

Sebastian Ullrich

Die Realität. Nur besser? Medien der Virtual Reality

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2017 GRIN Verlag
ISBN: 9783668769748

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/428252>

Sebastian Ullrich

Die Realität. Nur besser? Medien der Virtual Reality

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Die Realität. Nur besser? - Medien der Virtual Reality

Schriftliche Hausarbeit
für die Masterprüfung der Fakultät für Philologie
an der Ruhr-Universität Bochum
(Gemeinsame Prüfungsordnung für das Bachelor/Master -Studium
im Rahmen des 2-Fach-Modells an der RUB vom 7.1.2002)

vorgelegt von

Ullrich, Sebastian

18.09.2017

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Begriffsdefinitionen	5
2.1. Virtualität	6
2.2. Realität/Wirklichkeit.....	7
2.3. Virtuelle Realität.....	9
2.4. Augmented und Mixed Reality	12
3. Geschichte und Technik der Virtual Reality	13
4. Virtual Reality und die Nutzer	25
4.1. Chancen und Potentiale.....	25
4.2. Risiken und Gefahren	29
4.3. Nutzerakzeptanz- und wünsche	33
5. Virtual Reality in der Filmgeschichte	35
6. Virtual Reality und die Filmindustrie.....	44
6.1. Herausforderungen an das Storytelling und die Technik.....	45
6.2. Virtual Reality-Filme und Filmfestivals	48
6.3. Virtual Reality und das (Heim-)Kino	50
7. Virtual Reality und die Fernsehbranche	54
7.1. Sportübertragungen.....	59
7.2. News und Dokumentationen.....	64
7.3. Konzerte.....	68
7.4. TV-Serien.....	69
8. Weitere Anwendungsfelder der Virtual Reality.....	70
9. Fazit.....	78
10. Literaturverzeichnis.....	83

1. Einleitung

„Virtual reality was once the dream of science fiction. But the internet was also once a dream, and so were computers and smartphones. The future is coming, and we have a chance to build it together.” (Zuckerberg, 2014)

Mark Zuckerberg, Gründer und Geschäftsführer von Facebook, verfasste am 25. März 2014 auf jener Plattform das o. g. Statement (vgl. Frank/Pring/Roehrig 2017, 170). Er gilt gemeinhin als einer der berühmtesten Unterstützer der Virtual Reality-Technologie (fortan wird Virtual Reality mit VR abgekürzt). Für Aufsehen sorgte ein Bild auf dem „Mobile World Congress“ in Barcelona im Februar 2016, bei dem die Kongressteilnehmer alle ein VR-Headset trugen und sich gleichzeitig einen Film ansahen, während Mark Zuckerberg an ihnen in der realen Welt unbemerkt vorbeilief. Während es durchaus kritische Stimmen zu dem Bild gab, die sich darin bestätigt sahen, dass VR eine dystopische und einsame Zukunft erschaffe, erklärte Zuckerberg, dass er sich in dem Moment darüber gefreut habe, zu sehen, dass alle Kongressteilnehmer zur selben Zeit das gleiche Erlebnis in der VR durchlebten (vgl. Fitzpatrick 2016; McCormick 2016). Bereits 2014 hatte Zuckerberg die Firma Oculus für zwei Milliarden Dollar gekauft, da er von der Technologie und deren Zukunftsperspektiven derart überzeugt war. Anfang 2017 gab er an, noch weitere Milliarden in VR investieren zu wollen (vgl. Vanian 2017). Darüber hinaus wurde im April 2017 bekannt, dass Facebook selbst demnächst verstärkt auf VR setzt und mit der App „Facebook Spaces“ eine Welt innerhalb der VR geschaffen wird, in der sich Freunde und Fremde gleichermaßen als Avatare treffen und austauschen können (vgl. Strange 2017).

Doch Mark Zuckerberg ist bei weitem nicht die einzige Person, die davon ausgeht, dass VR die Zukunft sein wird. Unverkennbar ist mittlerweile der Hype um VR, der durch die verbesserte Technologie in den letzten zwei bis drei Jahren entstanden ist. Aber hat VR tatsächlich das Potential dazu, unsere Zukunft zu beeinflussen und sich als neues Massenmedium zu etablieren, wie es einst z. B. das Radio, das Fernsehen oder das Internet taten? Werden die Menschen VR in ihren Alltag integrieren bzw. es zu ihrem Alltag werden lassen? Oder sind die Skepsis und Vorbehalte zu groß und es wird nur ein Medium für spezielle Nutzergruppen und bestimmte Branchen werden?

Diese Arbeit hat sich das Ziel gesetzt, eben jene Fragen kritisch zu diskutieren und im besten Falle beantworten zu können. Während sowohl die Gaming- als auch die Erotik-

branche in Bezug auf VR schon seit einigen Jahren beleuchtet und erforscht wurden, gibt es wiederum andere Bereiche, die sich noch in den Kinderschuhen befinden und zu denen es bislang entsprechend nur wenige wissenschaftliche Studien gibt. Deswegen wird der Fokus in dieser Arbeit vor allem auf der Film- und Fernsehindustrie liegen. Dabei soll geklärt werden, ob die VR-Technologie das Potential besitzt die Film- und Fernsehindustrie in ihren Grundsätzen zu revolutionieren oder ob VR, ähnlich wie die 3D-Technologie vor ein paar Jahren, zwar einen festen Zuschauerstamm finden wird, aber im Gesamten nicht mehr als eine Ergänzung zum klassischen und etablierten Film- und Fernseherlebnis darstellt.

Um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen soll weitgehend darauf verzichtet werden, die ebenfalls mit viel Potential für die Zukunft ausgestattete Augmented und Mixed Reality näher zu beleuchten. Stattdessen soll der Fokus rein auf der VR-Technologie liegen. Ebenfalls sollen die bereits erwähnten Bereiche Gaming und Erotik bloß am Rande der Arbeit berücksichtigt werden, um insbesondere der Film- und Fernsehbranche, aber auch anderen Branchen außerhalb der Unterhaltungsindustrie, mehr Platz einzuräumen.

Unterteilt wird die Arbeit grob in zwei Abschnitte. Während im ersten Teil generell auf theoretische, geschichtliche, technische und soziale Aspekte von VR eingegangen wird, bezieht sich der zweite Teil speziell auf die konkreten Branchen, allen voran auf die Film- und Fernsehindustrie. Der Blick richtet sich dabei auch stets auf die Rolle des Zuschauers bzw. Nutzers. Im zweiten Kapitel sollen zunächst Definitionsansätze für einige Begriffe gesucht werden, die für den Fortlauf der Arbeit entscheidend sind. Aus theoretischer Sicht werden hierbei die Begriffe der Virtualität und Realität bzw. Wirklichkeit diskutiert, bevor auf das Zusammenwirken der beiden Ausdrücke, also die VR, eingegangen wird. Als letztes soll aufgezeigt werden, inwieweit sich die Bezeichnungen Virtual, Augmented und Mixed Reality voneinander unterscheiden. Das dritte Kapitel bietet einen umfassenden, geschichtlichen Überblick zur Entwicklung von VR und der verwendeten Technik seit dem 18. Jahrhundert. Das Hauptaugenmerk soll dabei auf den Erfindungen Mitte des 20. Jahrhunderts, der ersten VR-Hochphase in den 1980er und 1990er Jahren, sowie den jüngsten Ereignissen der 2010er Jahre, die zur zweiten Hochphase führten, liegen. Nach der theoretisch-geschichtlichen Einordnung beschäftigt sich das vierte Kapitel mit VR in sozialer Hinsicht, der Nutzer steht bei dieser Betrachtung im Mittelpunkt. Es soll erörtert werden, welche Vor- und Nachteile VR für den Nutzer jetzt und in Zukunft bietet. Durch einen Blick auf aktuelle Studien und Umfragen an

potentiellen VR-Kunden wird anschließend aufgezeigt, welche Akzeptanz dem neuen Medium bereits entgegengebracht wird und wie es aus der Sicht von Interessenten noch weiter verbessert werden könnte.

Im fünften und sechsten Kapitel wird die Filmindustrie im Mittelpunkt stehen. Das fünfte Kapitel verschafft anhand einiger Beispiele einen Überblick darüber, wie die VR-Thematik seit den 1970er Jahren in Filmen integriert wird. Insbesondere die Präsentationsart der VR durch den Regisseur und die daraus resultierenden Zukunftsvisionen, sowie die eingesetzte Technik, sollen hierbei näher herausgearbeitet und betrachtet werden. Zuletzt wird kurz darauf eingegangen, inwieweit sich die Präsentation in den Filmen von den Entwicklungen in der realen Welt unterscheidet. Im sechsten Kapitel liegt der Fokus bei dem aktiven Umgang der Filmindustrie mit der VR-Technik. Hierbei wird über neue Herausforderungen diskutiert, die die VR mit sich bringt, insbesondere im Hinblick auf das Storytelling und die Technik. Anschließend soll auf einige der ersten VR-Filme und ihre Machart eingegangen werden, bevor die Möglichkeit, Filme auf Filmfests zu präsentieren und zu vermarkten, erörtert wird. Das dritte Unterkapitel beschäftigt sich mit der Frage, welchen Einfluss VR zukünftig auf Kinos und Heimkinos nehmen könnte und welche Maßnahmen, insbesondere von den Kinos getroffen werden sollten, um weiterhin relevant zu bleiben. Eine Schilderung der Auswirkungen von VR auf die Fernsehindustrie findet im siebten Kapitel statt. Dabei werden zunächst die veränderten Sehgewohnheiten der Zuschauer erörtert, resultierend aus der zunehmenden Digitalisierung und dem breiteren Angebot, welches zur Verfügung steht. Anschließend sollen einige Bereiche genauer betrachtet werden, die sich für Übertragungen in der VR eignen: Live-Sport, Nachrichten, Dokumentationen, Konzerte und TV-Serien.

Im achten Kapitel entfernt sich die Arbeit wieder von der Film- und Fernsehbranche und widmet sich weiteren Anwendungsfeldern, in denen VR bereits genutzt wird oder in Zukunft genutzt werden könnte. Dadurch soll aufgezeigt werden, dass VR nicht bloß ein Medium ist, welches sich in der Unterhaltungsbranche durchsetzen könnte, sondern möglicherweise für andere Sektoren gleichwertig oder sogar noch besser geeignet ist. Abschließend folgt im neunten Kapitel das Fazit. Hierbei werden die gesammelten Erkenntnisse zusammengefasst und im Hinblick auf die in der Einleitung gestellten Fragen kritisch diskutiert.

2. Begriffsdefinitionen

2.1. Virtualität

Der Begriff der Virtualität wird bereits seit Jahrhunderten in verschiedenen modernen wissenschaftlichen Bereichen diskutiert, hauptsächlich in der Philosophie, der Medienwissenschaft und der Kybernetik (vgl. Holischka 2016, 13). Er leitet sich aus dem Lateinischen von dem Wort „virtualis“ ab, welches übersetzt „Mannheit“ bedeutet, aber im übertragenen Sinn auch für Tüchtigkeit und Tugend bzw. Güte und Kraft steht (vgl. ebd.: 81). Schon im 17. Jahrhundert taucht das Wort in der Philosophie auf. Baruch de Spinoza sieht Gott als Virtualität an, dessen Wirken notwendig und vollkommen ist, während Gottfried Wilhelm Leibniz den Begriff als Autodynamik beschreibt, also als eine Kraft, die aus sich selbst heraus entsteht (vgl. ebd.: 15). Im 20. Jahrhundert verlagert sich die Diskussion um die Virtualität dahingehend, dass über ihr Verhältnis zur Realität gesprochen wird. Während die Begriffe zumeist antonym verwendet werden, erklärt Gilles Deleuze in seiner Theorie, dass das Virtuelle nicht dem Realen gegenübersteht, sondern dem Aktuellen, sowie das Reale dem Fiktiven (vgl. Schröter 2004, 168). Pierre Lévy stützt diese These. Er sieht die Virtualität als einen Modus der Realität an, der als unendliche und ortlose Quelle Platz für Aktualisierungen bietet. Vilém Flusser begreift die Virtualität als das, „was aus dem Möglichen auftaucht und beinahe ins Wirkliche umschlägt“ (vgl. Holischka 2016, 15 ff.).

Durch das Aufkommen des Computers bzw. der digitalen Medien wird der Begriff der Virtualität heute nicht mehr nur noch von Wissenschaftlern analysiert, sondern ist in den Alltag der Menschen integriert worden, allerdings als Begriff mit technizistischem Fundament. In der Informatik spielt dieser seit den 1960er Jahren eine Rolle, seitdem es möglich wurde durch Computersimulationen erste Prozesse und Objekte zu kreieren (vgl. Schröter 2004, 168). Durch die Digitalisierung wird ermöglicht, mit Daten, bspw. von Texten oder Bildern, zu interagieren und sie nicht bloß abzuspeichern, zu übertragen und zu verarbeiten (vgl. Krämer 1998, 13).

Katharina Schuster (vgl. 2015, 12) beschreibt die Virtualität als etwas, was jemandem echt erscheint, allerdings nicht in der Wirklichkeit vorhanden ist. Hierbei spielen die virtuellen Welten eine Rolle, die durch interaktive Plattformen entstehen und dem Subjekt das Eintauchen in jene ermöglichen (vgl. Bigl 2016, 125). Alle materiellen und realen Orientierungen werden in der virtuellen Welt außer Kraft gesetzt, stattdessen wird auf künstliche Erzeugung und Simulation gesetzt (vgl. Walter 2001, 15). Durch die technischen Entwicklungen ist es nun möglich den Rahmen der Virtualisierung zu ver-