Phänomen, das sie „news fatigue“ nennen: Ein wachsender Teil des Publikums fühlt sich von der schiereren Menge an Informationen erschöpft und weicht ihnen bewusst aus. Die Ursache liegt weniger in der Menge selbst als in ihrer Form. Nachrichten werden heute in kurzen, emotional zugespitzten Einheiten ausgeliefert, die sich gegenseitig überbieten müssen, um Aufmerksamkeit zu erhalten. Wer zwanzig solcher Meldungen hintereinander liest, hat am Ende viele Eindrücke, aber selten ein Bild vom Zusammenhang. Der Effekt ist paradox: Je mehr jemand liest, desto weniger versteht er von der Lage. Einige Redaktionen reagieren darauf mit einem Gegenmodell. Sie veröffentlichen weniger Meldungen, dafür längere Einordnungen, und verzichten auf Eilmeldungen, solange sich die Lage nicht sicher beurteilen lässt. Die Leserzahlen dieser Angebote wachsen langsam, aber stetig. Ob sich das Modell wirtschaftlich trägt, ist noch offen. Klar ist nur: Das Publikum verlangt nicht nach weniger Information, sondern nach Information, die es einordnen kann.

1. **Der Text führt die Erschöpfung des Publikums vor allem auf die Menge der Nachrichten zurück.**
 A) Richtig
 B) Falsch
2. **Manche Redaktionen halten Eilmeldungen zurück, bis sich die Lage sicher beurteilen lässt.**
 A) Richtig
 B) Falsch
3. **Die Angebote mit längeren Einordnungen verlieren Leserinnen und Leser.**
 A) Richtig
 B) Falsch
4. **Was kennzeichnet nach dem Text die heutige Form von Nachrichten?**
 A) Sie erscheinen seltener, dafür ausführlicher.
 B) Sie sind kurz und konkurrieren um Aufmerksamkeit.
 C) Sie werden vor allem in gedruckter Form verbreitet.
5. **Wie beurteilt der Text die Zukunft des Gegenmodells?**
 A) Sie ist gesichert, weil die Leserzahlen stark steigen.
 B) Sie ist gescheitert, weil das Publikum weniger Information will.
 C) Sie ist wirtschaftlich noch ungewiss.