

DATEN SCHUTZ

KOLLEKTIV & MACHTKRITISCH

Workshopkonzept für die Erwachsenenbildung



Autor:in

Annemarie Witschas

Herausgeber

Prof. Dr. Rainer Mühlhoff

Universität Osnabrück

Ethics and Critical Theories of AI

Wachsbleiche 27

D - 49090 Osnabrück

Redaktion

Nora Freya Lindemann

Design

Anna Kraher

Coverbild

Anna Kraher

Kontakt

outreachlab@ethikderki.de

12. Juni 2023

INHALT

Überblick	4
Zielgruppe	4
Lernziele	4
Zusammenhang mit weiteren OER aus dem Projekt	4
Forschungshintergrund	5
Unterrichtsplan	6
Didaktische Methoden	6
Stundenübersicht	7
Detaillierter Stundenablauf	8
Mögliche Einwände	15
Anhang	17



120 min



Erwachsene

ÜBERBLICK

Schnell das Cookie-Banner weggeklickt und die AGB akzeptiert: Doch warum funktionieren so viele Online-Dienste, ohne dass wir für sie bezahlen müssen? Welche gesellschaftlichen Auswirkungen haben Treue-Karten in Supermärkten? Und wie viel weiß eigentlich Spotify über mich?

Gemeinsam wollen wir den Blick auf die gesellschaftliche Dimension von Datensammlung richten und die daraus entstehenden Machtasymmetrien beleuchten. Das bedeutet auch, Datenschutz jenseits individualistischer Lösungen zu denken. Denn das, was mit unseren Daten passiert, geht nicht nur uns persönlich etwas an, sondern betrifft uns alle – und marginalisierte Gruppen häufig umso stärker. Neben einem theoretischen Einblick wollen wir den Teilnehmenden auch praktische Tipps für einen kritischeren und verantwortungsvolleren Umgang mit Daten an die Hand geben.

ZIELGRUPPE

Der Workshop richtet sich an **Erwachsene** unterschiedlichen Alters. Erprobt wurde das Konzept mit TN in der Altersgruppe von 20 – 50 Jahre. Es wird davon ausgegangen, dass TN ein Grundwissen über digitale Technik mitbringen: Sie sollten wissen, was Daten sind und Erfahrung in der Nutzung von Smartphones, Apps, etc. haben. Ein grundlegender Zugang zu Kritiken des Digitalen (z.B. Privatsphäre, Überwachung, Netzwerk-Effekte) ist vorteilhaft für eine angeregte Diskussion, aber nicht notwendig.

LERNZIELE

Die Teilnehmenden (TN) können einschlägige **Beispiele von datensammelnden Diensten** (z.B. Apps) benennen.

Die TN sind in der Lage, mithilfe der graphischen Darstellung in der Präsentation die im Hintergrund operierende **Funktionsweise** von digitalem Tracking zu charakterisieren.

Die TN sind in der Lage, anhand mindestens eines Fallbeispiels, welches in Kleingruppen und mithilfe von Arbeitsmaterialien untersucht wird, zu erläutern, inwiefern personalisierte Datensammlung bei digitalen Diensten zu **negativen gesellschaftlichen Auswirkungen** führen kann.

Die TN können diverse **Handlungsmöglichkeiten** benennen, um individuelle Datenspuren zu reduzieren. Als Memorisierungshilfe können sie auf das zur Verfügung gestellte Material (Handout in Form eines Flyers) zurückgreifen. Gleichzeitig können sie kritisieren, warum der Fokus auf individuelle Handlungen eine reduzierte Perspektive in der Debatte darstellt. Dadurch sind Sie in der Lage, die Komplexität möglicher Lösungsansätze einzuordnen.

ZUSAMMENHANG MIT WEITEREN OER AUS DEM PROJEKT

In der Gruppenarbeitsphase werden Themen aufgegriffen, die innerhalb bereits im Rahmen des DEOL von weiteren Projekten bearbeitet wurden.

FORSCHUNGSHINTERGRUND

Der Forschungshintergrund (s. Anhang) behandelt drei Themenschwerpunkte: 1) Daten, 2) Datenschutz und 3) Handlungsmöglichkeiten. Hier eine kurze Zusammenfassung:

Teil 1 erläutert, was Daten sind und wie sie gesammelt und genutzt werden. Es wird aufgezeigt, wie durch die Analyse großer Datenmengen sensible Informationen extrahiert werden können, was potenzielle Bedenken hinsichtlich der Privatsphäre und persönlichen Freiheit von Personen aufwirft. Es wird darauf hingewiesen, dass Daten nicht nur bei den Ursprungsanbietern verbleiben, sondern oft von Datenhändler:innen weiterverkauft werden. Anschließend wird auf die gesellschaftliche und wirtschaftliche Relevanz dieser Praktiken hingewiesen, bei dem es die umfassende Sammlung und Analyse von Daten Unternehmen ermöglicht, individuelles Verhalten vorherzusagen und zu beeinflussen.

Teil 2 führt das zugrunde liegende Verständnis von Datenschutz aus. Dabei werden die Aspekte der Machtkritik und der Kollektivität in Zusammenhang mit Datenschutz gebracht. In der machtkritischen Dimension wird insbesondere auf die Entstehung von informationellen Machtgefällen durch automatisierte Datenverarbeitung eingegangen, sowie deren Risiken für Individuum und Gesellschaft aufgezeigt. Die kollektive Dimension wird untermalt, indem aufgezeigt wird,

wie Nutzer:innen im digitalen Raum stets auch von den Daten anderer Personen betroffen sind, da über die Gesamtheit der Daten aller Nutzer:innen Berechnungen und Vorhersagen durchgeführt werden, welche wiederum Auswirkungen auf Individuen haben. Weiterhin wird das Konzept der "Datenverschmutzung" eingeführt, um die kollektive Verantwortung und die Notwendigkeit struktureller Veränderungen im Umgang mit Daten aufzuzeigen.

Teil 3 thematisiert Handlungsmöglichkeiten zur Bewältigung der besprochenen Herausforderungen. Diese können auf politischer, individueller und kollektiver Ebene angesiedelt werden. Während politische Regulierungen wie die DSGVO wichtige Standards setzen, sind individuelle Maßnahmen wie die Anpassung des technischen Setups ebenfalls wirksam, jedoch begrenzt. Es wird betont, dass ein zu starker Fokus auf individuelle Handlungen die Gefahr birgt, die Verantwortung für den Datenschutz auf Einzelpersonen zu übertragen. Daher werden im Workshop individuelle Tipps primär als Bildungsmaßnahme diskutiert, während ein ganzheitlicher Lösungsansatz Aspekte der unterschiedlichen Ebenen kombinieren sollte.

Zu in der Gruppenarbeitsphase besprochen Themen stellen die jeweiligen Texte der Arbeitsmaterialien einen einführenden Überblick dar.

UNTERRICHTSPLAN

DIDAKTISCHE METHODEN

Der Workshop ist darauf ausgerichtet, dass sich die TN interaktiv mit den Inhalten befassen. Dafür werden verschiedene Gruppenarbeiten genutzt. Der Anteil des Frontalinputs ist bewusst geringgehalten und begrenzt sich auf eine kurze Einführung in das Thema, sowie Erklärungen zu den Gruppenarbeiten. Die Abschlussdiskussion gibt TN die Möglichkeit, eigene Erkenntnisse zu formulieren, Nachfragen zu stellen und miteinander in einen Dialog zu treten.

LEGENDE



Ziele



Material



Methode



Slides

STUNDENÜBERSICHT

EINHEIT	ZEIT [MIN]	SCHRITT	INHALT	METHODE
1. Einleitung	5	Einstieg, Motivation	Projektvorstellung, Ausblick auf Workshop	Frontal
2. Aktivierung	15	Bezug herstellen, Gruppe kennenlernen	Wodurch entstehen Daten? Was hat das mit mir zu tun?	Kleingruppen: Brainstorming-Spiel
3. Theoretische Einführung	20	Wissensgrundlage schaffen	Was ist das „Big Data Backend“? Wie funktioniert es?	Frontal
4a. Gruppenphase: Fallbeispiele	30	Inhaltliche Vertiefung	Welche konkreten Beispiele gibt es?	Kleingruppen: Rollenspiel
4b. Gruppenphase: Zusammentragen	15	Kleingruppenberichte: Fallbeispiel & Rollenspiel	Inwiefern spielen kollektive und machtvoll Elemente eine Rolle?	Vorstellung durch Kleingruppen
5. Diskussion	20	Einordnung der Beispiele in den Gesamtkontext	Besprechung der Gruppenarbeit, Bezug auf Machtkritik und Kollektivität	Plenumsdiskussion
6a. Abschluss: Zusammenfassung	5	Zusammenfassung	Was sollen TN mitnehmen?	Frontal
6b. Abschluss: Was tun?	5	Ausblick	Welche Handlungsmöglichkeiten gibt es?	Frontal
7. Feedback <i>(optional)</i>	5	Ausfüllen des Feedbackbogens	Was lief gut? Was kann verbessert werden?	Frontal

DETAILLIERTER STUNDENABLAUF

1. Einleitung

(5 MIN)



Vorstellung Projekt und Workshop, Ausblick auf die kommenden 2 Stunden



Frontal



Kreppband, Eddings oder andere Stifte

Herzlich Willkommen

Ausblick Workshop

Heute Workshop zum Thema Datenschutz: Was hat das mit Macht zu tun? Und warum braucht es einen kollektiven Ansatz?

Wir werden heute unter anderem ein Rollenspiel in Gruppen durchführen und uns exemplarisch ein paar digitale Dienste oder Apps anschauen, die ihr bestimmt alle kennt und vielleicht sogar nutzt.

Dauer ca. 2 Stunden

Wer sind wir?

Projekt „Data Ethics Outreach Lab“ der Universität Osnabrück, Arbeitsgruppe Ethik und kritische Theorien der Künstlichen Intelligenz

Ziel: Anregung eines kritischen Verständnisses mit datenethischen Themen in der Zivilgesellschaft

Methoden: Besuchen Schulen, geben Unterrichtsstunden, haben Spiele entwickelt, Spotify Datenspenden ausgewertet, das Geschäftsmodell von PayPal unter die Lupe genommen, etc.

Wer seid ihr?

Kreppband mit Namen und Pronomen (für diejenigen, die wollen)

2. Aktivierung

(15 MIN)



Auflockern, Gruppe kennenlernen, Bezug zwischen Thema und Lebensrealität der TN



Kleingruppen



ca. 20 Klebezettel pro Gruppe, Eddings/Stifte

BRAINSTORMING-SPIEL

Vorbereitung

Einteilung der TN in 3er Gruppen

Austeilen von Materialien (bis zu 20 Klebezettel pro Gruppe, 1-3 Stifte)

Aufgabenstellung

„Überlegt, welche digitalen Dienste (z.B. Apps oder Websites) ihr in den letzten sieben Tagen verwendet habt. Fragt eure Mitspielenden, ob sie denselben Dienst auch verwendet haben. Nur wenn es alle Gruppenmitglieder in den letzten sieben Tagen verwendet habt, dürft ihr den Begriff auf einen Klebezettel aufschreiben. Ihr habt dafür drei Minuten Zeit. Versucht, so viele gemeinsam genutzte Dienste zu finden, wie möglich.“

Beispiel

Instagram, Gmail, Wetter Online, YouTube, PayPal, Spiegel Online, Spotify, ... (nicht gemeint sind generische Begriffe wie E-Mail, Suchmaschine, Online-Banking, etc.)

Optional

Um mehr Spannung aufzubauen, kann den TN angekündigt werden, dass die Gruppe mit den meisten gemeinsam genutzten Diensten (= am meisten Klebezetteln) etwas gewinnt. In unseren Workshops durfte die Gruppe sich als erste das Thema der Kleingruppen aussuchen.

3. Theoretische Einführung

(20 MIN)



Perspektivwechseln aus Nutzer:innenseite hin zu Betreibenden. Wie werden Daten genutzt?



Frontal



Slides 2-14

Input der Workshop-Leitung

Wie ihr gemerkt habt, nutzen wir alle jede Menge Plattformen, Apps, digitale Dienste. Sie sind zutiefst mit unserem Alltag verwoben. Fast alle davon sind kostenlos: Wie kommt das, dass so praktische Dienstleistungen, einfach so verfügbar gemacht werden? Sind die einfach so großzügig? Oder steckt da vielleicht etwas anderes dahinter?

Grafik „Big Data Backend“



SLIDES 3-5

Linke Seite der Grafik: das könnten wir sein als Nutzer:innen, mit einem Computer oder Smartphone

Mitte: Website-Interface, also die Ansicht der Seite, die wir besuchen



SLIDE 6

Rechte Seite: Jedoch passiert auch noch etwas im Hintergrund, Website ist wie ein halbdurchlässiger Spiegel, und auch wir werden beim Surfen „gesehen“. Hier wird es als Menschen vor Computern abgebildet, aber normalerweise sind es automatisierte Systeme, die Daten über uns aufzeichnen, z.B.:

- Aufmerksamkeit-basierte Daten (wie lange wurde etwas angeschaut, wann wurde weitergescrollt, Tipp-Zeit, Reaktionsdauer), ...
- Nutzungsdaten: Suchanfragen, Finanztransaktionsdaten etc.

- Standort, Bewegungsdaten (Accelerometer), Mikrofon, Kamera, WLAN-Status
- Profil-Daten: E-Mail-Adressen, aber auch Namen, Geburtstagdatum, Kontakte, Dateien (z.B. in der Cloud)

Was ist hier möglich?



SLIDE 4

Doch was genau passiert da? Und warum? Um das etwas deutlicher zu machen, wollen wir heute ein Rollenspiel machen und die Perspektive ins „big data backend“ wechseln. Denn da ergeben sich für euch neue Möglichkeiten: ihr besitzt drei „super powers“:

1. Zusammenführung verschiedener Quelle



SLIDE 8

Data Broker: Es gibt eine ganze Industriebranche, die sich damit beschäftigt, Datensets einzukaufen, zu ordnen und weiter zu verkaufen. Informationsschnipsel, die wir bei verschiedenen Diensten/sozialen Netzwerken/Online-Shops lassen, können also zusammengeführt werden.

2. Analyse kleinster Korrelationen und Muster



SLIDE 9

Data Analytics: Viele Datenschnipsel erscheinen unwichtig und unprofitabel, können aber in großen Mengen geordnet und nach Mustern untersucht werden.

3. Vorhersage neuer Werte



SLIDE 10

Predictive Analytics: Durch die Analyse von Mustern können neue sensible Daten von Personen vorhergesagt werden, ohne dass diese von den Nutzer:innen zur Verfügung gestellt werden müssen.

Beispiele

- Netzpolitik.org Recherche zu **Datenhändler:innen** in 2023 dokumentierte 650.000 Kategorien, die Datenhändler:innen nutzen, um Nutzer:innen zu segmentieren. Darunter gab es zahlreiche Kategorien basierend auf sensiblen Informationen wie „Brustkrebs“, „Grindr Nutzer“ oder „moms who shop like crazy“¹.
- Eine Studie hat bereits 2013 ergeben, dass durch eine handvoll **Facebook Likes** sensible biografische Informationen vorhergesagt werden können. Sehr gute Vorhersagbarkeit: *weiß* oder Person of Colour (PoC) (95%), Geschlecht (93%). Gute Vorhersagbarkeit: schwul (88%), demokratisch oder republikanisch (85%), mittlere Vorhersagbarkeit: Alkoholkonsum, rauchen².
- **Spiegel Online:** David Kriesel vom ChaosComputerClub (CCC) hat 100.000 Spiegel Online Artikel analysiert, wann die veröffentlicht wurden und von wem, konnte so rekonstruieren, welche Autor:innen wiederholt zusammen in den Urlaub gefahren sind. Daraus ließ sich ableiten, welche Autor:innen miteinander in einer Beziehung sind³.

1 „Microsofts Datenmarktplatz Xandr: Das sind 650.000 Kategorien, in die uns die Online-Werbeindustrie einsortiert“ – netzpolitik.org. (2023, June 08). Zuletzt abgerufen am 02.02.2024 von <https://netzpolitik.org/2023/microsofts-datenmarktplatz-xandr-das-sind-650-000-kategorien-in-die-uns-die-online-werbeindustrie-einsortiert>

2 Kosinski, M., Stillwell, D., & Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.*, 110(15), 5802–5805. doi: 10.1073/pnas.1218772110

3 Kriesel, D. (2016). SpiegelMining – Reverse Engineering von Spiegel-Online. media.ccc.de. Zuletzt abgerufen am 02.02.2024 von https://media.ccc.de/v/33c3-7912-spiegelmining-reverse_engineering_von_spiegel-online

Zusammenführung: Kollektive Dimension

🖥️ SLIDE 11-14

Den Mechanismus der Vorhersage nun noch einmal aus Seite der Plattform-Betreibern anschauen:

- Model bekommt einen Input und produziert einen Output, kann Vorhersagen treffen.
- Wer kann das machen? Große Konzerne, Plattformen mit Millionen oder Milliarden von Nutzer:innen, die Daten kostenlos zur Verfügung stellen.
- Was für Daten stehen zur Verfügung? Z.B. Aktivität auf Plattform, Aktivität im Browser, Likes, geteilte Inhalte, Reaktionen, basierend auf Nutzung → **blaue Punkte**
- Manche Nutzer:innen geben sensible Informationen an (z.B. sexuelle Identität oder Neurodivergenz), entweder direkt im Profil oder durch Beitritt in bestimmte Gruppen → **pinke Punkte**
- Dadurch existieren von manchen Nutzer:innen sowohl Hilfsdaten als auch sensible Daten. Es reicht eine kleine Zahl Nutzer:innen aus, etwa 5%, um darauf ein Modell zu trainieren, die Korrelationen zwischen den grünen und roten Daten zu lernen.
- Durch diese trainierten Modelle können wir dann die Hilfsdaten der Nutzer:innen nehmen, um die sensible Information über sie ebenfalls vorherzusagen → **pinke Punkte (mit Rand)**
- Dadurch können Plattformen wie Facebook so gezielte Werbung anbieten (Beziehungsstatus, medizinischer Zustand, politische Einstellungen).

4a. Gruppenphase:

Fallbeispiele

(30 MIN)



Beleuchten, wie "Big Data Backend" genutzt wird, um großflächig Daten zu aggregieren. Zusammenhang zwischen wirtschaftlichen Inzentiven digitaler Dienste und der Verstärkung von sozialen Ungerechtigkeiten.



Gruppenarbeit



Slide 15, Gruppenarbeitsmaterial (Anhang) zu den 4 Stationen, Stifte und Papier für die Gruppen

Gruppenbildung

3er Gruppen (selbe Konstellation wie im Aufwärmspiel, da sich die TN bereits kennen)

Themenauswahl

Gruppen können sich Thema selbst auswählen, jedes Thema sollte jedoch idealerweise min. einmal vertreten werden:

- Treuekarten und Payback
- Fitness tracking
- Menstruationsapps
- Spotify

Aufgabenstellung



SLIDE 15

(7 min pro Schritt, nächsten Schritt immer erst nach Beendigung des vorherigen ansage)

Schritt 1. Lest das Fallbeispiel und versteht, worum es geht.

Schritt 2. Stellt euch vor, ihr seid **CEO** dieses Unternehmens / dieser App. Euer Ziel ist es, möglichst viel Geld damit zu verdienen. Wie würdet ihr vorgehen?

Schritt 3. Stellt euch vor, ihr seid eine **Marketing-Agentur** für das Unternehmen / die App / das Produkt. Wie würdet ihr das Produkt öffentlich bewerben? Welche Vorteile preist ihr an? Welche Aspekte verschweigt ihr lieber?

Schritt 4. Nun schlüpft ihr in die Rolle einer **NGO**. Ihr habt die Debatten in Schritt 2 und 3 mitgehört. Besprecht, inwiefern das Produkt schädlich für die Gesellschaft ist / Potential für strukturelle Benachteiligung birgt. Wie würdet ihr öffentliches Bewusstsein für die Problematik schaffen? Habt ihr Forderungen für die Regulierung dieser Technologie?

4b. Gruppenphase: Zusammentragen

(15 MIN)

Im folgenden Schritt präsentieren die Gruppen kurz die Ergebnisse ihrer bisherigen Diskussion. Es geht dabei explizit nicht um eine Nacherzählung des Besprochenen, etwa was sie sich in jedem einzelnen Schritt überlegt haben. Das kann die Phase sehr langatmig machen. Stattdessen soll an dieser Stelle das Besprochene abstrahiert und transferiert werden und knapp (ca. 3 Min pro Gruppe) mit den anderen TN geteilt werden. Dazu eignen sich die folgenden Leitfragen.

Leitfragen zur Presentation:

- Was war euer Thema?
- Welcher Punkt aus dem Material war besonders interessant oder überraschend für euch?
- Welche Rolle war am spannendsten?
- Habt ihr einen Take-away von der Gruppenarbeit?

5. Diskussion

(20 MIN)

Mit Bezug auf den Workshoptitel sollen nun beide Aspekte anhand der Fallbeispiele erörtert werden.

1. MACHTKRITISCH

Frage an TN: Wo habt ihr Machtasymmetrien wahrgenommen?

Exemplarische Antworten, mit denen Antworten der TN ergänzt werden können:

Fitness-Tracker

- Potential, solidarische Gesundheitsversorgung zu erodieren.
- Betrachtung von Gesundheit als individuelle Leistung, kollektive und gesellschaftliche.
- Aspekte von Gesundheit (z.B. durch Luftverschmutzung, Nahrungsmittelzusätze, Burnout) werden ausgeblendet.
- Ungleiche Chancen an Teilnahme, da sich nicht alle Tracking-Equipment leisten können.

Spotify

- Erstellung von Profilen, welche tiefe emotionale Einblicke und langjährige Entwicklungen dokumentieren.
- Fragwürdige Patente, welche Überwachung von Nutzer:innen ermöglichen.

Menstruations-Apps

- Sammlung und Speicherung intimer Daten zu sexueller Aktivität und Gesundheit.
- Marketing-Interesse, Schwangere zu identifizieren, um Babyprodukte zu bewerben.
- Ausnutzen von Unsicherheiten, hormoneller „Nestbau“ Mechanismen, Sorge darüber, „schlechte Eltern“ zu sein.

Payback / Treuekarten

- Erstellung und Handel mit personalisierten Profilen von Millionen von Nutzer:innen.
- Ausübung von Plattform-Macht, z.B. als Hebel, um beteiligten Firmen Konditionen vorzuschreiben.

Follow-up Frage: Wozu können gesammelte Daten / erstellte Profile genutzt werden? Welche Nachteile können entstehen?

Fokus auf Schwachstellen von Menschen: z.B. Suchtpotential

Bezug auf Data Broker Recherche, deren Kategorien auf psychische/physiologische Schwachstellen von Personengruppen abzielen¹.

Geleakte Dokumente enthüllten, wie Facebook Manager in Australien damit prahlen, emotional verletzliche Teenager dann erreichen zu können, wenn sie am verletzlichsten sind².

Feedbackschleifen

Ergebnisse von Datenverarbeitung werden erneut in Modelle gefüttert, werden durch sogenannte Feedbackschleifen zu selbsterfüllenden Prophezeiungen

(z.B. Kreditvergabe: Personen, über die automatisiert vorhergesagt wird, dass sie nicht kreditwürdig sind, können aufgrund dieses berechneten Merkmals Schwierigkeiten bekommen, Geld geliehen zu bekommen und sind dadurch mit erhöhter Wahrscheinlichkeit betroffen, in finanzielle Nöte zu kommen.)

1 Microsofts Datenmarktplatz Xandr: Das sind 650.000 Kategorien, in die uns die Online-Werbeindustrie einsortiert“ – netzpolitik.org. (2023, June 08). Zuletzt abgerufen am 02.02.2024 von <https://netzpolitik.org/2023/microsofts-datenmarktplatz-xandr-das-sind-650-000-kategorien-in-die-uns-die-online-werbeindustrie-einsortiert>

2 Whigham, N. (2017). Facebook data targeting ‘insecure’ teens. news. Zuletzt abgerufen am 02.02.2024 von <https://www.news.com.au/technology/online/social/leaked-document-reveals-facebook-conducted-research-to-target-emotionally-vulnerable-and-insecure-youth/news-story/d256f850be6b1c8a21aec6e32dae16fd>

2. KOLLEKTIV

Frage an TN: Inwiefern entsteht eine kollektive Verantwortung in Bezug auf Daten? Antworten:

Menschen sind über Daten miteinander verbunden

-> noch einmal Bezug nehmen auf Schaubild ( SLIDE 14)

„Nichts zu verbergen“

Diejenigen, die meinen, sie hätten „nichts zu verbergen“, sind oft privilegierte Personen (Mittelklasse, weiß, psychisch gesund, ...)

Kollektive Dimension

Doch auch sie tragen mit ihren Daten dazu bei, dass Abweichungen von dieser Norm detektierbar werden

6. Abschluss: Zusammenfassung

(5 MIN)

 SLIDE 16

Machtkritik

 SLIDE 17

Informationelle Machtasymmetrie durch Skalierbarkeit von elektronischer Datenauswertung (s. Forschungshintergrund 2.2.)
Datenschutz und Grundrechte: Der Sinn von Datenschutz ist nicht der Schutz unserer Daten, sondern unserer Grundrechte, welche durch groß angelegte Datenverarbeitung gefährdet werden.

Kollektivität

 SLIDE 18

Unsere Daten werden dazu verwendet, über andere Individuen Vorhersagen zu erstellen. Unsere Daten schaden potenziell anderen.

Datenverschmutzung

 SLIDE 19-20

Analogie zu Umwelt: Daten ähnlich wie CO²-Abgase: Auswirkungen betreffen nicht nur uns selbst, sondern verändert Ökosystem, in dem wir alle leben, und hat Konsequenzen auf andere Menschen.
Bedingt durch infrastrukturelle Abhängigkeiten, die es zu verändern gilt.

6b. Abschluss: Was tun?

(5 MIN)

Was konkret machen? Was gibt es für Handlungsmöglichkeiten?

Veränderung kann (und muss!) auf verschiedenen Ebenen stattfinden:

1. Politische Regulierung

- bereits umgesetzt: DSGVO
- weitere Forderungen, z.B.: Zweckbindung von Vorhersage-Modellen

2. Individuelle Handlungen

- Technisches Setting ändern: z.B. als Browser lieber Firefox anstatt Chrome nutzen, Privacy AddOns wie uBlockOrigin, alternative Betriebssysteme wie e-OS, Linux etc.
- Sich (weiter-)bilden: Buchtipps, Tipps zum Ausprobieren  (SLIDE 21-22)
- eigene Datenauskunft anfragen, "Sand im Getriebe" sein
- Politischer Einfluss: Wahlen

3. Kollektive Ebene

Zwischen den beiden letzten Ebenen: kollektive Ebene, in der sich Menschen gemeinsam organisieren, das Thema in ihren eigenen Kreisen weiter bekannt machen (Arbeitsstelle, Uni, Schule, Vereine, etc.)

[FLYER MIT TIPPS AUSTEILEN]

Hinweis zu Responsibilisierung geben

Es sollte nicht die Verantwortung von Einzelpersonen sein, sich um den Schutz ihrer (digitalen) Grundrechte zu kümmern. Menschen haben nicht alle die Zeit und Ressourcen, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen, doch auch sie verdienen Schutz.

➔ Tipps daher als Impuls für weitere Auseinandersetzung verstehen.

Verabschiedung, Danke für die Teilnahme

 SLIDE 23

7. Feedback *(optional)* (5 MIN)

TN füllen in Einzelarbeit den Feedbackbogen aus

MÖGLICHE EINWÄNDE

HERVOHEBEN INDIVIDUELLER VORTEILE

“ Ich finde es aber gut, dass ich bei Spotify Lieder vorgeschlagen bekomme, die mir gefallen, bei Payback Geld zurückbekomme oder durch die Nutzung von Fitnessstrackern finanziell belohnt werde.

Natürlich haben all diese besprochenen Services Vorteile. Das ist auch der Grund, warum sie von so vielen Menschen gerne genutzt werden. Ich benutze z.B. auch gerne Spotify. Trotzdem finde ich es wichtig, anzuschauen, wie durch ihre Nutzung bestimmte Akteure große Mengen an Informationen erlangen und dadurch ihre gesellschaftliche Macht stabilisieren können. Also geht es im ersten Schritt darum, diese Prozesse besser zu verstehen und als Nutzer:innen zu erkennen, dass die Folgen davon nicht nur undurchsichtig, sondern auch potentiell gefährlich sind. Und dann können wir uns im zweiten Schritt überlegen, wie wir Technik kollektiv so gestalten können, dass sie uns die gewünschten Vorteile gibt, ohne, dass es dabei zur Benachteiligung Anderer kommt. (Herstellung eines gemeinsamen Identifikationsmoments vermeidet, von TN als „moralisch überlegen“ wahrgenommen zu werden, was zu Abwehrmechanismen führen kann.) ●

HERVOHEBEN GESELLSCHAFTLICHER VORTEILE

“ KI/Datenverarbeitung ermöglicht insgesamt viel Positives für die Gesellschaft. Wenn wir diese Technik regulieren, verhindern wir Fortschritt/Innovation.

Gerade, um zu garantieren, dass wir als Gesellschaft von den Technologien profitieren, ist es notwendig, Regeln aufzustellen, zu welchem Zweck diese Technologien entwickelt werden. Nur auf diese Weise können wir unsere Interessen und Vorstellungen einbringen. Ansonsten laufen wir Gefahr, dass Technologien verwendet werden, die nur einem kleinen Teil der Bevölkerung zugutekommt und teilweise sogar Nachteile für viele Menschen mit sich bringt.

Häufig wird dabei mit dem Begriff „Innovation“ bzw. „Fortschritt“ argumentiert. Da lohnt es sich immer, genau hinzuschauen, was damit gemeint ist. Denn diese Schlagwörter werden oft als generell positiv besetzte Platzhalter verwendet, welche aber vage genug sind, um möglichst viele Personen anzusprechen. Doch was steht dahinter? Bedeutet es eine bessere Lebensqualität für viele Menschen, oder nur eine wirtschaftliche Stärkung für einzelne Industriezweige? ●

“ Das hier Besprochene ist zwar wichtig, aber in der Realität ist es viel zu aufwendig, sich wirklich konsequent vor Datensammlung zu schützen.

In der Tat, um sich selbst besser vor Datensammlung zu schützen, ist oft ein Mehraufwand nötig. Etwa, um Cookies erst abzuwählen, bevor das Banner geschlossen wird; nicht die vorinstallierten Standardprogramme wie Browser zu verwenden; oder sich nicht ganz bequem überall durch den Google Account einzuloggen.

Diese Optionen sind oft genau aus diesem Grund einfacher und bequemer gestaltet, damit sie Menschen auf diese Weise zu deren Nutzung verleiten. Allein das Wissen über solche *nudging* Mechanismen und deren Motivation zu kennen, hilft manchmal schon dabei, Websites etc. anders zu nutzen – u.a. weil sich dabei bewusst gemacht wird, dass diese Websites Interessen verfolgen, die nicht unsere eigenen sind. Und auch wenn ein 100-prozentiger Schutz sicherlich utopisch ist, können bereits mit einigen kleineren Umstellungen Veränderungen erzielt werden.

Wie wir heute besprochen haben, geht es außerdem auch nicht nur um uns selbst, sondern darum, dass über mich gesammelte Daten – wie wir gesehen haben – auch verwendet werden können, um Informationen über andere Menschen herauszufinden. Aufgrund dieser Aspekte sind sich viele Expert:innen einig, dass die Verantwortung für einen sinnvollen Schutz vor Datensammlung daher nicht hauptsächlich auf Einzelpersonen liegen sollte. ●

“ Die Technologie und dahinterstehenden Marktmechanismen sind viel zu komplex und global verankert, um sie effektiv zu regulieren.

Ich kann verstehen, dass dieses Thema und seine Komplexität sehr erdrückend erscheinen. Doch trotzdem gibt es immer wieder Hoffnung spendende Erfolge. Die europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) beispielsweise hat bewiesen, dass es möglich ist, die Verarbeitung von Daten ganz grundsätzlich zu verbieten. Das war eine weitreichende Regulierung, die auch von anderen Ländern jenseits der EU aufgegriffen wurde und so neue Standards setzte. ●

ANHANG

1. Präsentation
2. Arbeitsmaterialien für Gruppenarbeit (Texte jeweils in DE und EN)
 - a. Spotify (inkl. zwei Zusatzmaterialien)
 - b. Treuekarten (inkl. Zusatzmaterial)
 - c. Menstruations-Apps (inkl. Zusatzmaterial)
 - d. Fitness-Tracker
3. Flyer mit Datenschutztipps
4. Feedbackbogen