

Objektyp: **Miscellaneous**

Zeitschrift: **Schweizer Ingenieur und Architekt**

Band (Jahr): **116 (1998)**

Heft 20

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Telekommunikation – wo liegt die Faszination?

Wir alle erfahren es fast täglich. Die Entwicklung der (neuen) Medien verläuft rasant. Lagen zwischen der Erfindung des Telefons im Jahre 1872 und derjenigen des Radios (1916) noch knapp 50 Jahre oder zwei Generationen, werden wir heute fast laufend mit neuen Technologien konfrontiert. Längst haben Handy, Fax und Co. ihren festen Platz erobert. Surfen im Internet gehört zum guten Ton, und bei manch einem Zeitgenossen übersteigt die Zahl der elektronischen Post (E-Mails), die er oder sie rund um die Uhr empfangen bzw. abholen kann, diejenige der herkömmlichen Briefe, die der Pöstler einmal täglich in den Kasten wirft.

Zurzeit halten weitere, noch modernere Kommunikationsmittel Einzug in unseren Alltag. Telebanking, Teleshopping und Videokonferenzen machen den Besuch am Bankschalter, ausgedehnte Warenhausstreifzüge und lange Reisen zu kurzen Sitzungen überflüssig. Der Besuch einer Stadt übers Internet ist möglich und fast ebenso faszinierend wie die Wirklichkeit. Werfen Sie nur einmal einen Blick auf die Arbeiten am Potsdamer Platz in Berlin (<http://cityscope.icf.de>).

Ebenfalls in Reichweite gerückt sind virtuelle Unternehmen. Der Beitrag von Pierre Burkhart im vorliegenden Heft auf Seite 4 zeigt anhand verschiedener Projekte die Vorteile, die virtuelle Unternehmen und die Arbeit in Kommunikationsräumen bieten. Ausgehend von einem dynamischen Verständnis der virtuellen Unternehmung, steht hier die Projektarbeit und nicht die einzelne Unternehmung im Vordergrund.

Längst arbeiten auch an den beiden ETH in Zürich und Lausanne spezialisierte Teams zum Beispiel daran, dass Studierende in naher Zukunft via Internet von ihrem Homecomputer oder einem beliebigen anderen Standort aus auf Laborexperimente oder Entwurfsumgebungen ihrer Hochschule zugreifen können. Damit ist nicht nur die Nutzung teurer oder einzigartiger Einrichtungen rund um die Uhr gewährleistet, sondern es bieten sich auch neue, unerwartete Möglichkeiten für den Besuch anderer Informationsumgebungen.

Es besteht kein Zweifel. Die neuen Kommunikationstechniken schaffen Möglichkeiten, von denen die Menschen früher nicht einmal zu träumen wagten. Aber kommunizieren wir heute tatsächlich besser? Laufen wir nicht Gefahr, technische Kommunikation zum Selbstzweck verkommen zu lassen? Dabei liegt doch die Faszination eigentlich auch darin, Kommunikation im ursprünglichen Sinn zu erleben. Das hat viel mit Dialog zu tun; mit senden und empfangen also, und mit dem persönlichen Hin und Her der Gedanken. Wir vergeben uns enorme Chancen, wenn wir uns auf das Senden bzw. Übermitteln von Botschaften beschränken, ohne den Empfang mitzerleben, ohne in Erfahrung zu bringen, wie die Information ankommt, aufgenommen und empfunden wird. Wie unbefriedigend muss es doch eigentlich sein, ein Werk zu erstellen, ohne die wirklichen Bedürfnisse der künftigen Benutzer oder Bewohnerinnen zu kennen. Wie viel spannender könnte es sein, die Partner, Kunden oder Auftraggeber auf der anderen Seite abzuholen, ihr Gedankengut, ihre Optik kennenzulernen. Ich weiss nicht, wie oft dies in der Praxis passiert. Viel zu selten, meine ich.

Stellen wir die modernen Kommunikationstechniken vermehrt in den Dienst der menschlichen Kommunikation. Eine Bereicherung auf vielen Ebenen ist uns gewiss.

Margrit Felchlin