

# Literatur

- Ramón Reichert (Hrsg.): **78**  
**Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie**
- Stefanie King: **80**  
**Big Data. Potential und Barrieren der Nutzung im Unternehmenskontext**
- Mathias Weber: **80**  
**Der soziale Rezipient. Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher**
- Friedrich Krotz/Cathrin Despotović/Merle-Marie Kruse (Hrsg.): **81**  
**Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung**
- Kay Kirchmann/Jens Ruchatz (Hrsg.): **82**  
**Medienreflexion im Film. Ein Handbuch**
- Kurzbesprechungen** **83**
- Christoph Kappes/Jan Krone/Leonard Novy (Hrsg.): **84**  
**Medienwandel kompakt 2011–2013. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus**
- Jörg Dräger/Ralph Müller-Eiselt: **85**  
**Die digitale Bildungsrevolution. Der radikale Wandel des Lernens und wie wir ihn gestalten können**
- Wolfgang Seufert/Claudia Wilhelm: **86**  
**Mediennutzung als Zeitallokation. Zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Medienauswahl**
- Guido Zurstiege: **87**  
**Medien und Werbung**
- Claudia Wilhelm: **88**  
**Digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen. Eine Untersuchung zu Selektion, Motiven, Genrepräferenzen und Spielverhalten**
- Kathrin Demmler/Klaus Lutz/Sebastian Ring (Hrsg.): **88**  
**Computerspiele und Medienpädagogik. Konzepte und Perspektiven**

## Big Data

Spätestens seit die Digitalisierung fast alle Bereiche der Gesellschaft erfasst hat, ist jedem irgendwie klar, dass auch eine große Menge Daten anfällt. Wissenschaftler behaupten, dass sich die Menge der Daten alle 18 Monate verdoppelt. Das Bild von der sogenannten Datenflut ist nicht ganz von der Hand zu weisen. Und all diese Daten wollen verarbeitet werden. Jedenfalls sind die enormen Datenmengen mittlerweile Gegenstand der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschung geworden. Dabei stehen insbesondere die durch soziale Medien gewonnenen Daten im Mittelpunkt. Die beiden vorliegenden Bücher widmen sich dem Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Der von Ramón Reichert herausgegebene Sammelband versucht „Big Data in seiner gesamten sozialen, kulturellen, ökonomischen und politischen Bandbreite zu reflektieren“ (S. 9). Das Buch von Stefanie King, das auf ihrer Dissertation an der Universität Innsbruck basiert, zeigt anhand der Fallstudie eines großen Unternehmens auf, welche Potenziale, aber auch welche Barrieren und Grenzen der Einsatz von Big Data in Unternehmen hat. Der Band von Ramón Reichert versammelt insgesamt 22 Beiträge, die den fünf Bereichen „Big Digital Humanities“, „Geschichte und Theorie der Daten“, „Digitale Methoden“, „Dataveillance: Algorithmen, Graphen und Protokolle“ sowie „Digitale Technologien und soziale Ordnungsvorstellungen“ zugeordnet sind. Hier ist leider nicht der Platz, um ausführlich auf alle Beiträge einzugehen. In seiner Einführung stellt der Herausgeber als eine Art Zeitdiagnose fest: „Seit dem späten

20. Jahrhundert zählen die digitale Großforschung und ihre großen Rechenzentren und Serverfarmen zu den zentralen Bausteinen der Herstellung, Verarbeitung und Verwaltung von informatischem Wissen“ (S. 11). Daher könne man davon ausgehen, dass die Wissenschaften sowohl datenbasiert als auch datengesteuert seien. Letzteres trifft allerdings auch auf frühere Jahrhunderte zu, denn wie der Anthropologe Tom Boellstorff in seinem Beitrag zeigt, mögen sich zwar die Technologien ändern, doch die Generierung von wissenschaftlichem Wissen basiert auf ähnlichen Regeln und ähnlichen Praktiken. Das trifft auch auf die wissenschaftlichen Diskurse zu. Vor diesem Hintergrund ist Big Data lediglich eine bestimmte, aktuelle Praxis der Generierung von Wissen, das die Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnis sein kann. Dass dieses Wissen ungleich verteilt sein kann, darauf weist der Medientheoretiker Lev Manovich hin. Er befürchtet eine digitale Spaltung, denn „nur Social-Media-Unternehmen haben Zugang zu wirklich großen sozialen Daten – insbesondere zu Transaktionsdaten. Ein Anthropologe, der für Facebook arbeitet, oder ein Soziologe in den Diensten von Google wird Zugang zu solchen Daten haben, die übrige wissenschaftliche Community hingegen nicht“ (S. 70). Es gebe drei Kategorien von Menschen und Organisationen: 1) diejenigen, die Daten erzeugen, 2) diejenigen, die die Daten sammeln, und 3) diejenigen, die diese Daten mit ihren Fachkenntnissen analysieren. Aber gerade die Analyse der Daten bereitet einige Schwierigkeiten, wie die methodischen Beiträge zeigen. In ihrem Beitrag weisen Merja Mahrt und Michael Scharkow darauf hin,

dass die Deutung der Daten das zentrale Problem darstelle: „Daher sollten Forscherinnen Daten zurückhaltend nur als das sehen, was sie sind (nämlich Spuren von Verhalten), aber nicht zu viele Schlüsse über mögliche Einstellungen, Emotionen oder Motivationen derjenigen ziehen, deren Verhalten die Daten generiert hat – auch wenn andere genau solche Inferenzen freimütig anstellen“ (S. 225). Das gilt insbesondere, weil die Daten aus digitalen Medien „oft als Nebenprodukt von Alltagshandeln der Nutzer entstehen und damit über ein gewisses Maß an natürlicher Validität verfügen“ (S. 225 f.). Diese natürliche Validität wird in den Big-Data-Verfahren aber von mathematischen Effekten und Algorithmen überformt. Der Germanist Johannes Paßmann hat anhand der Analyse der Twitter-Nutzung festgestellt: „Denselben Daten liegen also in großem Stile unterschiedliche Nutzungspraktiken zugrunde, die zwar in der Datenbank, aber nicht in der empirischen Wirklichkeit zu vereinheitlichen sind“ (S. 270). Die Aussagekraft von Daten, auch großen Datenmengen, über die soziale Wirklichkeit ist sehr beschränkt. Das macht die algorithmische Verknüpfung von großen Datenmengen, z. B. auf Facebook, nicht unbedingt brauchbar, auch wenn es dabei – wie Ramón Reichert in seinem Beitrag schreibt – um die „Herstellung von Verhaltensvorhersagen, die als Bezugspunkt für die zielgruppenspezifische und interessengebundene Werbung dienen,“ geht (S. 446).

In ihrer Dissertation hat sich Stefanie King weniger mit der theoretischen Reflexion der Probleme von Big Data beschäftigt, sondern sich konkret am

Beispiel eines großen Unternehmens mit den Vor- und Nachteilen auseinandergesetzt. Sie geht davon aus: „All diese digitalen Aktivitäten können Unternehmerinnen und Unternehmern die Entscheidungsfindung erleichtern. Vielfach ermöglichen sie eine beschleunigte Entscheidungsfällung in Echtzeit“ (S. 21). Die großen Datenmengen entstehen durch „Kommunikationsprozesse zwischen Menschen oder zwischen Menschen und Maschinen“ (S. 23). Im Folgenden beschreibt die Autorin Hindernisse bei der Verwendung der Daten sowie Lösungen dieser Probleme. Sie weist darauf hin, dass es umstritten ist, ob Big Data überhaupt sinnvoll interpretiert werden kann. Ein Grund dafür ist die Datenflut. Sie schlägt vor: „Eine Lösungsoption für das Problem der Datenflut ist, statt der Sammlung aller verfügbaren Daten und dem nachträglichen Filtern relevanter Daten bereits im ersten Schritt nur nach nützlichen Daten zu suchen“ (S. 86). Das wiederum bedeutet, dass von bestimmten Personen, Organisationen oder Unternehmen bestimmt wird, welche Daten nützlich sind und welche nicht. Die Autorin sieht die Verarbeitung von Daten durch verschiedene Bereiche beeinflusst: Ethik, Gesellschaft/Kultur, andere Makroinflüsse (z. B. Marktkonkurrenz), Organisation, Recht und Technologie. Anhand ihres Fallbeispiels kann sie zeigen, „dass das Potential von Big Data für betriebswirtschaftliche Zwecke weniger durch technologische Limitationen als vielmehr durch organisationsinhärente und gesellschaftliche Barrieren eingeschränkt wird“ (S. 143). Daher sei der Wert von Big-Data-Analysen nur schwer zu kalkulieren.

Beide Bände zeigen, vor welchen Problemen die Analyse und Interpretation von Big Data steht. Der Sammelband von Ramón Reichert ist, auch wenn die Beiträge vorwiegend theoretischer Natur sind, sehr lesenswert, weil ein hervorragender interdisziplinärer Überblick über die Reflexion von Big Data gegeben wird. Der Band versammelt international renommierte Autoren, die sich auch kritisch mit dem Glauben an den Wert großer Datenmengen auseinandersetzen.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Ramón Reichert (Hrsg.):** *Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie.* Bielefeld 2014: transcript. 494 Seiten, 29,99 Euro



**Stefanie King:** *Big Data. Potential und Barrieren der Nutzung im Unternehmenskontext.* Wiesbaden 2014: Springer VS. 200 Seiten, 34,99 Euro