

## Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inklusive fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht.

### Kreative Ideenbörse Schule – Sozialkunde 63

#### 3.43 Medienmacht und Datenschutz. E. Musks Daten-Imperium und die Folgen

Wolfgang Sinz



#### Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Printausgabe aus der „Kreativen Ideenbörse Schule“ der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage (Originalquelle siehe Fußzeile des Beitrags)

► Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).



#### Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet.

► Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).



#### Haben Sie noch Fragen?

Unser Kundenservice hilft Ihnen gerne weiter:

Schreiben Sie an [info@edidact.de](mailto:info@edidact.de) oder per Telefon 09221 / 949-410.

Ihr Team von eDidact

**3.43 Medienmacht und Datenschutz.**  
**E. Musks Daten-Imperium und die Folgen**

Wolfgang Sinz

**Kompetenzen und Unterrichtsinhalte:**

Die Schülerinnen und Schüler sollen

- ◆ sich mit der in der EU geltenden Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) vertraut machen
- ◆ nachvollziehen können, warum Tesla 2020 den „BigBrotherAwards“ erhalten hat
- ◆ erkennen, wie und wie viele Daten ein modernes Elektroauto heute imstande ist zu sammeln
- ◆ an verschiedenen Beispielen die „Daten-Sammelwut“ moderner Elektroautos erarbeiten und mit der DSGVO vergleichen
- ◆ die Vor- und Nachteile dieser Daten-Sammelwut einander gegenüberstellen
- ◆ Elon Musks Kauf von Twitter kritisch reflektieren
- ◆ die Reaktionen auf den Twitter-Kauf in Politik und Gesellschaft beurteilen können
- ◆ die Folgen von „uneingeschränkter Meinungsfreiheit“ in sozialen Netzwerken kritisch erörtern
- ◆ erkennen, dass Elon Musk heute mit Twitter, SpaceX und Tesla ungekannte Möglichkeiten der Datenerfassung besitzt
- ◆ erörtern, inwiefern Privatleute Soziale Netzwerke oder andere Medienmacht in Händen halten sollten
- ◆ am Beispiel von TikTok erarbeiten, dass auch Zensur zur unbemerkten Meinungsmanipulation führen kann
- ◆ sich mit einer Studie der Universität Leipzig über Hate Speech im Internet vertraut machen und mögliche Gefahren identifizieren

<b>Didaktisch-methodischer Ablauf</b>	<b>Inhalte und Materialien (M)</b>
<p><b>I. Tesla als Datenkrake</b></p> <p>Zu Beginn dieser Unterrichtseinheit analysieren die SuS eine Karikatur und recherchieren im Internet den Inhalt der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).                      Im Anschluss erarbeiten sie sich die Art und Weise, wie Tesla und andere Anbieter von Elektroautos heute Daten erfassen. Am Beispiel des BigBrotherAwards diskutieren sie erste Folgen dieser Datensammelwut.                      Um die wahren Folgen dieser Erfassung von Fahrerdaten zu erarbeiten, können dann verschiedene Materialien, u. U. auch als Referatsthema, eingesetzt werden.                      Ein kurzer Zeitungsartikel veranschaulicht die Möglichkeiten, durch Daten des E-Autos Unfälle aufzuklären.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) / M1 (Karikatur)</b></li> <li>→ <b>Lösungen / M2 (Schaubild)</b></li> <li>→ <b>Der Oscar für „Datenkraken“ / M3a und b (Arbeitsblatt)</b></li> <li>→ <b>Tesla verpfeift den eigenen Fahrer der Polizei / M4 (Zeitungsartikel)</b></li> </ul>

<p>Ein umfangreicherer Artikel dokumentiert minutiös die Vor- und Nachteile des Datensammelns durch Automobilhersteller und geht auf datenschutzrechtliche Bedenken ein.</p> <p>Alternativ kann auch eine Sendung von frontal21 im Unterricht eingesetzt werden mit entsprechenden Beobachtungsaufträgen.</p>	<p>→ <b>Das Auto als Spion / M5a–e (Zeitungsartikel)</b></p> <p>→ <b>„Datenkrake“ Tesla / M6 (Filmbeitrag)</b></p>
<p><b>II. Die Medienmacht Elon Musks</b></p> <p>Ende 2022 kaufte Elon Musk den Kurznachrichtendienst Twitter für 44 Milliarden US-\$ und vergrößerte damit seine Möglichkeiten, Daten von Nutzern zu erfassen.</p> <p>Eine Karikatur setzt sich als Erstes mit den umstrittenen Entscheidungen Musks bei Twitter kritisch auseinander.</p> <p>Um die Bandbreite der Reaktionen auf den Kauf von Twitter durch Elon Musk abzubilden, sollen die SuS arbeitsteilig verschiedene Materialien bearbeiten.</p> <p>A. Lob durch Alice Weidel (AfD)</p> <p>B. Twitter-Umfrage zu Musks Rücktritt</p> <p>C. Musk leitet Verschwörungstheorie weiter</p> <p>D. UN-Appell: Musk soll Menschenrechte wahren</p> <p>E. Elon Musk kauft Twitter: Das ist seine unmenschliche Vision</p> <p>Abschließend verdeutlicht ein Schaubild das Medienimperium Musks und fordert zur Diskussion über das „Gold des 21. Jahrhunderts“, den personenbezogenen Daten, heraus.</p>	<p>→ <b>Elon Musk kauft Twitter/M7 (Karikatur)</b></p> <p>→ <b>„Gut für die Meinungsfreiheit in Deutschland“ – Weidel lobt Musks Twitter-Kurs / M8 (Zeitungsartikel)</b></p> <p>→ <b>Twitter-Umfrage zu Musks Rücktritt / M9 (Zeitungsartikel)</b></p> <p>→ <b>Angriff auf Pelosi: Musk leitet Verschwörungstheorie weiter/M10 (Zeitungsartikel)</b></p> <p>→ <b>UN-Appell: Musk soll Menschenrechte wahren / M11a und b (Zeitungsartikel)</b></p> <p>→ <b>Elon Musk kauft Twitter: Das ist seine unmenschliche Vision/M12a–c (Zeitungsartikel)</b></p> <p>→ <b>Das Imperium des Elon Musk/M13 (Schaubild)</b></p>
<p><b>III. Hate Speech und Zensur in sozialen Netzwerken</b></p> <p>Wie Nutzer von sozialen Netzwerken manipuliert werden können, zeigt das Beispiel von TikTok. Die chinesischen Betreiber filtern Begriffe wie LGBTQ oder homo aus Nachrichten, ohne dass es der Nutzer merkt.</p>	<p>→ <b>Wortfilter TikTok schränkt Meinungsfreiheit ein/M14a und b (Schaubild)</b></p>

**Medienmacht und Datenschutz.**  
**E. Musks Daten-Imperium und die Folgen**  
**Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland**

**3.43**

Abschließend sollen sich die SuS noch mit dem Problem von Hate Speech im Internet auseinandersetzen.

→ **Studie zu Hate Speech / M15 a–d (Zeitungsartikel)**

**Anmerkungen zum Thema:**

Die Digitalisierung eröffnet immer mehr Möglichkeiten der Datenerfassung. Auf der einen Seite ist das **Ziel des autonomen Fahrens** für viele ein Traum, auf der anderen Seite **sammeln Autohersteller heute schon in ungeahntem Umfang Daten der Autobesitzer**. Am **Beispiel von Tesla** soll aufgezeigt werden, welche Daten wie erfasst werden und was mit diesen Daten geschehen kann. Wer hat Zugriff auf diese Daten, gehen die Automobilhersteller gemäß der in der Europäischen Union geltenden **Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)** um? Was geschieht, wenn der Datenschutz nicht eingehalten wird und diese Daten u. U. mit Daten aus sozialen Netz verbunden werden?

Ende 2022 kaufte Elon Musk für 44 Mrd. US-\$ den Kurznachrichtendienst Twitter. Seine ersten Maßnahmen waren die **Aufhebung von Twitter-Sperren des ehemaligen US-Präsidenten Trump** und anderer rechtsextremistischer Twitter-Nutzer und die **Auflösung der Kontrollabteilung des Kurznachrichtendienstes**. Am Beispiel von Twitter, Tesla und SpaceX lässt sich die Problematik von Medienmacht darstellen, die auf dem **Gold des 21. Jahrhundert, den personenbezogenen Daten der Nutzer** beruht.

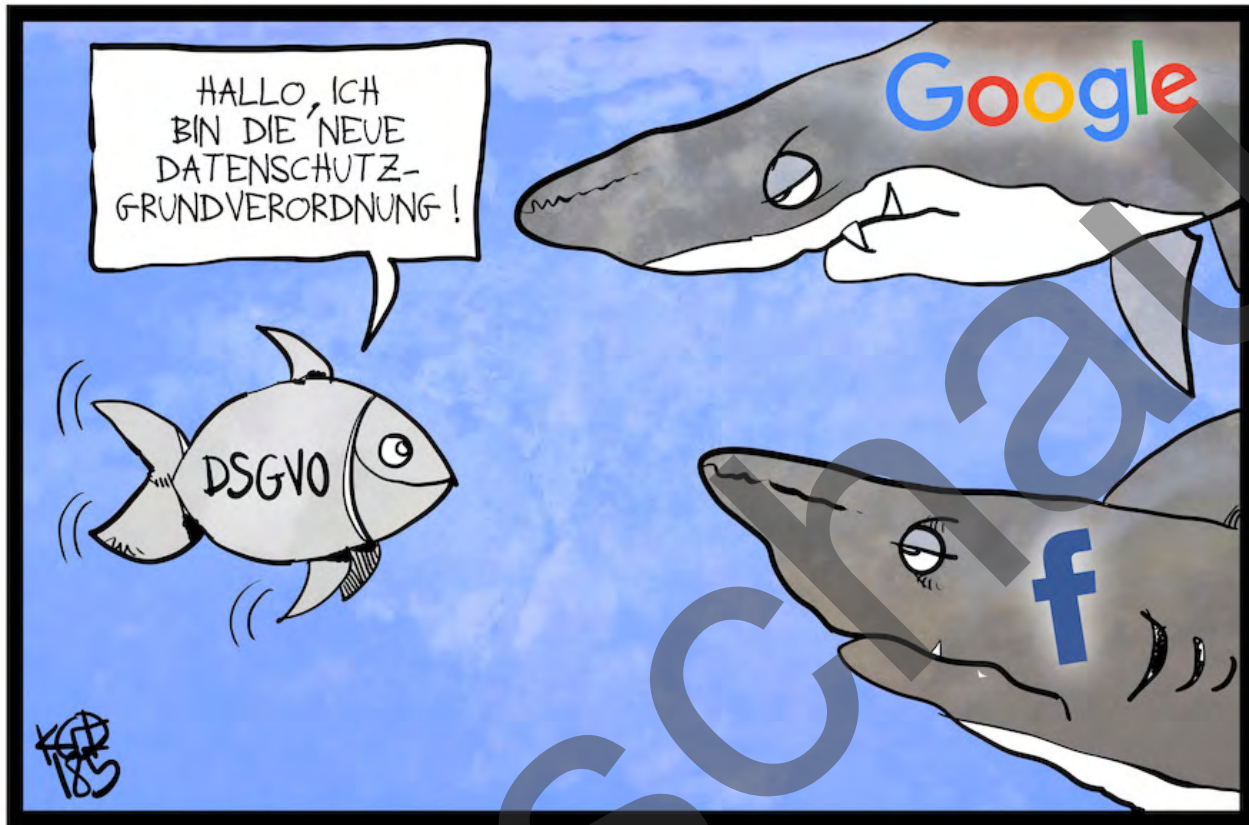
**Tipp**

- Giere, Katrin: Grundrechtliche Einordnung sozialer Netzwerke vor dem Hintergrund des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG), Nomos Verlag, Baden-Baden 2020.

**Internet**

- Wissenschaftliche Dienste Bundestag: Meinungsfreiheit in sozialen Medien. Mechanismen und Instrumentarien zur Überwachung der Darstellungs- und Lösungspraxis von Anbietern sozialer Medien in ausgewählten OECD Staaten → <https://is.gd/9yJWHI>

**Autor:** Wolfgang Sinz, geb. 1967 in Erlangen, Abitur in Karlsbad, Studium der Politischen Wissenschaft, Geschichte und katholischen Theologie an der Albert-Ludwigs Universität in Freiburg. Seit 1996 im Schuldienst Baden-Württembergs, Lehrer an verschiedenen Gymnasien, seit 2017 in Karlsbad. Seit 2005 in der Lehrerbildung tätig, seit 2010 Fachleiter für die Fächer Gemeinschaftskunde und Wirtschaft am Seminar für Ausbildung und Fortbildung der Lehrkräfte (SAFL Gymnasium) Karlsruhe.

**Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)****Arbeitsaufträge:**

1. Recherchiere im Internet nähere Informationen zur Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).
2. Analysiere im Anschluss diese Karikatur.

## Lösungen

### Datenschutz in der EU

Seit dem 25. Mai 2018 gilt die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) der EU. Die neue Richtlinie soll den Datenschutz in der EU vereinheitlichen. Insgesamt 99 Artikel regeln darin den Umgang von Unternehmen, Behörden, Vereinen u. a. mit personenbezogenen Daten; also Informationen, die sich direkt oder indirekt auf einen identifizierbaren Menschen beziehen lassen.

Das bedeutet, dass alle, die personenbezogene Daten verarbeiten, also auch kleine Webseiten-Betreiber, darauf achten müssen, wie sie mit den Daten umgehen. Für Nutzer heißt das konkret: Sie können von nun an erfragen, welche Informationen über sie für welche Zwecke und wie lange gespeichert werden. Die Unternehmen haben eine Antwortfrist von einem Monat, die maximal auf drei Monate verlängert werden kann. Offiziell ist die DSGVO schon seit Mai 2016 in Kraft, erst seit 2018 müssen ihre Vorgaben allerdings vollständig umgesetzt werden – sonst drohen Strafen. Die neue Verordnung war auch deswegen notwendig, weil die bisherige EU-Richtlinie noch von 1995, also aus den Anfangszeiten des Internets, stammt.

### Neue Datenschutz-Regeln

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der EU gilt seit dem 25. Mai 2018 in allen Mitgliedsstaaten.

 <b>Die wichtigsten Änderungen</b>	 <b>Verbesserungen für Verbraucher</b>
 Vereinheitlichung der Datenschutzrechte innerhalb der EU	 leichter Zugang zu eigenen Daten
 strengere Regulierungen für Unternehmen	 Verbraucher müssen einwilligen, wenn Unternehmen personenbezogene Daten erheben
 höhere Strafen bei Verstößen	 Verbraucher dürfen Einwilligung zur Datenverarbeitung jederzeit widerrufen
 Unternehmen müssen dem Nutzer die Verarbeitung der Daten und Dauer der Speicherung mitteilen	 Unternehmen müssen Verbraucher bei Datenschutzverletzungen informieren
	 Löschung von veröffentlichten Informationen wird erleichtert

Quelle: Datenschutz.org

© Globus  12520