

# Arbeitsblatt 4: Elif

## Was macht die Aufmerksamkeitsökonomie mit den Usern?

„Mir geht's oft schlecht, weil ich hier nur sehe, was alles schief läuft in der Welt. Aber wenn ich mich mit meinen Klima-Freunden online austausche, bin ich wieder dankbar. Dafür, dass wir uns so vernetzen und Informationen teilen können. Ich frage mich oft, wie ich Social Media für meinen Aktivismus nutzen kann, ohne darunter zu leiden. Irgendwie muss das doch gehen ... Was meinst du?“

#KlimaAktivismus #SocialMediaBalance



### Aufgabe 1:

Gib wieder, welche Rolle Elif in der Geschichte zum Flaschenwurf auf Mila gespielt hat.

---

---

---

### Aufgabe 2:

Beschreibe, welchen Einfluss Social Media auf Elif hat. Nenne dabei sowohl positive als auch negative Aspekte.

|               |               |
|---------------|---------------|
| positiv _____ | negativ _____ |
| _____         | _____         |
| _____         | _____         |
| _____         | _____         |

### Aufgabe 3:

Formuliere Ratschläge für Elif:

Worauf sollte sie zukünftig bei ihrem Umgang mit Social Media achten?

---

---

---

# Arbeitsblatt 4: Mila

## Was macht die Aufmerksamkeitsökonomie mit den Usern?

„Social Media hat mich im letzten Jahr echt Nerven gekostet. Aber es hat mir auch enorm weitergeholfen. Ohne Social Media wäre ich nie so schnell bekannt geworden. Und mit Leo wäre ich auch nicht wieder in Kontakt gekommen. Ich bin so dankbar für alles.“

#SingerLife #SocialMediaJourney #Grateful



### Aufgabe 1:

Gib wieder, welche Rolle Mila in der Geschichte zum Flaschenwurf auf sie gespielt hat.

---

---

---

### Aufgabe 2:

Beschreibe, welchen Einfluss Social Media auf Mila hat. Nenne dabei sowohl positive als auch negative Aspekte.

positiv \_\_\_\_\_ negativ \_\_\_\_\_

---

---

---

### Aufgabe 3:

Formuliere Ratschläge für Mila:

Worauf sollte sie zukünftig bei ihrem Umgang mit Social Media achten?

---

---

---

## Arbeitsblatt 4: Leo

### Was macht die Aufmerksamkeitsökonomie mit den Usern?

„Als Influencer weiß ich, dass die Aufmerksamkeit der User alles ist. Die spannendste Story gewinnt immer, und das habe ich genutzt, um erfolgreich zu werden. Aber genau das kann einem auch zum Verhängnis werden. Jetzt habe ich es selbst erlebt: Ein falscher Vorwurf hat einen Shitstorm ausgelöst, der schließlich dazu führte, dass meine Adresse geleakt wurde und ich umziehen musste.“

#StreamerLife #Unfair



### Aufgabe 1:

Gib wieder, welche Rolle Leo in der Geschichte zum Flaschenwurf auf Mila gespielt hat.

---

---

---

### Aufgabe 2:

Beschreibe, welchen Einfluss Social Media auf Leo hat. Nenne dabei sowohl positive als auch negative Aspekte.

|         |         |
|---------|---------|
| positiv | negativ |
| <hr/>   | <hr/>   |
| <hr/>   | <hr/>   |
| <hr/>   | <hr/>   |

### Aufgabe 3:

Formuliere Ratschläge für Leo: Worauf sollte er zukünftig bei seinem Umgang mit Social Media achten?

---

---

---

# Arbeitsblatt 4: Vincent

## Was macht die Aufmerksamkeitsökonomie mit den Usern?

„Ich habe mich lange richtig einsam gefühlt. Die Fanpage für Mila hat mir erstmal mega geholfen, aber dann habe ich's echt übertrieben. Ich wollte Mila nur für mich und hab vergessen, wie es ist, echte Freunde zu haben.“

#LonelyLife #Obsessed #LostInSocialMedia



### Aufgabe 1:

Gib wieder, welche Rolle Vincent in der Geschichte zum Flaschenwurf auf Mila gespielt hat.

---

---

---

### Aufgabe 2:

Beschreibe, welchen Einfluss Social Media auf Vincent hat. Nenne dabei sowohl positive als auch negative Aspekte.

|         |         |
|---------|---------|
| positiv | negativ |
| <hr/>   | <hr/>   |
| <hr/>   | <hr/>   |
| <hr/>   | <hr/>   |

### Aufgabe 3:

Formuliere Ratschläge für Vincent: Worauf sollte er zukünftig bei seinem Umgang mit Social Media achten?

---

---

---

#### Herausgeberin

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)  
Reinsburgstraße 27  
70178 Stuttgart

#### V. i. S. d. P.:

Dr. Wolfgang Kreißig,  
Präsident der LFK

#### CC-Lizenz:

Alle Inhalte sind, soweit nicht anders gekennzeichnet, unter CC BY-NC 4.0 Namensnennung-Nicht kommerziell 4.0 International veröffentlicht. Logos, Marken sowie Inhalte Dritter sind von dieser Lizenz ausgenommen.