



Universität der Künste Berlin

Berlin Career College

## MEANING IS THE MESSAGE

Öffentliche Podiumsdiskussion  
Masterstudiengang Leadership in Digitaler Kommunikation  
November 2015



## MEANING IS THE MESSAGE

Jaron Lanier fragte 2014 angesichts der zunehmenden Vorherrschaft der ‚intelligenten‘ Speicher- und Rechenmaschinen „Wem gehört die Zukunft?“. Die Bedeutung des Informationszeitalters lag noch vor einiger Zeit darin, Zugang zu unendlicher Information zu haben. Nun überrollt uns der Zugang mit einer Masse, zu deren kognitiver Beurteilung es keine Erfahrungswerte gibt und der wir mit Algorithmen begegnen. Aber: Information, egal ob von Mensch oder Maschine generiert, ist per se noch kein Wissen. Information ist nicht Kognition, Reflektion oder Bedeutung. Wir stehen also vor einem weiten Feld, das unserer vielfältigen Aufmerksamkeit bedarf, um diese Zukunft bewusst zu gestalten



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

//

Die Herausforderung von (zu) vielen Daten ist nicht neu. Wir mussten in unserer Entwicklungsgeschichte schon immer entscheiden, worauf wir unsere Aufmerksamkeit lenken. Mir scheinen vor allem die Techniken neu zu sein, die es uns ermöglichen, Informationen aus immer mehr Daten zu extrahieren. Da die Kompetenzen im Umgang mit diesen Techniken (noch) ungleich verteilt sind, sehen manche eher Gefahren und manche Chancen. Analysemethoden für „Big Data“ müssen zu einer neuen Kulturtechnik werden. Je mehr Menschen sie beherrschen, desto schneller können wir die gesellschaftlichen Chancen von „Big Data“ ausloten und Risiken vermeiden.

### Kernfragen der Diskussion:

Mit welchen wissenschaftlichen und praktischen Arbeitsfeldern müssen wir uns also auseinandersetzen, um Wissen aus der Masse zu generieren und die Bedeutungsgelänge 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?  
Oder, um es mit Lanier zu sagen: „Wann werden wir stolz genug sein, um es mit unseren eigenen Erfindungen aufzunehmen?“

### Diskutanten:

**Florian Dohmann** (Data Scientist bei The unbelievable Machine Company Berlin)  
**Dr. Markus Feufel** (Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Referent der Prodekanin für Studium und Lehre Charité - Universitätsmedizin Berlin)  
**Prof. Dr. Henning Lobin** (Geschäftsführender Direktor Institut für Angewandte Sprachwissenschaft und Computerlinguistik, Universität Giessen)  
**Harald Taglinger** (Citrix Systems International EMEA Channel Marketing Communications. Journalist und Autor)  
**Mirko Whitfield** (SXSW EMEA & Asia, International Development)

### Verantwortlich und Moderation:

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





**Florian Dohmann (Data Scientist bei The unbelievable Machine Company Berlin)**

//

Wie schon so viele andere Diskussionsrunden der letzten Jahre rund um Tech und Daten, hat mir auch dieses Treffen erneut gezeigt: Sobald eine Runde von Experten öffentlich zusammen sitzt und über den Einfluss neuartiger Technologien, Daten und Algorithmen auf unser Leben redet, entsteht innerhalb weniger Minuten eine graue Stimmung des Technologie-Pessimismus. Dystopie schlägt Utopie. Aber warum nur?

Wir brauchen mehr Euphorie! Ich bin mir sicher, dass die Kombo aus Computer & Daten das Potenzial hat, einige echte, wirklich relevante Probleme wirksam anzugehen. Und da rede ich nicht nur von Problemen einzelner Unternehmen/Branchen/Volkswirtschaften. Es geht um nichts weniger als die großen Themen wie Bildung, Ressourcenverteilung, Energiewirtschaft, ... Tech, Daten, Algorithmen werden helfen.

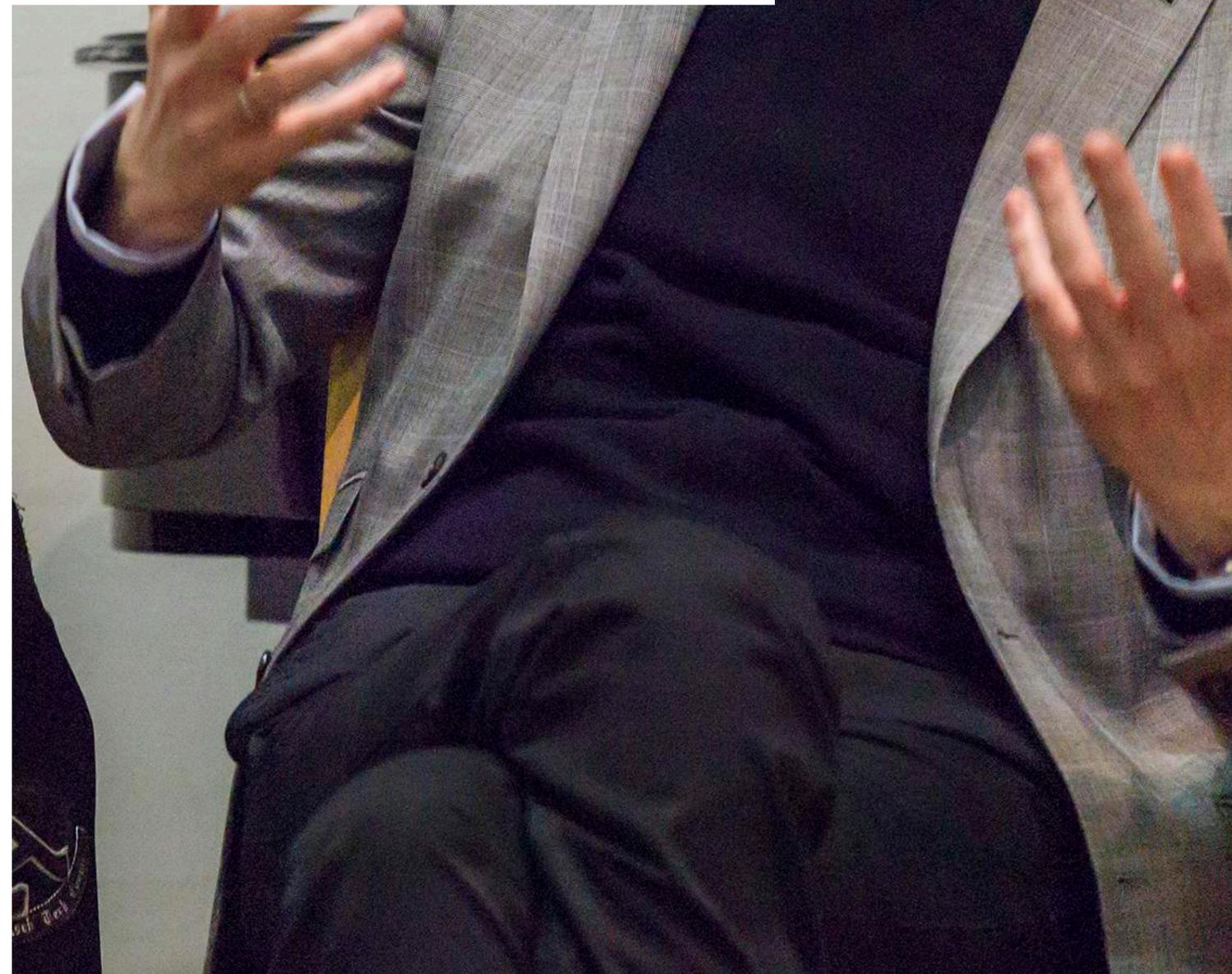
Mein Gebot der Stunde: Optimismus bewahren, interessieren, einarbeiten, verstehen, loslegen.



**Prof. Dr. Henning Lobin (Geschäftsführender Direktor Institut für Angewandte Sprachwissenschaft und Computerlinguistik, Universität Giessen)**

//

Wir Menschen sind nicht mehr die einzigen, die lesen und schreiben – Computer tun es auch. Nach Jahrtausenden des Monopols über die Schrift muss der Mensch diese Bastion der Schriftkultur räumen. Douglas Engelbart, der Erfinder der Maus, zeichnete diese Entwicklung schon 1968 in einer legendären Demonstration vor, seine Vision ist längst unsere Wirklichkeit geworden und bestimmt unsere Zukunft. Auf dem Weg hin zu einer „Digitalkultur“ wird der Mensch jedoch zunehmend in die Peripherie gedrängt. Der digitale Code, gleichsam eine neue kulturelle DNA, die ihre eigene evolutionäre Dynamik entfaltet, tritt dabei mehr und mehr an seine Stelle. Engelbarts Vision muss heute neu gedeutet werden, soll sie sich nicht in einen Albtraum verwandeln.





**Manuel Funk (Absolvent Master LDK und Geschäftsführer Honeyump GmbH)**

//

Die zunehmende Komplexität und Dynamik unserer Zeit läßt sich nicht mehr ohne Weiteres durch das beschauliche Lesen einiger guter Bücher vor dem Kamin begreifen und bewältigen. In naher Zukunft wird es uns Menschen gar nicht mehr möglich sein, ohne technische Unterstützung die Unmengen an relevanten Informationen zu sortieren, geschweige denn zu verarbeiten.

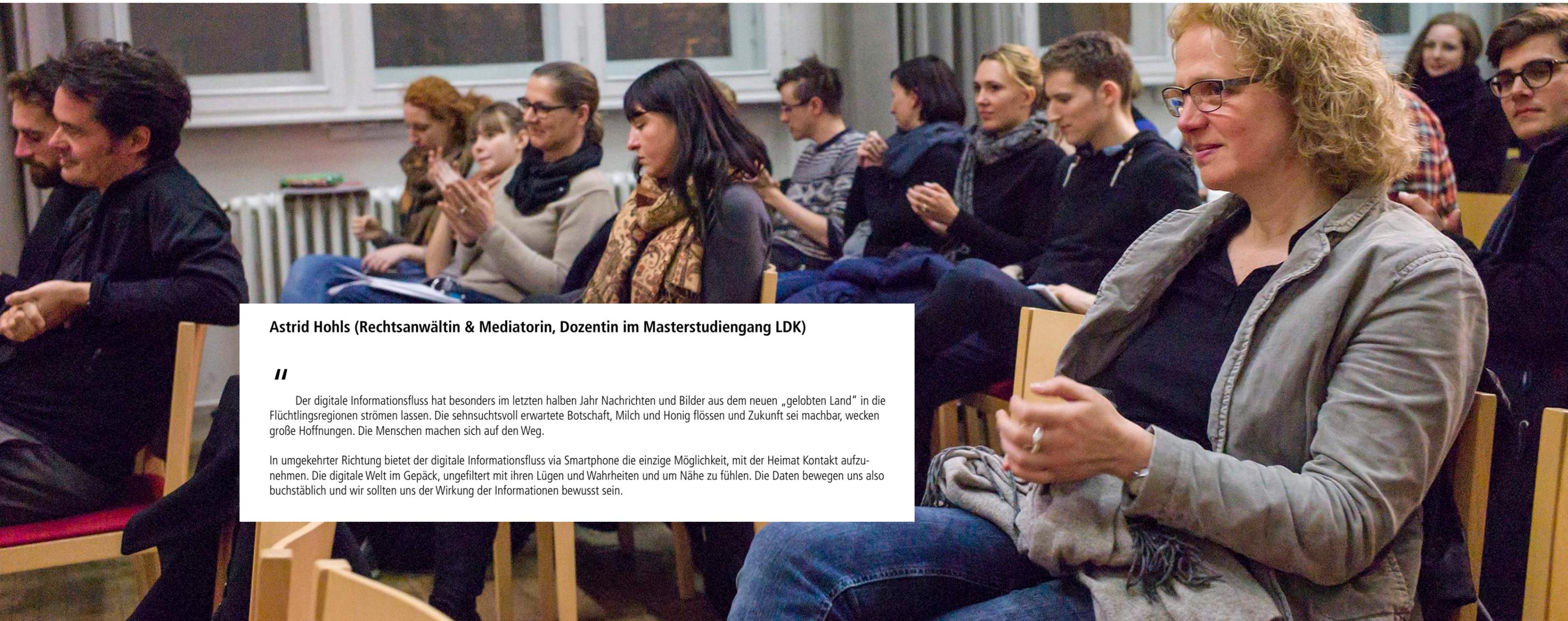
Hier können uns Maschinen und Algorithmen unterstützen. Ich hätte gern einen kleinen Watson zuhause, der mir die Essenz aus allen verfügbaren Informationen, Studien und Millionen von Dokumenten zusammenfasst - derweil ich mich auf die kreative Weiterentwicklung des verfügbaren Wissens konzentriere oder einen guten Roman lese.



**Katja Werner (Studentin in Internationales Kommunikationsmanagement an der SRH Hochschule Berlin)**

//

Mittlerweile ist es kein neuartiges Phänomen mehr, dass wir Menschen uns in dem Dschungel der Digitalen Welt zurechtfinden müssen. Deswegen ist die Frage von MEANING IS THE MESSAGE eine grundlegende. Durch die enorme Masse an Informationen muss heutzutage der Umgang mit dieser Reizüberflutung früh geschult und eingeprägt werden.



**Astrid Hohls (Rechtsanwältin & Mediatorin, Dozentin im Masterstudiengang LDK)**

//

Der digitale Informationsfluss hat besonders im letzten halben Jahr Nachrichten und Bilder aus dem neuen „gelobten Land“ in die Flüchtlingsregionen strömen lassen. Die sehnsuchtsvoll erwartete Botschaft, Milch und Honig flößen und Zukunft sei machbar, wecken große Hoffnungen. Die Menschen machen sich auf den Weg.

In umgekehrter Richtung bietet der digitale Informationsfluss via Smartphone die einzige Möglichkeit, mit der Heimat Kontakt aufzunehmen. Die digitale Welt im Gepäck, ungefiltert mit ihren Lügen und Wahrheiten und um Nähe zu fühlen. Die Daten bewegen uns also buchstäblich und wir sollten uns der Wirkung der Informationen bewusst sein.



**Harald Taglinger (Citrix Systems International EMEA Channel Marketing Communications, Journalist und Autor)**

//

Digitale Medien haben die Verfügbarkeit und Medienschwellen gesenkt. 47 Milliarden Webpages müssen aber nicht komplett übersehbar sein. Es liest auch niemand eine Bibliothek aus.

Bedeutung entsteht heute redundanter und hat fragmentierte Öffentlichkeiten. Das vergegenwärtigen wir uns zunehmend.

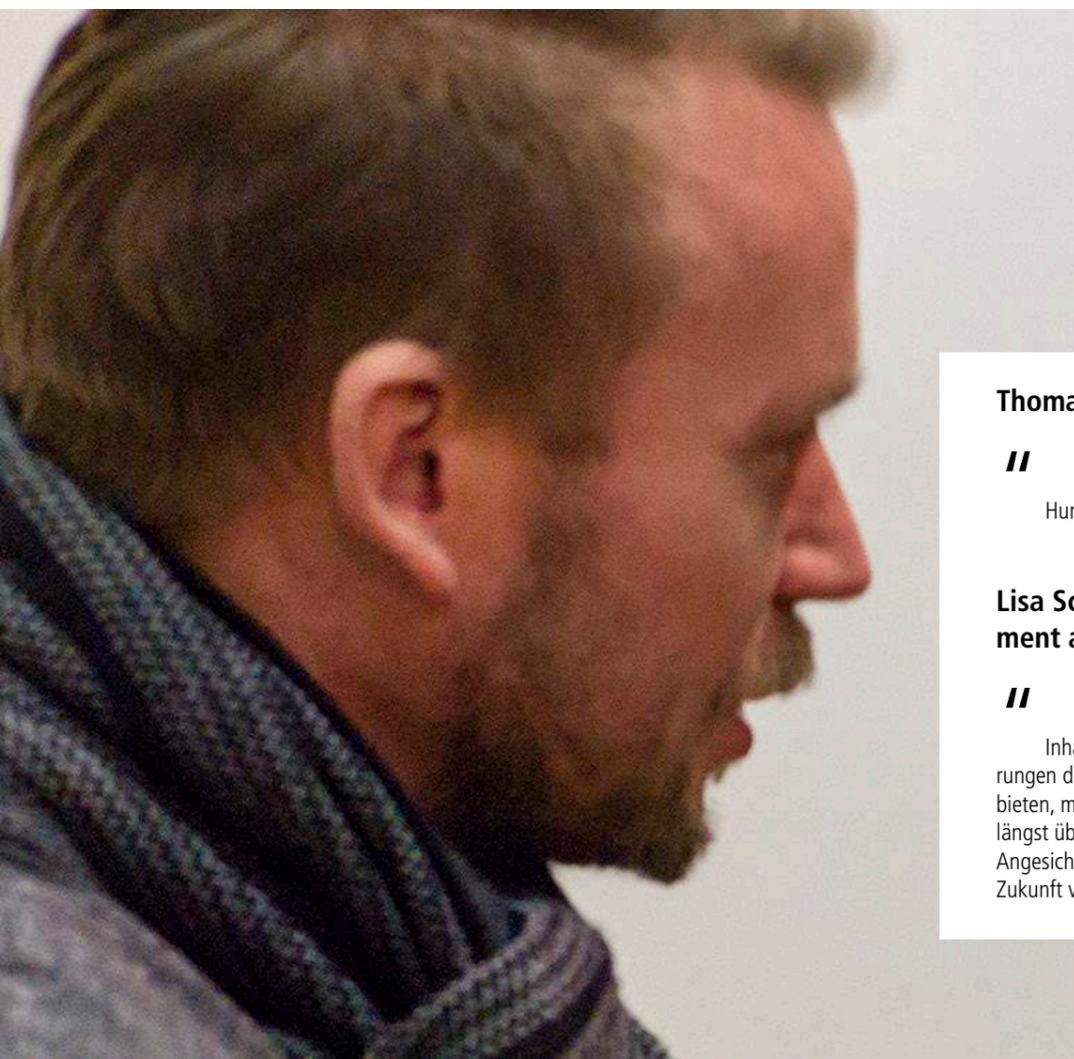


**Mirko Whitfield (SXSW EMEA & Asia, International Development)**

//

I very much enjoyed presenting my panel session at the 'Meaning is the Message' symposium. We are all increasingly being affected by the 'digital world' in its many manifestations, and yet so little time is dedicated to analysing how this phenomenon currently affects us, and what this will mean for both the individual and society in the near future.

Indeed with a view to future editions, perhaps this concept can be built upon to incorporate other disciplines to create a more global picture of how our world and civilisation is changing – both for good and for worse.



**Thomas Heinrich Musiolik (Brand Futurist - Speaker, Forscher und Autor)**

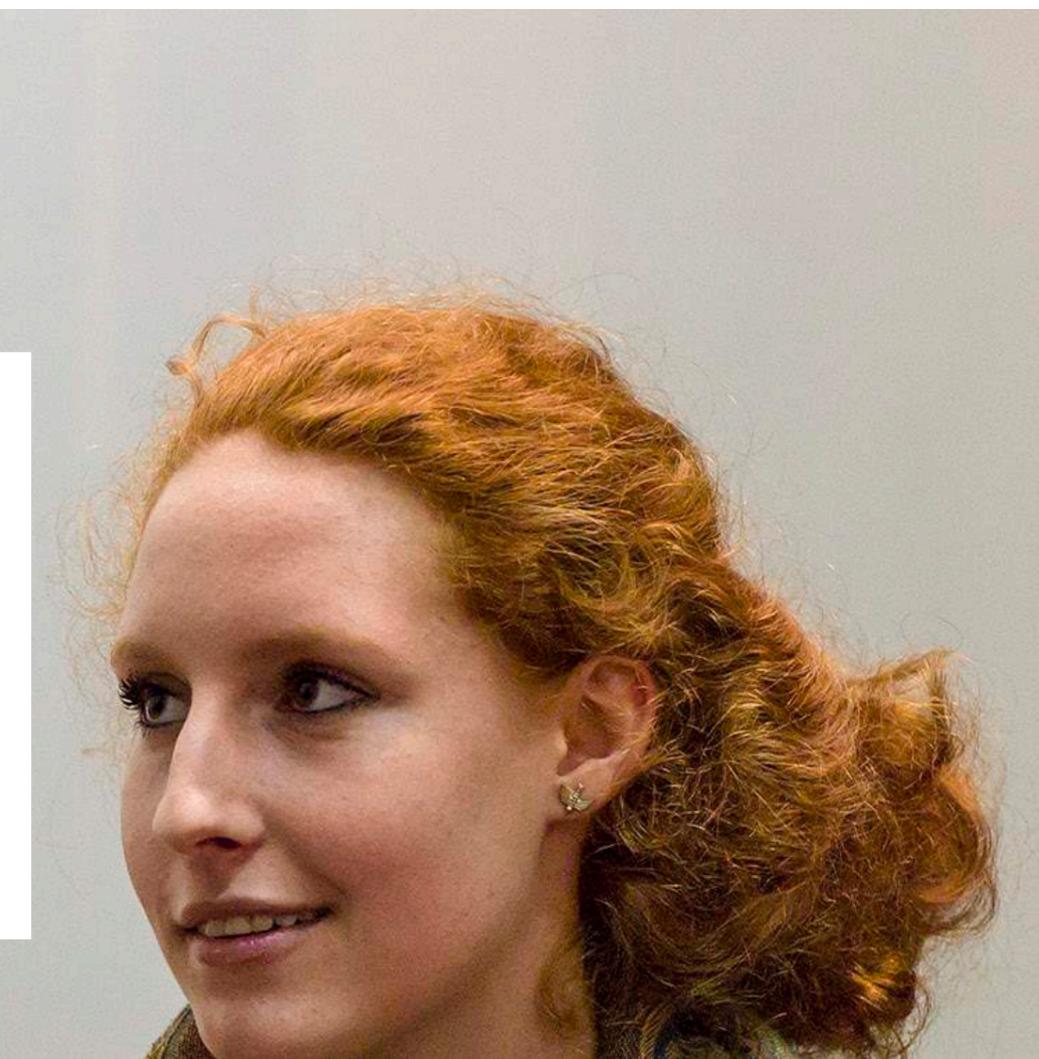
//

Human creates Data. Data shapes culture. Culture determined the value. Values make us what we are.

**Lisa Schlindwein (Studentin in Internationales Kommunikationsmanagement an der SRH Hochschule Berlin)**

//

Inhalte im Vordergrund sehen, Daten vergleichen, abwägen und vor allem bewerten- die Herausforderungen der heutigen Zeit. Der Angst vor Überforderung ein Ende setzen, dem menschlichen Hirn die Chance bieten, mehr des vorhandenen Potentials zu nutzen; MEANING IS THE MESSAGE als Grundpfeiler für einen längst überfälligen Umbruch in der Welt der Kommunikation. Angesichts des unausgeschöpften Potentials muss ich sagen, blicke ich gespannt und erwartungsvoll in eine Zukunft voller Möglichkeiten.





**Prof. Dr. Sabine Fischer (stellvertretende Studiengangleiterin Masterstudiengang LDK, Modulleitung Leadership I und II)**

//

Big und Smart Data werden als ökonomisches Heilsversprechen gehandelt, als Ende des Privaten Angst machend verteufelt oder (noch) schlicht ignoriert. Eine Sicherheit bleibt: ES wächst. Eine Sicherheit mit ungeheuren Chancen, wenn wir es schaffen, es mit unseren eigenen Erfindungen aufzunehmen.

Unser aller Aufgabe liegt nun in permanentem Erkenntnisgewinn, in interdisziplinären Auseinandersetzungen, in einer vorausschauenden, aufgeklärten Haltung und darin, mit Spaß und einem bewegten Geist die Transformation bewusst zu gestalten.

Die Digitalisierung soll uns mit all ihren Potentialen wahrlich dienlich sein.

---

## 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. Aber Information, ihre Herkunft, die Rezeption verändern sich, werden verändert.

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 und gestalten zu lernen.

Ziel muss es sein, grenzüberschreitendes Denken und Handeln zu lernen und zu lehren, die Furcht vor Veränderung in eine Lust am Gestalten zu wandeln und ein permanentes Self-Hacking von Gewohnheiten zu üben. Um uns aus der zeitgenössischen Haltung des reaktiven Innovierens oder Gefahrenabwendens in eine Haltung der aktiven Gestaltung bei gleichzeitiger kritischer Reflektion zu befördern.

## Kontakt

Dana Neubert

Studiengangskordinatorin  
Masterstudiengang Leadership in  
Digitaler Kommunikation

Universität der Künste Berlin  
Zentralinstitut für Weiterbildung

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)