

Strübing, Jörg/Hirschauer, Stefan/Ayaß, Ruth/Krähnke, Uwe/Scheffer, Thomas (2018): »Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. Ein Diskussionsanstoß«, in: Zeitschrift für Soziologie 47(2), S. 83–100.

Reality, augmented

Herausgeber:innen

Ebenso wie der Begriff der → Virtual Reality zeugt die Rede von Augmented Reality (AR) von der problematischen Vorstellung einer soliden, nicht-virtuellen Realität, die hier mit virtuellen Elementen überlagert oder erweitert wird. Jenseits geisteswissenschaftlicher Diskussionen ist das Wording rund um diese Formate Teil eines Aushandlungsprozesses kommerzieller Anbieter um Alleinstellung und Deutungshoheit, in dem Begriffe wie *Virtual Reality*, *Augmented Reality*, *Mixed Reality*, *Extended Reality* und neuerdings *Spatial Computing* häufig unscharf verwendet werden und primär Marketinginteressen dienen (→ Großinvestition).

Derzeit (und das kann sich ändern), bezeichnet Augmented Reality Formate, die auf Smartphones oder Tablets virtuelle Objekte in das Bild der abgefilmten Umgebung einfügen. Das aufwendige Tracking, durch das User-Bewegungen senso-algorithmisch erfasst werden, damit virtuelle Objekte so animiert werden, dass es scheint, als wären sie Teil dieser Umgebung, fällt wenig auf (→ Spuren, virtuelle). Häufig genutzt wird AR als Werbe-Gadget, sei es für die Anzeige von virtuellen Möbeln im eigenen Wohnzimmer oder als virtueller Grillkäse, der per

QR-Code aus der Verpackung hervorgezaubert wird, oder auch in der Archiv- oder Erinnerungsarbeit (→ Archive, virtuelle, → Denkmal, virtuelles).

Reality, virtual

Herausgeber:innen

Virtual Reality (VR) ist nicht was sie scheint und begegnet uns als Immersion (→ Emersion), koloniale Aneignung (→ Foto, virtuelles), institutionelles Experiment (→ Xtended Room), Download (→ King Uthal.zip) und Reise in die Vergangenheit (→ Zeit, virtuelle). Sie ermöglicht eine Erfahrung (→ Experience).

Roboterliebe

Katja Grashöfer

Lovot ist ein ca. 43 cm großer und etwa 4,3 kg schwerer Roboter, dessen äußere Gestalt einem Pinguin ähnelt. Die Produktbezeichnung *Lovot* ist ein Kofferwort aus ›love‹ und ›robot‹. Der zentrale Werbeslogan lautet: »LOVOT was born for just one reason – to be loved by you.«¹ Der Roboter wird seit Dezember 2018 vom japanischen Unternehmen *Groove X* angeboten und verzeichnete in Japan während der Covid-Pandemie eine erfolgreiche Markteinführung.

1 S. <https://lovot.life/en/> (letzter Zugriff: 10.05.2024).