

Das blaue Blut

Die Medienfachkongresse 2016 beschäftigten sich im Gegensatz zur Filmbranche vorwiegend mit AR und VR

Von Gabriele Leidloff
und Max-Peter Heyne

Eigentlich ist den Adeligen das blaue Blut zugeschrieben, jetzt nimmt es aber das Cyberspace und die Robotik in Anspruch, wie bei den humanoiden Cyborgs in der schwedischen TV-Serie *Echte Menschen* von 2014, in der die Folgen eines Umgangs zwischen wahrhaftigen und nachgebauten Menschen durchexerziert wird. Ein bisschen wird das noch dauern, aber Künstliche Intelligenz (KI) und virtuelle Realität (VR) sind die Vorboten. Ob die Blaublüter den audiovisuellen Unterhaltungsmedien noch mehr Konkurrenz machen als das Internet? Schauen sich diese Wesen noch Filme an und interpretieren sie oder wird ihnen die Filmgeschichte auch eingespeichert?

Virtual Reality

„Wir erleben einen Angriff der Zukunft auf die Gegenwart, bei der die geistigen Fähigkeiten des Menschen der Medientechnologie hinterherhinken“, so Rolf Giesen über die neuen Entwicklungen auf dem Gebiet der virtuellen Realität bei einer Diskussionsveranstaltung anlässlich der Ausstellungen „+ultra. gestaltung schafft wissen“ im Martin Gropius Bau und „Things to Come – Science Fiction Film“ im Berliner Museum für Film und Fernsehen. Die synthetischen, das gesamte Gesichtsfeld umspannenden Parallelwelten, die über die VR-Headsets betrachtet werden können, werden sich möglicherweise ebenso langsam als Massenphänomen durchsetzen wie die ersten Computerspiele mit ihren verpixelten Welten. Aber immerhin wurden laut einer Studie der Analyseagentur Information Handling Services-IHS Markt schon 2015 1,6 Milliarden Dollar von Konsumenten für VR ausgegeben und die Wachstumsrate soll sich in den nächsten zehn Jahren mehr als verdreifachen. „Die Folgen einer durch VR beschleunigten medialen, technologischen Entwicklung auf Gesellschaften, die sich träge über Jahrhunderte entwickelt haben, ist ein Riesenexperiment“, konstatiert Rolf Giesen.

Denn wie täuschend echt wirkende, virtuelle Realitäten unsere Wahrnehmung und unser Denken beeinflussen, wenn man die Langsamkeit des menschlichen Geistes bedenkt, provoziert ethische Fragen, denen sich Politiker, Forscher, Konsumenten und nicht zuletzt die global operierenden Medienkonzerne stellen müssen. Ansonsten setzen sich pure Geschäftsinteressen durch. Neben dem Filmhistoriker Giesen saßen auf dem VR-Diskussionspodium Kulturwissenschaftlerin Nina Franz und der Medienwissenschaftler Moritz Queisner, beide von der Humboldt Universität Berlin, die mit Firmen zusammenarbeiten, die VR-Technologie dort einsetzen, wo sie gewünscht und gefördert wird: in der Flugsimulation und in der medizinischen Bildgebung. Neben der Verkehrstechnologie und dem Energiesektor sind dies zwei Felder, bei welchen die möglichst umfassende, sich selbst verwaltende Interpretation und Kontrolle von gesammelten Daten (z.B. über Landschaften und den menschlichen Körper) besonders effizient eingesetzt werden können.

Kinofilm vs. VR

Auf allen Medienkongressen 2016 war VR ein großes Thema, doch noch klafft ein Graben zwischen der VR-Filmproduktion und der traditionellen Film- und Fernsehbranche. VR spielt für das Home Entertainment (noch) eine untergeordnete Rolle und die Zahl der Firmen und Redaktionen, die auf diesem Gebiet aktiv sind, ist überschaubar. Pilotprojekte hatten es schwer, abseits der Fachwelt genügend Aufmerksamkeit zu bekommen. Filme wie jene der Berliner Firma Morphium, die Wege von Flüchtlingen in 360°-Darstellungen wiedergeben, entstehen oft in Kooperation mit Institutionen, Verlagen oder Sendern und nutzen so die Bekanntheit und die Vertriebskanäle der traditionellen Medien. Gerade aus rein ökonomischer Sicht bleibt festzuhalten, dass das Format Kinofilm bei der jungen Zielgruppe unbeliebter wird. Das besagen unter anderem die jüngsten Zahlen der FFA zum deutschen Kinofilm, der in 2016 fast ein Drittel an Besuchern (19,3 Prozent Marktanteil bzw. 34,6 Prozent des Gesamtumsatzes) verloren hat und dessen Arthaus-Publikum immer älter wird.

Hollywood kooperiert mit NASA

VR wird die Medien- und Aufmerksamkeitskonkurrenz bzw. die Schwerpunkte im Freizeitverhalten noch einmal kräftig verschieben. Dass im Bereich Entertainment nicht nur die Pornoindustrie mit täuschend echten Darstellungsformen Geld verdienen kann, davon konnten sich Besucher vor allem auf der Internationalen Funkausstellung IFA und beim Mediengipfel IFA+ Summit im Spätsommer 2016 überzeugen. Zwar bot nur der asiatische Elektronikgigant Samsung seine VR-Produkte offensiv zum Ausprobieren an (z.B. zur Simulation von Achterbahn- oder Kajakfahrten in Wildwasser-

flüssen). Doch etliche kleine Aussteller aus dem wissenschaftlichen bzw. Bildungsbereich, Tourismus und Smart Home demonstrierten, wie suggestiv und verführerisch gut fotografierte VR-Welten wirken. Im Mittelpunkt standen Technologien zum Einbinden hochauflösender 360° Clips und Fotografien in filmische Darstellungen. Es gibt zwar insgesamt noch wenig Content, aber bei den bestehenden visuellen Patchwork-Welten stehen Impulse, Interaktionen und Sensationen im Vordergrund und lassen die herkömmlichen Erzählmittel und Plots unwichtiger werden, wie Moritz Queisner angesichts des 360° Trailers zur Realverfilmung des *Dschungelbuches* des Disney-Konzerns zu bedenken gab. In Hollywood wird es eine noch stärkere Kooperation der globalen Digitalkonzerne mit Technologieunternehmen wie der NASA (im Science-Fiction Hit 2016 *Der Marsianer*) geben.

Auch in der deutschen Förderungslandschaft ist das Phänomen VR mittlerweile angekommen. In der Potsdamer Schinkelhalle wurden Mitte November im Rahmen der vom Medienboard Berlin-Brandenburg unterstützten Virtual Reality Konferenz „VR NOW – The Tech Biz Art Conference“ erstmals die neu geschaffenen VR Now Awards vergeben, die an herausragende technische, wirtschaftliche und künstlerische Leistungen in VR-Beiträgen gehen. Den VR NOW Grand Prize erhielt der exklusiv von der Firma Crytek für VR-Anwendungen produzierte Film *The Climb*, bei dem Spieler/innen selbst die Simulation des Freeclimbings in von realen Landschaften inspirierten Höhen ausprobieren können. Der VR Tech Award wurde für das *Immersive Deck* der Entwickler Illusion Walk vergeben; ein simuliertes Echtzeit-Holodeck, das die immersive Erfahrungen vermittelt, in großformatigen virtuellen Räumen herumgehen zu können. Die Anwendungsmöglichkeiten reichen von der Visualisierung von Datensammlungen bis zu exotischen Welten.

AR = Augmented Reality

Beim VR Art AWARD geht es noch spielerischer zu: *Accounting* vom Hersteller Crows Crows führt die Betrachter in Anlehnung an das voran gegangene Computerspiel durch „schräge, absurde und nicht-jugendfreie Welten“. Mitveranstalter des englischsprachigen Kongresses war der neu gegründete Virtual Reality e.V. Berlin-Brandenburg. Ein Monat zuvor hatte bereits der Kongress AWE Europe 2016 von „Augmented World Expo“ in Berlin die Fachbesucher mit inspirierenden Vorträgen auf den neuesten Stand der VR- und AR-Technologie gebracht. AR als Abkürzung für „Augmented Reality“ meint die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung, was anders als bei VR nicht zwingend ein Headset mit Brille erfordert. Im Wesentlichen ging es um die ökonomische Verwertung der neuen Technik, um zukunftsweisende Produkte und ihre Potentiale.

Chance für Start Ups mit originellen Ideen

Aber Vortragende wie der deutsche Technologieexperte Wolf Siegert (Mitglied im Virtual Reality e.V. Berlin-Brandenburg) und der US-amerikanische Cyberpunkveteran und Science Fiction-Autor Bruce Sterling (*MirrorShades Anthology*) entwarfen auch historische Bögen, die deutlich werden ließen, das AR und VR weitreichende Wurzeln in der modernen Mediengesellschaft haben und wie kurzfristig Innovationen und Erfolge auf technologischem Gebiet sein können. „Augmented Reality is real. Get real, stay real“, so das Credo von Bruce Sterling. Er rief dazu auf, sich bei den neuen Entwicklungen auf sein eigenes geistiges Potential zu besinnen und zu hinterfragen, wie man zu den großen Digitalkonzernen steht. Das Beispiel Detroit zeigt, das große Firmen nur eine Zeit lang Marktführer sind, solange sie die Zukunft symbolisieren. Startups mit originellen Ideen haben eine Chance, so Sterling mit Blick auf das Publikum des AWE-Kongresses, das überwiegend aus Repräsentanten kleinerer und mittelgroßer Firmen bestand.

Prof. Frank Steinicke von der Universität Hamburg wies auf die besondere Bedeutung der bequemen Bedienung von Interfaces für den Erfolg von AR- und VR-Anwendung hin. Neben leichteren Headsets bedarf es der Möglichkeit, über intuitive, natürliche Gestik und Mimik die Schnittstellen der Endgeräte bedienen zu können, um ein überzeugendes, lebensechtes Erlebnis beim Konsumenten zu erzeugen, so Steinecke.

AR – nicht nur Spiel, auch Nutzen

Wie schon bei der IFA stand auch auf der Agenda des AWE-Treffens, die unterschiedlichen Modelle mit ihren vielseitigen Funktionen bei den VR-Brillen zu präsentieren. Einen weltweit geltenden Standard gibt es derzeit ebenso wenig wie zur Frühzeit der Videokassette. Gastgeber Ori Inbar (AugmentedReality.ORG) wies auf die vielen einzigartigen Möglichkeiten hin, mit denen AR abseits der schieren Zerstreuungsfunktion das Leben seiner Nutzer zu bereichern vermag. Augmented Reality ermöglicht bereits heute, Identitäten zu ändern, Hochleistungen zu stimulieren oder die Funktionen der verschiedenen Sinne auszutauschen. So können z.B. für Farbenblinde über Sensoren Farben in Töne übersetzt werden. Der Brite Imre Bard von der Organisation Hack the Senses

präsentierte künstlerische Projekte für einen ‚Gender‘- oder ‚Race Swap‘, die eine ähnliche Absicht verfolgen wie der Fluchtroutenfilm von Thomas Wüstemanns Produktionsfirma Morpium: Mithilfe des 360°-Blicks auf den Lebensalltag Anderer oder Fremder nimmt der Betrachter – zumindest teilweise und vorübergehend – Identitäten und Perspektiven an. Eine Erfahrung, die man allenfalls mit perfekter Verkleidung machen kann, wobei die Gefahr aufzufliegen, dann auch physische Risiken birgt. Als VR lässt sich diese Möglichkeit auf risikofreiere, aber ebenfalls sehr ‚reale‘ Weise erleben. Die optimistische Vision der Aktivisten: Das Durchleben der Erfahrungswelten von Menschen anderer Hautfarbe, anderer Kulturen und anderer Geschlechter (wie in der Episode *Time Out* in der 1982er-Kinofilmversion der Serie *Unheimliche Schattenlichter/The Twilight Zone*) fördert Empathie und Verständnis für deren besondere Situation.

Ryan Pamplin von der US-Entwicklerfirma Meta Vision verwies darauf, dass Spaß am Orakeln und das Entwerfen einer Zukunft schon immer Teil der Faszination der Medialität war: der Impuls der Kreativität, ein menschlicher Wunsch, sich eine (Fantasie-)Welt nach eigenen Vorstellungen zu bauen – im Gegensatz zu der, in die er hineingeboren wird. Pixelige, als Tricks erkennbare Spezialeffekte (CGI) hinderten eine schnelle Akzeptanz von simulierten Computerwelten im Film. Die kompletten 360°-Räume hingegen zeigen eine umfassende, bequem zugängliche und steuerbare Kunstwelt, die geeignet ist, die Wahrnehmung unserer gesamten psychisch-physiologischen Existenz zu erweitern.

Virtuell und real - noch unterscheidbar?

Da drängt sich die Frage auf, wie lange wir in der Lage sein werden, virtuelle von realen Objekten und Szenarien zu unterscheiden. Ist der Kinofilm als 2D- oder 3D-Welt noch attraktiv genug, wenn das übrige Medienangebot virtuell, aber lebensechter als das reale Leben geworden ist? Lässt die Verführungskraft des Projizierten zugunsten des Virtuellen – nicht mehr Imaginierten, sondern lebensecht Simulierten – im Laufe des Konsums nach? Beim zweiten Berliner STATE Festival („State of Emotion, The Sentimental Machine“) mit Vorträgen und Workshops zum Verhältnis von Emotionen in der postmodernen Welt im November 2016 spielte neben der sinnlichen Wahrnehmung durch AR- und VR-Seherfahrungen auch das so genannte „New Enhancement“ eine wichtige Rolle, u. a. die Erweiterung der menschlichen Körperfunktionen durch Implantierung der Hardware direkt in den Körper. Von einigen Künstlern bereits praktiziert, wird es das anthropologische Verständnis vom Menschen beeinflussen. Auch der Einsatz Künstlicher Intelligenz ist nicht auf Roboter beschränkt.

Das Miteinander von Mensch und Roboter

Wie fortgeschritten die Entwicklung der ‚smarten‘, intelligenten Datenauswertung in industriellen Maschinen bzw. bei Robotern bereits ist, wurde in Saarbrücken beim 10. Nationalen IT-Gipfel präsentiert und erörtert, den das Bundesforschungsministerium mit diversen Kooperationspartnern Mitte November 2016 durchführte. Der Nationale IT-Gipfel ist das zentrale Forum der digitalen Agenda der Bundesregierung, die im Sommer 2014 als Leitlinie für die Gestaltung der digitalen Infrastrukturen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen vorgegeben wurde. In diesem Jahr war neben den Bereichen Bildung und Medien auch die „Innovative Digitalisierung der Wirtschaft“ ein Schwerpunkt der Konferenz, an der mehr als 1.000 Besucher, darunter etliche Bundesminister und führende Manager deutscher Industrie- und Technologiefirmen teilgenommen haben. Der deutsche Experte für industrielle Digitalisierung, Wolfgang Wahlster, Professor für Informatik an der Universität des Saarlandes und Direktor und Vorsitzender des 1988 gegründeten Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), schwärmt von einem intelligenten und effektiven Miteinander von Mensch und Roboter anhand einer immer ausdifferenzierten Künstlichen Intelligenz. Indem das gesammelte Fachwissen als Datenkonglomerat in die Maschinen gelangt und von ihnen inhaltlich interpretiert wird, wie es kein Mensch in dieser Komplexität und Geschwindigkeit vermag, werden „die Roboter aus ihren Käfigen befreit und zu Assistenten bzw. Kollaborateuren der Ingenieure“, beschreibt Wahlster verheißungsvoll die zukünftige Entwicklung.

Computer werden kreativ

Aus dieser Sicht bestand die erste Welle der Digitalisierung im Wesentlichen aus Speicherung und Programmierung, also der maschinellen Verarbeitung von Daten. Inzwischen gewinnt die Interpretation, Veredelung und Nutzbarmachung des digital gespeicherten Forschungswissens durch Computer als ‚Data Mining‘ immer mehr an Bedeutung. Das heißt, Computer können diese Daten so tiefgehend prüfen, kombinieren und interpretieren bzw. in ihrem Sinne ‚verstehen‘, dass sie zu immer autonomen Systemen werden, die sich selbst trainieren, selbstständig entscheiden und schließlich reproduzieren. Auch der amerikanische Software-Entwickler Jeff Kowalski, der auf großen Tagungen wie der Berliner re:publica zu Gast ist, sieht die Zeit gekommen, in der Künstliche Intelligenz bedeutet, dass Computer sich selbst kognitiv weiterentwickeln, sich unterrichten können

und in gewissem Sinne kreativ werden. Durch „das Berechnen aller Optionen“ werde das optimale (generative) Design für Gegenstände oder die beste Lösung herausgefiltert, wenn Menschen ihre speziellen Erfahrungen und Intuitionen als Wissen in die Maschinen eingeben. Kowalski fordert als ethisches Leitbild: „Wir müssen Computer so behandeln, also programmieren, damit sie optimale Assistenten sind“. Es bedürfe eines humanistischen Modells von Maschinen, das Negativität außen vorlässt, denn wie wir uns gegenüber den Computern verhalten, wird die Realität der Zukunft bestimmen. Es existieren bereits viele sensomotorisch ausgestattete Roboter mit kognitiver Intelligenz – doch vor allem die emotionale, soziale Intelligenz des Menschen bleibt unerreich. Der Mensch soll durch die Künstliche Intelligenz, die beispielsweise über Smartphones, Smart Cars oder Smart Factorys zunehmend in seinen Alltag dringt, aber nicht ersetzt, sondern unterstützt werden, so Prof. Wahlster.

Geklonte Stars

Die Vielfalt der Roboter auf irdischem Territorium als unermüdliche Lebenshelfer war eines der Schwerpunkte der im Rahmen der IFA erstmals in Berlin stattfindenden Fachkonferenz und Ausstellung „Innorobo“ zum Thema Robotik. Aber auch in den fiktiven Welten der VR und des Computertrick-unterstützten Spielfilms verwischen sich die Grenzen zwischen Mensch und Klon zusehends – 30 Jahre nach dem ersten Auftritt der von der Computergrafikerin Nadia Magnenat-Thalmann virtuell geklonten Marilyn Monroe. Beweglichkeit, Alter und Schönheit der Akteure werden demnächst zu einer kontrollierbaren Größe. Um dem biologischen Lebenszyklus zu entkommen, können Schauspieler in Zukunft wie im Ari Folman-Film *The Congress* ihre Avatare bzw. Klone mit allen Persönlichkeits- und Verwertungsrechten an Content Player verkaufen. Derzeit lässt sich Robert De Niro für seine neueste Rolle digital um 35 Jahre verjüngen und Ende 2017 wird der vor 20 Jahren verstorbene Peter Cushing in der nächsten *Star Wars*-Folge auftauchen.

Aber mitten in der Phase neuer Entgrenzung bei audio-visuellen Angeboten hadern die verschiedenen Akteure der deutschen Filmbranche noch auf den bürokratisch-juristischen Feldern mit den reformbedürftigen Förderinstanzen, Urheber- und Auswertungsrechten. Dazu noch einmal Rolf Giesen: „Ich habe, auch als Sachverständiger vor dem Bundesverfassungsgericht, feststellen müssen, das zum Beispiel das deutsche Recht nicht auf die Herausforderungen der globalen Medienanbieter, wie etwa YouTube, vorbereitet ist. Sich unter den Schutzschirm auslaufender Geschäftsmodelle, etwa des Fernsehens, zu stellen, ist ein schlechtes Überlebensprinzip und zeugt von geringer Phantasie. Das sind schlichtweg Reaktionen einer alternden Gesellschaft, die für die Zukunft schwarzsieht.“ Das territoriale Auswertungssystem müsse ja nicht gleich aufgegeben werden: „Arthaus-Filme würden auf jeden Fall im Netz mehr Aufmerksamkeit erfahren. Wichtig ist, dass die großen Netze gezwungen werden, sich finanziell in der Produktionsförderung zu engagieren, denn sie bekommen den Content. Im Zuge der ständigen Individualförderung ist es versäumt worden, rechtzeitig europäische Plattformen zu entwickeln.“