



# INFOBESITY

## MEANING IS THE MESSAGE

Öffentliche Podiumsdiskussion  
Studiengang "Leadership in Digitaler Kommunikation"  
November 2014



Universität der Künste Berlin  
Berlin Career College

# INFOBESITY

## MEANING IS THE MESSAGE

Information Obesity ist ein Schlagwort, mit dem Andrew Whitworth eine Situation und ihre Bedrohung für die Gesellschaft beschreibt: Zu viel Information. Die Bedeutung des Informationszeitalters liegt darin, Zugang zur Information zu haben. Nun droht uns der Zugang als Masse zu überrollen.

Differenzierte Sichtweisen aus unterschiedlichen Kompetenzfeldern, von Experten kritisch vorgestellt und diskutiert, werfen ein erstes Licht ins Dunkel der exzessiv wuchernden Folgen des digitalen Paradigmenwechsels. Die Sichtweisen sind dabei so widersprüchlich angelegt, dass sie kritische Distanz provozieren - um ungelöste Herausforderungen identifizieren zu können.

### Kernfragen der Diskussion:

Mit welchen wissenschaftlichen und praktischen Arbeitsfeldern müssen wir uns zukünftig auseinandersetzen, um

Wissen aus der Masse zu generieren und die Bedeutungsgehalte so zu kommunizieren, dass wir unseren Absichten gerecht werden?

Welche wirtschaftlichen, bildungsrelevanten, gesellschaftlichen oder politischen Chancen liegen in der Masse?

Was kann die digitale Welt hier wirklich leisten und welche Verantwortung haben wir im Umgang mit intelligenten Maschinen?

Ist Big und Smart Data eine Lösung oder eine neue Herausforderung?

Geben wir unsere Erkenntnisfähigkeit zugunsten digital-algorithmischer Potentiale ab?

Wer verantwortet durch die Autorenschaft die Auswirkungen von Information?

Warten evolutionäre Veränderungen auf unseren Verstand?



### Redner:

- Christiane Fritze (Interdisziplinärer Forschungsverbund Digital Humanities in Berlin)
- Dr. Markus Feufel (Referent der Prodekanin für Studium und Lehre Charité -Universitätsmedizin Berlin)
- Damian Gerbaulet (Alumni LDK Berlin)
- Stefan Heeke (Executive Director von [www.SumAll.org](http://www.SumAll.org) New York)
- Florian Dohmann (Data Scientist bei The unbelievable Machine Company Berlin und Künstler performativer Daten-Experimente)
- Stefan Wieduwilt (Inhaber der Wieduwilt Film & TV Production GmbH Berlin, Philosoph)
- Eric Hopf (Inhaber der Kommunikationsagentur Hopf Strategie Berlin, Philosoph)

### Verantwortlich und Moderation:

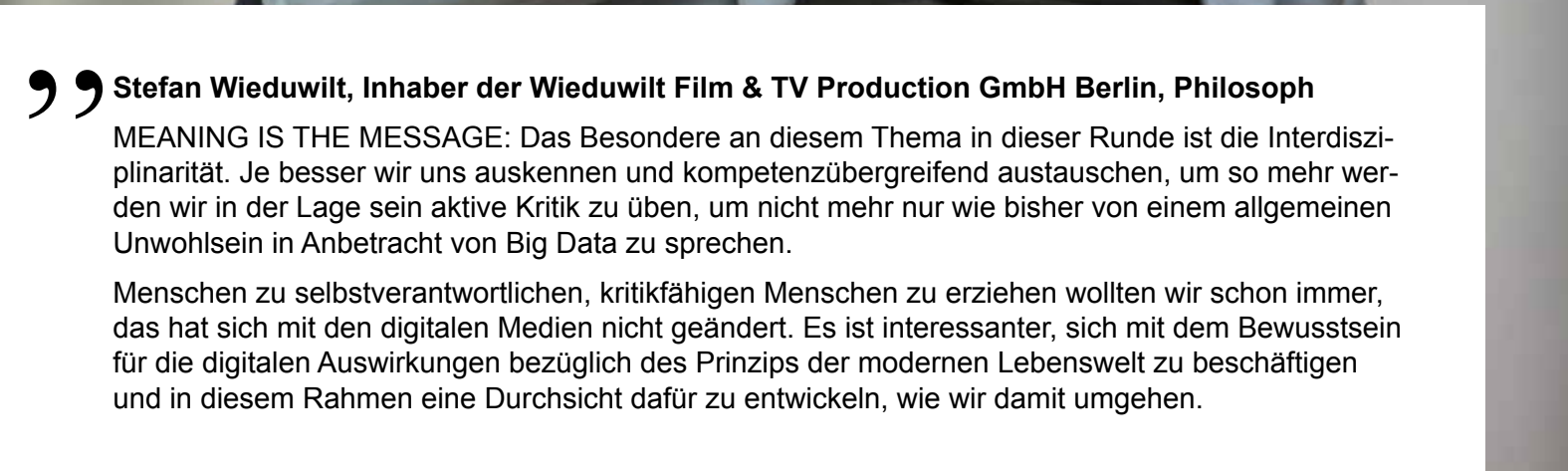
Prof. Dr. Sabine Fischer - stellvertretende Studiengangsleiterin im Masterstudiengang Leadership in Digitaler Kommunikation und Modulleitung Leadership I und II.





” Dr. Markus Feufel (Referent der Prodekanin für Studium und Lehre Charité - Universitätsmedizin Berlin)

Die bisher verfügbaren Studien zum Einfluss von Big Data auf kognitive Fähigkeiten widersprechen der Hypothese einer „Digitalen Demenz“ – d.h. dass wir unsere kognitiven Fähigkeiten durch den Einfluss digitaler Medien einbüßen –, sprechen aber für die Entstehung einer digitalen Denkkultur, deren Auswirkungen uns alle betreffen, aber bisher weitgehend unerforscht sind. Die ersten Experimente und Beobachtungsstudien zeigen, dass wir, wenn Informationen wie im Internet stets abrufbar sind, dazu tendieren, uns weniger Fakten als Suchstrategien zu merken. Jedoch sind vor allem wenig erfahrene, ältere Internetnutzer oft nicht in der Lage, effizient nach Informationen zu suchen (digital divide).



” Stefan Wieduwilt, Inhaber der Wieduwilt Film & TV Production GmbH Berlin, Philosoph

MEANING IS THE MESSAGE: Das Besondere an diesem Thema in dieser Runde ist die Interdisziplinarität. Je besser wir uns auskennen und kompetenzübergreifend austauschen, um so mehr werden wir in der Lage sein aktive Kritik zu üben, um nicht mehr nur wie bisher von einem allgemeinen Unwohlsein in Anbetracht von Big Data zu sprechen.

Menschen zu selbstverantwortlichen, kritikfähigen Menschen zu erziehen wollten wir schon immer, das hat sich mit den digitalen Medien nicht geändert. Es ist interessanter, sich mit dem Bewusstsein für die digitalen Auswirkungen bezüglich des Prinzips der modernen Lebenswelt zu beschäftigen und in diesem Rahmen eine Durchsicht dafür zu entwickeln, wie wir damit umgehen.

” Leider reicht "Informationen finden" bei Big Data nicht aus. Vielmehr müssen wir entscheiden, welche der vielen Informationen wir beachten und als „gut“ befinden und welche wir aufgrund ihrer Relevanz oder Qualität ignorieren.

Selbst erfahrene Internetnutzer fühlen sich jedoch oft von der Fülle an „guten“ und „schlechten“ Informationen im Internet überwältigt oder gar ausgeliefert und können deren Qualität nicht adäquat bewerten. Um die Möglichkeiten des Internets auszuschöpfen, müssen wir also unser Denken und unsere (Such)-Strategien besser an dessen Herausforderungen, aber sicher auch die Struktur des Internets in Bezug auf die Qualität und Relevanz von Informationen besser an unsere kognitiven Stärken und Schwächen anpassen.



» **Damian Gerbaulet (LDK Alumni, Gründer »de Gerbaulet«)**

Meine Haltung hat sich in dieser Runde bestätigt: Der Mensch sollte stets danach trachten Technologie zu verbessern, weil Technologie nahezu immer unzulänglich ist. Er muss Verantwortung übernehmen: die »Maschine« optimieren und hinterfragen – sich selbst hinterfragen und achtsam durch die Welt marschieren. Das ist wichtig und diese Fähigkeit gilt es zu schulen.



» **Manuel Funk (Student und Geschäftsführer Honeyump GmbH)**

Bei dem Thema Big Data geht es nicht nur um Informationen sondern auch um Entscheidungen. Grundsätzlich denke ich, je mehr Informationen man zur Verfügung hat desto bessere Entscheidungen können getroffen werden.

Eine These ist, dass wir viele Entscheidungen gar nicht mehr selbst treffen, sondern dass Systeme dies übernehmen. Kritisch wird es, wenn beispielsweise ein Algorithmus berechnet, dass ich mit einer Wahrscheinlichkeit von X Prozent an Alzheimer erkranken werde. Was fängt man selber mit dieser Information an?

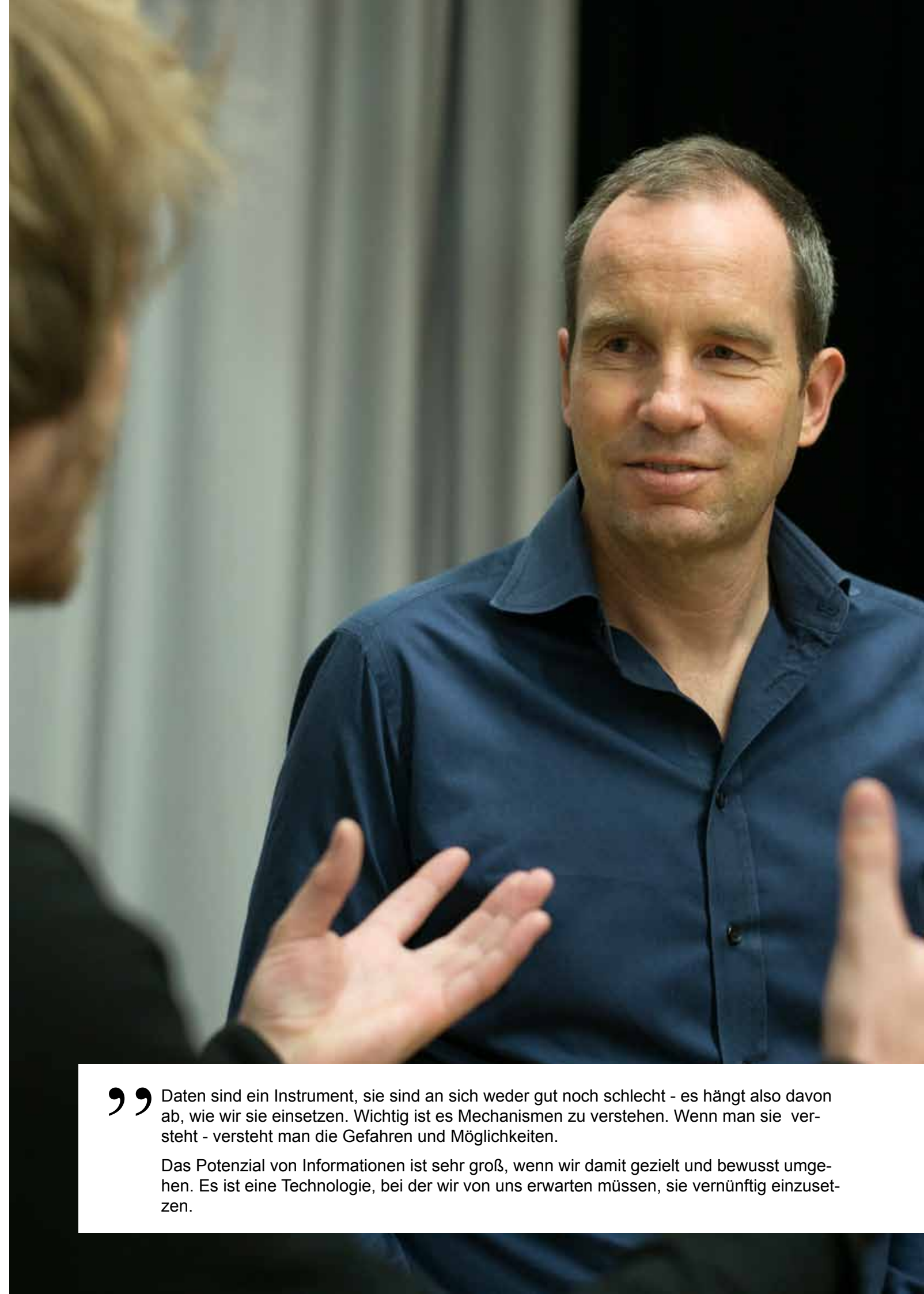
Ein Unternehmen würde als potentieller Arbeitgeber daraus die Entscheidungen ableiten, lieber mit Leuten zu arbeiten, die kein Gesundheitsrisiko haben. Big Data wird unser ganzes Leben maßgeblich beeinflussen. Die Debatte darum muss also geführt werden!

” **Stefan Heeke (Executive Director von www.SumAll.org New York)**

Information an sich ist wertlos. Information und Daten sind nur wertvoll, wenn daraus Wissen generiert und Entscheidungen getroffen werden. Information ist per se drei Schritte entfernt vom Nutzen. MEANING IS THE MESSAGE kann auch so verstanden werden, dass man der Information Bedeutung geben muss. Das ist die wesentliche Frage. Tun wir das Richtige und setzen wir dabei die richtigen Mittel ein?

Daten sind erst einmal neutral. Es wird viel über Datenschutz geredet und viele Meinungen werden durch Medien und Gesetze bestimmt. Heißt: Was legal ist, ist gut und was illegal ist, ist schlecht. Viele verkennen den eigentlichen Nutzen, den uns die Daten zur Verfügung stellen. So verkennet man auch viel Potenzial. Es gibt Szenarien, wo der Nutzen größer ist, als der Wert des Datenschutzes, gerade im sozialen Bereich, wenn Daten Leben retten können.

Wir müssen den Datenschutz ins Verhältnis zum Nutzen setzen können. Im Moment bezieht sich die Diskussion sehr stark auf die kommerzielle Nutzung und weniger auf den sozialen Nutzen der Daten.



” Daten sind ein Instrument, sie sind an sich weder gut noch schlecht - es hängt also davon ab, wie wir sie einsetzen. Wichtig ist es Mechanismen zu verstehen. Wenn man sie versteht - versteht man die Gefahren und Möglichkeiten.

Das Potenzial von Informationen ist sehr groß, wenn wir damit gezielt und bewusst umgehen. Es ist eine Technologie, bei der wir von uns erwarten müssen, sie vernünftig einzusetzen.





” **Klaus-Dieter Hommel (Student und Stellvertretender Vorsitzender der EVG)**

Menschen haben sich zu allen Zeiten Wissen angeeignet, dabei die Ihnen zur Verfügung stehenden Informationen genutzt und Entscheidungen getroffen. Das tun wir auch heute. Allerdings stehen uns - dank des Internets und Big Data - viel mehr Informationen und Daten zu Verfügung, als dies früher der Fall war. Das ist gut so und nutzt uns in vielen Bereichen des Lebens. Mit der Fülle von Informationen umzugehen, muss allerdings gelernt sein.

Daten selbst sind neutral und für sich allein unschädlich. Sie können, richtig aufbereitet, zum Wohle der Menschen und der Gesellschaft genutzt werden. Doch sie können auch schaden, oder gar zerstören.

Deshalb benötigen wir insbesondere im Hinblick auf einen kritischen und verantwortungsbewussten Umgang mit Daten und Informationen gesellschaftliche Normen. Gesetzliche Regelungen allein werden zukünftig nicht ausreichen, um die Menschen vor Missbrauch zu schützen. Dennoch ist gesetzlicher Datenschutz wichtig, denn er dient nicht dem Schutz von Daten, sondern dem der Menschen. Dabei ist es auch möglich, rechtliche Rahmen zu schaffen, die eine weitere Digitalisierung und Innovationen nicht behindern oder einschränken.

” **Ralf Steinle (Internetredakteur vom Deutschen Gewerkschaftsbund)**

Als Internet-Redakteur habe ich es ständig mit der Informationsvermittlung und -flut zu tun und wollte wissen, was hier auf intellektueller Ebene über das Thema diskutiert wird.

Ich glaube die Informationen sind einfach da, ob wir sie gut oder schlecht finden. Wir werden von ihnen überschüttet und müssen und wollen damit zurechtkommen. Wir filtern automatisch die Informationen heraus, die für uns wichtig sind, was mit der eigenen Medienkompetenz zu hat. Diese Medienkompetenz muss peu á peu erworben werden.

In der Masse der Daten muss man heute diese Filterfunktion selbst übernehmen oder man verlässt sich, wie früher, auf das, was Zeitungen oder andere Medien für einen zusammengefasst haben. Heute ist nichts anders als früher, bloß auf einer größeren Datenbasis. Sollen wir doch froh sein das wir so viele Informationen kriegen können, wenn wir das wollen.



” Eric Hopf (Inhaber der Kommunikationsagentur Hopf Strategie Berlin, Philosoph)

Ich sehe die Datenflut nicht als Problem, sondern als Möglichkeit viel mehr zu wissen, zu sehen und zu machen. Wenn ich jedoch eine Zukunft habe, die vorberechnet wird, wenn man meine Gene anguckt und mir sagt, welche Krankheiten ich wahrscheinlich bekomme, dann muss ich mich dazu verhalten.

Denn wenn meine Zukunft das Ergebnis von Berechnungen sein sollte, macht es mich und mein Leben kleiner. Das ist mein persönliches Problem mit den Maschinen.



” Mehr Informationen bieten auf gar keinen Fall bessere Entscheidungen. Mehr Informationen führen eher zu Entscheidungsunsicherheit. Die Reduktion von Information hilft Entscheidungen zu treffen und es ist natürlich toller, wenn man versteht woher Information kommt und zu welchem Zweck sie entstanden ist.

Ich muss mit zunehmender Informationsmasse lernen mit dem wenigen, was ich weiß und kann, umzugehen und zu navigieren. Deswegen „surfen“ wir ja auch durch das Leben. Das ist nicht schlimm, das ist schön!



” Prof. Oliver MacConnell (Leitung Studiengang Modemanagement, bbw Hochschule Berlin)

Die heutige Diskussion ist schon allein deswegen von größter Bedeutung, weil wir im Umfeld von Hochschulen und Ausbildung maßgeblich davon betroffen sind: Bildung verändert ihr Gesicht.

Wenn die Recherche von Informationen neben ihrer Auswertung und Weiterführung vor einigen Jahren noch die wissenschaftliche Erkenntnisarbeit prägte, so ist es heute in erster Linie die Frage der Bestimmung von Relevanz. In welchem Verhältnis steht die menschliche Autorenschaft / Erkenntnis gegenüber der algorithmischen? Warum wird der logistischen Bewältigung von Unmengen von Informationen (Big Data) scheinbar mehr Beachtung geschenkt als deren inhaltlicher Tragkraft? Wie kann ich Google-Suchergebnisse in ihrer Bedeutung für meine wissenschaftliche Arbeit verstehen?

Wir müssen die Methoden der Lehre neu denken. Sonst verschwindet unsere Erkenntnisfähigkeit hinter Second-Hand-Denken.





” **Florian Dohmann (Data Scientist bei The unbelievable Machine Company Berlin und Künstler performativer Daten-Experimente)**

Unsere Diskussion war dringend notwendig, weil es ein Thema ist, das uns alle betrifft. Als Daten-Wissenschaftler ist es überaus spannend zu sehen, wie wir uns im Verhältnis zu Big Data entwickeln werden. Nehmen wir die Kommunikation der Geräte untereinander: Connected Devices und Internet of Things, um zwei Buzzwords zu nennen.

Wer ist Autor dieser Geräte-Information und wie verhalten wir uns zur Kommunikation unserer Maschinen? Wollen oder können wir uns noch einmischen? Werden wir ihnen vertrauen? Hier müssen wir alle Klarheit schaffen.



” **Prof. Dr. Dieter Georg Herbst (Studiengangsleiter im Masterstudiengang Leadership in Digitaler Kommunikation, Modulleitung Kommunikation II)**

Die Diskussion hat gezeigt, dass wir uns beim Umgang mit Daten und dem Internet generell noch in einem Stadium ähnlich der Pubertät befinden: Wir schwanken zwischen Allmachtsphantasien („Ich weiß, was in der Welt passiert“) und Niedergeschlagenheit („Werde ich kontrolliert?“).

Das Masterstudium will beitragen, besser und gezielter mit digitalen Medien und digitalen Technologien umzugehen, im Sinn einer Digital Literacy.



” Prof. Dr. Sabine Fischer - stellvertretende Studiengangsleiterin, Modulleitung Leadership I und II

Big und Smart Data werden als Heilsversprechen zur Bewältigung der Informationsmassen gehandelt, Angst machend verteufelt oder ignoriert. Unser aller Aufgabe liegt nun in permanentem Erkenntnisgewinn, in interdisziplinären Auseinandersetzungen und einer vorausschauenden, aufgeklärten Haltung. So kann die Digitalisierung mit all ihren Potentialen uns wahrlich dienlich werden.



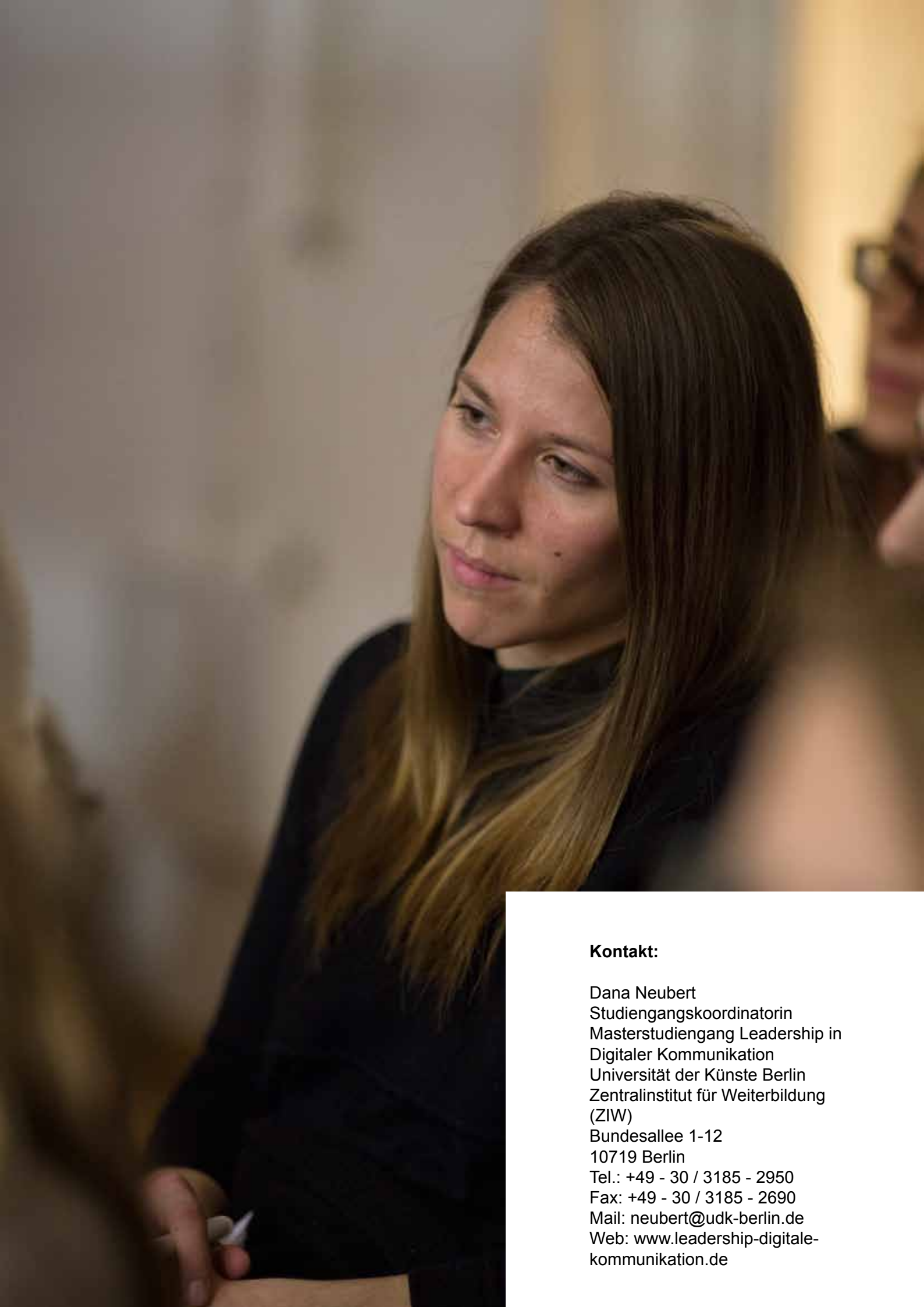
## Fazit

Information ist noch kein Wissen. Sie ist für den ‚Anwender‘ nicht Kognition, Reflektion oder hat per se Bedeutung. Erreichbarkeit von Information beinhaltet nicht, sie auch bearbeiten oder gar erkenntnisträchtig verwerten zu können.

Ergo: Es gilt nicht nur das Neue zu entwickeln, um an der digitalen Gegenwart und Zukunft ökonomisch, gesellschaftlich oder politisch zu partizipieren. Unsere wichtigste Aufgabe ist es, das Neue und seine Implikationen transdisziplinär verorten zu lernen.

Ziel muss es sein, grenzüberschreitendes Denken und Handeln zu lernen und zu lehren, um uns aus der zeitgenössischen Haltung des reaktiven Gefahrenabwendens in eine Haltung der aktiven Gestaltung bei gleichzeitiger kritischer Reflektion zu befördern.





**Kontakt:**

Dana Neubert  
Studiengangskoordinatorin  
Masterstudiengang Leadership in  
Digitaler Kommunikation  
Universität der Künste Berlin  
Zentralinstitut für Weiterbildung  
(ZIW)  
Bundesallee 1-12  
10719 Berlin  
Tel.: +49 - 30 / 3185 - 2950  
Fax: +49 - 30 / 3185 - 2690  
Mail: [neubert@udk-berlin.de](mailto:neubert@udk-berlin.de)  
Web: [www.leadership-digitale-kommunikation.de](http://www.leadership-digitale-kommunikation.de)