

THE MASTER'S VISION (VR)

Georg Tschurtschenthaler^a, Dr. Ralf Schäfer (Faunhofer HHI)

Kay Meseberg (ARTE)

^a Autor/ Producer gebrueder beetz filmproduktion, Deutschland;
g.tschurtschenthaler@gebrueder-beetz.de

KURZDARSTELLUNG: Die dreiteilige VR-Serie „The Master's Vision“ macht drei Meisterwerke der Kunstgeschichte emotional in VR erfahrbar: „Der Mönch am Meer“ von Caspar David Friedrich, Edvard Munchs „Die Sonne“ und Claude Monets „Seerosen“ beschäftigen sich auf unterschiedliche Art und Weise mit der Beziehung zwischen Mensch und Natur. Der User wird selber zum Künstler und taucht tief in seine Gedanken und Visionen ein.

Das Projekt wird in einer branchenübergreifenden Kooperation zwischen unabhängigen Produktionsfirmen, Museen, TV-Sendern, Forschungsinstitutionen und verschiedenen Förderinstitutionen hergestellt und wird im November 2018 international gelauncht.

1. EINFÜHRUNG

„Ein Kunstwerk, das nicht mit Emotionen beginnt, kann nicht Kunst sein.“ – Paul Cezanne

Die VR-Serie „The Master's Vision“ stellt das emotionale Verständnis von drei wichtigen Meisterwerken der europäischen Kunst in den Mittelpunkt. Jede Episode konzentriert sich auf ein Meisterwerk und erzählt eine besondere Geschichte über das Gemälde, über seine Erschaffung oder die Intention des Künstlers.

1. Der Mönch am Meer von Caspar David Friedrich, Alte Nationalgalerie Berlin (D)
2. Seerosen von Claude Monet, Musée d'Orsay Paris (FR)
3. Die Sonne von Edvard Munch, Munch Museum Oslo (NOR)

Jede Episode eröffnet eine neue Perspektive: In einigen Folgen befindet sich der User im „Körper“ des Künstlers, in anderen wird er Teil des Kunstwerks. Mal wird er durch innere Monologe, mal durch fiktive Dialoge geleitet. Die Geschichten der Episoden basieren dabei auf dokumentarischem Material, wie Tagebucheinträgen, Original-Zitaten oder Briefen von Zeitgenossen des Künstlers.

Die VR-Serie geht dabei über herkömmliche 360°-Videos hinaus und verschmelzt 3D-

Animationen, volumetrische Videos, Photogrammetry und Live-Action-Aufnahmen auf innovative Art und Weise.

Der Launch der VR-Serie findet gleichzeitig mit der TV-Serie „Best of Museum“ auf ARTE statt, die Ende 2018 ausgestrahlt wird.

2. DIE SERIE IM ÜBERBLICK

Jede Episode zeichnet sich dadurch aus, dass sie eine Geschichte erzählt, die dem breiten Publikum bisher verborgen geblieben ist. Neue Erkenntnisse, die durch Restaurationen oder neuartige Analysemethoden erlangt wurden, fließen darin ein. Die Episoden zeigen, dass der erste Eindruck, den ein Betrachter von einem Kunstwerk hat, irreführend sein kann und der Künstler oft eine ganz andere Vision davon hatte, was das Gemälde vermitteln soll. Zudem steht bei jedem Kunstwerk der Serie die sinnliche Erfahrung im Vordergrund. Welches Gefühl liegt dem Kunstwerk zugrunde – und wie kann es der User nachempfinden? Für die Serie nutzen wir demnach solche Kunstwerke, die eine starke emotionale Strahlkraft haben, alle Sinne ansprechen und sich dadurch besonders gut für die Erkundung in der virtuellen Realität eignen. Zudem spielt die Popularität der Kunstwerke eine große Rolle: Wir möchten mit der Serie ein breites Publikum ansprechen und schließen somit solche Kunstwerke ein,

die über Landesgrenzen hinweg bekannt sind und ein internationales Publikum anziehen.

2.1 DER MÖNCH AM MEER

Verborgene Geschichte: Der Künstler begann mit einer sehr konventionellen Komposition des Gemäldes, entfernte jedoch Elemente des Bilds wieder, um den Weg der modernen Abstraktion einzuschlagen.

Sinnliche Erfahrung: Der User spürt das Gefühl der Einsamkeit, das Sehnen nach der endlosen Weite, welches durch die Mystifizierung der Natur verstärkt wird.



Abb. 1: Der Mönch am Meer von Caspar David Friedrich (1808-1810), Alte Nationalgalerie, Berlin

Popularität: Caspar David Friedrich ist der wichtigste deutsche Maler der Romantik und war eine Inspiration für Künstler des amerikanischen Expressionismus. „Der Mönch am Meer“ war das reduzierteste und leerste Bild, das die westliche Kunstgeschichte bis dahin gekannt hatte.

2.2 SEEROSEN

Verborgene Geschichte: Monets Seerosen gelten als schön, beinahe kitschig. Doch der erste Eindruck von Lieblichkeit täuscht. Monet malte seine Seerosen-Serie zum Teil während des 1. Weltkriegs. Trauerweiden und dunkle Farben symbolisieren sein Entsetzen und Trauer.

Sinnliche Erfahrung: Monet arbeitete an seinen Seerosen über 30 Jahre lang. Der User steuert in der Experience Raum und Zeit und bekommt einen Eindruck von der Vergänglichkeit der Zeit, die Monet in seinen Bildern thematisiert.



Abb. 2: Seerosen von Claude Monet (1890-1926), Musée d'Orsay, Paris

Popularität: Monets Seerosen, die er über 250 mal malte, sind prototypisch für den Impressionismus. Monets Seerosenteich in Giverny ist weltberühmt und zieht jährlich über eine halbe Millionen Besucher an.

2.3 DIE SONNE

Verborgene Geschichte: Munch ist vor allem für seine düsteren und melancholischen Bilder berühmt; seine Reihe zur Sonne jedoch ist Ausdruck von Licht und Hoffnung.

Sinnliche Erfahrung: Munch führte verschiedene Experimente mit Licht und der Auswirkung auf den menschlichen Organismus durch. Der User durchläuft den Erkenntnisweg des Meisters und geht dabei bis an die Grenzen seiner Wahrnehmung.



Abb. 3: Die Sonne von Edvard Munch (1910-1913), Munch Museum, Oslo

Popularität: Neben dem „Schrei“ ist die „Sonne“ von Munch das wichtigste Gemälde des Norwegers. Eine überlebensgroße Reproduktion begrüßt jeden Oslo-Besucher bereits am Flughafen.

3. TECHNISCHES UND VISUELLES KONZEPT

Ziel der VR-Serie ist nicht, die Kunstwerke im virtuellen Raum zu reproduzieren – vielmehr besteht der Reiz darin, sich vom Werk selbst zu lösen und seine Botschaft auf emotionale Art und Weise zu vermitteln.

Um dieses Ziel zu erreichen, verschmelzen wir die unterschiedlichen Möglichkeiten von VR auf kreative und ungewöhnliche Art und Weise: Einerseits arbeiten wir mit Photogrammetry, einer Technologie, mit der sich Landschaften und Objekte in 3D nachbilden lassen. Wir nehmen mehrere hunderte Photos vom zu scannenden Objekt auf und setzen sie in einer speziellen Software zu einer s.g. Punktwolke zusammen. Aus dieser wird ein 3D-Objekt generiert, das wir in der virtuellen Welt platzieren können. Die Punktwolken können wir visuell so verändern oder verfremden, dass sie zum jeweiligen visuellen Konzept der Episode passen. Beispielsweise kann sich der Raum der l'Orangerie in der Paris-Episode durch diese Technologie vor den Augen des Users auflösen.

Andererseits werden wir mit unserem Technologie-Partner, dem Fraunhofer Heinrich-Hertz-Institut, hochqualitative volumetrische Videos erzeugen. Diese Videos eignen sich v.a. für Personen, deren Mimik und Gestik detailgetreu und realistisch eingefangen und in VR wiedergegeben werden soll. Das Fraunhofer HHI errichtet in Berlin derzeit das modernste Studio Europas für diese s.g. „Human Body Reconstruction“: Eine Person, wird mit 32 Kameras gleichzeitig in 4K gefilmt; daraus wird ein lebensechter „Avatar“ in 3D gerendert, den wir in die VR-Software (Unity 3D) implementieren können.

Der Grad der Bewegungsfreiheit des Users sowie die Interaktionsmöglichkeiten innerhalb der virtuellen Welt unterliegen dabei den Limitierungen durch die technischen Geräte. Da wir das Ziel verfolgen, ein internationales Publikum anzusprechen, ist das Kernprodukt unserer VR-Serie als „mobile VR“ Erfahrung konzipiert. Das bedeutet, dass jeder mit einem Smartphone und einer Halterung wie dem Google Cardboard kostengünstig und unkompliziert Zugriff auf die VR-Serie hat. Ebenso wird die Serie mit Headsets wie Samsung Gear VR oder Google Daydream

kompatibel sein, bei denen ein Smartphone als Display und Prozessor fungiert.

Eine mobile VR Erfahrung bedeutet eine niedrige Einstiegshürde und potenziell größere Nutzerschaft, andererseits sind die Möglichkeiten der Interaktion im Gegensatz zu Desktop-Systemen begrenzt. Dennoch werden wir auch für die mobile Version Interaktionen ermöglichen: Beispielsweise kann der User durch seinen Blick seine Bewegungsrichtung steuern und wie im Fall der Folge „Mönch am Meer“ selbst die Transformation des Bildes steuern.

Die kostspieligeren Desktop-Systeme wie Oculus Rift oder HTC Vive verfügen über zusätzliche Steuerelemente und Sensoren und lassen dadurch komplexere Bewegungsabläufe und Handlungen innerhalb der virtuellen Welt zu. Sie eignen sich besonders gut für erfahrenere VR-User. Deshalb planen wir in Kooperation mit Museen und Technologie-Herstellern eine erweiterte Version der Serie für diese zweite Zielgruppe.

Das Sound-Design ist in virtuellen Welten essenziell, für die Headsets spielt gerade der räumliche 3D-Sound eine wesentliche Rolle. Um ein möglichst immersives Erlebnis zu schaffen, werden wir deshalb mit binauralen Tonaufnahmen arbeiten. Bewegt der User den Kopf, passt sich der Sound der Bewegung in Echtzeit an und verstärkt das Erlebnis so erheblich. Nur so können wir sicherstellen, dass der User die simulierte Realität mental akzeptiert.

4. DIE KOOPERATIONEN

„The Master's Vision“ entsteht in einem breiten, branchenübergreifenden Netzwerk aus unabhängigen Produktionsfirmen (gebrueder beetz filmproduktion), TV-Sendern (ARTE), Forschungsinstitutionen (Fraunhofer HHI) und in enger Zusammenarbeit mit den drei Museen (Musée d'Orsay, Alte Nationalgalerie, Munch Museum). Die Entwicklung und Produktion wird u.a. vom Medienboard Berlin-Brandenburg, dem MEDIA Programm der EU unterstützt.

Ein Ziel des Projektes ist es neue Wege in der Finanzierung, der Produktion und der Auswertung zu gehen und so neuartige Modelle in der Zusammenarbeit in der Vermittlung von Kunst und anderen Inhalten zu entwickeln.