

18. März 2002

medien heft

Einige "hypoThesen" zum Hyperwerk

Judith Arnold

Wer kennt das nicht: missglückte Kommunikation on- und offline, hochentwickelte, aber brachliegende Medien im Unternehmen, reiches, aber unzugängliches Firmenwissen, ausgeklügelte, aber ungenutzte Intranets, schulmeisterlich langweilige E-Learning-Programme auf der Basis von Abfragewissen, interaktiv tote Technologien bar jeder Vision. Dem kann nun Abhilfe geschaffen werden, denn jetzt gibt es die dipl. Interaktionsleiter des Hyperwerk, Fachhochschule beider Basel FHBB.

An der Diplomfeier vom 15. März durften die ersten 21 AbsolventInnen nach dem dreijährigen Studiengang ihr Zeugnis als dipl. Interaktionsleiter entgegennehmen. Was darunter zu verstehen ist, wusste bei der Gründung des Hyperwerk und bei seiner Anerkennung als Fachhochschule 1999 noch kaum jemand. Vielmehr galt es in Zusammenarbeit mit den Studierenden, die Forschungsfragen, Fachkenntnisse und Lösungsansätze in gegenseitigem Lehren und Lernen fortlaufend zu entwickeln. Ausgangspunkt war und ist die Auseinandersetzung mit den interaktiven Medien zur Gewinnung prototypischer Lösungen für Lehre, Forschung und Beratung. Der Wandel bildet dabei die einzige Konstante, denn er ist wohl nirgends so rasant wie im Feld der neuen Medien. Gleichzeitig ist er kein abgeschlossenes und definierbares Phänomen. Bildungsstätten, die zur Entwicklung, Implementierung und Begleitung neuer interaktiver Technologien befähigen sollen, können daher nicht statisch sein. Ebenso ist fraglich, ob man sich – wie im Schlaraffenland – immer erst durch einen "Grundlagengriessbrei" durcharbeiten muss, um zu den Höhen der Bildung zu gelangen, so Leiter Prof. Mischa Schaub.

Das verunsichert und provoziert. Haben also konventionelle Studiengänge bisher versagt? Ist das Grundlagenwissen im Zeitalter des Internets und des allzeit abrufbaren Wissens tatsächlich entbehrlich? Die Antwort ist im Studiengang des Hyperwerk selbst zu suchen. Das Konzept funktioniert durch die mitgebrachte Vorbildung der Studierenden, ihre Fähigkeit, autodidaktisch Kenntnisse zu erarbeiten und ihre Kompetenz, sich mit den Mitstudierenden darüber auszutauschen. Da wo interne Wissensbeschaffung und -vermittlung nicht ausreicht, sind entweder die Grenzen des Konzepts Hyperwerk

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM Kommunikation und Medien – ZOOM K&M), ISSN 1424-4594,

Herausgeber: Katholischer Mediendienst und Reformierte Medien, Redaktion: Judith Arnold, Matthias Loretan, Urs Meier, Adresse: Medienheft, Bederstrasse 76, Postfach 147, CH-8027 Zurich, Telefon: +41 (0)1 204 17 70, Fax: +41 (0)1 202 49 33, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch; kostenloser Bezug via Internet oder Mailinglist. Bezug der Medienheft Dossiers (ca. drei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.– (Ausland SFr. 35.–)

medien heft

erreicht oder aber die Schnittstellen der Zusammenarbeit von Hoch- und Fachhochschulen vorgezeichnet. Die Aussenorientierung des Hyperwerk zeigt sich nicht nur am Engagement von internationalen Fachexperten, die als Gastdozierende im Hyperwerk wirken, sondern auch an der Mobilität von Studierenden, die sich ihre Ansprechpartner auch in anderen Hochschulen oder Unternehmen suchen. So hat der Weg von Christian Rohner bei der Frage nach interaktiven Systemen zur Abteilung Neuroinformatik an der ETH Zürich geführt, und Sibylle Schneider hat durch die intensive Beschäftigung mit Wissensmanagement eine Kooperation mit Fachexperten aufgebaut. Viele der Resultate, die aus derlei Auseinandersetzungen hervorgegangen sind, wurden an der Diplomausstellung "hypoThesen", die bis Mittwoch, 20. März zugänglich ist, erstmals einer breiten Öffentlichkeit gezeigt. Wer die barocken Räume des Hyperwerk beim Totentanz in Basel betritt, kann sich des Eindrucks denn auch nicht verwehren, dass hier eine Brutstätte, geschaffen wurde, die Ideen zur Wirklichkeit transformiert.

Jede Suchbewegung im Internet, jede Transaktion per Kreditkarte hinterlässt Spuren im virtuellen Datenraum. Was aber wäre, wenn diese Muster, in welche wir uns fortwährend verstricken, sichtbar würden? Mehr noch: wie wäre es, wenn sie fühl- und tastbar ihren Weg zurück in den konkreten Raum fänden und unsere Körper umhüllten? Die Diplomarbeit "Dresscode" verarbeitet Datenspuren zu Textil. Dazu tanzen zwei Personen innerhalb von abgegrenzten Feldern, wobei ihre Koordinaten von zwei Kameras seismografisch aufgezeichnet werden. Den elektronisch übermittelten Daten werden Graphikprimitiven wie Farben, Pinselbreite oder Formen zugeordnet. Gespiegelt über zwei Achsen entstehen symmetrische Muster, die anschliessend – gestrickt oder gewoben – zu Kleider verarbeitet werden. Nicht genug, dass die Sache funktioniert: die Resultate sind von einer noch nicht gekannten Ästhetik. Damit führt Raphael Perret vor, wie die neuen interaktiven Medien nicht nur als Designerwerkzeuge benützt, sondern zur Entwicklung neuer Entwurfsverfahren eingesetzt werden können.

Die Spuren, die wir durch Surfen im Internet oder durch Bezahlung mit der "Supercard" im Kaufhaus hinterlassen, machen uns zu gläsernen Kunden. Die Daten werden von Produzenten und Verteilern registriert und zu Kundenprofilen gesammelt. Mit einer etwas anderen Art des "data mining" hat Roman Bleichenbacher experimentiert. Gläsern werden dabei nicht die Kunden, sondern die Produkte. Mittels eines Codelesers oder der Eingabe der Nummern, die unterhalb von Barcodes zu finden sind, werden bei der Internetplattform "codecheck.ch" die Produkte automatisch identifiziert. Daraufhin können Informationen sowohl von Produktherstellern als auch von Konsumentenschutzverbänden abgerufen und verglichen werden. Per Eingabemaske lassen sich von Konsumenten Informationen hinzufügen, zum Beispiel hinsichtlich ihrer Verträglichkeit für Allergiker oder Diabetiker.

Das vorhandene Wissen nutzbar zu machen, indem subjektive Erfahrungen expliziert und durch Mitteilung produktiv werden, ist auch im Sinne des Wissensmanagement von Sibylle Schneider. Denn oft ist Wissen unerkannt, dezentral verstreut oder eifersüchtig gehütet. Damit Wissensmanagement aber nicht zu einer neuen Form der Ausbeutung verkommt, gilt es, das Wissen nicht unabhängig von ihren Trägern wahrzunehmen und subjektive Ressourcen mit dem Rückfluss von Firmenwissen zu entgelten.

Nach einer Erkenntnis des Wissensmanagement ist die Frage des "know-how" oft gleichbedeutend mit der Frage "know where". Informatiker wissen das schon lange, und das "steal from the best" ist eine ihrer wichtigsten Methoden. Nur: wie verhält es sich mit dem Copyright im Kontext neuer Informations- und Kommunikationstechnologien wie dem Internet? Dieser Frage geht Wolfgang Hockenjos mit seinem Projekt "Copyleft" nach, das die Anforderungen der neuen Medien und die Bedürfnisse von Künst-

lern, Ausstellern und Kulturproduzenten zur Diskussion stellt. Ziel dieses Projekts, das den Weg an die Expo 02 gefunden hat, ist die Entwicklung von Grundsätzen und Infrastrukturen im Hinblick auf Ökonomie, Recht und Technologie.

Für die Expo profilieren konnte sich auch Markus Schnell mit seinem "Wunschbrunnen". Wer eine Münze in den Pisoni-Brunnen auf dem Münsterplatz in Basel werfen und dabei etwas wünschen will, kann dies vom 1. bis 30. März per SMS erledigen. Wird die Nummer 22004 angesteuert, sinkt virtuell eine Münze auf den Grund des Brunnens, und der Wunsch erscheint für einen kurzen Moment im Wasser auf. Wer das sehen will, muss sich allerdings vor Ort begeben.

Hoffentlich ebenfalls bald in der Stadt anzutreffen ist das Projekt "raum.licht" von Doris Köpfler, Martin Bölsterli und dem co-lab. Eine Lichtsäule soll an zwei markanten Gebäuden dies- und jenseits des Rheins installiert werden: am Swissmill-Silo in Grossbasel und am Roche-Hochhaus in Kleinbasel. Für das Licht sind RGB-Lichtmodule vorgesehen, die ihre Farben saisonal verändern werden. Die Intensität des Lichts in Richtung Weiss wird von der Aktivität der Basler Bevölkerung im Internet abhängig sein.

Ebenfalls interaktiv funktioniert der "LIKLAKE" (von Licht Informations Kubus und Lokale Anonyme Kommunikation). Mittels Lichtobjekten will Claude Hidber städtische "Unorte" oder besser "non-lieux" beleben und kommunikative Prozesse zwischen Passanten provozieren. Zu sehen ist derzeit ein Exponat bei der Strassenunterführung der Heuwaage. Per SMS können Nachrichten an den Kubus gesendet, und in Form eines Lichtbandes sichtbar gemacht werden.

Obwohl viele der Diplomarbeiten künstlerische Qualität haben, ist das Produkt "Kunst" in der Auseinandersetzung mit interaktiven Medien nicht erklärtes Ziel des Hyperwerk und die Frage nach der künstlerischen Präzision oft falsch gestellt. Zumindest dürfte es keine schlüssige Antwort geben, weshalb der "LIKLAKE" an der Heuwaage nun viereckig und hellblau ist. Gleichzeitig weist dies auf das grundsätzliche Problem der Präsentation hin. Denn wie sollen theoretische Auseinandersetzungen mit Assoziationen, autonomen Systemen oder Firmenkultur visuell einsichtig dargestellt werden? Das Zentrale ist oft unsichtbar, zumal in der virtuellen Welt, und so hinterliess die Ausstellung trotz aufwendiger Präsentation zuweilen den Eindruck, das Eigentliche nicht gesehen zu haben: die Schaltkreise, die Programme und der Schweiss.

Der programmatische Titel "hypoThesen" der Diplomausstellung weist darauf hin, dass sich das Konzept Hyperwerk immer wieder neu zu beweisen hat. Die ersten AbsolventInnen haben ihren Teil dazu geleistet. Nun bleibt abzuwarten, wie es ihnen gelingen wird, die Schnittstellen zur Wirtschaft, Kunst und Gesellschaft zu gestalten. Wie alle Pioniere werden sie ein unbestelltes Feld vorfinden. Während die einen noch ein Engagement suchen, ist für andere die Zukunft schon vorgezeichnet: Sibylle Schneider hat mit Referaten über Wissensmanagement in London und Berlin bereits internationale Resonanz; und Markus Schnell, Elektroniker mit Berufsmatur, hat mit seinem Wunschbrunnen den Weg in die Kunst gefunden. Noch wissen nicht alle Institutionen, die mit den neuen Medien herausgefordert sind, dass sie eine diplomierte Interaktionsleiterin brauchen. Wer aber seine Internetkonferenzen alleine abhält, ist fortan selber schuld.

Der Text mit verlinkten Quellen ist im Internet unter:
www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k18_ArnoldJudith.html
www.hyperwerk.ch