



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Transmedia Storytelling:
Entstehung eines transmedialen Netzwerkes und die
Angleichung von fiktionaler und realer Welt
am Beispiel der Fernsehserie „Heroes“

Verfasserin

Marlene Gunst

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Mag. Dr. habil. Ramón Reichert

Inhalt

1. Einleitung.....	5
1.1 Forschungsfragen.....	6
1.2 Aufbau der Arbeit.....	6
2. Voraussetzungen für Transmedia Storytelling.....	9
2.1 Medienkonvergenz.....	9
2.1.1 Technologische Konvergenz.....	10
2.1.2 Ökonomische Konvergenz.....	10
2.1.3 Kulturelle Konvergenz.....	11
2.2 Konvergenz von Arbeit und Leben	11
2.3 Serialität.....	12
3. Was ist Transmedia Storytelling.....	15
3.1 Merkmale transmedialer Erweiterungen.....	16
3.1.1 Individuelle, „wertvolle“ Beiträge.....	16
3.1.2 Eigenständigkeit der Erweiterungen.....	17
3.1.3 Einheitlichkeit der transmedialen Welt und Kanon.....	19
3.1.4 Einheitlichkeit durch intertextuelle Verbindungen.....	20
3.3 Transmedia Storytelling als Marketingkonzept.....	21
3.4 Inter- und Intrakompositionale Formen.....	25
3.4.1 Interkompositionale Fomen.....	26
3.4.2 Intrakompositionale Formen.....	26
3.5 Alternate Reality Games.....	27
3.5.1 „The Beast“	32
4. Die Entstehung fiktionaler Welten.....	34
4.1 Die Welt als Hauptcharakter.....	35
4.2 Die fiktionale Welt als hypertextuelles Netzwerk.....	37
4.3 Die diegetische Welt.....	38
4.3.1 Verisimilitude und die Enzyklopädie der fiktionalen Welt.....	40
4.4 Leerstellen und der Ausbau der fiktionalen Welt.....	41
4.4.1 Strategische Leerstellen und enigmatische Erzählweise.....	44
4.4.2 Hinweise als Signal zum Medienwechsel.....	45
4.5 Immersion.....	48
4.5.1 Der Mythos der totalen Immersion.....	50
4.6 Die Angleichung der fiktionalen an die reale Welt.....	52
4.6.1 Von „true to life“ zu „true in life“	53
5. Transmedia Storytelling am Beispiel der Serie „Heroes“	55
5.1 Plot.....	55
5.2 Erzählstruktur.....	56

5.3 Warum Transmedia Storytelling.....	56
5.4 Das transmediale Netzwerk.....	58
5.5 Einheitlichkeit der transmedialen Erweiterungen.....	62
5.6 Erwartungen der Rezipienten.....	65
5.7 Strategische Leerstellen bei „Heroes“.....	66
5.7.1 Serie – Graphic Novel.....	67
5.7.2 ARG – Graphic Novel – Serie.....	69
5.8 „Migratory Cues“.....	73
5.9 Motivation für den Medienwechsel.....	75
5.10 Angleichung von fiktionaler und realer Welt.....	76
5.10.1 Ähnlichkeit der fiktionalen Welt.....	76
5.10.2 Zeitlichkeit.....	77
5.10.3 Gebrauch von Alltagsmedien.....	78
5.10.4 Scheinbare Authentizität.....	78
5.10.5 Interaktion.....	79
5.10.6 Die reale Welt in der Fiktion.....	80
5.10.7 Von der fiktionalen in die reale Welt.....	80
6. Konklusion.....	82
7. Quellenverzeichnis.....	85
7.1 Literaturverzeichnis.....	85
7.2 Film- und Videospiegelverzeichnis.....	90
8. Abbildungsverzeichnis.....	92
9. Anhang.....	93
9.1 Abstract.....	93
9.2 Lebenslauf.....	94

1. Einleitung

Das Phänomen, Geschichten transmedial zu erzählen, ist grundsätzlich nichts Neues. Bereits die alten Griechen haben Erzählungen von Göttern und Helden geschaffen, deren Geschichten dicht ineinander verwoben waren und in Büchern, Theaterstücken und Bildern festgehalten wurden. Was sich beim medienübergreifenden Erzählen verändert hat, sind die Medien selbst. Die Geschichten, die sie erzählen sind miteinander verbunden und beeinflussen und ergänzen sich gegenseitig. Die Medienlandschaft hat sich sowohl in der Produktions-, als auch in der Konsumweise stark verändert. Besonders Online-Medien haben die Art, Geschichten zu erzählen wesentlich beeinflusst. Sie sind Teil des Alltagslebens der Konsumenten geworden und dadurch omnipräsent. Es besteht eine andauernde Immersion in medialen Unterhaltungsformen wie Internet, Fernsehen, Videospielen, oder Smartphones. Mit den Medien veränderte sich auch das Konsumverhalten. Durch die Aneignung und den Gebrauch neuer Medienformen, werden die Konsumenten immer mehr zu aktiven Teilnehmern. Diese Entwicklung lässt sich besonders bei Fernsehserien aus den 90er-Jahren erkennen. Hier kam es zu einer komplexeren, seriellen Erzählweise, welche die ungeteilte Aufmerksamkeit von den Sehern verlangte. Die Medienkonsumenten sind aktiver und anspruchsvoller geworden und wollen mittlerweile Rundum-Entertainment.

Transmedia Storytelling, das sich als medienplattform-übergreifendes Erzählen definiert, geht über das Erzählen einer Geschichte hinaus. Vielmehr wird eine transmediale, fiktionale Welt kreiert. Durch mediale Erweiterungen wird ein Netzwerk von Texten geschaffen, das theoretisch mit immer neuen Texten unendlich weit ausgebaut werden kann und eine tiefe, detailreiche, fiktionale Welt entstehen lässt. Erweiterungen können dabei in Form von Filmen, Fernsehserien, Büchern und Videospielen, bis hin zu Zeitungsartikeln, SMS und E-Mails in Erscheinung treten.

In den letzten Jahren kann vermehrt beobachtet werden, dass Kinofilme und Fernsehserien zusätzliche Medienerweiterungen einsetzen, um den Konsumenten ergänzende Inhalte zu liefern und die immersive Wirkung der Geschichten und ihrer fiktionalen Welten zu verstärken. Dabei scheint die Entwicklung vom üblichen Franchise-System wegzugehen, das vor allem auf mediale Fortsetzungen einer Geschichte setzt. Transmedia Storytelling hingegen rückt das „worldbuilding“ in den Fokus. Jede einzelne Erweiterung soll neue Elemente und Einsichten in eine übergeordnete fiktionale Welt einbringen. Dadurch soll diese graduell ausgebaut werden und eine immersive, erlebbare Welt für den Rezipienten entstehen. Eine Besonderheit ist dabei die Einbindung der realen Welt und deren Medien. Durch die Überschneidung der Welten, lässt Transmedia Storytelling bewusst die Grenze zwischen fiktionaler und realer Welt verschwimmen.

1.1 Forschungsfragen

Diese Beobachtung stellt den Anreiz für das Thema dieser Arbeit dar. Nachdem ich auf diese Entwicklung aufmerksam wurde, ist das Interesse an einer näheren Auseinandersetzung mit diesem Phänomen entstanden. Dabei stieß ich auf den Medientheoretiker Henry Jenkins und sein Buch „Convergence Culture“¹, in dem ich erstmals den Begriff Transmedia Storytelling vorfand. Jenkins war einer der ersten, der sich mit dem Thema wissenschaftlich auseinandersetzte und eine erste Definition des Begriffes vornahm. Erst nach und nach wurde Transmedia Storytelling auch von anderen Wissenschaftlern aufgegriffen. Als besonders bedeutend für die weitere Erforschung dieses Gebietes gelten die Medientheoretiker bzw. die Medientheoretikerin, Christy Dena, Marc Ruppel und Geoffrey Long. Ihre Arbeiten bilden neben denen von Jenkins, unter anderem die zentrale theoretische Grundlage dieser Arbeit.

Im Fokus meiner Arbeit steht die Erschaffung von fiktionalen, transmedialen Welten durch Transmedia Storytelling; deren Ausbau durch mediale Erweiterungen und die daraus resultierende Überschneidung der realen und fiktionalen Welt. Dabei sollen folgende zentrale Fragestellungen beantwortet werden:

- Wie werden transmediale Welten mit Hilfe von Erweiterungen auf- und ausgebaut und wie wird dabei die reale Welt der Konsumenten so mit einbezogen, dass die Grenze zwischen Realität und Fiktion verschwimmt?
- Gibt es verbindende Elemente, welche die Erweiterungen klar einer gemeinsamen fiktionalen Welt zuordnen lassen?
- Wie werden die Rezipienten durch das transmediale Netzwerk navigiert, um auf weitere Medien aufmerksam zu werden?

1.2 Aufbau der Arbeit

Am Anfang wird die Entwicklung zu Transmedia Storytelling anhand der Medienkonvergenz dargestellt und wie dadurch der Weg für komplexe Erzählweisen geebnet wurde. Danach wird eine Definition des Begriffes Transmedia Storytelling gegeben und wichtige Merkmale, wie Eigenständigkeit, Einheitlichkeit, und intertextuelle Verbindungen werden erörtert. Hier wird auch Transmedia Storytelling als Marketingkonzept behandelt und die Entwicklung von „commodity based“ Herangehensweisen, die vor allem durch wirtschaftliches Denken gesteuert werden, hin zu einer mehr auf die Ästhetik der Produktion ausgerichteten Herangehensweise. Ein

1 Jenkins, Henry: „Convergence Culture. Where Old and New Media Collide“, New York: NYU Press 2006.

weiterer Punkt ist die Einteilung unterschiedlicher Transmedia Storytelling-Formen in zwei Gruppen: die interkompositionalen Formen und die intrakompositionalen Formen.

Auf Zweitere wird anhand der Alternate Reality Games näher eingegangen, wobei es sich um eine spezielle Art von Transmedia Storytelling handelt, die zwischen Narrative und Spiel angesiedelt ist und vor allem durch Alltagsmedien wie E-Mails, Telefonie, Social Media Plattformen und Websites mit den Spielern kommuniziert. Die Grenze zwischen Spiel und Realität wird bei dieser beinahe zur Gänze unkenntlich gemacht. Die Abläufe und eingesetzten Techniken der Interaktion mit den Spielern werden am Beispiel von „The Beast“ aufgezeigt, welches das erste Spiel dieser Art war.

Das nächste Kapitel der Arbeit befasst sich mit fiktionalen Welten und deren Bedeutung und Einfluss auf die Erzählweise. Dabei soll zuerst geklärt werden, was eine diegetische Welt ist und wie sich Transmedia Storytelling deren grundsätzliche Unabgeschlossenheit zu Nutze macht, um die fiktionale Welt theoretisch bis ins Unendliche ausbauen zu können. An dieser Stelle soll ein Vergleich von fiktionalen Welten zu hypertextuellen Netzwerken vorgenommen werden, die sich in ihrer Struktur und dem Einsatz von textuellen Erweiterung sehr ähnlich sind.

Einen wichtigen Aspekt zum Ausbau fiktionaler Netzwerke stellen die strategisch gesetzten Leerstellen bei Transmedia Storytelling dar. Diese sind jedem Text eigen und entstehen durch Auslassungen und Brüche, welche Fragen bei den Rezipienten aufwerfen. Durch den bewussten Einsatz von Leerstellen und einer enigmatischen Erzählweise, werden die Rezipienten dazu aufgefordert, sich weiteren Medien zuzuwenden, um so die Lücken zu schließen und sich aktiv im transmedialen Netzwerk auf die Suche nach Informationen zu begeben.

Um der Frage bezüglich der Überschneidungen der Welten nachgehen zu können, muss anschließend auf den Begriff der Immersion, dem Eintauchen in eine anderen Welt, eingegangen werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass sich Rezipienten durch einen mentalen Sprung kognitiv in die fiktionale Welt hineinversetzen können und durch „make believe“ ein Teil dieser werden. Durch Verisimilitude, die Ähnlichkeit zur Realität, ist es Transmedia Storytelling möglich, die fiktionale Welt der realen anzugleichen.

Im darauf aufbauenden Analyseteil wird die fiktionale Welt der Fernsehserie „Heroes“ näher beleuchtet. Da diese durch den Fernsehsender NBC und den Produzenten als „TV-360“ angepriesen wurde, ist es besonders interessant zu sehen, wie dieses Konzept tatsächlich umgesetzt wurde. Neben den wöchentlich ausgestrahlten Fernsehepisoden besteht „Heroes“ aus zahlreichen Erweiterungen wie einer Graphic Novel, einem Alternate Reality Game, Webisodes, iStories und vielen mehr, welche gesammelt unter dem Titel „Heroes Evolutions“ geführt werden. Neben einer kurzen Einführung, zur Serie und ihren Erweiterungen wird durch die Analyse herausgearbeitet, wie bei „Heroes“ Transmedia

Storytelling umgesetzt wurde. Ziel ist es aufzuzeigen, wie Leerstellen bei „Heroes“ eingesetzt sind, um die fiktionale Welt auszubauen und wie die Verweise auf weitere Medien gestaltet sind. Dafür werden die verbindenden Elemente zwischen den Erweiterungen dargestellt, welche die Gestaltung der übergeordneten fiktionalen Welt ausmachen. Ein wichtiger Teil der Analyse ist zudem die Frage, mit Hilfe welcher Techniken die Grenze zwischen der Welt von „Heroes“ und der realen Welt der Konsumenten aufgehoben wird. Da das transmediale Netzwerk von „Heroes“ extrem umfangreich ist, konzentriert sich die Analyse vornehmlich auf die erste Staffel der Serie und deren Erweiterungen in dieser Zeit. Durch ausgewählte Beispiele wird das allgemeine Vorgehen bei „Heroes“ veranschaulicht. Die Staffeln zwei bis vier werden nur herangezogen, wenn diese eine besondere Bedeutung für die Analyse haben.

Anmerkung

In der folgenden Diplomarbeit sind sämtliche personenbezogene Bezeichnungen geschlechtsneutral zu verstehen.

2. Voraussetzungen für Transmedia Storytelling

2.1 Medienkonvergenz

„Media convergence is an ongoing process, occurring at various intersections of media technologies, industries, content and audiences; it's not an end state. (...) we are entering an era where media will be everywhere, and we will use all kinds of media in relation to one another. We will develop new skills for managing information, new structures for transmitting information across channels, and new creative genres that exploit the potentials of those emerging information structures.“²

Die Prognose über die zunehmende Bedeutung von Medienkonvergenz stellte Henry Jenkins bereits im Jahr 2001. Die Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert und mit ihr die Art Geschichten zu erzählen. Heute ist die Verschmelzung der unterschiedlichen Medienindustrien und -technologien nicht mehr aus dem alltäglichen Umgang mit Medien wegzudenken. Medienkonvergenz beeinflusst sowohl die Medienindustrie und deren Produktionsweise, als auch das Konsumverhalten und die Rezeptionsweise des Publikums.³

Der Begriff umfasst nach Jenkins fünf unterschiedliche Bereiche, in denen Konvergenz stattfindet: soziale, globale, technische, ökonomische und kulturelle Konvergenz. Nachfolgend sollen diese Teilbereiche beschrieben werden:

Durch die Tatsache, dass Medien im Alltag omnipräsent sind, ist die parallele Nutzung von Social Media-Plattformen, Fernsehen, Telefonie und Offline-Medien wie Zeitschriften alltäglich geworden. Bei den natürlichen Multitasking-Strategien, die beim simultanen Konsum mehrerer Medien angewandt werden, handelt es sich um die sogenannte soziale Konvergenz. Globale Konvergenz beschreibt die weltweite Zirkulation von Medieninhalten und den daraus resultierenden Medienkulturellen Austausch über nationale Grenzen hinweg. Medienprodukte und Inhalte erschließen sich einem großen internationalen Publikum.⁴

Globale und soziale Konvergenz sind wichtige Aspekte im Umgang mit Medien und deren Inhalten, die für die Rezeption von Transmedia Storytelling Projekten benötigt werden. Jedoch sind es die technologische, ökonomische, sowie die kulturelle Konvergenz, welche die Grundvoraussetzung für Transmedia Storytelling bilden und dessen Entwicklung erst

² Jenkins, Henry: „Convergence? I Diverge.“, *MIT Technology Review*, 2001.

<http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/>

³ Vgl. Jenkins, Henry: „Convergence Culture. Where Old and New Media Collide“, New York: NYU Press 2006. S.13-16

⁴ Vgl. Jenkins: 2001

ermöglichten.

2.1.1 Technologische Konvergenz

Technologische Konvergenz bezeichnet die Entstehung neuer digitaler Medientechnologien, mit Hilfe derer ein Text über mehrere Medienplattformen verteilt bzw. konsumiert werden kann. Smartphones etwa dienen nicht exklusiv der Telekommunikation. Sie bieten den Nutzern Games, Fotografie, sowie down- und upload Möglichkeiten. Multiple Funktionen sind in einem Gerät vereint. Dabei ersetzen sich unterschiedliche Geräte wie Smartphone und Kamera nicht. Die Bandbreite an Geräten wird sogar immer größer. Es ist nicht die Hardware die konvergiert, sondern vielmehr der Medieninhalt.⁵ Das Internet dient durch seine Multimedialität als „zentraler Konvergenzraum“⁶, in dem alle Medieninhalte abrufbar sind und der die Kommunikation der Nutzer untereinander ermöglicht.

2.1.2 Ökonomische Konvergenz

Durch die sogenannte horizontale Integration haben einzelne Medienunternehmen Anteile in allen Sparten der Medienindustrie. Aus den dadurch entstehenden Synergien unterschiedlicher Mediensektoren resultierten neue Produktions- und Vermarktungsformen.⁷ Warner Bros. Entertainment etwa besitzt, durch Tochterfirmen wie DC Comics, die Rechte an den Comic Helden Superman und Batman und verwertet diese medienübergreifend - Filme, Fernsehen, Musik, Videospiele, Spielzeug, Freizeitparks, Bücher, Zeitungen, Magazine und Comics. Inhalte, die in einem Medium erfolgreich sind, können durch transmediale Erweiterungen profitgewinnend verteilt werden.⁸ Unterschiedliche Medien sprechen verschiedene Zielgruppen an, wobei Film und Fernsehen das breiteste und Comics und Games das differenzierteste Publikum besitzen. Bei Transmedia Projekten bewerben sich die Medien gegenseitig und dienen als potentieller Einstieg für Konsumenten in einen Franchise. Dadurch wächst das Interesse Inhalte zu produzieren, die sich auf alle Medien verteilen lassen. Dort können sie dem jeweiligen Zielpublikum entsprechend aufbereitet und angepasst werden. Jedes Medium dient so als möglicher Einstieg in einen Franchise.⁹

⁵ Vgl. Jenkins: 2006, S.11-16

⁶ Olek, Daniela: „Lost und die Zukunft des Fernsehens. Die Veränderungen des seriellen Erzählens im Zeitalter von Medien Convergence.“. Stuttgart: Ibidem-Verlag, 2011. S.17

⁷ Vgl. Jenkins: 2001

⁸ Vgl. Jenkins: 2006, S.16-19

⁹ Vgl. Dena, Christy: "Emerging Participatory Culture Practices: Player-Created Tiers in Alternate Reality Games", 2007. <http://www.christydena.com/research/Convergence2008/Tiering.html>

2.1.3 Kulturelle Konvergenz

Transmedia Storytelling ist auf die aktive Partizipation der Rezipienten angewiesen. Jenkins spricht sogar von einer „participatory culture“¹⁰, einer Kultur des aktiven Teilnehmens. Es hat sich eine Wandlung, weg von passiven Medienkonsumenten - hin zu aktiven Teilnehmern, vollzogen. Medienkonsumenten haben durch die Verteilung der Medieninhalte gelernt die verschiedenen Technologien anzuwenden und in Austausch mit anderen Konsumenten zu treten. Online-Communities werden immer wichtiger, um gemeinsam über Inhalte zu reflektieren und Wissen auszutauschen. Vermehrt werden Medieninhalte gewählt, bei denen „participatory abilities“¹¹ angewandt werden müssen. Das heißt, die Konsumenten werden durch komplexe Erzählstrukturen mehr gefordert und müssen sich kognitiv aktiver an der Vervollständigung des Textes mit einbringen um Geschichten folgen zu können.

Produzenten sehen durch eine verstärkte Einbindung der Konsumenten und die dadurch entstehende Partizipation dieser auch einen Weg, diese tiefer in eine bestimmte fiktionale Welt zu ziehen, um das Interesse an zusätzlichen Medienangeboten zu wecken.

„[Narrative complexity] encourage[s] a mode of forensic fandom that spurs viewer to dig deeper, probing beneath the surface to understand the complexity of a story and its telling. (...) Such programs create magnets for engagement, drawing viewers into story Worlds and urging them to drill down to discover more.“¹²

Bei Transmedia Projekten sind die Rezipienten nicht nur während des aktiven Sehens, etwa einer Serie, sondern auch in der Nachrezeptivenphase engagiert. Texte werden serieller und komplexer gestaltet, sodass teilweise mehrfaches Sehen nötig wird, um wirklich alle Details und Referenzen zu erfassen. Der Austausch mit anderen Rezipienten wird gesucht, welcher besonders durch Onlineforen intensiviert und weltweit möglich wird.¹³

2.2 Konvergenz von Arbeit und Leben

Mark Deuze stellt in seinem Aufsatz „Liquid Life, Convergence Culture, and Media Work“ eine weitere Form von Konvergenz fest: Produktion „Arbeit“ und Konsum „Leben“. Es wird immer mehr Zeit dafür aufgebracht etwas zu produzieren, seien es Informationen,

10 Jenkins: 2006, S. 3

11 Jenkins: 2006, S. 18

12 Jenkins, Henry/For, Sam/Green, Joshua: „Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture.“ New York: 2013, New York University Press. S. 135

13 Vgl. Ziegenhagen, Sandra: „Zuschauer-Engagement: die neue Währung der Fernsehindustrie am Beispiel der Serie 'Lost'“, Konstanz: UVK-Verlag, 2009. S. 62

Wissen, Produkte oder andere Dinge. Aber auch in den Akt des Konsums wird immer mehr Zeit investiert, besonders in die Freizeitangebote der Kulturindustrie. Mehr Zeit und Geld wird für „entertainment experiences“ ausgegeben, sei es für elektronische Geräte und online social media Plattformen, aber auch für Theater, Museum, oder Fernsehen und Videospiele.

„Indeed, our collective quest towards increasingly compelling and diversified leisure like media-centric experiences has turned us into cultural omnivores: attending a play one day, renting a couple of Hollywood blockbuster movies the next.“¹⁴

Arbeit und Freizeit, so Deuze, sind zu Erweiterungen voneinander geworden. Einen Effekt dieser Konvergenz von Arbeit und Leben auf den Alltag sieht er sowohl im Rückzug der Menschen in einen, wie er es nennt, „personal information space“ zu Hause, als auch in der Arbeit, indem man nur zu und mit sich selbst spricht. Dabei handelt es sich um „home theater“ oder „home offices“, die aus allen möglichen elektronischen Geräten zur Produktion und zum Konsum von Medieninhalten bestehen (Computer, Spielekonsolen, Fernseher,...). Aber auch mobile Mediengeräte wie Smartphones, die eigentlich zur Verbindung mit anderen Menschen dienen, können ein solcher Rückzugsort sein. Die andauernde Immersion in digitale Umgebungen und die Omnipräsenz von Medien und Entertainment, soziale Plattformen und online Spielwelten haben eine neue Form von Community entstehen lassen.¹⁵

Die Änderungen der Produktionsweise, sowie des Konsumverhaltens und deren Auswirkungen auf die Medienlandschaft, zeigen sich in einem vermehrten Einsatz einer seriellen Erzählweise.

2.3 Serialität

Durch die Aufteilung der diegetischen Welt auf mehrere Medien, ist Transmedia Storytelling Produktionen eine stark serielle Erzählstruktur eigen. Serialität meint die Entwicklung einer Geschichte über eine längere Zeitspanne, bei der diese in mehrere Teile zerlegt wird, die inhaltlich jedoch in einer Beziehung zueinander stehen. Jenkins verweist auf die Ähnlichkeit zur Struktur neuerer amerikanischer Fernsehserien, die er ausschlaggebend für die Entwicklung von Transmedia Storytelling hält.¹⁶ Dominierten

14 Deuze, Mark: „Liquid Life, Convergence Culture, and Media Work.“, Working Paper - Indiana University, 2006. S. 7ff. http://de.scribd.com/doc/111362956/Liquid-Life-Deuze-2006#force_seo

15 Vgl. Deuze: 2006. S.9

16 Vgl. Jenkins, Henry: „Transmedia 202: Further Reflections.“, in: *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2011. http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

früher noch Episodenserien, mit abgeschlossenen Erzählungen innerhalb der Episoden, so entwickelten sich Mitte der 90er Jahre Quality primetime serials, die Fortsetzungsgeschichten erzählten. Seither wurde die Erzählstruktur von Serials immer anspruchsvoller, wie am Beispiel der Serie „Twin Peaks“ zu sehen ist. Durch ihre komplexen Erzählstränge gilt die Serie als Wegbereiter der heutigen Serials, wie „Lost“ und „Heroes“, die häufig als Transmedia Storytelling Projekte ausgelegt sind. Zusätzlich zur Serie wurde eine Vielzahl an Erweiterungen veröffentlicht, unter anderem „The Autobiography of FBI Special Agent Dale Cooper: My Life, My Tapes“. Das Buch ist im Stil einer Transkription der Tapes des Charakters verfasst und informiert über dessen Leben bevor er nach „Twin Peaks“ kam. Vom Macher der Serie, David Lynch, erschien zusätzlich der Film „Twin Peaks: Fire Walk with Me“, der ebenfalls im Twin Peaks–Universum spielt.¹⁷ Die Seher mussten sich aufmerksamer und intensiver mit den Serieninhalten beschäftigen, um diesen noch folgen zu können.¹⁸ Die Zweitverwertungen auf DVD, die staffelweise herausgebracht werden, nehmen für Fernsehserien an Bedeutung zu. Die „rewatchability“¹⁹ von komplexen Serien, mit unkonventionellen Erzählstrukturen, impliziert Qualität und kulturelle Bedeutsamkeit. Einzelne Szenen und Dialoge können bei der Relektüre immer wieder angesehen, oder sogar angehalten und studiert werden. Produzenten setzen ein Relektüre teilweise sogar voraus, um versteckte Hinweise überhaupt zu entdecken. Bei den Serials spielt das Internet eine erhebliche Rolle, da vor allem hier Sekundärtexte und der Austausch mit anderen Fans zu finden sind.²⁰ Die Erzählweise narrativer Medien untersteht in den letzten Jahren einem Wandel, hin zu komplexeren nonlinearen Strukturen, deren Inhalte auf multiplen Medienkanälen verteilt werden können. Die Medienindustrie bewegt sich von einem „appointment model“, wie es Episodenserien repräsentierten, zu einem „engagement model“ hin.²¹

„In older forms of narrative, events happen in a fixed order: A follows B follows C and so on. The story is depicted in a fixed linear manner; it never changes. But these new types of stories do not have a fixed linearity. Instead, they call for back-and-forth communication between the audience and the material (...).“²²

Durch die Bildung von narrativen Welten, anstelle von abgeschlossenen linearen

17 Vgl. Twin Peaks Online, <http://twinpeaks.org/>

18 Vgl. Schabacher, Gabriele: *Serienzeit. Zu Ökonomie und Ästhetik der Zeitlichkeit neuerer US-amerikanischer TV-Serien*. In: „Previously on ...: zur Ästhetik der Zeitlichkeit neuerer TV-Serien“. Arno Meteling; Isabell Otto; Gabriele Schabacher (Hrsg.). München: Fink Verlag. 2010 S.20-25

19 Mittel, Jason: *Narrative Complexity in Contemporary American Television*. In: „The Velvet Light Trap“ Nr.58, 2006, Austin: University of Texas Press, 2006. S.31

20 Vgl. Schabacher: 2010. S.22

21 Jenkins/Ford/Green: 2013, S.133

22 Miller, Carolyn Handler: „Tales from the Digital Frontier: Breakthroughs in Storytelling“, *Writersstore*, 2005. <http://www.writersstore.com/tales-from-the-digital-frontier-breakthroughs-in-storytelling>

Erzählungen, wird das Publikum aufgefordert mehr Zeit in ein bestimmtes Programm zu investieren.

Dadurch und durch ihre komplexe Erzählweise, haben Serials bereits eine große Ähnlichkeit zur Struktur von Transmedia Storytelling Produktionen. Jenkins beschreibt Transmedia Storytelling als „hyperbolic version“ von Serials

„(...) where chunks of meaningful and engaging story information have been dispersed not simply across multiple segments within the same medium, but rather across multiple media systems.“²³

Die Medienlandschaft unterliegt einem stetigen Wandel. Durch die Globalisierung und den technologischen Fortschritt in den letzten Jahren haben sich zahlreiche neue Medienplattformen eröffnet. Die Medien sind allgegenwärtig und der tägliche Umgang mit ihnen Normalität. Mediale Erzählstrukturen haben sich dahingehend verändert, dass sie auf multiplen Plattformen funktionieren und Texte unterschiedlichen Medien angepasst werden können. Das Konsumverhalten und der Mediengebrauch des Publikums sind anspruchsvoller geworden und sie suchen aktive Partizipation.

Durch diese Faktoren wurde eine Erzählform wie Transmedia Storytelling erst möglich und umsetzbar.

²³ Jenkins, Henry: „Revenge of the Origami Unicorn“, In: *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2009.
http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html#sthash.fxqUd5bl.dpuf

3. Was ist Transmedia Storytelling

Bei Transmedia Storytelling werden Geschichten über mehrere Medien erzählt, die gemeinsam eine zusammenhängende fiktionale Welt erschaffen.

Eine Vielzahl von Medientheoretikern und Theoretikern setzen sich mit medienübergreifendem Storytelling auseinander. Genauso vielfältig sind auch die verwendeten Begrifflichkeiten die diese Erzählweise beschreiben. In der Literatur sind unter anderem zu finden - „Transmedia Practice“²⁴, „Distributed Narratives“²⁵ und „Cross-sited Narratives“²⁶. Der Begriff „Crossmedia Storytelling“ wird oft fälschlich synonym für medienübergreifende Arten des Erzählens verwendet, jedoch wird hier eine Geschichte über mehrere Medien verteilt.²⁷ Bei Transmedia Storytelling hingegen gilt es nicht eine Geschichte zu erzählen, sondern vielmehr eine einheitliche medienübergreifende fiktionale Welt zu schaffen.

Eine einheitliche Definition von „Transmedia Storytelling“ gibt es nicht. Die am häufigsten in der Literatur zu findende ist die von Henry Jenkins:

„A transmedia story unfolds across multiple media platforms, with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole. In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best – so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics; its world might be explored through game play or experienced as an amusement park attraction.“²⁸

Bei Transmedia Storytelling werden Geschichten, die Teil einer gemeinsamen fiktionalen Welt sind, mit Hilfe multipler Medien erzählt. Jede Erweiterung in einem neuen Medium trägt dabei zum Ausbau der fiktionalen Welt bei. Diese kann mit einem Film, oder einer Fernsehserie beginnen und mit Comics, Videospielen, bis hin zu Themenparks weiter ausgebaut werden. Ziel ist es, nicht nur eine Geschichte zu erzählen, es soll eine fiktionale-transmediale Welt erschaffen werden. Durch das Erleben und das Eintauchen in diese Welt, das bei Transmedia Storytelling-Produktionen ermöglicht wird, soll eine spezielle „entertainment experience“ geschaffen werden, die über die Möglichkeiten von

24 Dena, Christy: „Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments“. Doctoral diss. University of Sydney, 2009.

25 Walker, Jill: „Distributed Narratives. Telling Stories across Networks“, Paper, University of Bergen 2004.

26 Ruppel, Marc: „Visualizing Transmedia Networks: Links, Paths and Peripheries“. Doctoral diss. University of Maryland, 2012. drum.lib.umd.edu/bitstream/1903/.../1/Ruppel_umd_0117E_13380.pdf

27 Vgl. De Haas, Monique: „Rules of interactive storytelling“, *Cross Media Communication, crossmedia communication by Monique de Haas Blog*, 2004.

<http://crossmediacommunication.blogspot.co.at/2004/10/republishing-articles-1-rules-of.html>

28 Jenkins: 2006. S.95f

Storytelling innerhalb eines Mediums hinausgeht. Ziel ist die Immersion der Rezipienten in eine fiktionale Welt.²⁹

Jenkins beschreibt Transmedia Storytelling als einen fortlaufenden Prozess, bei dem eine fiktionale Welt, durch Erweiterungen in unterschiedlichen Medien, immer weiter ausgebaut wird.

„Transmedia Storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story. [...] There is no ur-text where you can turn to gain all of the information needed to comprehend the [...] universe.“³⁰

Es wird ein Netzwerk aus medialen Erweiterungen geschaffen, welches theoretisch unendlich ausgebaut werden kann und zur Bildung einer zusammenhängenden fiktionalen Welt führt. Jeder Text trägt dabei zur Gesamtbedeutung der Welt bei.

Nachfolgend sollen die Eigenschaften aufgezeigt werden, welche Transmedia Storytelling Erweiterungen definieren.

3.1 Merkmale transmedialer Erweiterungen

Transmedia Storytelling-Projekte umfassen immer multiple Medien bzw. Onlineplattformen, auf denen die einzelnen Texte, die Teil einer gemeinsamen transmedialen Welt sind, verteilt sind. Diese Texte müssen bestimmte Merkmale aufzeigen, um als Teil eines Transmedia Storytelling-Projektes zu gelten und auch als solche wahrgenommen zu werden.

3.1.1 Individuelle, „wertvolle“ Beiträge

Jede Erweiterung muss einen individuellen und wertvollen Beitrag zur transmedialen Welt leisten. Die einzelnen Texte sollen neue Erkenntnisse und tiefere Einblicke in die fiktionale Welt geben, sie erweitern und kommentieren. Jede neue Erweiterung kann potentiell die Sicht auf das Ganze völlig ändern. Game Designer Neil Young verwendet hierfür den

²⁹ Vgl. Jenkins: 2006. S.95f

³⁰ Jenkins, Henry: „Transmedia Storytelling“, *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2007. http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

Begriff „additive comprehension“. Es braucht nur ein einziges Detail oder eine Information hinzugefügt werden, um die Sicht auf alle Texte einer Transmedia Storytelling-Produktion und deren Welt zu verändern. Young und sein Team versuchten bei dem Game „Lord of the Rings: Return of the Ring“ diese Strategie anzuwenden. Die Spieler entdecken hier, dass Gandolf der Architekt des Planes ist, und das schon seit geraumer Zeit. Eine Möglichkeit, die auch in den Büchern angedeutet wird. Damit soll erreicht werden, dass man nach dem Game die Filme noch einmal schaut, jedoch mit einem anderen Blick auf die Geschehnisse.³¹ Jeder Text trägt zum Verständnis der übergeordneten Welt bei.

Adaptionen werden nicht von allen Medientheoretikern, die sich mit Transmedia Storytelling auseinandersetzen, als solche anerkannt. Jenkins spricht sich dagegen aus, denn Adaptionen, so seine Auffassung, geben die selbe Geschichte mit minimalen Änderungen wieder, wenn auch in einem unterschiedlichen Medium. Damit sind sie zwar transmedial, werden jedoch nicht zur Praxis des Transmedia Storytelling gezählt.³² Nur wenn Adaptionen die ursprüngliche Geschichte signifikant anders darstellen und diese dadurch bereichern, etwa indem Nebencharaktere in den Fokus der Geschichte rücken und aus deren Perspektive erzählt wird, können diese auch als Erweiterung angesehen werden.³³

Christy Dena nimmt hier eine weniger scharfe Trennung vor und attestiert allen Adaptionen die Eigenschaft der Reinterpretation, oder des Remixes. Ein Text, so Dena, wird bei dessen Übertragung in ein anderes Medium immer zu einem neuen, eigenständigen Werk.³⁴

3.1.2 Eigenständigkeit der Erweiterungen

Jede Erweiterung muss als ein eigenständiges Werk funktionieren können. Jedes Medium muss einen Einstieg in die transmediale Welt ermöglichen. Es muss möglich sein, dem Comic, oder dem Buch folgen zu können, ohne vorher den Film gesehen zu haben, oder umgekehrt. Eine transmediale Welt entsteht aus dem Zusammenspiel mehrerer Medien.³⁵ Jedoch nicht jeder Text bzw. jedes Medium wird auch von allen Konsumenten genutzt, weshalb das Wechseln von Medien bzw. der Konsum von weiteren Texten optional bleiben muss. Das gilt besonders für Produktionen die vornehmlich narrative Texte beinhalten, die aber zusätzlich auch Erweiterungen wie Games hervorbringen, für deren Umgang besondere Kenntnisse nötig sind, die nicht allen Medienkonsumenten eigen sind.

31 Vgl. Jenkins: 2006. S.123

32 Vgl. Jenkins: 2011

33 Vgl. Jenkins: 2009

34 Vgl. Dena: 2009. S. 145ff

35 Vgl. Jenkins: 2006. S.95

Jeder Medienwechsel innerhalb einer transmedialen Welt ist demnach sowohl eine besondere Herausforderung für die Produzenten als auch die Konsumenten. Demnach müssen Texte sowohl unabhängig von einander gelesen werden können, als auch in einem sinngebenden Kontext zueinander.³⁶ Idealerweise ist jedes Medium und jede Erweiterung für das Verständnis dieser Welt gleich wichtig. Zudem gibt es kein Hauptmedium das über anderen steht, da alle Einzeltexte in Beziehung zueinander und als Teile eines größeren Ganzen zu sehen sind.³⁷

In der Praxis ist besonders die Gleichwertigkeit der Erweiterungen in der Wahrnehmung des Publikums bislang noch ein Problem. Das Medium, das das größte Publikum erreicht wird oft als Hauptmedium wahrgenommen. Diesem wird sowohl von Produzenten als auch von Konsumenten am meisten Bedeutung zugemessen. Texte auf anderen Medien werden hingegen mehr als begleitende Texte und Erweiterungen eines Haupttextes gesehen, welche als Haupteintrittspunkt in die Transmedia Storytelling-Produktion dienen.³⁸ Einen weiteren Grund sieht Dena in dem noch nicht vorhandenen Verständnis und Nicht-Erkennen des Publikums von Transmedia Storytelling – Projekten, wie sie anhand des „Terminator“ Franchises aufzeigt. James Cameron ist Drehbuchautor und Regisseur der ersten beiden Terminator Filme „Terminator“ von 1984 und „Terminator 2: Judgement Day“ von 1991. An „Terminator 3: Rise of the Machines“ war er hingegen nicht mehr beteiligt.³⁹ Cameron befasste sich bereits mit einem anderen Terminator-Projekt: T2:3-D, einer Live Show, mit 3D Filmelementen in den Universal Studios. Er drehte dafür 1996 den 3D Kurzfilm „T2:3-D: Battle Across Time“ mit den Originaldarstellern der ersten beiden Filme.⁴⁰ Cameron, der für die Entwicklung des Projekts zuständig war, sieht in der filmischen Attraktion eine Weiterführung der Terminator-Welt in einem neuen Medium, die gleichzusetzen ist mit den Filmen: „[The audiences will] go in thinking it is some gimmick but they will realise it is actually a continuation of the storyline, a third Terminator film.“⁴¹

Das Publikum sieht in der Attraktion jedoch keine gleichwertige Fortsetzung der Terminator Serie. Es fehlen die Paratexte, welche auf die Relevanz von „T2:3-D“ innerhalb der Terminator Serie hinweisen. So heißt es T2 und nicht T3, wie die logische Bezeichnung einer Fortsetzung wäre.⁴² „But perhaps more importantly“, so Dena, „is the assumption that anything outside of the “main” or “original” medium is not

36 Vgl. Dena: 2009. S.242

37 Vgl. Jenkins: 2006. S. 95 ff

38 Vgl. Dena: 2009. S.243

39 Vgl. Dena: 2009. S. 11ff

40 o.N.: „T2 3-D: Battle across Time“, *IMDB – International Movie Database*.

<http://www.imdb.com/title/tt0117880/>. <http://www.imdb.com/title/tt0117880/>

41 Cameron, James. 1991: „The Ultimate Edition DVD: Terminator 2: Judgement Day.“ Australia, Universal.,

zit. nach Dena: 2009. S.12

42 Vgl. Dena: 2009. S. 12

critical to the meaning of the work.“⁴³ Zwar handelt es sich hier um ein Projekt aus dem Jahr 1996, jedoch hat sich an der Wahrnehmung von Haupt- und Sekundärmedien bis heute noch nicht viel verändert. Das Publikum muss erst den Umgang mit Transmedia Storys und deren Rezeption mittels multipler Medien erlernen.

3.1.3 Einheitlichkeit der transmedialen Welt und Kanon

Um als transmediale Welt wahrgenommen zu werden, muss eine Einheitlichkeit und Sinnhaftigkeit unter den Erweiterungen eingehalten werden. Handlungen unterschiedlicher Texte dürfen nicht in Widerspruch zueinander stehen, sondern müssen in den Kanon der übergeordneten Narrative der transmedialen Welt passen. Jeder einzelne Text muss klar als Teil der größeren fiktionalen Welt eines bestimmten Transmedia Storytelling Projektes erkennbar sein und dieser zugeordnet werden können. Um einen Zusammenhang zwischen den Expansionen herzustellen braucht es Elemente zur Wiedererkennung und eine Ähnlichkeit unter den einzelnen Texten. Dies können einzelne Charaktere, Settings oder auch spezielle Gegenstände sein. Im „Matrix“ - Franchise, das von Filmen, über Anime bis hin zu Comics und Videospielen reicht, sind beispielsweise die spezielle Kampfkrobatik und Handbewegungen eindeutig diesem zuzuordnen. Auch einzelne wiederkehrende Elemente, wie die verspiegelten Sonnenbrillen, der Kleidungsstil und Telefonhörer, die im Grunde nicht exklusiv für diesen Franchise sind, können in Kombination eindeutig diesem zugeordnet werden. Es müssen nicht alle Merkmale in den einzelnen Expansionen vorkommen, jedoch genug, damit die Medienkonsumenten diese als intertextuelle Verbindungen erkennen können und die Erweiterungen als kohärente Welt wahrgenommen wird.⁴⁴ Um diese Einheitlichkeit über mehrere Medien hinweg zu ermöglichen, erfordert es ein hohes Maß an Planung, Koordination und Austausch von verschiedenen Mediensektoren und deren Produzenten- und Autorentams.⁴⁵

Durch die Verwendung von unterschiedlichen Medien stellen Transmedia Storytelling Projekte eine neue Herausforderung für die Produzenten und Autoren dar.

„Previously distinct practices, the domains of distinct professions, the clear boundaries, all of these have begun to unravel. New domains of practices are in the process of being constituted. (...) The practitioner in this new domain now has to take a multiplicity of decisions, in relation to a multiplicity of modes and areas of representation which

43 Dena: 2009. S. 12

44 Vgl. Jenkins: 2006. S.111-114

45 Vgl. Jenkins: 2011

were previously the domain of discrete professions and their practices.“⁴⁶

Produktionen mit multiplen Medien, welche unterschiedliche Eigenschaften und Modalitäten besitzen, bringen neue Produktionsweisen sowie neue Produzenten und Autoren hervor, so Kress und Leuween. Der Großteil der Medienproduzenten ist auf die Arbeit in einem Medium spezialisiert. Besonders Transmedia Produktionen, die narrative Medien wie Film, Fernsehen, Bücher, Comics und Medien wie Videospiele, die neben ihren narrativen Eigenschaften vor allem als Spiel designt werden müssen, einschließen, werden deshalb kaum von einzelnen Produzenten und Designern durchgeführt.

„Sometimes continuity is facilitated not by directly writing or designing each composition, but by curating, if you like: personal selecting other distinct practitioners.“⁴⁷

Die Medien sollen eine gemeinsame fiktionale Welt bilden und müssen aufeinander abgestimmt werden, um eine Einheitlichkeit und Kohärenz schaffen zu können. Dies ist nur durch intensive Kollaboration zwischen den jeweiligen Mediensektoren und deren Regisseuren, Autoren und Gamedesignern möglich, die gemeinsam an der Umsetzung eines transmedialen Projektes arbeiten.

Als Nachschlagewerk, um eine Kontinuität und Kohärenz zwischen den einzelnen Texten zu sichern, werden „universe guides“⁴⁸ erstellt. Sie dienen als Hilfsmittel für Produzenten, Autoren und Designer, um die Übersicht des bisher Geschehenen nicht zu verlieren, alle Details der fiktionalen Welt festzulegen und zu dokumentieren. Sie gewährleisten eine ästhetische Einheitlichkeit der Welt und legen fest was im Kanon ist.

Die Verbindungen zwischen den Texten, die durch die Beziehung zwischen deren Inhalten hergestellt wird, werden als intertextuelle Verbindungen bezeichnet und dienen den Rezipienten dazu einzelne Texte einer übergeordneten fiktionalen Welt zuzuordnen.

3.1.4 Einheitlichkeit durch intertextuelle Verbindungen

Intertextualität, nach Julia Kristeva, die Michael Bachtins Dialogizitäts-Konzept weiterführte, bezeichnet die Beziehungen zwischen Texten. „Jeder Text baut sich als Mosaik von Zitaten auf, jeder Text ist Absorption und Transformation eines anderen Textes.“⁴⁹ Kristeva legt Intertextualität als allgemeine Eigenschaft aller Texte fest. Auch

46 Kress, Gunther/Leeuwen v. Theo: „Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication“, London Arnold: Hodder Education, 2001. S.47

47 Dena S.125

48 Dena S. 141

49 Kristeva, Julia: *Probleme der Textstrukturierung*. In: „Strukturalismus in der Literaturwissenschaft.“, Blumensath; Heinz (Hrsg.), Köln: Kiepenheuer u. Witsch, 1972. S. 245

transmediale Texte besitzen diese Eigenschaft. Für Kristeva sind Texte „der gesamte Bestand soziokulturellen Wissens, an dem jeder Text partizipiert, auf ihn verweist, aus ihm entsteht und sich wieder in ihm auflöst.“⁵⁰ Bezieht sich Kristeva auf literarische Texte, so muss bei Transmedia Storytelling die Intertextualität als medienübergreifend betrachtet werden. Jenkins bezeichnet diese als „radically intertextuality“.⁵¹ Die Texte der transmedialen Erweiterungen kommunizieren miteinander und stehen in Austausch miteinander. Transmedia Storytelling Projekte und deren Welten sind offene Werke, die mit jeder hinzugefügten Erweiterung weiter ausbaubar sind. Von den Produzenten muss bewusst eine starke Intertextualität hergestellt werden. Zusammenhänge können vom Text motiviert werden, werden aber erst in der Interaktion zwischen Text und Rezipienten hergestellt. Die Intertextualität muss von den Rezipienten erkannt werden, um die Texte einer gemeinsamen fiktionalen Welt zuordnen zu können.⁵²

In den folgenden Kapiteln soll näher auf „Transmedia Storytelling“ als Marketingkonzept und die Unterschiede zu traditionellen Franchises eingegangen werden.

3.3 Transmedia Storytelling als Marketingkonzept

Wie bereits im Kapitel „Medienkonvergenz“ ersichtlich, ist es durch die Synergien der Medienunternehmen einfach, bekannte Inhalte auf eine Vielzahl anderer Medienplattformen zu verteilen und wiederaufzubereiten, womit diese für die Konsumenten medial omnipräsent werden. Doch nicht alle Produktionen, die ihre Medieninhalte auf multiplen Plattformen verteilen, entsprechen der Form von Transmedia Storytelling mit der sich diese Arbeit auseinandersetzt.

So nimmt Ruppel eine Einteilung in zwei Arten von transmedialen Anwendungen vor, die er aufgrund ihrer unterschiedlichen Zugänge zum Inhalt von Medientexten vornimmt – Anwendungen mit einem „Commodity based Approach“ und welche, mit einem auf die narrative - „worldbuilding“ fokussierenden Zugang.⁵³ Mit dieser Unterteilung kann auch die Abgrenzung von Transmedia Transmedia Storytelling zu herkömmlichen Franchises erleichtert werden, die zur ersteren Art gezählt werden.

50 Vgl. Holthuis: 1993. S. 15

51 Jenkins: 2011

52 Vgl. Holthuis: 1993. S. 31

53 Vgl. Ruppel: 2012. S.20f

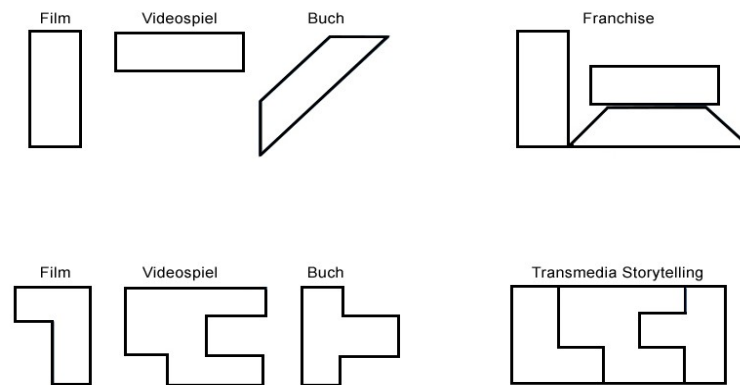


Abb.1 zeigt den Unterschied von „Commodity Based Approaches“ zu den auf narrative- „worldbuilding“ fokussierenden Zugängen auf. Anstatt einer Ansammlung von Texten, greifen bei letzterer die Texte stark ineinander und bilden eine gemeinsame Welt, es entsteht ein neuer Text.

Dena beschreibt einen Wandel, sowohl in der Produktionsweise, als auch in der theoretischen Auseinandersetzung mit Transmedia Produktionen. Diese funktionierten als „commodity“, also als reine Ware und wurden von den Medientheoretikern als solche untersucht. Was sich im Laufe der Zeit veränderte, war die Zunahme und Intensität an intertextuellen Verbindungen zwischen den Texten, deren Inhalte auf unterschiedliche Medien verteilt wurden.⁵⁴

David Bolter spricht in den 1990er Jahren von „hypermediated environment“, also einer übermedialisierten Umgebung, in der ein bestimmter Medieninhalt auf eine möglichst große Anzahl von Medien verteilt werden soll. Es entsteht eine Art „Pseudo-Gesamtkunstwerk“, das auf alle Sinne gleichzeitig wirkt, so Bolter. Während am Fernsehbildschirm ein Batman-Film läuft, oder am Computer ein Batman-Videospiel gespielt wird, trägt man einen Batman-Pyjama, isst Batman-Müsli aus einer Batman-Tasse und spielt mit einer Batman-Aktionfigur. Alle Sinne sollen gleichzeitig angesprochen werden und die Immersion in das Batman-Universum soll so möglichst groß sein.⁵⁵

Marsha Kinder nennt diese transmediale Anwendung, wie sie Bolter beschreibt, ein „super entertainment system“, bei dem ein transmediales Netzwerk aus intertextuellen Verbindungen, um eine beliebte Figur oder Figurengruppe der Popkultur, wie sie es spezifiziert, geschaffen wird. Jedem „Supersystem“ müssen dabei laut Kinder gewisse Eigenschaften inhärent sein:

„(...) the network must cut across several modes of image production; must appeal to di-

⁵⁴ Vgl. Dena: 2009. S.28

⁵⁵ Vgl. Jay David Bolter, Richard Grusin: „Remediation. Understanding New Media“: The MIT Press, London 1999 S. 68

verse generations, classes, and ethnic subcultures, who in turn are targeted with diverse strategies; must foster 'collectability' through a proliferation of related products; and must undergo a sudden increase in commodification, the success of which reflexively becomes a 'media event' that dramatically accelerates the growth curve of the system's commercial success."⁵⁶

Alle zur Verfügung stehenden Medien werden genutzt um immersives Entertainment für ein Massenpublikum zu schaffen um einen kommerziellen Erfolg zu sichern.

Zu dieser Art von transmedialer Anwendung, wie sie Kinder hier beschreibt, sind klassische Franchises zu zählen, die Dena sehr treffend als „commodification machines“⁵⁷ bezeichnet. Mit Franchise meint man Filme „(...) that spawns additional revenue streams beyond what it earns from its various forms of distribution, primarily theatrical, video, and television“⁵⁸ Zu diesen zusätzlichen Einkommensströmen eines Films gehören Sequels und Serien die Gewinne aus Lizenzverträgen mit anderen Firmen, die Merchandise-Produkte erstellen, erzielen. Diese Definition ist auch für die Fernseh- und Gamingindustrie zutreffend. Wobei Dena betont, dass hier die Fernsehserie oder das Videospiel jeweils das Hauptmedium bildet und alle anderen Medien nur als Nebenprodukte gewertet werden.⁵⁹

Bei transmedialen Netzwerken oder „commodity-systems“ wie diesen, werden die Erweiterungen als wirtschaftliche Ware gesehen. Es handelt sich dabei um eine serielle Form der Produktion „(...) where each product in the series is linked through a network of cross-promotion“.⁶⁰

Alle Produkte, sowohl narrativ als auch non-narrativ, bewerben sich innerhalb dieses Netzwerkes durch ihre intertextuellen und paratextuellen Verbindungen⁶¹ gegenseitig.⁶² Jeder Text und jedes Produkt, sei es ein Videospiel, oder ein T-Shirt, das Anteil an einer fiktionalen Welt hat, wird zu einem Franchise, oder „Megatext“, wie Ruppel es nennt, gezählt.⁶³ Bei Transmedia Storytelling-Produktionen besteht eine stärkere intertextuelle Verbindungen zwischen den Texten. Jedes Medium trägt hier zur Bedeutung der

56 Kinder, Marsha: „Playing with Power in Movies, Television, and Video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles“, Berkeley: University of California Press, 1993. S.122-123

57 Vgl. Dena: 2009. S.33

58 Thompson, Kristin: „The Frodo Franchise: The Lord of the Rings and Modern Hollywood.“ Berkeley: University of California Press, 2007. S.4 zit. nach Dena: 2009. S.26

59 Vgl. Dena: 2009. S.26

60 Marshall, David: *The New Intertextual Commodity*. In: „The New Media Book“, Dan Harries (Hg). London: British Film Institute.2002. S.71, zit. nach: Ruppel : 2012. S.21

61 Hierbei handelt es sich um Typen von transtextueller Beziehungen zwischen Texten. Genette definiert diesen wie folgt: „Intertextualität ist die Präsenz eines Textes in einem anderen Text. z.B.Zitat, Plagiat, Anspielung. – Paratextualität meint die Verbindung von formalen Textteilen, die eine Text umgeben z.B.: Titel, Kritik, Umschlag. Sie bilden die variable Umgebung eines Textes. Vgl Genette, Gérard: „Palimpseste: Die Literatur auf zweiter Stufe“, aus dem Franz. aus dem Franz. von Wolfram Bayer und Dieter Hornig, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993. S.10

62 Vgl. Ruppel: 2012. S.22

63 Vgl. Ruppel: 2012. S.26

fiktionalen Welt bei. Bei Franchises ist im Gegensatz zu Transmedia Storytelling, trotz vorhandener Synergien innerhalb der Medienkonzerne, jeder sekundäre Text von einem anderen Autor bzw. Produzenten. Es fehlt eine kreative Gesamtübersicht, die das Zusammenspiel der Medientexte überblickt und kontrolliert.⁶⁴

Es lässt sich ein Wandel erkennen, weg von der Erweiterung als reine Ware, hin zu ästhetisch anspruchsvollen Beiträgen zu einer transmedialen Welt, die den Konsumenten einen Mehrwert bringen und die transmediale Welt narrativ erweitern. Dass „artistic vision“ und „economic logic“⁶⁵ immer mehr ineinander fließen, zeigen Alternate Reality Games, kurz ARGs, die oft als Promotion für ein Hauptmedium produziert werden, aber dennoch eine kreative, sinnvolle Erweiterung zu dessen narrativer Welt darstellen können. Werbung und Marketing sind Teil des Programmes geworden, so Frank Rose. Eine Vielzahl von Transmedia Storytelling Produktionen werden mit Marketinggeldern finanziert, trotzdem erleben und sehen wir sie als Teil einer fiktionalen Welt.⁶⁶

„It's all part of the blur. It isn't just stories and games that are blurring together, it's author and audience, fiction and nonfiction, advertising and entertainment. Because the Internet is so Releasezentren about dissolving boundaries, this is pretty much inevitable.“⁶⁷

Alternate Reality Games werden zwar zumeist als Marketingtool eingesetzt, zudem bereichern sie aber auch die fiktionale Welt, indem die Konsumenten diese direkt erleben können und ganz in diese eintauchen können. Sie ermöglichen dem Publikum aktiv an der Welt zu partizipieren und neue Facetten kennen zu lernen. Ein narratives Erlebnis wird erzeugt.

„Offering new levels of insight and experience refreshes the franchise and sustains consumer loyalty. Such a multilayered approach to storytelling will enable a more complex, more sophisticated, more rewarding mode of narrative to emerge within the constraints of commercial entertainment.“⁶⁸

Mit steigender Anzahl von Medienoptionen investieren die Konsumenten ihre Zeit eher in wenige, einzelne Franchises, wollen diese dafür intensiver erleben, so Jenkins. Gamer bewegen sich zum Beispiel zunehmend innerhalb eines einzelnen Genres, oder sogar

64 Vgl. Dena: 2009. S.108

65 Jenkins: 2006. S.105

66 Vgl. Rose, Frank: „Henry Jenkins interviews Frank Rose“, *Frank Rose-Homepage* 2012.
<http://www.artofimmersion.com/interview.html/>

67 Rose: 2012.

68 Jenkins, Henry: „Transmedia Storytelling.“ *MIT Technology Review*. 2003.
<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

eines einzelnen Franchises. Im Filmsektor ist Ähnliches zu beobachten. Einzelne Franchises erzielen große Erfolge an den Kinokassen, insgesamt sinkt aber der Umsatz.⁶⁹

„Artistic vision“ und „Economic logic“ schließen sich jedoch nicht aus. Am Beispiel von „Why so serious“, lässt sich erkennen, dass sich diese sogar klar beeinflussen. Die Unterhaltungsbranche wird stark von ökonomischen Aspekten gelenkt. Um jedoch das Interesse des Publikums für eine Produktion zu gewinnen bedarf es mehr.

Fans, so Jenkins, suchen tiefer gehende Informationen über Charaktere und Geschichten, sie wollen die narrative Welt erleben und erforschen. Kann eine Transmedia Storytelling-Produktion dies mit ihren Erweiterungen bieten, wird sich auch der Profit innerhalb der einzelnen Medien erhöhen. So können sich Konsumenten einer Fernsehserie, die üblicherweise nicht zur Zielgruppe der Videospielkonsumenten zählen, dennoch ein Videospiel zur Serie kaufen, um so die Geschichten weiterzuführen.⁷⁰

Bei Transmedia Storytelling soll nicht der wirtschaftliche Aspekt im Vordergrund stehen, oder zumindest nicht als solcher von den Konsumenten erkannt werden. Vielmehr geht es um die Erkundung von Welten und das Sammeln von neuen Informationen. Es gibt aber weiterhin Merchandise-Produkte in Form von Bettwäsche und Ähnlichem. In dieser Arbeit sollen jedoch jene transmedialen Erweiterungen behandelt werden, die über die Funktion als reine Ware hinausgehen und einen ästhetischen-kreativen, narrativ bereichernden Beitrag zu einer transmedialen Welt leisten.

Im nachfolgenden Kapitel sollen zwei Formen von Transmedia Storytelling Produktionen betrachtet werden, die sich vor allem durch die unterschiedlichen Grade der Abhängigkeit der einzelnen Medien zueinander, unterscheiden.

3.4 Inter- und Intrakompositionale Formen

Dena nimmt eine Unterteilung in zwei Gruppen von Transmedia Storytelling Typen vor - der interkompositionale und der intrakompositionale Typ.

„(...) some works are transmedia works themselves [der intrakompositionale Typ, Anm. G.M.], while others can be transmedia because of the relations between works [der interkompositionale Typ, Anm. G.M].“⁷¹

⁶⁹ Vgl. Jenkins: 2003

⁷⁰ Vgl. Jenkins: 2003

⁷¹ Dena: 2009. S. 96

3.4.1 Interkompositionale Formen:

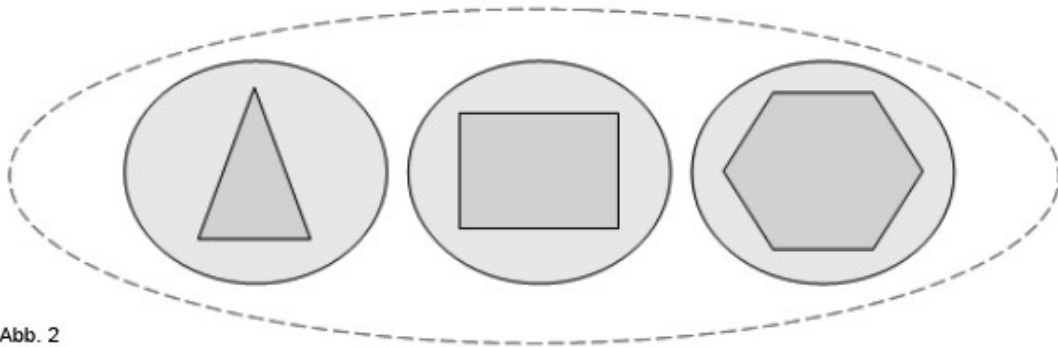


Abb. 2

Die Abbildung zeigt drei einzelne Mono-Medium Kompositionen. Dabei kann es sich um einen Film, eine Serie, ein Buch oder ein Game handeln. Diese sind jeweils eigenständige Werke und als eigene Kompositionen zu betrachten. Jedoch stehen sie durch ihre Ansiedlung innerhalb einer gemeinsamen fiktionalen Welt in Verbindung zueinander.

3.4.2 Intrakompositionale Formen:

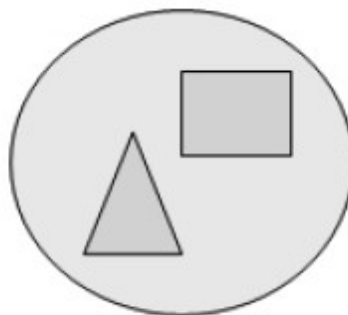


Abb. 3

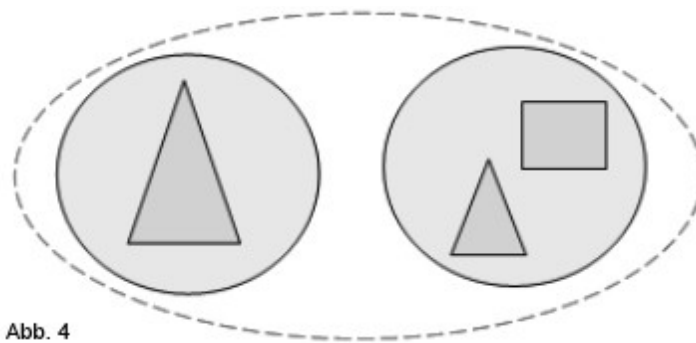
Die Abbildung zeigt einzelne Medien die stark voneinander abhängig sind. Es sind keine in sich abgeschlossenen Werke. Die transmediale Welt entsteht durch die Summe der einzelnen Medien. Sie sind als Texteinheiten zu sehen, die erst gemeinsam einen ganzen Text bilden.

„Alternate Reality Games“, kurz ARGs, die eine beliebte Art von Erweiterung bei Transmedia Storytelling Produktionen sind, gehören durch ihren Einsatz von mehreren Webseiten, Videos, live Events und multipler anderer Medienformen die stark voneinander abhängig sind, zur Gruppe der intrakompositionalen Typen.⁷² Aber auch Produktionen bei denen es ein Hauptmedium gibt, das durch mehrere kleinere unselbstständige Texte in

⁷² Vgl. Dena: 2009. S.106

einem anderen Medium erweitert wird, welche ohne den Haupttext nicht funktionieren können, zählen zu dieser Gruppe. Als gutes Beispiel dient hier „Cathy's Book: If Found Call (650) 266-8233“. Im Buch befinden sich zusätzlich Fotos, sowie Servietten auf die Telefonnummern gekritzelt sind, Bilder und kleine Notizen, die als Hinweise zur Auflösung der Geschichte dienen sollen, wenn man ihnen online nachgeht, oder die Handynummer anruft. Diese sind nicht „(...) compositions inthemselves, but are part of the experience of the book. All of the elements work together to create one composition“, so Dena.⁷³

Intrakompositionale Formen wie ARGs, sind eigenständige Werke. Jedoch stehen sie oftmals in Verbindung zu anderen Werken und bilden mit diesen wiederum einen interkompositionalen Typ.⁷⁴



ARGs stellen somit eine Sonderform unter den transmedialen Erweiterungen dar. Sie sind als ein eigenes Werk zu sehen und sind erst durch die Verbindung zu anderen Texten, die innerhalb des selben Universums angesiedelt sind, als Transmedia Storytelling Praxis zu werten. Im nächsten Kapitel sollen diese näher beleuchtet werden.

3.5 Alternate Reality Games

Im vorangegangenen Kapitel wurde bereits die Stellung der Alternate Reality Games, eine intracompositionale Form, innerhalb von Transmedia Storytelling-Produktionen geschildert. Diese sollen hier noch näher behandelt werden.

ARGs werden sehr häufig als Erweiterungen im Transmedia Storytelling eingesetzt, weil sie als Marketingstrategie, insbesondere für Film und Fernsehserienproduktionen, sehr wirksam sind und Interesse bei großen Fangruppen wecken.

⁷³ Vgl. Dena: 2009 S.164f

⁷⁴ Vgl. Dena: 2009 S.106

Alternate Reality Games sind ein Subgenre der sogenannten Pervasive Games. Diese werden als Schirmbegriff für Spiele verstanden, die die reale Umgebung der Spieler miteinbeziehen und so die Grenzen zwischen realer und fiktionaler Welt verschwimmen lassen.

Der ARG-Designer Markus Montala definiert Pervasive Games als

„(...) a game that expands the magic circle of play socially, spatially or temporally.“⁷⁵

Der sogenannte „magic circle“ ist als sozialer und kultureller Vertrag zu verstehen, der das Alltagsleben vom Spiel trennt. Der Kreis ist als Spielplatz zu verstehen, innerhalb welchem andere Regeln gelten als im Alltag. „Pervasive Games“, so Montala weiter, „reject the confines of this classic circle.“⁷⁶

Durch die Vermischung der fiktionalen Elemente des Spiels mit der realen Welt der Spieler, ist es deshalb oft schwer zu sagen, wo das Spiel beginnt und die Realität aufhört. Montala beschreibt diese Art von Spiele, die er auch „mixed-reality games“ nennt⁷⁷, als „expanded games“, also erweiterte Spiele, da sie im Gegensatz zu typischen Spielen sowohl den räumlichen, zeitlichen, als auch den sozialen Spielrahmen überschreiten. So ist das Spiel an keinen fixen Spielort gebunden und auch zeitlich gesehen kann es jederzeit und überall stattfinden. Die Dauer von ARGs ist dabei sehr unterschiedlich und kann längere Pausen einlegen, ohne dass der Spieler weiß, wann oder wo der nächste Hinweis auftaucht. Auch die Spielteilnehmer sind nicht gewiss. So können unbeteiligte Personen auf der Straße während Live-Events als Augenzeugen fungieren und werden in das Spiel mit eingebunden.⁷⁸

Eine einheitliche Definition des Begriffes "Alternate Reality Games" gibt es, wie auch beim Begriff Transmedia Storytelling, nicht. Eine der gängigsten in der Literatur ist die der „International Game Developers Association“, welche diese wie folgt beschreibt:

„Alternate Reality Games take the substance of everyday life and weave it into narratives that layer additional meaning, depth, and interaction upon the real world. The contents of these narratives constantly intersect with actuality, but play fast and loose with fact, sometimes departing entirely from the actual or grossly warping it - yet remain inescapably interwoven. Twenty-four hours a day, seven days a week, everyone in the country can access these narratives through every available medium at home, in the office, on the phones; in words, in images, in sound. (...) but ARGs turn these into interactive games.

75 Montala; Markus: *A ludological view on the pervasive mixed-reality game research paradigm*, in: „Personal and Ubiquitous Computing“ Nr.15, London: Springer Verlag, 2010, S.4
<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00779-010-0307-7>

76 Montala: 2010. S.4

77 Montala: 2010, S.4

78 Vgl. Montala, Markus: „Exploring the Edge of the Magic Circle. Defining Pervasive Games“, DAC (Digital Arts and Culture) Konferenz, IT Universität Kopenhagen: 1. – 3. Dezember 2005. S.1
<http://www.markusmontala.fi/exploringtheedge.pdf>;

Generally, the enabling condition to is technology, with the internet and modern cheap communication making such interactivity affordable for the game developers.⁷⁹

ARG Designer Elan Lee formuliert es kurz und bündig: „An alternate reality game is anything that takes your life and converts it into an entertainment space.“⁸⁰

Die Interaktion mit dem Spiel erfolgt für die Spieler ausschließlich mit vertrauten Medien, Gegenständen und Methoden, die bereits in deren Alltag bestehen und täglich auch außerhalb des Spielrahmens benutzt werden, wie Websites, E-Mails, Handys, Blogs und Social Media-Seiten. Dadurch fällt das Element der Metakommunikation weg.⁸¹ Anders als Computerspiele und virtuelle Welten, welche versuchen die grafische Darstellung der Spiellandschaft möglichst realitätsnahe abzubilden um die reale Welt so zu simulieren, dient den ARGs die reale Welt als Setting. So schaffen diese eine realistische, aber dennoch fiktionale Spielerfahrung.⁸² Die Interaktionen und Events im Spiel sollen die der realen Welt möglichst imitieren. Die reale Welt, mit ihren alltäglichen Gebrauchsgegenständen, dient als Spielort der fiktionalen Geschichte. Somit gibt es auch kein Interface, das auf das Spiel hinweist.⁸³ Es besteht ein „interfaceless“ interface, wie es Bolter und Grusin bezeichnen. Die Spieler bewegen sich frei im Raum und interagieren mit ihrer natürlichen Umgebung. Das Interface erlangt eine Transparenz

„so that the user is no longer aware of confronting a medium, but instead stands in an immediate relationship to the contents of that medium.“⁸⁴

Durch die Imitation der Wirklichkeit und die Omnipräsenz des Spieles im Alltag ist es auch für den Spieler keine Simulation, sondern „make believe“. Zwar ist die Erfahrung für den Spieler noch immer computergestützt, aber, in der Vorstellung Wirklichkeit.⁸⁵ Eine weitere Besonderheit ist die sogenannte TINAG-Philosophie. „This Is Not A Game“ stellt ein unumstößliches Prinzip für Produzenten und Spieler dar und soll den Realitäts- und Mysteryfaktor der Geschichten fördern.⁸⁶

Tatsächlich können manche Segmente der Geschichte für Nicht-Spieler als Fakt wahrgenommen werden. So trat der Pressesprecher der HANSO Foundation, die eine fiktive Firma der Serie „Lost“ ist, als reale Person in der beliebten amerikanischen Fernsehshow „Jimmy Kimmel Live!“ auf, um ein Interview zu geben, das Teil von „The

79 Martin, Adam/Chatfield Tom: „Introduction“, 2006 *Alternate Reality Games White Paper. The IGDA Alternate Reality Games SIG*, Adam Martin/Brooke Thompson/Tom Chatfield (Hg.), 2006. S.6

80 Lee, Alan, zit. nach: Dena, Christy: „Emerging Participatory Culture Practices: Player-Created Tiers in Alternate Reality Games“, 2007.

81 Vgl. Szulborski, Dave: „This is not a Game. A Guide to Alternate Reality Gaming“, New-fiction Publishing 2005, S.13

82 Vgl. Szulborski: 2005, S.26

83 Vgl. Szulborski: 2005, S.13

84 Bolter/Grusin: 1999. S.23f

85 Vgl. Szulborski: 2005, S.13

86 Vgl. Szulborski: 2005. S. 1

Lost Experience“, dem ARG zur Fernsehserie, war.⁸⁷

Durch die immersive, lebensdurchdringende Natur der Spiele und die Möglichkeit, das Spiel zu jeder Tages- und Nachtzeit versuchen könnte in irgendeiner Form Kontakt aufzunehmen, befinden sich die Spieler in einer hauchdünnen Blase aus „Suspension of disbelief“, selbst während sie ihrem Alltagsleben nachgehen, erklärt der ARG-Designer Sean Stewart, der einen Fan zitiert: „It's like a role-playing game where you play a character who's exactly like you, only she believes it's real.“⁸⁸

Ziel eines ARGs soll es demnach nicht sein eine Alternate Reality, also eine zusätzliche, alternative Welt zu der des Spielers zu schaffen, sondern vielmehr eine Geschichte zu erzeugen, die das reale Leben durchdringt.⁸⁹

Gundlegende Elemente jeden ARGs sind Exposition, Interaktion und Aufgaben.⁹⁰ Die kreative Planung und Ausführung von ARGs obliegt den sogenannten „Puppetmasters“. Diese ziehen quasi die Fäden im Hintergrund, indem sie die Geschichte durch ausgewählte Medien und Hinweise an die Spieler übermitteln, sowie die Aufgaben zum Lösen der Geschichte vorgeben.⁹¹ Jedes Spiel beginnt mit einem „Rabbit Hole“, wie der Eintrittspunkt in die Welt der ARGs bezeichnet wird. Wie bei der Geschichte „Alice im Wunderland“, von Lewis Carroll, fällt der Spieler durch ein „Rabbit Hole“ in eine andere Welt.⁹² Als Konsequenz der TINAG-Philosophie sind diese meist nicht angekündigt und sind in Form von unscheinbaren Hinweisen, oft Hilferufe, auf Online-Messageboards, E-Mails, oder ähnlichem und führen meist zu „in-game“ Websites, die für das Spiel kreiert wurden. Diese müssen nicht nur authentisch wirken, sondern auch funktionsfähig und kontaktierbar sein.⁹³

Die Geschichten sind meist in bereits bestehende fiktionale Welten, etwa eines Filmes oder einer Serie, eingebettet und führen neue Charaktere ein, die Teil von Mystery-Geschichten sind, denen der Spieler helfen soll Rätsel zu lösen.⁹⁴ Die Interaktion der Spieler mit diesen Charakteren erfolgt häufig online über Blogs, Chats und Social Media-Seiten, Telefon und E-Mails an einzelne Spieler können ebenso erfolgen, wodurch eine direkte Kommunikation ermöglicht wird. Die Spieler können den Verlauf dadurch direkt beeinflussen und fühlen sich als wichtiger Teil der fiktionalen Welt. Wodurch eine starke

87 Hugh McIntyre on Jimmy Kimmel, *Internet Archive*.

https://archive.org/details/WatermarkStudentMinistries_91?start=149.5

88 Stewart, Sean: „Alternate Reality Games“, *Sean Stewart Homepage*.

www.seanstewart.org/interactive/args/

89 Vgl. Stewart, Sean: „Alternate Reality Games“, *Sean Stewart Homepage*.

www.seanstewart.org/interactive/args/

90 Vgl. Philips, Andrea: „Methods and Mechanics“ 2006 *Alternate Reality Games White Paper. The IGDA Alternate Reality Games SIG*, Adam Martin/Brooke Thompson/Tom Chatfield (Hg.), 2006. S.31

91 Vgl. Gosney, John W.: „Beyond Reality. A Guide to Alternate Reality Game“, Boston: Thomson Course Technology. 2005, S.3

92 Vgl. Gosney: 2005. S.24

93 Vgl. Szulborski: 2005. S.48-50

94 Vgl. Philips: 2006. S.33

Immersion in dies entsteht. Jedes ARG besteht zudem aus Aufgaben und Rätseln, die die Spieler gemeinsam lösen müssen.⁹⁵

Auf den immersiven Effekt, der durch die Interaktion von Medien und Konsumenten bei Transmedia Storytelling im Allgemeinen entsteht, wird später noch näher eingegangen.

McGonigal beschreibt ARGs auch als

„(...) interactive drama, played out online and in real-world spaces, taking place over several weeks or months, in which dozens, hundreds, or thousands of players come together online, form collaborative social networks, and work together to solve a mystery or problem that would be absolutely impossible to solve alone.“⁹⁶

Damit betont sie einerseits die Wichtigkeit der Geschichte bei ARGs, andererseits aber auch die Kollaboration und Kommunikation innerhalb von Online-Communities.

Das Aufkommen neuer Medien und der alltägliche Umgang mit diesen hat zu neuen Möglichkeiten der Kommunikation und Problemlösung geführt. Bei ARGs werden die Spieler vor Probleme und Rätsel gestellt, die unmöglich als einzelner Spieler zu lösen sind. Dadurch formen sich Online-Communities, die durch kollektive Arbeitskraft scheinbar Unmögliches schaffen. Diese Gruppen werden auch als „Cloudmaker“ bezeichnet. Bei dem ARG „I love Bees“ erschienen unterschiedliche Hinweise in Sanskrit, Russisch und Deutsch. Durch die Spielgemeinschaft, deren Basis online agiert, ist ein weltweiter Wissensaustausch in den Gruppen möglich. Rätsel können so gemeinschaftlich in unterschiedlichen Zeitzonen, Sprachen und Wissensgebieten gelöst werden.⁹⁷ Live-Events die örtlich begrenzt sind, oder Telefonanrufe und persönliche E-Mail Nachrichten sind wenigen einzelnen Spielern vorbehalten. Sie müssen ihre Erlebnisse und Funde der Online-Community mitteilen und diese durch ihre Aufzeichnungen teilhaben lassen.⁹⁸

„Transmedia is the ideal aesthetic form for an era of collective intelligence.“⁹⁹, so Jenkins, der den Terminus von dem französischen Philosophen Pierre Levy übernimmt. Dieser bezeichnet damit neue soziale Strukturen, die die Wissensproduktion und Zirkulation innerhalb von Netzwerkgesellschaften ermöglichen. Jeder Teilnehmer dieser Netzwerkes bringt dabei seine persönliche Expertise ein, um gemeinschaftlich Probleme zu lösen.¹⁰⁰

95 Vgl. Philips: 2006. S.33

96 McGonigal, Jane: „Alternate Reality Gaming“, Präsentation Mc Arthur Foundation, 2004. S.9

97 Vgl. Kim, Jeffrey/Lee, Elan/Thomas Timothy/Dombrowski Caroline: „Storytelling in new media: The case of alternate reality games, 2001–2009“, *First Monday*, Volume 14, Number 6, 2009.

<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2484/2199>

98 Vgl. Montala: 2010. S.9

99 Jenkins: 2007

100 Vgl. Jenkins: 2007

Auf den nächsten Seiten wird das ARG „The Beast“ näher vorgestellt, um die Entstehung und den Ablauf von ARGs im Allgemeinen noch direkter zu vermitteln.

3.5.1 „The Beast“

Als erstes ARG wird das Spiel „The Beast“ aus dem Jahr 2001 angesehen, welches eine gemeinsame fiktionale Welt mit Steven Spielbergs Film „A.I. – Artificial Intelligence“¹⁰¹ teilt. Das Spiel wurde von Microsoft zu Promotionzwecken produziert und mit Geldern aus dem Marketingbudget zu „A.I.“ finanziert. Spielberg und die Designer des Spiels, Elan Lee, Jordan Weisman und Sean Stewart wollten eine kreative Erweiterung des Films produzieren. Das Publikum sollte eine Möglichkeit bekommen, die Welt des Films kennenzulernen, noch bevor es den Film überhaupt sah.¹⁰²

Die Geschichte dieses ARGs spielte im Jahr 2142 versetzt, also fünfzig Jahre nach der Filmgeschichte um den empfindungsfähigen Roboterjungen David. Im Zentrum der Spielnarrative stand das Rätsel um den Tod von Evan Chan, der unter mysteriösen Umständen auf seinem Boot „Cloudmaker“ um sein Leben kam.

Das Team rund um Elan Lee stellte das Spiel während der Entwicklung und auch während dessen Verlauf unter strenge Geheimhaltung. Die gesamte Produktion sollte somit der TINAG Philosophie folgen. „(...) the Game would never admit it was a game“¹⁰³, so die unumstößliche Prämisse. Bis zum Ende mussten die „Puppetmaster“ ihre Identitäten geheim halten und das Spiel durfte sich nie als solches outen.

Das Game wurde demnach nie offiziell angekündigt und startete mit unauffällig platzierten Hinweisen im Zuge der Promotion zu „A.I.“ Es wurden drei mögliche „Rabbit Holes“ für die Spieler geschaffen.

So erhielten einige Online-Entertainment- und Fanseiten, erhielten Pakete mit Filmplakaten, auf denen einige Buchstaben mit unterschiedlichen Farben eingekreist waren. Diese ergaben zusammengesetzt „Evan Chan was murdered“ und „Jeanine was the key“. Am selben Tag kam ein neuer Filmtrailer heraus, welcher einen Code enthielt, der eine Telefonnummer preisgab. Rief man diese an und folgte den weiteren Instruktionen, so erhielt man eine E-Mail mit Hinweisen zu einer gewissen Jeanine und dem rätselhaften Tod. Auch unter den Credits des Trailers befand sich eine gewisse Jeanine Salla, die als „Sentient Machine Therapist“ angeführt wurde. Auf den Filmpostern

101 „A.I. – Artificial Intelligence“, Regie: Steven Spielberg, Warner Bros., USA 2001.

102 Vgl. Kim/Lee/Thomas/Dombrowski: 2009

103 Stewart, Sean: „Alternate Reality Games“, *Sean Stewart Homepage*.
www.seanstewart.org/interactive/args/

war dieser Name mit dem seltsamen Jobtitel ebenfalls zu finden.

Tatsächlich wurden einige Kinobesucher auf die Hinweis im Trailer aufmerksam und wunderten sich über den vermeintlichen Einsatz einer Roboter-Therapeutin bei einer Filmproduktion.

Wer den Hinweisen nachging, sollte aber unzählige Webseiten zu Jeanine Salla und Evan Chan vorfinden, die alle in Verbindung mit einer fiktionalen Welt standen, in der künstliche Intelligenz und Roboter zum Alltag gehörten und dort gegen Zwangsarbeit und die voranschreitende Klimaerwärmung kämpften.

Die Idee hinter dem Mysterie-Spiel war es, eine Geschichte zu erzählen,

„(...) that was not bound by communication platform: it would come at you over the web, by email, via fax and phone and billboard and TV and newspaper, SMS and skywriting and smoke signals too if we could figure out how. The story would be fundamentally interactive, made of little bits that players, like detectives or archaeologists, would discover and fit together. (...) in short, instead of telling a story, we would present the evidence of that story, and let the players tell it to themselves.“¹⁰⁴

Über den Zeitraum von 12 Wochen hinweg wurden Spieler mit immer wieder neuen Hinweisen, Rätseln und Aufgaben versorgt. Über eine Vielzahl von Websites, auf denen Tagebucheinträge, Videos von Überwachungskameras und sogar Obduktionsberichte zu finden waren, sowie E-Mails, Telefonanrufe, SMS, als auch Live-Veranstaltungen wie die „Anti-Robot Militia- Rally“, sollte das Rätsel um den Tod von Chan gelöst werden und die Geschichte Stück für Stück von den Spielern vervollständigt werden.

Voraussetzung für den Erfolg des Spieles war das Internet als die Kooperations- und Kommunikationsplattform für die Spieler. Eine der wichtigsten Plattformen wurde das Diskussionsforum der „Cloudmaker“, wie sich eine besonders aktive und die wohl am besten organisierte Spielergruppe nannte.¹⁰⁵ Diese zählte bereits nach wenigen Stunden online 153 Mitglieder, die den mysteriösen Hinweisen aus den Kinotrailern und Filmpostern nachgegangen waren. Am Ende des Spieles waren es ganze 7480 Mitglieder, die insgesamt 42,209 Nachrichten verfassten, sowie tausende Bilder und Dokumente in diesem Forum teilten. Offiziell geht man davon aus, dass insgesamt etwa eine Million Menschen weltweit an dem Spiel teilgenommen haben.¹⁰⁶ Die gesamte Produktion folgte dabei bis zum Ende der TINAG Philosophie.

104 Stewart, Sean: „Alternate Reality Games“, *Sean Stewart Homepage*.

www.seanstewart.org/interactive/args/

105 Auf der Website <http://cloudmakers.org> ist auch ein Walk-through Guide zu finden, sowie genau Details zum Spielverlauf und den Rätseln.

106 Vgl. McGonigal, Jane: „This Is Not a Game“. *Immersive Aesthetics and Collective Play*, Melbourne: Digital Arts and Culture Conference, 2003. S.1

4. Die Entstehung fiktionaler Welten

„More and more, storytelling has become the art of world building, as artists create compelling environments that cannot be fully explored or exhausted within a single work or even a single medium. The world is bigger than the film, bigger even than the franchise (...).“¹⁰⁷

Transmedia Storytelling ermöglicht die Erschaffung einer fiktionalen Welt, die mit jeder Expansion weiter ausgebaut werden kann und Spielplatz für unendlich viele Geschichten und Charaktere ist. Die Entwicklung zum „worldbuilding“ geht von Hollywood aus und hat sich in den letzten Jahren schrittweise vom „story pitching“, zum „character pitching“ und mit Transmedia Storytelling schließlich hin zum „world pitching“ entwickelt.¹⁰⁸

Das Ziel ist es, nicht nur eine gute Geschichte zu produzieren, sondern ein längerfristiges Interesse der Konsumenten für mehrere Erzählungen innerhalb einer diegetischen Welt zu sichern.

Bereits bei der Konzipierung einer fiktionalen Welt muss genug Tiefe und Spielraum für narrative Möglichkeiten eingeplant werden, um eine Vielzahl von Erzählsträngen und Erweiterungen produzieren zu können. Zudem muss die Welt so gestaltet werden, dass sie in möglichst vielen unterschiedlichen Medien adaptiert werden kann.

Jenkins, Ford und Green sprechen dieser Art von fiktionalen Welten eine Eigenschaft zu, die sie „drillability“ nennen.¹⁰⁹ Die Welt wird dabei so detailreich ausgestattet und geplant, sodass jedes Objekt darin zur Geschichte dieser beiträgt und die Konsumenten tief in diese „hineinbohren“ können.

Regisseure nehmen dabei immer mehr den Platz eines „Cultural Geographer“ ein.¹¹⁰ Jedes Detail der Welt, das im Bild zu sehen ist, soll Aufschluss über die Kultur und das Leben der Charaktere in ihr geben. Die kreierte Welt kann von Fans studiert werden und erlaubt durch das Betrachten von Kleidung, Architektur, Musik, oder Alltagsgegenständen, der fiktionalen Charaktere, Rückschlüsse auf deren Leben und die Geschehnisse in eben dieser Welt. Die Konsumenten bekommen dadurch das Gefühl, die Welt tatsächlich erforschen zu können und ein Teil dieser zu werden.

Geoffrey Long, ein ehemaliger Student von Jenkins, hat dabei eine interessante Theorie zur Bedeutung der Welt als wichtigstes Merkmal von Transmedia Storytelling-Produktionen entwickelt. Laut ihm wird dabei die Welt nicht nur als Schauplatz der

¹⁰⁷ Jenkins: 2006. S.114

¹⁰⁸ Vgl. Jenkins: 2006. S.114

¹⁰⁹ Vgl. Jenkins, Henry/Ford, Sam/Green, Joshua: „Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture“, New York: New York University Press, 2013 S.135

¹¹⁰ Jenkins: 2009. S. 115

Geschichten genutzt, vielmehr nimmt sie die Rolle des Hauptcharakters in diesen Produktionen ein.¹¹¹

4.1 Die Welt als Hauptcharakter

Aristoteles argumentierte, dass das Wichtigste im Drama immer die fabula/story sei. Somit sei weniger auf die Qualitäten einer Figur zu achten, als auf die Handlungen die diese vollzieht. Geschichten bestehen aus Handlung, Charaktere und Emotionen sind zweitrangig.¹¹² Jede gute Erzählung braucht eine Geschichte die das Publikum anspricht und fesselt. Es sind jedoch einzelne Charaktere und die Beziehungen die zu diesen aufgebaut werden, die einer Geschichte die nötige Tiefe verleihen um längerfristiges Interesse beim Publikum zu sichern.¹¹³ Setzt man den Fokus von Beginn an auf die Konzipierung einer ganzen fiktionalen Welt, so schafft man Raum für eine Vielzahl von Charakteren. George Lucas hat für „Star Wars“¹¹⁴ beispielsweise ein komplettes fiktionales Universum mit unterschiedlichen humanoiden und nicht humanoiden Spezies, samt deren jeweiligen Genealogien und Sprachen erschaffen, deren Geschichten eine Zeitspanne von Jahrtausenden abdecken. Seit 1977, als der erste „Star Wars“-Film in die Kinos kam, erschienen zahlreiche Spin-offs, die in dieser Welt verankert waren, welche jedoch nicht alle in den offiziellen Kanon passen. Lucas nennt es eine „immaculate reality“¹¹⁵, die er geschaffen hat. Eine makellose, funktionierende, bis ins kleinste Detail erfundene Realität, in die man unendlich tief vordringen kann.

Zum Kanon gehören laut Lucas selbst lediglich die beiden Filmtrilogien, sowie zwei Staffeln der animierten Fernsehserie „Clone Wars“, welche die Zeit zwischen den beiden Filmen Episode II und III mit Anakin Skywalker als Jedi-Ritter, behandelt. Die wiederkehrenden Hauptcharaktere dieses Franchises scheinen Anakin bzw. dessen Sohn Luke Skywalker zu sein. Long formuliert dazu einen interessanten Gedanken. In den Filmen „A new Hope“, „The Empire Strikes Back“ und „Return of the Jedi“, ist Anakin, hier bereits als Darth Vader bezeichnet, nur eine Nebenfigur zu Lukes Hauptfigur, durch deren Blick das Publikum die Geschehnisse verfolgt. In „The Phantom Menace“, „Attack of the Clones“, dem Großteil von „Revenge of the Sith“, sowie der „Clone Wars“ - Serie, war Luke noch nicht einmal geboren. Deshalb, so Long, kann man die Geschichte von „Star Wars“ weder als die von Luke noch die von Anakin sehen.

111 Vgl. Long, Geoffrey: „Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company“, Masterthesis, Comparative Media Studies, Massachusetts Institute of Technology, 2007. S.44ff

112 Aristoteles: „Poetik“, dt.Übersetzung: M.Fuhrmann. Stuttgart: Reclam, 2005. S.21

113 Vgl. Long, 2007. S.44f

114 „Star Wars“, Regie: George Lucas, Lucasfilm, USA 1977

115 Rose, Frank: „The Art of Immersion . How the digital Generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way we tell Stories.“, New York: W.W. Norton & Company, 2011. S.68 bis 75.

„So perhaps the „story“[fabula] of SW isn't about Luke and Anakin...if we consider a story beeing about how a series of events change something...then the something beeing changed over the course of the SW franchse is the world itself.“¹¹⁶

Luke und Anakin sowie deren Handlungen treten in den Hintergrund. Sie beeinflussen zwar die Welt von „Star Wars“, welche jedoch auch unabhängig von den genannten Figuren besteht. Die Welt erzählt ihre eigenen Geschichten.

Die Filme zeigen nur einen kleinen Teil eines unendlich großen Universums, mit unendlich vielen Möglichkeiten, wie man an den zahlreichen Geschichten sehen kann, die zum „Expanded Universe“ von „Star Wars“ gehören und Jahrhunderte vor bzw. nach diesen Filmen spielen. Auch wenn die Charaktere in den Geschichten immer wieder wechseln, bleiben die Medienkonsumenten interessiert an den Entwicklungen der erzählten Welt. Der offizielle Kanon kann demnach als Teil einer größeren Geschichte gesehen werden, die in diesem Fall die fiktionale Welt selbst ist. Bei Transmedia Storytelling-Projekten ist die Welt so wichtig, da sie oftmals die einzige fixe Komponente und Austragungsort der Geschichten aller Erweiterungen ist. Sie wird zum Hauptcharakter.

„While worlds may lack agency, worlds can still be heroes, villains, or tricksters; worlds have philosophies, histories, and motivations; worlds have tones, moods, and nuances. The character of worlds plays itself out in colors, in shapes, in scents, in tastes, in sounds, in textures, but perhaps most of all in philosophies.“¹¹⁷

Die diegetische Welt gibt eine Grundstimmung vor, die sich durch alle Expansionen zieht. Alleine durch ihre Gestaltung, die vorherrschenden Farben, Formen und Geräusche beeinflusst sie alle Geschichten und Charaktere denen sie als Setting dient und kann so selbst zur Erzählerin eigener Geschichten werden. Sie legt zudem Regeln für den Kanon und die innere Logik der Expansionen fest, was wiederum wichtig für die Glaubhaftigkeit dieser ist. Die Welt ist der Ausgangspunkt von Transmedia Storytelling Produktionen.

„Worldbuilding“ bezeichnet den sukzessiven Aufbau und die Erweiterung einer fiktionalen Welt durch die - theoretisch unendliche - Ausweitung der Diegese und Narration auf räumlicher und zeitlicher Ebene. Der Ausbau der Welt kann dabei auf rein narrativer Ebene geschehen, durch eine möglichst komplexe und detailreiche Erzählung. Aber auch durch einen tatsächlichen Ausbau der Welt, durch den Einsatz mehrerer Medienplattformen. Durch Verweise zu weiteren Texten entsteht dabei eine fiktionale Welt, deren Struktur vergleichbar mit dem eines Netzwerkes ist.

¹¹⁶ Long: 2007. S.47

¹¹⁷ Long: 2007 S.49

4.2 Die fiktionale Welt als hypertextuelles Netzwerk

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten und Formen Texte aufzubereiten und zu erzählen. Sie können als Hypotext¹¹⁸, also als autarkes Werk, zu dem es keine erweiternden Texte oder Adaptionen gibt, crossmedial, oder als Transmedia Storytelling produziert werden. Letztere werden fälschlicherweise immer wieder synonym verwendet. Crossmedialen Texten dient immer ein Hypotext als Vorlage, dessen Inhalt ident, oder mit minimalen Abweichungen auf andere Medienplattformen übertragen wird. Es handelt sich dabei um klassische Adaptionen einer Narrative. Dem Transmedia Storytelling kann ebenso ein Hypotext eigen sein, welcher jedoch vielmehr als Ausgangspunkt für neue Texte dient, die zur Erweiterung der Narration und der transmedialen Welt führen.¹¹⁹

Die fiktionale Welt, die durch Transmedia Storytelling entsteht, baut sich aus einem Netzwerk von Texten auf. Dena merkt dazu an: „While it isn't remarkable that creators expand their work (seriality attests to that), it is remarkable that they are expanding their fictional world across distinct media.“¹²⁰

Sie betont dabei, wie auch Bordwell, die Wichtigkeit einer durchgeplanten und kalkulierten Verwendung von Verbindungen und Übergängen zu anderen Medien.¹²¹

Ruppel definiert Transmedia Storytelling-Produktionen als „networks of fictional information and interactions“, deren Aufbau ein „network-oriented design“ zugrunde liegt.¹²²

Netzwerke, wie sie Ruppel beschreibt, sind gekennzeichnet durch ein System von Verbindungen. Texte werden dabei durch das Setzen von Links miteinander verbunden. Die Links rufen zu einer aktiven Interaktion der Lesenden mit dem Text auf, um diesem folgen zu können.

Theodor H. Nelson der den Begriff des „Computer Hypertextes“ prägte, definiert diesen als „non-sequential writing-text that branches, allows choices to the reader. A series of text chunks, connected by links which offer the reader different paths.“¹²³

Landow übernimmt diese Definition und erweitert sie, indem er auch Bild, Ton, Animation und visuelle Information wie Diagramme als Hypertext anerkennt. Er bezeichnet diese

118 Genette prägte den Begriff Hypertextualität. Er definiert diesen als die Gesamtheit aller Verbindungen zwischen einem bereits existierenden Text – dem Hypotext, und einem Text der sich auf diesen bezieht – der Hypertext. Vgl. Genette, Gérard: „Palimpseste: Die Litteratur auf zweiter Stufe“, aus dem Franz. aus dem Franz. von Wolfram Bayer und Dieter Hornig, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993. S.16

119 Vgl. Piepiorka, Christine: „Lost in Narration: narrativ komplexe Serienformate in einem transmedialen Umfeld“, Stuttgart: Ibidem-Verlag. S.107ff

120 Dena: 2009. S.109

121 Vgl. Bordwell, David: „Now leaving from platform 1“, *Observations on film art - Blog von David Bordwell u. Kristin Thompson*, 2009. <http://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/>

122 Ruppel: 2012. S.35

123 Nelson, Theodor H.: „Literary Machines“(1960), keine Seitenangabe. zit. Nach: Landow: 2006. S. 2f

Form als „Hypermedia“.¹²⁴ Ein Hypertext setzt sich demnach aus multiplen verbalen und/oder nonverbalen Texteinheiten, oder „Lexia“¹²⁵ zusammen, die durch Links miteinander verbunden sind. Das durch diese Verbindungen entstehende Netzwerk aus Texten ist offen und potentiell unendlich. Ein Link kann dabei extern, also außerhalb des eigentlichen Werkes liegen, dieser kann beispielsweise zu Werken oder Kommentaren anderer Autoren, die sich auf den Text beziehen verweisen, oder auf Texteinheiten innerhalb des Textes. Dadurch entsteht eine Nonlinearität bzw. Multilinearität. Erst durch den Prozess des Lesens selbst werden die Texte tatsächlich konstruiert. Den Lesern steht frei, welchen Links sie folgen und wie sie somit den Text ausbauen. Der endgültige Text ist vorher weder den Lesern noch den Produzenten in dessen endgültiger Form bekannt.¹²⁶

„One fundamental characteristic of hypertext“, so Landow, „is that its composed of bodies of linked texts that have no primary axis of organization.“¹²⁷

Innerhalb eines hypertextuellen Netzwerkes gibt es keine Texthierarchyen. Es ist den Lesern selbst überlassen die Texte zu organisieren und deren Reihenfolge festzulegen.¹²⁸ Es gibt weder Anfang, noch Mitte oder Ende bei hypertextuellen Netzwerken.¹²⁹ Jeder Text ist dadurch ein möglicher Eintrittspunkt in die fiktionale Welt.

Wie auch bei Transmedia Storytelling, sind Hypertexte nicht von einem Hypotext abhängig. Mit ihrer Vernetzung entstehen vielmehr fiktionale Welten. Durch Erkennen von Verbindungen und das aktive Folgen der Links, kann die Welt entdeckt werden. Die Gesamtheit einer fiktionalen Welt wird somit von den Rezipienten und deren Wahl Links zu folgen, oder auch nicht, selbst konstruiert. Sie werden zu aktiven Mitautoren, indem sie Links folgen.¹³⁰

In ihrer offenen Netzstruktur und dem Potential immer weiter fortgeführt zu werden, ähneln hypertextuelle Netzwerke den naturgemäß, unabgeschlossenen fiktionalen Welten.

4.3 Die diegetische Welt

„A world is not a collection of fragments, nor even an amalgam of pieces. It is a felt totality or whole“. [It is],not a collection of things but an active usage that relates things

124 Vgl. Landow, George P.: „Hypertext 3.0. Critical Theory and New Media in an Era of Globalization“, Baltimore: Johns Hopkins Press, 3. Auflage, 2006. S.3

125 Lexia ist ein Begriff der durch Roland Barthes definiert wurde und Leseinheiten beschreibt. Vgl. Barthes, Roland: „S/Z“, Frankfurt am Main: Suhrkamp, dt. Übersetzung von Jürgen Hoch. 1. Aufl. 1987. S.18

126 Vgl. Landow, George P.: „Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology“, Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press, 2. Auflage, 1997. S.4f

127 Landow: 1997. S.36

128 Vgl. Landow: 1997. S.37

129 Vgl. Landow: 1997. S.181

130 Vgl. Landow: 2006. S.6

together, that links them....World makes a web-like totality...World is a total environment or surround space“¹³¹

Eine fiktionale Welt besteht aus einer Verbindung von Personen, Dingen und Aktionen. Sie besteht aus dem, was in einem Buch oder Comic geschrieben steht, was in einem Film gezeigt wird und geht über diese Abbildung noch hinaus.

Mit jedem fiktionalen Text entsteht auch eine fiktionale Welt in der dieser verankert ist. Nur durch einen unendlich langen Text, so der Literaturtheoretiker Lubomír Doležel, könnte auch eine abgeschlossene fiktionale Welt entstehen. Somit ist jede fiktionale Welt unabgeschlossen.¹³²

Die Beschaffenheit und Gesamtheit einer fiktionalen Welt soll an dieser Stelle mit Hilfe des Begriffes der Diegese erklärt werden.

Der Begriff Diegese geht auf Etienne Souriau zurück und umfasst „(...) alles, was sich laut der (...) präsentierten Fiktion ereignet und was sie impliziert, wenn man sie als wahr ansähe.“¹³³

Eine fiktionale Welt ist die Gesamtheit einer fiktionalen Wirklichkeit von „Wesen, Dingen, Tatsachen, Ereignissen, Phänomenen und Inhalten in einem raum-zeitlichen Rahmen“. ¹³⁴ Souriau bezieht sich in seiner Definition des Begriffes stets auf räumliche, als auch zeitliche Aspekte, die vor allem der filmischen Diegese eigen sind. Anne Souriau¹³⁵ hingegen bezieht alle Künste mit ein, in denen etwas repräsentiert wird. So können auch Theaterstücke, literarische Texte, Malerei und repräsentative Plastiken Teil eines größeren Universums sein und Ausschnitte davon repräsentieren. Demnach sind alle Kunstwerke Teil einer Diegese, in die diese eingebettet sind.¹³⁶

Eine fiktionale Welt ist als diegetischer¹³⁷ Raum zu verstehen. Der Raum, in dem die Geschichte spielt und in dem sich die Figuren bewegen. Obwohl die Diegese im Sinne von Souriau ähnlich der fabula oder story ist, sind diese lediglich ein Teil davon und bezeichnen die Geschichte, die durch eine Aneinanderreihung von Handlungen innerhalb

131 Ryan, Marie-Laure: „Narrative as Virtual Reality“. S. 91. zitiert nach Heim, Michael: „Virtual Realism“, New York: Oxford UP, 1998. S.90f

132 Vgl. Doležel, Lubomír: „Fictional worlds: density, gaps, and inference“, In: Style Nr. 29.2, Literature Resource Centre, 1995.

133 Souriau, Etienne: *Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie.*, in: „Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation“, Nr.6.2, 1997. S.156

134 Souriau: 1997. S.141

135 Anne Souriau, die Tochter Etienne Souriaus, war es die den Begriff „Diegese“ innerhalb einer Arbeitsgruppe zur Ästhetik am Filminstitut der Universität von Paris kreiert. Ihr Vater stellte diesen in einer Vorlesung zu „Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie“ offiziell vor. Vgl. Fuxjäger, Anton: „Diegese, Diegesis, diegetisch: Versuch einer Begriffsentwerrung“, In: Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, Nr. 16.2, 2007. S.17

136 Vgl. Fuxjäger: 2007. S.22

137 Alles was Teil der erzählten Welt ist wird als diegetisch bzw. alles außerhalb liegende, etwa schriftliche Inserts, Voice-overs eines auktorialen Erzählers und Credits, als nicht-diegetisch bezeichnet. Wobei Souriau Zweiteres noch nicht als solches benannt hatte. Vgl. Fuxjäger: 2007. S.24ff

eines Zeitrahmens erzählt wird. Die Gesamtheit einer fiktionalen Welt geht jedoch über dies hinaus, da sie sich nicht nur auf die Handlung bezieht.¹³⁸ Wie ist die Figur plötzlich von einem Ort zum anderen gekommen? Wohin führen die Straßen, die man im Bild sieht? Die diegetische Welt besteht aus mehr als nur dem Haus oder der Stadt die gezeigt wird und in der sich die Figuren gerade bewegen. Die Rezipienten erhalten durch den Autor beziehungsweise den Regisseur und dessen Erzählung und Darstellung Informationen über die Diegese. Die Gesamtheit der fiktionalen Welt ist jedoch viel größer und umfangreicher, als das was tatsächlich erzählt bzw. dargestellt werden kann.¹³⁹ Wie sehen Romanfiguren genau aus? Welche Hintergrundgeschichten hat ein Spielfilmprotagonist oder eine Comicfigur? Die fiktionale Welt wird vom Rezipienten mit individuellen Vorstellungen und Annahmen angereichert. Es wird eine Enzyklopädie der fiktionalen Welt erstellt, um Leerstellen aufzufüllen und um die fiktionale Welt möglichst zu vervollständigen.

4.3.1 Verisimilitude und die Enzyklopädie der fiktionalen Welt

Die Geschehnisse und Objekte fiktionaler Welten haben Ähnlichkeit zu denen in der realen Welt des Lesers. Dies gibt der fiktionalen Welt den Anschein von Verisimilitude, einen Wahrheitsanschein, was soviel wie „being 'true to life'“ bedeutet.¹⁴⁰ Die fiktionale Welt stimmt in ihren Gegebenheiten mit der realen Welt überein.¹⁴¹

Zeitliche und örtliche Relationen sind meist gleich, ebenso wie Gefühle, Erwartungen und das Denken von Charakteren. Dies ist für die Rezipienten und deren Verständnis für die Geschehnisse in der fiktionalen Welt wichtig.

Da die fiktionale Welt jedoch nie die tatsächliche Realität abbilden kann, können sich Gegenständlichkeiten und Erfahrungen des Rezipienten aus dessen realer Welt nie gänzlich mit dieser decken. Es bleiben immer Unbestimmtheiten bestehen. Rezipienten müssen sich daher zusätzlich zu ihrer eigenen Enzyklopädie an Wissen, die der fiktionalen Welt aneignen. Erst so können Unbestimmtheiten beseitigt werden und ist es dem Rezipienten möglich sich in der fiktionalen Welt zurechtzufinden.¹⁴² Während dem Rezeptionsprozess werden ständig Hypothesen über die fiktionale Welt und deren Geschehnisse gebildet, die entweder bestätigt oder widerlegt werden. Trifft eine Annahme nicht zu, so wird eine neue Hypothese gebildet, indem gegebenenfalls individuelles

138 Vgl. Fuxjäger: 2007. S.20f

139 Vgl. Souriau: 1997. S.144

140 Segal, Erwin M.: *A Cognitive-Phenomenological Theory*. in: „Deixis in Narrative“, Judith Duchan, Gail Bruder, Lynne Hewitt. (Hrsg.). New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1995. S.71

141 Segal: 1995. S.71

142 Vgl. Iser: 1975. S.234

Wissen und Erfahrungen der realen Welt des Rezipienten an die fiktionale Welt angepasst werden.¹⁴³

„The actual-world encyclopedia might be useful to a certain degree, but by no means universally; for most fictional worlds it does not provide comprehension, but misreading. Readers have to be ready to modify, supplement, or even discard the actual-world encyclopedia.“¹⁴⁴

Jede Welt hat individuelle Eigenschaften, Regeln und Gesetzmäßigkeiten die ihr eigen sind. An diese sind auch die Geschehnisse und Charaktere in ihr gebunden. Nicht alle Eigenschaften der Welt werden vom Autor vorgegeben, an dieser Stelle nimmt der Rezipient, aufgrund von Verisimilitude, die Regeln und Gesetzmäßigkeiten seiner eigenen realen Welt zur Hand und wendet diese an.¹⁴⁵ Die Annahmen müssen sich jedoch nicht immer bestätigen. In Science Fiction oder Fantasy Welten etwa, können Naturgesetze wie die Schwerkraft plötzlich außer Kraft treten und Menschen plötzlich fliegen, oder sie eignen sich Zauberkräfte an. Hier muss der Rezipient seine Enzyklopädie der fiktionalen Welt den jeweiligen Umständen anpassen, um den Geschehnissen folgen zu können.

Fantasy Welten wie diese, widersprechen der realen Welt meist zur Gänze in ihrer Logik, ihren Normen und Geschehnissen. Der Rezipient muss sich die Enzyklopädie der fiktionalen Welt durch Texte aneignen und quasi kognitiver Bewohner dieser werden.¹⁴⁶

4.4 Leerstellen und der Ausbau der fiktionalen Welt

Dort, wo fiktionale Gegebenheiten nur angedeutet werden und so für den Rezipienten nicht konkretisiert werden, entstehen Unbestimmtheiten im Text. Werden Informationen gänzlich vorenthalten, entstehen durch diese Auslassungen Leerstellen im Text. Unbestimmtheiten bzw. Leerstellen können aber auch durch Schnitte in der Erzählung entstehen.¹⁴⁷

Eigenschaften von fiktionalen Gegenständlichkeiten können nie alle gänzlich konkretisiert werden. Wird in einem literarischen Werk zum Beispiel die Augenfarbe einer Person nicht extra erwähnt, entsteht im Text Leerstelle. Aufgrund des Umstandes, dass es sich in der Erzählung jedoch um einen Mensch handelt, geht der Leser davon aus, dass dieser, falls nicht explizit anders beschrieben, zwei Augen hat. Somit muss derjenige auch eine

¹⁴³ Vgl. Thompson: 1988. S.30

¹⁴⁴ Dolezel: 1995

¹⁴⁵ Segal: 1995. S.72

¹⁴⁶ Vgl. Dolezel: 1995

¹⁴⁷ Vgl. Ingarden und Iser verwenden die Begriffe Unbestimmtheiten bzw. Leerstellen synonym.

Augenfarbe haben. In seiner Vorstellung weist der Leser dieser Person automatisch eine Augenfarbe zu.¹⁴⁸ Bei audiovisuellen Medien kann die Unbestimmtheit von Objekten durch bestimmte Kameraperspektiven und Bildausschnitte erzeugt werden. Ungewissheit kann nicht nur durch das Nicht-Gezeigte entstehen, sondern auch dadurch was gezeigt wird.¹⁴⁹ Alles was nicht explizit dargestellt wird, oder nur angedeutet wird wie beispielsweise Lebensabschnitte von Charakteren, Schicksale dieser und Gegebenheiten der Diegese, bildet durch ihre Auslassung Leerstellen im Text.¹⁵⁰ Etwa wenn im Film diegetische Zeit- oder Raumsprünge vorgenommen werden. Hierzu zwei Beispiele: Eine Figur wird als Kind gezeigt und in der nächsten Szene als erwachsener Mensch, oder sie bewegt sich von einem Ort A nach Ort B, ohne dass die tatsächliche Bewegung dorthin gezeigt wird.¹⁵¹ Leerstellen sind auch dort zu finden, wo sich ein Schnitt in der Erzählung befindet. Etwa, wenn mehrere Erzählstränge hintereinander montiert sind und so unterschiedliche Texteinheiten aufeinander treffen. Die Leerstelle ist die „nicht ausformulierte Beziehung“¹⁵² zwischen den Einheiten. Der Rezipient muss eigenständig Zusammenhänge und Verbindungen zwischen den Texteinheiten herstellen und diese in einen Kontext setzen.¹⁵³ Der Medienwissenschaftler John Fiske spricht hier von „syntagmatic gaps“¹⁵⁴, die durch den Bruch der Kontinuität eines Textes entstehen. Die einzelnen scheinbar unzusammenhängenden Textsegmente können dabei eine enigmatische Wirkung haben.

Laut Iser¹⁵⁵ und Fiske¹⁵⁶ zählen auch zeitliche Kontinuitätsbrüche, die in Folge serieller Distribution entstehen, als Leerstellen. Durch die zeitliche Unterbrechung, wie sie beispielsweise bei der Ausstrahlung von Serien oder Fortsetzungsromanen vorkommt, wird eine Fortführung einzelner Erzählstränge vorsätzlich hinausgezögert. Dieser Schnitt in der Erzählung wirkt als „Suspens-Effekt“.¹⁵⁷ Dieser wird dort eingesetzt, wo Spannung besteht und soll durch die verzögerte Auflösung das Interesse des Rezipienten an der Serie erhalten. Er fordert aber auch dazu auf die Erzählung selbst fortzuführen bis die Lösung präsentiert wird.

Unbestimmtheiten und Leerstellen werden vom Rezipienten durch Wissen, Normen und individuelle Erfahrungen automatisch während der Rezeption normalisiert und somit

148 Vgl. Ingarden, Roman: *Konkretisation und Rekonstruktion*. In: Warning Rainer (Hrsg.) „Rezeptionsästhetik: Theorie und Praxis.“ München: Wilhelm Fink Verlag 1975, S.44

149 Vgl. Arnheim, Rudolf: *Film als Kunst*. In: „Texte zur Theorie des Films“, Albersmeier, Franz-Josef (Hrsg.), Stuttgart: Reclam, 5. Auflage, 2003. S.180ff

150 Vgl. Ingarden: 1975. S.44f

151 Vgl. Arnheim: 2003. S.188

152 Iser, Wolfgang: *Die Appellstruktur der Texte – Unbestimmtheit als Wirkungsbedingung literarischer Prosa*. In: Warning Rainer (Hrsg.) „Rezeptionsästhetik: Theorie und Praxis“, München: Wilhelm Fink Verlag 1975. S.235

153 Vgl. Iser: 1975. S.235

154 Fiske, John: „Television Culture“, London: Routledge , 1991. S.103

155 Vgl. Iser: 1975. S.237

156 Vgl. Fiske: 1991. S.103

157 Iser: 1975. S.237

ausgefüllt. Dieser Prozess kann bewusst oder unbewusst ablaufen.¹⁵⁸ Rezipienten ziehen eine Enzyklopädie der realen Welt zu Hilfe, um mit ihrem Wissen und Erfahrungen die Lücken kognitiv zu schließen. Dies kann Wissen darüber sein, wie man Filme schaut, also wie man Brüche in der Raum- und Zeitkontinuität als „normal“ wahrnimmt und übergeht, indem erworbene "viewing skills"¹⁵⁹ angewandt werden, die sich aus vorhergehenden Filmerfahrungen oder Wissen über Normen und Logik des Alltagslebens in der realen Welt.

Establishing Shots beim Film beispielsweise lassen den Seher gleich zu Beginn wissen, wo die Handlung spielt, ohne den Ort explizit zu erwähnen. Wird etwa ein bestimmtes Gebäude wie die Freiheitsstatue gezeigt, kann der Seher auf sein Allgemeinwissen zurückgreifen und kann den logischen Schluss ziehen, dass der Film in New York spielt.

Wahl und Einsatz von Leerstellen, sowie deren Anzahl und Positionierung sind vom Genre, aber auch vom Stil bzw. ästhetischen Anspruch des Autors/Regisseurs abhängig. Sie können auch ganz bewusst eingesetzt werden, um eine bestimmte Wirkung zu erzielen.¹⁶⁰ So kann ein Film durch die Wahl von Kameraperspektive und Bildausschnitt festlegen, welche Charakteristika eines Gegenstandes oder einer Person gezeigt werden sollen und welche nicht. Je mehr Details einer Erzählung oder von Objekten unbestimmt bleiben, desto mehr wird der Rezipient gefordert sich kognitiv aktiver einzubringen.¹⁶¹

In George Lucas „Star Wars“-Trilogie ist eine Vielzahl von Leerstellen erkennbar, welche nur mit detailliertem Wissen über die fiktionale „Star Wars“-Welt auffüllbar sind. Die Figur des Kopfgeldjägers Boba Fett etwa, die in der Trilogie nur eine kleinere Nebenrolle einnimmt, wirft alleine durch ihr Aussehen zahlreiche Fragen auf wie: Was hat es mit seiner ungewöhnlichen Rüstung auf sich? Wieso trägt er geflochtene Zöpfe um seine Schulter? Erst wenn man sich näher mit dem „Star Wars“-Universum auseinandersetzt und weitere Texte studiert, wird man erfahren, dass es sich um eine mandalorianische Rüstung handelt und dass die Haarteile Skalps von Wookies sind.

Der Effekt der „gradual world progression“¹⁶², wie es der Medienwissenschaftler Aaron Smith nennt, stimuliert die Vorstellungskraft der Konsumenten und sichert ein langfristiges Interesse daran die fiktionale Welt zu erforschen. Als ideales Beispiel dafür sieht er die Fernsehserie „Lost“. Diese beginnt damit, dass ein Flugzeug auf einer scheinbar

158 Vgl. Iser: 1975. S.232ff

159 Thompson, Kristin: „Breaking the glass armor: neoformalist film analysis“, Princeton: Princeton Univ. Press, 1988. S.10

160 Ingarden: 1975. S.46

161 Arnheim: 2003. S.180ff

162 Smith, Aaron: „Transmedia Storytelling in Television 2.0. Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms“, Masterthesis, Middlebury College, Film and Media Culture Department, 2009, S.73. http://sites.middlebury.edu/mediacp/files/2009/06/Aaron_Smith_2009.pdf.

einsamen Insel abstürzt. Im Laufe der Serie, wird die Insel immer weiter erforscht und erhält eine scheinbar unendliche Tiefe, sowohl im geografischen, als auch im narrativen Sinne. Die Überlebenden des Flugzeugabsturzes machen sich auf, um die Insel und deren Geschichte zu erforschen und nehmen dabei die Zuseher mit. Die Serie wurde vor allem durch ihre komplexe Erzählweise bekannt, die durch ihren enigmatischen Effekt der Insel etwas mystisches verlieh. Die Zuseher wurden vor immer wieder neue Rätsel gestellt, die oft nur teilweise oder gar nicht aufgelöst wurden und den Spekulationen der Fans in den Online Foren überlassen wurden. „Lost“ bediente neben den „normalen“ wöchentlichen Sehern auch Fans die Smith unter dem Begriff des „forensic fandom“¹⁶³ zusammenfasst. Hierbei handelt es sich um jenen aktive Seher, die fiktionale Welten bis ins kleinste Detail sezieren und jedem möglichen Hinweis auf Antworten oder Verbindungen zu weiteren Texten nachgehen. Das Internet dient bei Serien wie „Lost“ als zentrale Kommunikationsplattform in der sich die Fans, austauschen können und Theorien sowie mögliche Lösungen präsentieren. „We are drawn to master what is to be known about a world which always expand beyond our gasp.“¹⁶⁴, so Jenkins und erklärt damit die Lust vieler Fans eben solchen Fragen, wie sie bei fiktionalen Welten wie „Lost“ oder „Star Wars“ aufgeworfen werden, tatsächlich nachzugehen und Antworten in weiteren Texten zu suchen oder sich in Online-Communities darüber auszutauschen und zu rätseln. Rezipienten sind Informationsjäger und Sammler, die einen besonderen Reiz darin finden sich im transmedialen Netzwerk zu bewegen, um ein möglichst vollständiges Bild der Welt zu erlangen. Dies machen sich Transmedia Storytelling Produzenten zunutze, indem sie strategisch Leerstellen einsetzen, um eine möglichst enigmatische Erzählweise zu erzeugen, welche den Konsumenten zum eben Jäger innerhalb der transmedialen Welt werden lässt.

4.4.1 Strategische Leerstellen und enigmatische Erzählweise

Transmedia Storytelling bietet dem Publikum ein Erlebnis, welches sich von den klassischen Erzählformen, wie sie bei gängigen Spielfilmen meist zu finden sind, unterscheidet.

„Hollywood favors unified narratives, which means most fundamentally that a cause should lead to an effect and that effect in turn should become a cause for another effect, in an unbroken chain across the film. That is not to say that each effect follows immediately from its cause. On the contrary, one of the main sources of clarity and

¹⁶³ Smith: 2009. S.78

¹⁶⁴ Jenkins: 2007

forward impetus in a plot is the „dangling cause,“ information or action which leads to no effect or resolution until later in the film.“¹⁶⁵

Klassische Erzählformen wie sie bei Hollywoodfilmen und Romanen zu finden sind, schließen alle Plots und Subplots am Ende zur Gänze ab. Lose Erzählstränge können dabei auch in einem Epilog zu Ende erzählt werden. Nur wenn Sequels in Planung sind, wird extra gegen Ende eine „dangling cause“¹⁶⁶ eingeführt, die offen bleibt und auf eine Fortsetzung hinweist. Der Rezipient, so Jenkins, will hier am Ende alle nötigen Informationen kennen um aus dem Gesehenen Sinn machen zu können und keine Fragen unbeantwortet lassen zu müssen. Komplexere, nonlineare Narrativen hingegen eröffnen laufend neue Unbestimmtheiten und Fragen, deren Auflösung nur teilweise oder erst langfristig stattfindet.¹⁶⁷

Durch das strategische Vorenthalten von wichtigen Informationen, entsteht eine enigmatische Erzählweise, die das Interesse der Rezipienten steigert und die Geschichte vorantreibt.¹⁶⁸ Barthes beschreibt mit den „hermeneutic codes“ Elemente von schreibbaren Texten, die mit denen der Leerstellen vergleichbar sind. Es handelt sich dabei um Elemente die Rätsel und Fragen aufkommen lassen, dann deren Auflösungen hinauszögern und diese schließlich auflösen.¹⁶⁹

Bei Transmedia Storytelling Texten können die Produzenten einzelne Leerstellen hervorheben und auf tatsächliche Links zu einem anderen Text hinweisen. Durch die Aktivierung dieser Texte besteht für den Rezipienten die Möglichkeit die Leerstellen auszufüllen und so Unbestimmtheiten zu Bestimmtheiten machen zu können.

4.4.2 Hinweise als Signal zum Medienwechsel

Leerstellen können alles sein, was den Rezipienten auf die Weite der fiktionalen Welt hinweist, die über den Rand des gerade rezipierten Textes hinausreicht. Charaktere, Gegenstände oder bestimmte Gegebenheiten können Leerstellen entstehen lassen, oder Fragen beim Publikum aufwerfen. Bei Transmedia Storytelling werden diese Leerstellen strategisch eingesetzt, sodass Rezipienten durch Verlinkungen dieser Stellen zu weiteren Medien innerhalb der selben fiktionalen Welt geführt werden, um so die Welt weiter

165 Thompson, Kristin: „Storytelling in the new Hollywood: understanding classical narrative technique“, Cambridge: Harvard Univ. Press., 1999. S.12

166 Thompson: 1999. S.12

167 Vgl. Jenkins: 2007

168 Vgl. Thompson: 1988. S.39

169 Vgl. Barthes: 1987. S.23

auszubauen.

Transmedia Storytelling ermöglicht durch die offene Erzählform eine nicht nur potentielle, sondern eine tatsächliche Erweiterung der fiktionalen Welt auf diegetischer, als auch narrativer Ebene. Spannung und Rätsel können so nicht nur innerhalb eines Textes oder einer Textserie hinausgezögert werden, sondern der Rezipient muss möglicherweise in ein anderes Medium wechseln, um eine Auflösung zu finden.

Es werden konkrete Hinweise benötigt, um Rezipienten von einem Text zu einem anderen zu bringen. Dabei dienen die Leerstellen als Ausgangspunkt der Verweise. Produzenten setzten dazu vergleichbar mit der Vorgehensweise bei hypertextuellen Netzwerken, Links in Texte, die den Rezipienten bei einer Aktivierung von Text A zu Text B bringen. Anders als bei Computer Hypertexten haben die Links bei Transmedia Storytelling eine medienplattform-übergreifende Funktion und müssen auch online mit offline Medien verbinden können. Ruppel nennt diese spezielle Form der Links, die einen Medienwechsel signalisieren, „Migratory Cues“. Der Autor leitet diesen Begriff von der Biologie her, welche damit Signale bezeichnet, die gewisse Tierarten wissen lässt, wann es Zeit wird in andere Klimazonen zu wandern, etwa Zugvögel, die durch Temperaturänderungen und kürzer werdende Tage genau wissen, wann es Zeit ist in den Süden zu fliegen. Zusätzlich ermöglichen „Migratory Cues“ den Rezipienten, sich in unterschiedlichen Umgebungen zu orientieren und zwischen ihnen problemlos hin und her zu wechseln.¹⁷⁰ Im Kontext von Transmedia Storytelling ist ein „Migratory Cue“ demnach ein Signal, welches den Rezipienten zu einem Medienwechseln auffordert, indem es eine Verbindung von einem Text zu einem anderen anzeigt. Als Signal können dabei sowohl Personen, als auch Gegenstände oder Geschehnisse innerhalb eines Textes dienen.

„In other words, migratory cues are active cognitive constructs, devices of storytelling through which various narrative paths are marked by producers and located by an audience through activation patterns, the recognition of both the cue itself as well as the content that it directs the audience to.“¹⁷¹

Die Rezipienten können sich entscheiden, ob sie den Hinweisen folgen und diese aktivieren, oder nicht. Bereits bei der Konzeption einer fiktionalen Welt muss dabei genug Tiefe und Spielraum eingeplant werden, um mehrere Expansionen zu ermöglichen die von Interesse für den Rezipienten sind und die Welt bereichern.¹⁷²

Die Verbindungen, wie sie durch diese Hinweise im Texte hergestellt werden, mögen zwar

¹⁷⁰ Vgl. Ruppel:2012. S.61f

¹⁷¹ Ruppel: 2012. S.62

¹⁷² Vgl. Jenkins: 2001

an Intertextualität erinnern, wie sie Kristeva beschreibt, jedoch stellen diese eine weiter gefasste Verbindung von Texten darstellen. „Migratory Cues“ sind spezifischere Verbindungen, in Form von einem bestimmten Wort oder ein Gegenstand, die die Erweiterungen aktiv miteinander verlinken.

Im Film „The Matrix Reloaded“¹⁷³, dem zweiten Teil der Filmtrilogie, wird beispielsweise zu Beginn von den Crewmitgliedern der Nebuchadnezzar über einen Brief gesprochen, der eine Warnung enthält, welchen sie ausgehend vom Schiff „Osiris“ erhalten haben. Deren Besatzung besteht wiederum aus den Charakteren Niobe und Ghost, welche von den Spielern im Videospiel „Enter the Matrix“¹⁷⁴ gesteuert werden können. Ein Auftrag des Spieles besteht darin, einen Brief vom Postamt abzuholen und an die Crew der Nebuchadnezzar zu überbringen. Im ersten Teil „Final Flight of the Osiris“¹⁷⁵, der neunteiligen animierten Kurzfilmreihe „Animatrix“, wiederum kann beobachtet werden, wie dieser Brief in eben jenen Postkasten aus dem Videospiel, eingeworfen wird.

Das Thema des Briefes zieht sich durch alle drei Erweiterungen und stellt so eine wichtige und vor allem spezifische Verbindung zwischen diesen her.

„Remove these edges [edges bezeichnen Links in der Netzwerktheorie, Anm. G.M.], and we have only a loosely rendered, loosely realized set of sites that share a common language or code (what I referred to earlier as the *universe* elements of a fiction).“¹⁷⁶

Leerstellen können als potentielle Links zu Erweiterungen dienen. Sie werden jedoch erst zu tatsächlichen Links, wenn der Aufruf zur Migration in ein anderes Medium, auch zu einem Text, am anderen Ende der Aktion führt, also der Link tatsächlich in einem Zieltext verankert ist, der eine Bedeutung für die Transmedia Welt als Ganzes hat.

Die Wirkung von Hinweisen ist davon abhängig, dass die Rezipienten diese auch lokalisieren und erkennen. Oftmals ist dem Publikum jedoch nicht bewusst, dass es mögliche Erweiterungen gibt, weshalb es die Leerstellen nicht als Hinweise wahrnimmt.

Die Serie „Lost“, der eine sehr komplexe Erzählstruktur eigen ist, integriert in ihren Erzählungen eine Vielzahl an Rätseln und Hinweisen zu Erweiterungen, die dabei helfen können die Leerstellen in der Narration zu schließen und zu einem besseren Verständnis der rätselhaften Geschehnisse führen können.

„The casual viewer often does not think to ask these questions or they can fill in the gaps with their own imagination. Yet hard-core fans of 'Lost' have an interest in these

173 „The Matrix Reloaded“, Regie: Lana Wachowski, Andy Wachowski, USA/ AUS 2003.

174 „Enter the Matrix“, Shiny Entertainment, USA 2003.

175 „Last Flight of the Osiris“, Regie: Andrew R. Jones, 2003.

176 Ruppel: 2012. S.136f

questions. Where did Jack get his tattoos? What do the various elements of the mural in the hatch mean?“¹⁷⁷

Je nachdem, ob die Seher diese Fragen stellen und nach verborgenen Hinweisen und deren Antworten in Erweiterungen suchen, oder nicht, entsteht ein sehr unterschiedliches Erlebnis bei der Rezeption und in der Wahrnehmung der Geschehnisse in der Serie.

„Viewing Skills“, wie man sie beim Aufkommen des Films erst erlernen musste, müssen auch bei Transmedia Storytelling angeeignet werden. Durch den Einsatz von multiplen Medienplattformen, werden sehr unterschiedliche Skills vorausgesetzt. Nur das Sehen, oder die rein kognitive Arbeit beim ausfüllen von Leerstellen sind zu wenig, um die fiktionale Welt auszubauen. Vielmehr geht es um die Fähigkeit nach verborgenen Hinweisen zu suchen, tatsächlichen Links zu folgen und die Bereitschaft Medien auch physisch zu wechseln. Aber auch die Anerkennung von Erweiterungen, als mehr als nur Nebentexte zu einem Haupttext, sowie deren Bedeutung und Mehrwert, die diese der Gesamtheit einer fiktionalen Welt durch ihre starke Intertextualität bringen.

Leerstellen sind sowohl elementar für das Bilden von fiktionalen Welten, als auch für das Bilden von Transmedia Storytelling Welten. Leerstellen steigen potentiell mit Anzahl der Ansichten einer Welt die ein Text bietet. Durch die theoretische Unendlichkeit der Erweiterungen bei Transmedia Storytelling sind demnach auch die Leerstellen unendlich. Durch die Aktivierung, also dem tatsächlichen Folgen von Links zu anderen Texten, können diese Leerstellen geschlossen werden. Gleichzeitig entstehen aber auch wieder neue Leerstellen-Spannungen für den Rezipienten.

4.5 Immersion

Für Medientheoretikerin Marie-Laure Ryan, die in diesem Zusammenhang von „transfictionality“ spricht, erklärt sich das Interesse an dieser Erzählform wie folgt:

„[It] is born out of the desire to fill the void we experience when we turn to the last page of a novel or when we see the movie screen go black and realize that it is time to take leave of a world that has given us hours of intense imaginative pleasure.“¹⁷⁸

Dieses Verlangen, noch weiter in eine fiktionale Welt vorzudringen und mehr darüber zu

¹⁷⁷ Ruppel: 2012. S.55

¹⁷⁸ Ryan, Marie-Laure: *Transfictionality across Media*, in: „Theorizing Narrativity“, John Pier (Hrsg). Berlin: de Gruyter, 2008. S.392

erfahren, motiviert Konsumenten eines Mediums, in welchem eine fiktionale Welt kennengelernt wurde, aktiv zu einem weiteren Medium zu wechseln, welches innerhalb dieser Welt weitererzählt. Mit jedem weiteren Medium und jeder weiteren Expansion kann diese bereits familiäre Welt tiefer erkundet werden, ohne dass sich die Medienkonsumenten neu anpassen müssen. Sie ersparen sich sozusagen die dazu nötige kognitive Arbeit.¹⁷⁹ Transmedia Storytelling Welten nutzen dies, indem sie, anders als klassische Erzählweisen, immer wieder neue Informationen zur Welt und Möglichkeiten zur Weiterführung dieser implizieren.

Diese Lust, Zeit in einer fiktionalen Welt zu verbringen, von der Ryan spricht, ist auf die immersive Wirkung mancher Welten zurückzuführen.

Immersion wird dabei oftmals als ein „Sich-Verlieren“¹⁸⁰, oder ein „(...) Hineingezogenwerden eines Zuschauers, Lesers oder Benutzers in die Welt des Textes.“¹⁸¹ beschrieben.

Ins Deutsche übersetzt bedeutet Immersion „Eintauchen“, weshalb eine der am weitesten verbreitete Analogien zur Immersion in eine Welt, die des Eintauchens in einen Ozean ist.

„Immersion is a metaphorical term derived from the physical experience of being submerged in water. We seek the same feeling from a psychologically immersive experience that we do from a plunge in the ocean or swimming pool: the sensation of being surrounded by a completely other reality,(...) We enjoy movement out of our familiar world, the feeling of alertness that comes from being in this new place, and the delight that comes from learning to move within it.“¹⁸²

Alle Medien versuchen eine möglichst immersive Wirkung bei ihren Lesern, Zusehern, oder Spielern zu erreichen. Wobei es bei immersiven Techniken nicht darum geht, die reale Welt möglichst detailliert zu kopieren, sondern darum, eine fiktionale Welt zu schaffen, die erlebbar für die Konsumenten ist.

Die Grundvoraussetzung für das Eintauchen ist dabei eine glaubhafte und kohärente narrative Welt, die sowohl auf zeitlicher als auch räumlicher Ebene konsistent ist und ihrer eigenen „storyworld logic“¹⁸³ folgt.

Immersion ist durch alle Medien erreichbar, sei es beim Filmschauen, Lesen, oder

179 Vgl. Ryan: 2008. S.392

180 Vgl. Ryan, Marie-Laure: „Narrative as Virtual Reality“, Baltimore: John Hopkins Press, 2001. S.90

181 Neitzel, Britta/Nohr, Rolf F.: *Das Spiel mit dem Medium. Partizipation, Immersion, Interaktion*, in: Neitzel, Britta/Nohr, Rolf F.(Hrsg.): „Das Spiel mit dem Medium. Partizipation, Immersion, Interaktion“. Marburg: Schüren Verlag, 2006. S.16

182 Murray, Janet H.: „Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace“, Cambridge: The MIT Press, 1997. S.98f

183 Segal: 1995. S.72

Videospielen. Jesper Juuls betont jedoch, dass bei Videospielen vor allem das Spiel mit seinen Regeln im Vordergrund steht. Die fiktionale Welt dahinter und deren logische Zusammenhänge sind dabei weniger wichtig als in narrativen Medien. Obwohl in den letzten Jahren die Spielwelten immer detaillierter und sehr realitätsnahe dargestellt werden und auch der Spielverlauf sehr frei gestaltet wird, bleibt sich der Spieler jedoch bewusst, dass die narrativen Komponenten im Spiel immer optional sind und auf den Spielverlauf keine Auswirkung haben.¹⁸⁴ Eine Immersion in die Spielwelt ist dadurch nicht zwingend nötig, um das Spiel an sich zu genießen.

In der Literatur versucht man vor allem auch durch möglichst mitreißende Geschichten und Figuren die Rezipienten zu erreichen. Medien wie Filme und Games hingegen, haben auch die Möglichkeit der „imaginary immersion“¹⁸⁵. Durch gewisse Perspektiven, die der Seher bzw. Spieler durch bestimmte Kameraeinstellungen einnimmt, oder durch Kamerafahrten, die dem Raum Tiefe verleihen, können quasi die Bewegungen und der Blickpunkt der Zuseher übernommen und geführt werden. In den letzten Jahren setzt man auch sehr stark auf die Produktion von 3-D Filmen, die den Kinobesuchern ein Gefühl des „Mittendrin“ geben.

4.5.1 Der Mythos der totalen Immersion

Wie bereits im Kapitel „Alternate Reality Games“ ersichtlich war, besitzt die allgemeine Entwicklung neuer Unterhaltungsformen die „Tendenz zur Verunsichtbarung des Technischen“ und „sich ideologisch zu naturalisieren“, wie Neitzel und Nohr schreiben.¹⁸⁶ Es soll die Fiktion nicht mehr als solche wahrgenommen werden.

Besonders seit den 1990er Jahren ist ein wachsendes Interesse an der Vorstellung einer totalen Immersion zu erkennen, also dem völligen Eintauchen in eine fiktionale Welt, und somit dem vollkommenen Verlierens des Bewusstseins der Realität.¹⁸⁷

Die Erschaffung von virtuellen Realitäten, wie sie etwa Janet Murray in ihrem Werk „Hamlet on the Holodeck“¹⁸⁸ beschreibt, zielt auf eine totale Immersion ab. Die reale Welt soll dabei durch eine Simulation ersetzt werden, indem sich die Spieler frei bewegen und interagieren können, ohne dass dabei ein Interface oder Ähnliches die Illusion stört. Als

184 Vgl. Juuls, Jesper: „Half-Real. Video Games between Real Rules and Fictional Worldcups.“ Cambridge: MIT Press, 2005. S. 137ff

185 Schweinitz, Jörg: *Total Immersion und die Utopien von der virtuellen Realität*, in: Neitzel, Britta/Nohr, Rolf F.(Hrsg.): *Das Spiel mit dem Medium. Partizipation, Immersion, Interaktion*. Marburg: Schüren Verlag, 2006. S.140

186 Vgl. Neitzel/Nohr: 2006. S.17

187 Vgl. Schweinitz: 2006. S.140

188 Murray, Janet H.: „Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace“, Cambridge: The MIT Press, 1997.

Ideal, zieht die Autorin dabei das im Titel erwähnte Holodeck des Raumschiffs Enterprise der gleichnamigen Science Fiction Serien, heran. Dabei handelt es sich um einen Raum, in dem Spielwelten ausgewählt werden können, in denen die Personen frei agieren und auch kommunizieren können, so als würde es sich tatsächlich um eine reale Welt handeln.

Das Thema der totalen Immersion wird seither in zahlreichen Filmen thematisch aufgegriffen. So auch in der „Matrix“-Trilogie. Die Menschen sind anhand von Maschinen an die sogenannte Matrix angeschlossen, welche ihnen ein Leben in einer Simulation vortäuscht. Dabei verlieren die Menschen jeglichen Bezug zur Realität und somit auch ihr Wissen darüber, dass sie sich in einer Simulation befinden.

Die totale Immersion als Unterhaltungsform für das Publikum, ist jedoch ein „mythischer, unerreichbarer Endpunkt der Mediengeschichte, der in Visionen vom totalen Realitätsverlust zutage tritt“¹⁸⁹, so Britta Neitzel.

Auch Jörg Schweinitzer betont die Wichtigkeit des Bewusstseins „es mit einem Kunstprodukt zu tun zu haben“¹⁹⁰, dessen Imaginärität sich der Zuseher bewusst bleiben muss. „(...) ohne die oszillierende Doppelposition zwischen hochgradig suggestivem Innensein (Immersion) und der Distanz des Blicks von Außen funktionierte der Genuss des Spiels nicht.“¹⁹¹

Ästhetisch immersive Welten sollen keine alternative künstliche Wirklichkeit entstehen lassen, sondern einen Imaginationsraum der Unwirklichkeit. Erst durch die Distanz zum Dargestellten wird die Rezeption zu mehr als dem Erleben von Realität und zu einem „Erleben als Spiel“.¹⁹² Ebenso verhält es sich bei immersiven Computerspielen. Ohne das Bewusstsein des Spielers, dass er sich in einer imaginären Welt bewegt, würde die Spielerfahrung an sich verloren gehen.

Ebenso sieht auch Neitzel die Immersion als ein „ambivalentes Phänomen, das gleichzeitiges Hier und Dortsein bedeutet.“¹⁹³, wonach vor allem das Gefühl des bewussten „Anderswosein“ der Rezipienten die Faszination an der Immersion in fiktionale Welten ausmacht.

189 Neitzel, Britta: „Facetten Räumlicher Immersion“, in: Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, 2008. Nr. 17.2. S.147

190 Schweinitz: 2006. S.147f

191 Schweinitz: 2006. S.148

192 Schweinitz: 2006. S.148

193 Neitzel: 2008. S.147

4.6 Die Angleichung der fiktionalen an die reale Welt

Bei der Immersion in eine transmediale Welt geschieht ein mentaler Wechsel der Rezipienten von ihrer realen in die fiktionale Welt.

„When we enter a fictional world, (...) we do not suspend belief so much as we actively create belief. Because of our desire to experience immersion, we focus our attention on the enveloping world and we use our intelligence to reinforce rather than to question the reality of the experienced.“¹⁹⁴

Ryan vergleicht diesen Vorgang mit dem „make believe“, ein Zustand, den man etwa von spielenden Kindern kennt. Beim Spiel werden jegliche Anzeichen eines Spielrahmens ausgeblendet. Es wird in diesem Moment zur Wirklichkeit. Die Rezipienten sind sich dabei jedoch stets bewusst, dass es sich um eine fiktionale Welt handelt, entscheiden sich aber, dafür dieses Faktum während des Rezipierens zu ignorieren.

„Let's pretend“ ist dabei ein Satz, der den kognitiven Wechsel in eine alternative Welt anzeigt, so Ryan. Die fiktionale Welt muss dabei nicht eine exakte Wiedergabe der realen Welt sein, sie muss nur real genug sein, damit der Rezipient diese vorübergehend als wahr annehmen kann und sich mental in diese hineinversetzen kann.

Fiktionale Erzählungen besitzen immer eine eigene, von der realen Welt unabhängige, Zeit- und Ortsangabe. So werden viele Geschichten mit dem Satz „Es war einmal in einem unbekannten Land...“ eingeleitet. Die können aber auch reale Orts- und Zeitangaben machen. Die Geschehnisse bleiben jedoch immer fiktiv und sind daher nicht in der realen Welt des Rezipienten festmachbar.¹⁹⁵ Das sprichwörtliche „sich in eine Geschichte hineinversetzen“, ist demnach nur durch einen kognitiven Wechsel in die fiktionale Welt möglich.

„Once we become immersed in a fiction, the characters become real for us, and the world they live in momentarily takes the place of the actual world.“¹⁹⁶

Der Rezipient versetzt sich selbst in eine fiktionale Welt und lässt sie so zu einer imaginären Realität werden. Er schafft eine Pseudorealität.

Die sogenannte „Deictic Shift Theory“ befasst sich mit diesem Akt der Vorstellungskraft:

„Deictic Shift Theory states that in fictional narrative, readers and authors shift their deictic center from the real-world situation to an image of themselves at a location within the story world.“¹⁹⁷

¹⁹⁴ Murray: 1997. S. 110

¹⁹⁵ Vgl. Segal: A Cognitive-Phenomenological Theory. in: „Deixis in Narrative“. S.73

¹⁹⁶ Ryan, Mary Laury: „Possible Worlds, Artificial Intelligence, and Narrative Theory“. S.21

¹⁹⁷ Segal: 1995. S.15

Deixis bedeutet „zeigen“ und nimmt Bezug zu den Personen, Orten und Zeiten der fiktionalen Welt und dient zur Orientierung des Rezipienten in dieser. Im deiktischen Zentrum stehen dabei „Ich“, „Hier“ und „Jetzt“ des Rezipienten. Bei einer Verlagerung des Zentrums, von der realen in die fiktionale Welt nimmt, dieser einen Platz innerhalb der fiktionalen Welt ein. Er setzt sich selbst in das Zentrum dieser und erlebt und interpretiert sie von eben dieser Perspektive aus.¹⁹⁸

Bereits Aristoteles beschreibt das Drama als mimetische Kunst, die eine Imitation der realen Welt zeigt. Mimesis bedeutet Imitation, Nachahmung oder „experience of that which is not literally present.“¹⁹⁹ Dabei liegt die Betonung auf experience, dem Erleben der Geschehnisse, anstatt lediglich darüber lesen zu können. Gleich dem Begriff der Verisimilitude, des „being true to life“, werden durch „Mimesis“ fiktionale Welten erlebbar für den Rezipienten. Diese werden zu pseudorealen Welten, die durch ihren realistischen Anschein das wahre Leben simulieren.

Transmedia Storytelling-Produktionen sind in vielen Aspekten mehr dem Drama zuzuordnen, wie Aristoteles es beschreibt, und weniger als Geschichte zu sehen.

Transmedia Storytelling-Produktionen versuchen die Grenze zwischen realer und fiktionaler Welt bewusst verschwimmen zu lassen. Eine Besonderheit dabei ist, dass sich dabei eine Verlagerung des deiktischen Zentrums der fiktionalen Welt in die reale Welt vollzieht.

4.6.1 Von „true to life“ zu „true in life“

Transmedia Storytelling-Projekte versuchen gezielt die reale Welt und den Alltag des Konsumenten in die Narrative miteinzubeziehen. Wie bereits im Kapitel „Alternate Reality Games“ aufgezeigt, gelingt dies durch Medien, Gegenstände und Orte des alltäglichen realen Lebens der Rezipienten. Doch gibt es noch weitere Techniken, die nicht nur bei intrakompositionalen Formen wie ARGs, sondern auch bei interkompositionalen Transmedia Storys zu einer bewussten Überschneidung der Welten führen sollen. Auch die Konsumenten von transmedialen Welten sollen, wie bei allen Medienformen, in diese eintauchen und sie möglichst intensiv erleben können.

„(...) practitioners also engineer an overlap between the deictic center of the fictional world and our own. The crucial difference is that rather than 'relocating' in our minds to an

198 Vgl. Segal: 1995. S.14f

199 Segal: 1995. S.14f

imaginative place, the actual world becomes the imaginative place. The recentring does not just involve a conceptual movement to the deictic centre, but involves an aligning of the deictic centre with the actual world, the reader/audience/player's actual world.“²⁰⁰

Bei Transmedia Storytelling ist es nicht der Rezipient selbst, der sich in die fiktionale Welt begibt, sondern vielmehr ist es die fiktionale Welt, die sich in die reale Welt hineinversetzt. Die fiktionalen Geschehnisse und Objekte greifen in die Realität über, bedienen sich dieser als Schauplatz und passen sich der Welt der Konsumenten an. Es handelt sich um eine neue Form der Verisimilitude, die nicht als „true to life“, sondern als „true in life“ zu verstehen ist.²⁰¹

Es ist dabei keine Notwendigkeit, dass sich die Geschichten nur auf die reale Welt und wahre Begebenheiten beziehen. Sie eignen sich nur Teile dieser an um sie miteinzubeziehen. Zu beobachten ist dieser Vorgang auch bei Pervasive Games und deren magic circle, der sich in der den Spielern überallhin folgt und so die reale Welt zum Austragungsort des Spieles macht. Um die reale und die fiktionale Welt zu überlappen, bedarf es jedoch nicht zwingend Events an realen Orten. Auch Kleider, Essen, Bücher, Zeitungen, Handys und Alltagsgegenstände können Teil der Fiktion werden.²⁰² Bereits bei der Konzeption von Transmedia Storytelling-Projekten wird dabei eingeplant wie und mit welcher Wirkung bestimmte Erweiterungen eingesetzt werden können, um die fiktionale Welt der Realen möglichst anzupassen.

Im folgenden Analyseteil der Arbeit soll die Fernsehserie „Heroes“, welche als Transmedia Storytelling Projekt konzipiert wurde, näher beleuchtet werden. Es soll gezeigt werden, wie die Serie aufgebaut und wie die Erweiterungen eingesetzt sowie in welchen Medien diese umgesetzt werden. Zudem soll herausgearbeitet werden, wie sich die fiktionale Welt der Realen angleicht und so die Grenze zwischen ihnen verschwimmt.

200 Dena: 2009. S. 273

201 Vgl. Dena: 2009. S. 270

202 Vgl. Dena: 2009. S. 271

5. Transmedia Storytelling am Beispiel der Serie „Heroes“

Die Science-Fiction Dramaserie „Heroes“²⁰³ wurde erstmals am 25. September 2006, auf dem US-amerikanischen Fernsehsender NBC, ausgestrahlt und endete nach vier Staffeln am 8. Februar 2010. Die Idee und das Konzept zur Serie stammen von Tim Kring, der als Autor und Executive Producer für die Entwicklung zuständig war.

Nach einem sehr guten Start und konstant hohen Zuschauerzahlen der ersten Staffel, wurde die Serie durch den Streik der Autoren der „Writers Guild of America“ in ihrem weiteren Verlauf gestört.²⁰⁴ Die Geschichte der zweiten Staffel musste durch eine verkürzte Episodenanzahl, aufgrund des Streiks, umgearbeitet werden. Danach konnte sie sich nicht mehr von den daraus folgenden Schwächen in der Erzählung erholen und verlor kontinuierlich an Zusehern.²⁰⁵

5.1 Plot

Einige scheinbar normale Menschen entdecken, dass sie besondere Fähigkeiten haben. Jeder für sich versucht diese zu kontrollieren zu lernen und sie im Geheimen vor seinen ahnungslosen Mitmenschen zu halten. Doch die Kräfte beeinflussen das Alltagsleben zunehmend und bringen sie in oft prekäre Situationen. Eine geheime Organisation, sowie ein geheimnisvoller Mann namens Sylar versuchen die Personen mit Superkräften aufzuspüren, um ihnen diese zu stehlen beziehungsweise für ihre eigenen Machenschaften zu nutzen. Zudem bringen einige der „Superhelden“ in Erfahrung, dass New York kurz vor der Zerstörung steht und so versuchen sie die Katastrophe gemeinsam zu verhindern. Ein Zeitreisender aus der Zukunft überbringt ihnen die Nachricht „save the cheerleader, save the world“²⁰⁶, womit die Rettung der Welt beginnen kann. Die weiteren Staffeln unterliegen jeweils ähnlichen Plots und die Gefahr durch Institutionen sowie durch Sylar bleibt bestehen. Jedoch wird den Helden jeweils eine andere Hauptaufgabe gestellt, welche sie zu lösen haben.

203 „Heroes“, NBC, USA 2006-2010.

204 Vgl. Elliott, Josh: „How the Writers Guild of America Strike of 2007-2008 shapes tv today“ *The Pop Cultist*, 2013. <http://thepopcultist.com/2013/04/27/how-the-writers-guild-of-america-strike-of-2007-2008-shaped-tv-today/>

Der Autorenstreik für bessere Kompensation für ihre Arbeit online und aus der Wiederverwertung dauerte von November 2007 bis Februar 2008 an. Zahlreiche Serien, so auch „Heroes“, konnten vorübergehend nicht fortgesetzt werden oder wurden ganz abgesetzt.

205 Vgl. o.N.; „Heroes (TV series)“, *wikipedia*, http://en.wikipedia.org/wiki/Heroes_%28TV_series%29#Ratings

206 „Heroes – Hiros“, Staffel 1, Episode 5, 00:01:27

5.2 Erzählstruktur

Die Narrative des Ensembledramas konzentriert sich zu Beginn auf neun Hauptcharaktere, sowie auf eine Vielzahl an Nebendarstellern. Jeder Hauptcharakter hat dabei einen eigenen Erzählstrang in dem dessen Geschichte erzählt wird. Dabei kreuzen sich die Wege der Helden immer wieder bewusst und unbewusst. So sind sie alle miteinander verbunden und die einzelnen Erzählstränge sind ineinander verwoben. Die Erzählung ist höchst seriell gestaltet und durch Cliffhanger in Form des Textes „To be continued...“ am Ende jeder Episode bestimmt. Dadurch und durch das Element der Zeitreisen, wodurch immer wieder Zeitsprünge entstehen, ergibt sich eine höchst komplexe Erzählstruktur.

Um die hohe Anzahl der Erzählstränge zu koordinieren, wurden Produzenten bzw. Autorentams gebildet, welche jeweils die Geschichte einer einzelnen Figur schrieben. Anschließend wurden diese von einem für die jeweilige Episode zuständigen Hauptautor zusammengefasst.²⁰⁷

Die einzelnen Erzählstränge der Serie ziehen sich über jeweils eine Staffel hinweg. Eine Auflösung dieser wird spätestens am Staffelfende gegeben. Jede Staffel läuft unter einem bestimmten Titel, wie „Volume 1 'Genesis'“ für die erste Staffel. „(...) think about the show like a graphic novel, telling new stories each book, while retaining information from past stories.“,²⁰⁸ so Co-Executive Producer und Comicbuch Autor Jeph Loeb auf die Frage, ob sich Rätsel und Erzählstränge der Serie wie bei der ähnlich aufgebauten Serie „Lost“, über die gesamte Serienlaufzeit hinziehen werden.

Durch diese serielle Erzählstruktur und die Reichhaltigkeit der Charaktere eignet sich die Serie bestens dazu als transmediales Netzwerk aufgebaut zu werden und die fiktionale Welt mit Hilfe von multiplen Medien zu vertiefen und zu erweitern.

5.3 Warum Transmedia Storytelling

Im Jahr 2006 kündigte NBC eine neue Form des Fernsehens an: „TV 360“. Diese sollte den Zusehern ein Rundumprogramm bieten, welches vor allem die Möglichkeiten des Internets verstärkt nutzen sollte. „to extend the television experience and build com-

207 Vgl. Mittel, Jason: „Rethinking Heroes and mea culpas“, *Just TV-Blog*, 2007.

<https://justtv.wordpress.com/2007/11/16/rethinking-heroes-and-mea-culpas/>

208 o.N.: „Sitting at the adult table. Heroes Execs discuss shows future, lost, more“ *OgMog-Blog*, 2007.

<http://web.archive.org/web/20070210052358/http://www.ogmog.com/2007/02/07/heroes-execs-discuss-shows-future-lost-more/>

munities and a level of engagement like nothing else out there.“²⁰⁹, so Jeff Zucker, damaliger Geschäftsführer von NBC Universal. Die dadurch zusätzlich nutzbaren Medienplattformen sollten den stetig sinkenden Quoten der letzten Jahre entgegenwirken und neues Publikum ansprechen. Zudem konnte Platz für Werbepartner und neue kreative Werbestrategien geschaffen werden.²¹⁰ So wurde für die Automarke Nissan, die als Sponsor der Produktion auftrat, auf kreative Art und Weise ein Automodell in die Narrative eingebaut.



Abb.5 Hiro will unbedingt das Modell „Nissan Versa“ anmieten, als er ein Auto braucht. In welchem er auch in den Comic-Heften abgebildet ist, das seine Zukunft abbildet. Dabei zeigt er immer wieder auf das Auto im Heft.²¹¹

Das Auto begleitet Hiro über mehrere Episoden der Serie sowie in einigen Kapiteln der Graphic Novel, wo es auch ist es dort auf jedem Cover abgelichtet ist. Hiro baut den Namen des Autos immer wieder in Gespräche ein, auch dies geschieht auf sehr unaufdringliche und natürliche Weise, indem es in die Logik des Gespräches passt. Das Produkt wurde in mehreren Medien platziert, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Wie bereits im Theorieteil der Arbeit geschildert, lässt sich auch bei „Heroes“ eindeutig eine ökonomische Motivation hinter der Transmedia-Strategie erkennen. Dabei wird jedoch darauf geachtet, dass diese die Ästhetik und Vision der Autoren für die fiktionale Welt nicht beeinträchtigt. Um eine narrative und ästhetische Einheitlichkeit unter den Online-Erweiterungen zu gewährleisten, wurde ein eigenes Transmedia-Department eingerichtet. Geleitet wurde dieses von Co-Executive Producer Jesse Alexander und Mark Warshaw, welche die Produktion aller Online-Erweiterungen koordinierten.²¹²

„Heroes“ war durch die Thematik und die Erzählstruktur die ideale Wahl für NBC, um ein Transmedia Storytelling-Konzept erstmals umzusetzen und zusätzlich zu einer Serie, die

209 Vgl. Rose: 2001. S.181

210 Vgl. Rose: 2011. S.180f

211 „Heroes - One Giant Leap“, Staffel 1, Episode 3, 00:36:

212 Vgl. Dahlen, Chris: „MIT Heroes, Narnia Panel Talks Transmedia Storytelling“, *Gamasutra - Blog*, 2007. Zusammenfassung des „Futures of Entertainment 2“ Panels.

http://www.gamasutra.com/view/news/107245/MIT_Heroes_Narnia_Panel_Talks_Transmedia_Storytelling.php

als Haupttext ein großes Publikum anziehen konnte, noch Erweiterungen zu dieser zu produzieren.

Als zentrale Informationsstelle der Serie diente die NBC Homepage zu „Heroes“.²¹³ Dort waren zusätzliche Infos, rund um die wöchentlich auf dem Sender ausgestrahlte Serie, in Form von Videos, Bildern und Berichten zu den einzelnen Episoden, Darstellern und deren Charakteren zugänglich. Hier erschienen unter anderem auch Erweiterungen in Form von Graphic Novels, Webisodes und interaktiven Geschichten, sowie andere Online-Erweiterungen, die unter dem Titel „Heroes 360“ bzw. ab Staffel Zwei unter „Heroes Evolutions“ zusammengefasst wurden. Die Seite konnte nach ihrem Launch am 22. Jänner 2007 innerhalb von nur acht Wochen 48 Millionen Seitenaufrufe und über 27 Millionen Videostreams verzeichnen.²¹⁴ Zusätzlich gab es eine, laut Produzenten, „inoffizielle offizielle“ Seite namens „9wonders.com“, die teilweise von Kring selbst kuratiert wurde und als Forum, zum Austausch der Fancommunity, dienen sollte.²¹⁵

Folgend soll ein Überblick über alle im offiziellen Kanon von „Heroes“ erschienenen Erweiterungen gegeben werden. Zudem soll die Frage geklärt werden, warum die Graphic Novel als zentrale Erweiterung gewählt wurde.

5.4 Das transmediale Netzwerk

Das transmediale Netzwerk baut sich aus folgenden Medien auf:

- Fernsehserie: diese dient als Hauptmedium und kann als eigenständiger Text bestehen. Sie besteht aus vier aufeinander aufbauenden Staffeln, die 5 Volumes mit insgesamt 77 Kapiteln beinhalten.
- „Heroes“-Graphic Novel: diese ist wöchentlich, auf der NBC Seite, begleitend zur Serie und in den Staffelpausen erschienen. Die insgesamt 173 Novels, jeweils sieben bis neun Seiten umfassend, ergänzen vor allem Vorgeschichten und füllen Leerstellen in der Erzählung der Serie. Zudem spielen sie eine wichtige Rolle im ARG, da dort die spielleitende Figur der Hana Gitelman vorgestellt wird. Die einzelnen Kapitel sind teilweise episodisch und teilweise aufeinander aufbauend strukturiert. In einigen Kapiteln wird zu Beginn eine kurze Zusammenfassung der Geschehnisse in der Serie gezeigt, die für die

213 nbc.com/heroes, zur Zeit dieser Arbeit sind die betreffenden Medieninhalte mehr online.

214 Vgl. o.N.: „NBC.com Delivers with 'Heroes360'“, *The Futon Critic*, 2007.

<http://www.thefutoncritic.com/news.aspx?id=20070322nbc05>

215 zur Zeit dieser Arbeit ist die Seite nicht mehr online.

Erzählung der Graphic Novel wichtig ist. Längere Erzählungen werden am Ende in einem zusammenfassenden Text zum Abschluss gebracht. Dadurch wird eine Eigenständigkeit der Graphic Novels möglich.

- Alternate Reality Game: der Erzählstrang des ARGs erstreckt sich von der Serie über die Graphic Novel und verschiedene Webseiten innerhalb der „Heroes“-Welt. In der rätselhaften Geschichte müssen die Zuseher Hinweisen nachgehen, um diese zu lösen. Das ARG umfasst folgende reale Websites und Blogs von fiktionalen Institutionen und Charakteren: primatechpaper.com, Aktivatingevolution.org, yamagatofellowship.org, votepetrelli.com, corinthianlasvegas.com, lasvegasniki.com, pinehearsearch.com, und die MySpace-Seiten von Claire Bennet, Peter Petrelli und Hana Gitelman, sowie Blogs von Gitelman und Hiro Nakamura.²¹⁶

- Webisodes: insgesamt 30 Webisodes, die auf sechs Mini-Serien aufgeteilt sind, wurden auf der NBC Homepage, zwischen 14. Juli 2008 und 30. November 2009, veröffentlicht. Diese spielen in der fiktionalen Welt von „Heroes“, erzählen Kurzgeschichten von meist neuen Charakteren und deren Fähigkeiten, deren Geschichten mit bereits bekannten Institutionen und Figuren verbunden werden.

- iStories: das sind interaktive Geschichten, die im Stil von Comics gezeichnet sind und teilweise auch Stills und Videoausschnitte von Webisodes zeigen. Sie wurden während der dritten Staffel erstmals online gestellt und umfassen acht Volumes, die wöchentlich erschienen. Die Spieler schlüpfen in die Rollen unterschiedlicher Charakter der Geschichten. Durch Klicks auf unterschiedliche Hyperlinks, kann der Fortlauf der Geschichte bestimmt werden.

- „Heroes: Survival“: ein Online-Game, das Spielern ermöglicht eigene „Heroes“-Charaktere zu entwickeln und mit diesen zu kommunizieren. Der Spieler erhält regelmäßig Nachrichten von seinem „Helden“ in denen ihm dieser bestimmte Situationen und Geschehnisse schildert, bei denen der Spieler helfen soll. Es gibt jeweils mehrere Möglichkeiten darauf zu reagieren und je nach Antwort und Engagement des Spielers erhält seine Figur Charakterpunkte. Oftmals sind die Nachrichten mit Handlungen aus den iStories verbunden. Zudem werden immer wieder von Spielern generierte Figuren in die iStories eingebaut.

²¹⁶ Da im Theorieteil der Arbeit bereits detailliert dargestellt wurde was ein ARG ist und anhand des Beispiels „The Beast“ deren typischen Abläufe und Vorgehensweise aufgezeigt wurden, wird an dieser Stelle auf eine genaue Darstellung der Abläufe und eine schrittweise Anleitungen deshalb verzichtet. Vielmehr sollen einzelne Aspekte aus dem ARG durch deren Eigenschaft als verbindende, bzw. Leerstellen -füllende Elemente und deren Wirkung auf die Wahrnehmung der fiktionalen und der realen Welt des Spielers analysiert werden.

- The Mobile Game: in diesem für Handys downloadbaren Spiel, können Spieler in die Rolle der Serienfiguren Niki, Hiro oder Peter schlüpfen und als Spielort die Gegenwart oder die Zukunft wählen. In neun Levels müssen dabei unterschiedliche, an die Handlung der Serien angelehnte, Aufgaben gelöst werden.

- „Saving Charlie“: der im Jahr 2007 erschienene Roman, der Autorin Aury Wallington, erzählt die Geschichte von Hiro Nakamura, der sechs Monate in die Vergangenheit reist, um die Kellnerin Charlie vor deren Ermordung zu retten. Es handelt sich um eine Weiterführung einer Handlung, die ihren Ursprung in der Serie hat und ergänzt die sechs Monate, die in der Serie nicht näher erzählt werden. Das Buch ist unabhängig von der Serie verständlich und somit eine eigenständige Erweiterung.

- Für 2015 wurde die 13-teilige Miniserie „Heroes Reborn“ angekündigt, die auf dem Fernsehsender NBC ausgestrahlt werden soll und sowohl alte als auch neue Charaktere wiederbelebt.²¹⁷

„Heroes 360“/„Heroes Evolutions“: diese umfassen grundsätzlich alle Medieninhalte, die auf der NBC Seite zu finden waren: Erweiterungen wie die Webisodes, die iStories und das Mobile Game. Allerdings werden die Bezeichnungen oftmals synonym für den ARG-Erzählstrang alleine verwendet.

Bei der Konzeption von „Heroes“ war ursprünglich ein Videospiel geplant, wofür laut Jesse Alexander bereits Geschichten für die Serie produziert wurden, die eine solche Erweiterung ermöglichen würden. In Kapitel 20 „Five Years Gone“ reist Hiro fünf Jahre in die Zukunft.²¹⁸ Es wird die ursprüngliche Zeitachse erzählt, bevor diese durch Hiro in der Vergangenheit verändert wurde. Es wird eine mögliche, alternative „Heroes“-Welt dargestellt, wie sie sein würde, wenn die Welt nicht von den Helden gerettet wird. In dieser Welt hätte das Videospiel verankert werden können, um den Spielern eine dunklere Zukunftsform der „Heroes“-Welt erleben zu lassen. Das Spiel wäre dadurch in derselben Welt angesiedelt, jedoch wären völlig neue Geschichten möglich, welche die aktuelle „Heroes“-Welt nicht direkt beeinflussen. Eine Umsetzung des Spiels erschien vermutlich, aufgrund der sinkenden Zuschauerzahlen während der zweiten Staffel nicht mehr profitabel genug zu sein.

Es wurde auch die sechsteilige Mini-Serie „Heroes: Origins“ angekündigt, die in der Staffelpause als Überbrückung ausgestrahlt werden sollte. In jeder Episode sollte ein

²¹⁷ Vgl. o.N.: „Heroes Reborn“, *NBC Webseite*. <http://www.nbc.com/heroes>

²¹⁸ „Heroes – Five Years Gone“, Staffel 1, Episode 20

neuer Charakter vorgestellt werden. Das Publikum sollte danach durch Votings bestimmen, welche Charaktere in die Fernsehserie integriert werden sollten. Auch hier wird vermutet, dass die schwächelnden Quoten, sowie der Autorenstreik als Grund der nicht Umsetzung zu sehen sind.²¹⁹

Die Fernsehserie wurde als Haupttext konzipiert und kann unabhängig von anderen Erweiterungen konsumiert werden, was ebenso die Graphic Novel und den Roman gilt. Sonstige Erweiterungen sind Sekundärtexte, welche als Einstieg in die fiktionale Welt von „Heroes“ dienen können. In diesem Fall müssen die Konsumenten jedoch danach zur Serie wechseln, um deren Inhalt sinnhaft vervollständigen zu können. Zudem ermöglichen diese Erweiterungen den Ausbau der transmedialen Welt, beispielsweise durch zusätzliche Geschichten weiterer Charaktere. Außerdem erlauben diese durch Hintergrundgeschichten und Fortsetzungen einzelner Handlungen einen tieferen Einblick in die fiktionale Welt.

Durch die Dichte an Ideen und Möglichkeiten, die die Welt von „Heroes“ bietet, beschloss Kring bereits bei der Entwicklung seiner Idee, zusätzlich zu einer Serie als Hauptmedium, weitere Medienplattformen einzusetzen. Die umfangreichste und am dichtesten mit der Fernsehserie verwobene Erweiterung ist die wöchentlich online erschienene Graphic Novel. Die Autoren und Co-Produzenten Aron Eli Coleit und Joe Pokaski erklärten in einem Interview, warum genau dieses Medium als Erweiterung gewählt wurde:

“We had so many stories to tell and there was only so much room in the TV show - so we decided that we could tell these alternative stories in the comics. The stories could be deeper, broader and reveal more secrets about our characters. It was also a way to tell stories that would be otherwise unproduceable on our show.”²²⁰

In den Graphic Novels können sowohl aufwendige und tiefgehende Geschichten einzelner Charaktere erzählt werden, als auch deren fantastische Fähigkeiten gezeigt werden. Zudem sind der Aufwand und die Produktionskosten viel geringer als bei audiovisuellen Erweiterungen wie Film und Videospielen.

Durch das Thema, sowie die Ästhetik der Fernsehserie wurde eine natürliche Verbindung zu Comics im Allgemeinen geschaffen. Die Wahl dieses Mediums dient demnach als logische und sinnvolle Form der Erweiterung innerhalb der fiktionalen Welt von „Heroes“.

219 Dahl, Oskar: „NBC shuts down 'Heroes:Origins', *buddyTV, Blog*. 2007

<http://www.buddytv.com/articles/heroes/nbc-shuts-down-heroes-origins-13287.aspx>

220 Jenkins, Henry: „We had so many stories to tell“, *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2007. http://henryjenkins.org/2007/12/we_had_so_many_stories_to_tell.html

5. 5 Einheitlichkeit der transmedialen Erweiterungen

Die Welt von „Heroes“ ist in all ihren Erweiterungen als eine Welt dargestellt, in der Menschen Superkräfte besitzen. Die durchgängige Thematik in allen Medien ist dabei der Umgang der Helden mit ihren speziellen Fähigkeiten und ihrem inneren Kampf mit diesen. Auch die Probleme und Gefahren, die diese neu entdeckten Fähigkeiten mit sich bringen, werden medienübergreifend thematisiert. Dabei erinnert die Welt an jene von Comichelden wie den X-Men.

Die Welt von „Heroes“ ist durch ihre Superheldenthematik nicht nur der Welt von Graphic Novels sehr nahe, vielmehr ähneln die Gestaltung und der Grundton der Welt jener von Graphic Novels im Allgemeinen. So sind es die Comic-Elemente, welche die medienübergreifende Ästhetik der Welt festlegen und eine intertextuelle Verbindung zwischen den einzelnen Erweiterungen schaffen.

Ein verbindendes Element stellen dabei die Grafiken des bekannten Comiczeichners Tim Sale dar. Sale gestaltete alle Bilder, die in der Serie von der Figur des Künstlers Isaac Mendez gemalt werden. Diese nehmen eine sehr wichtige Rolle in der Narration ein, da sie die Zukunft der Helden abbilden. Zusätzlich veröffentlichte Mendez diese in seinen Comics „9th Wonders!“. Die Bilder sind dadurch immer wieder in der Serie zu sehen und tragen so stark zur comicähnlichen Ästhetik bei. Die Graphic Novel ist in einem ähnlichen Zeichenstil gehalten. Bei den beiden käuflichen Sammelbänden der Graphic Novel sind zudem Bilder von Sale, die in der Serie gezeigt wurden, als Cover vor den einzelnen Kapiteln zu sehen.

Durch die Bildgestaltung der Serie lassen sich weitere visuelle Referenzen zu Comics erkennen. Die Figuren Hiro und Ando unterhalten sich untereinander auf Japanisch. Die eingeblendeten Untertitel zur Übersetzung sind dabei teilweise so im Bild eingefügt, dass sie den Anschein von Sprechblasen erwecken.

Zudem bilden in der Serie Objekte wie Türrahmen, Zwischenwände oder Bildschirme immer wieder Abgrenzungen zwischen Personen, oder Rahmen um diese. Somit ergibt sich eine Ähnlichkeit der Serienbilder mit denen von Comic Panels. (siehe Abb. 6 und 7)

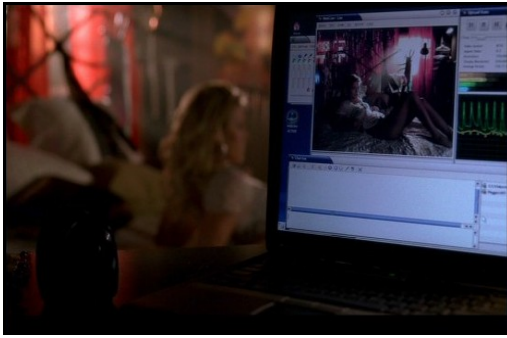


Abb. 6



Abb. 7

Durch den distinktiven Zeichenstil von Sale ist es den Rezipienten möglich, die Bilder der „Heroes“-Welt einfacher zu erkennen. Zudem sind die Paratexte in Form von Textinserts, wie der Episodenname, Orts- und Zeitangaben sowie die Credits, der Handschrift von Sale nach empfunden.²²¹ Diese sind über alle Medien hinweg einheitlich gestaltet. Als eine Art Logo und somit verbindendes Element unter allen „Heroes“ Erweiterungen, wirkt die schwarze Kugel, welche von einem Lichtkranz umgeben ist und eine Sonneneklipse darstellt. Diese war in der ersten Episode der Serie als Bild im Atelier von Mendez zu sehen. Zudem ist sie in Form einer Einblendung im Vorspann der Serie, der Webseries, auf allen Covern der Graphic Novel und des Buches zu finden. Die handschriftlichen Elemente und die Eklipse werden als Elemente der Wiedererkennung eingesetzt und schaffen eine Einheitlichkeit unter den Erweiterungen.

Auch die Farbgestaltung der Bilder stellt eine Verbindung zwischen den Medien her. Die vorherrschenden Farben sind vor allem Blau- und Gelbtöne. Diese erzeugen eine sehr eigene Stimmung und einen einheitlichen Look der fiktionalen Welt.



Abb. 8



Abb. 9

²²¹ Vgl. o.N.: „Loeb talks Heroes“, *IGN Homepage*, <http://www.ign.com/articles/2006/10/26/loeb-talks-heroes>



Abb. 10

Wie sich an Abb. 7 (Still aus der Serie), Abb. 8 (Still aus einer Webisode), Abb. 9 (Cover einer Graphic Novel) und Abb.10 (Bild aus einer iStory) erkennen lässt, haben alle Erweiterungen durch die vorherrschenden Gelb- und Blautöne einen einheitlichen Stil.

Wie bereits im Theorieteil dieser Arbeit erläutert, sind für die Wahrnehmung der Konsumenten einheitliche und verbindende Elemente maßgebend, damit diese auch als Teil der fiktionalen Welt erkannt werden. Durch diese gemeinsamen visuellen Komponenten sind die Erweiterungen, auf den ersten Blick, dem transmedialen Netzwerk von „Heroes“ zuzuordnen.

Neben den gemeinsamen visuellen Elementen wird auch durch die enigmatische Erzählweise und die Mythologie eine starke Intertextualität hergestellt.

Bei „Heroes“ werden durch die Narration immer wieder neue Fragen während der Rezeption aufgeworfen. Diese finden nur nach und nach eine Auflösung oder bleiben sogar völlig offen. So ist lange nicht klar, woher die Kräfte kommen und warum sie bei manchen erst sehr spät im Leben auftreten und bei anderen schon seit ihrer Geburt. Welche Figuren stecken hinter „The Company“ und warum sind sie hinter den Menschen mit speziellen Fähigkeiten her? Besonders das Mysterium um „The Company“, deren Alibifirma „Primatech“ und deren Jagd auf weiterentwickelte Menschen, spielt eine bedeutende Rolle in allen Medien und stellt ein durchgängiges Thema in diesen dar. So nimmt dieses beispielsweise auch im Alternate Reality Game eine zentrale Stellung ein.

Zudem finden sich einige immer wiederkehrende geheimnisvolle Symbole und Zeichen, die über alle Erweiterungen hinweg in Erscheinung treten. Einige der Figuren scheinen eine Markierung in Form von zwei kurzen, parallel verlaufenden Strichen am Nacken zu haben. Andere, wie beispielsweise die Figur der Jessica Sanders, haben ein Tattoo mit einem rätselhaften Symbol, das immer wieder zu sehen ist. Bei diesem handelt es sich um die sogenannte Helix. Das Symbol, ein S mit Querstrichen, das Ähnlichkeit zu einem DNA-Strang aufweist, ist seit der ersten Staffel der zweiten Episode „Don't look back“

immer wieder zu sehen. Neben dem Tattoo ist es auch als Anhänger einer Halskette, auf geheimen Dokumenten zur Erforschung der Fähigkeiten, auf Bildern von Mendez, sogar an Bushaltestellen, sowie auf den Covern von „9thWonders!“ und unzähligen anderen Plätzen zu finden. Erst in Episode 12 „Godsend“, als die Figur Ando das Symbol auf dem Schwert eines historischen japanischen Helden sieht, übersetzt diese es mit „god send“ und „great ability“. Was das Helixsymbol genau bedeutet und wieso es genau an diesen Plätzen auftaucht wird nie geklärt und somit den Theorien der Rezipienten überlassen. Das Symbol der Helix ist besonders auffällig, da es nicht nur im Hauptmedium zu finden ist, sondern auch in den anderen Texten. Die Mythologie der fiktionalen Welt von „Heroes“ erstreckt sich demnach über alle Erweiterungen und stellt so eine intertextuelle Verbindung zwischen diesen her.

5.6 Erwartungen der Rezipienten

Durch die enigmatische Erzählweise und die Leerstellen entsteht eine gewisse Erwartung bei den Konsumenten bezüglich der weiterführenden Narration.

So schreibt der User „thebruce“ in einem „Heroes“-Forum:

„I know there has been no word of anything ARG-related with the TV series Heroes which just aired it's 2nd episode tonight, but in watching tonight's episode, it looks like there's at least one mystery that might be worth discussing. As in, something that is obviously intentional, but wasn't addressed in the slightest in the dialog or with the characters...“²²²

Der User rätselt mit anderen Forumsteilnehmern über die Mythologie der Serie. Dabei wird vor allem über die Bedeutung des immer wiederkehrenden Symbols und die tiefergehende Mythologie der Serie spekuliert. Ein weiterer User namens „SuperJerms“ berichtet:

„It [das Symbol, Anm. G.M.] also appears in the 9th Wonders , starting in the second episode, as the comic insignia. Also, in the scene where they find the flash drive, there's a map with a bunch of pins and strings attached to it. On that map, there is a post-it note that has the logo and two question marks. There seems to be a crazy amount of depth to this show, and it could become something very arg-like.“²²³

222 thebruce: „'Heroes' myteries?“ *unifiction*, Forum – Kommentar, am 2.10.2006.

<http://forums.unifiction.com/forums/viewtopic.php?t=16968>

223 Super Jerms: „'Heroes' myteries?“ *unifiction*, Forum – Kommentar, am 4.10. 2006.

<http://forums.unifiction.com/forums/viewtopic.php?t=16968>

Viele Seher waren beim Start von „Heroes“ bereits durch vorhergegangene ARGs und Serien wie „Lost“ auf die Möglichkeit von Hinweisen und „Rabbit Holes“ eingestellt. Die Wahrnehmung der Konsumenten hat sich bereits weiterentwickelt.

„I'm going to watch the west-coast timeshifting again, and see if I can keep a knowing eye out this time for anything odd other than what I describe below. For all I know, I may have missed another one of those typical 'fake company' commercials. This whole extended reality thing with serial tv shows seems to be the next big thing...“²²⁴

Zuseher wie „thebruce“ und „Super Jerm“ machen sich Notizen, halten aktiv Ausschau nach Hinweisen und wissen bereits worauf sie achten müssen, um ein „Rabbit Hole“ zu erkennen, sofern es eines geben sollte. Die Konsumenten erwarten bereits mehr von den Medien, als nur eine Welt zu liefern, die nicht über die wöchentliche Fernsehausstrahlung hinausgeht. „Heroes“ kann diese Erwartungen der Zuseher, durch eine komplexe und enigmatische Erzählweise, die sich über ein Netzwerk von Texten erstreckt, erfüllen. Die fiktionale Welt ermöglicht den Konsumenten aktiv an deren Erzählungen teilzunehmen und Teil der von Jenkins titulierten „participatory culture“ zu werden.

5.7 Strategische Leerstellen bei „Heroes“

Leerstellen in Texten weisen auf die Weite der fiktionalen Welten hin. Sie regen an, über das Dargestellte hinauszudenken. Durch die komplexe, nonlineare Erzählweise von „Heroes“ und die Vielzahl an Erzählsträngen entstehen immer wieder Leerstellen und Schnittstellen in der Erzählung welche Fragen beim Rezipienten aufwerfen. Diese Leerstellen sollen durch weitere Texte erschlossen und offene Fragen beantwortet werden. Wie im Theorieteil dieser Arbeit beschrieben, stellen strategisch gesetzte Leerstellen bei Transmedia Storytelling den Ausgangspunkt für einen Medienwechsel dar. Rezipienten wird dieser durch „Migratory Cues“ angezeigt. Diese wiederum dienen als Signal zum Medienwechsel und verlinken Medien, die einer gemeinsamen fiktionalen Welt angehören, miteinander.

Da die fiktionale Welt von „Heroes“ aus 73 Episoden der Fernsehserie, 173 Ausgaben der online Graphic Novel sowie 10.000 Seiten, wie Websites, Blogeinträgen, und den weiteren bereits angeführten Medieninhalten auf der NBC Seite besteht, ist es innerhalb dieser Arbeit nicht möglich, alle strategischen Leerstellen und die daraus entstehenden

²²⁴ thebruce: „'Heroes' myteries?“, *unifiction*, Forum – Kommentar, am 2.10. 2006.
<http://forums.unifiction.com/forums/viewtopic.php?t=16968>

Verbindungen unter den Erweiterungen herauszuarbeiten. Folgend soll an zwei Beispielen aufgezeigt werden, wie die Leerstellen bei „Heroes“ strategisch eingesetzt werden, um auf Erweiterungen in anderen Medien aufmerksam zu machen und so die fiktionale Welt auszubauen.

Die analysierten Beispiele stellen zum einen, die Verbindung zwischen der Serie und einer Ausgabe der Graphic Novel und zum anderen die Verbindung des Alternate Reality Games mit der Graphic Novel und der Serie dar.

5.7.1 Serie – Graphic Novel

Die Figur des Mohinder Suresh tritt erstmals, in Volume 1, Kapitel 1 „Genesis“, in der Fernsehserie bzw. am selben Tag, in der ersten Ausgabe der Graphic Novel „Monsters“ in Erscheinung. In der Serie beginnt seine Geschichte in Indian, wo er erfährt, dass sein Vater angeblich bei einem Unfall als Taxifahrer umgekommen ist. Er macht sich auf nach New York, wo der Vater zuletzt gelebt und gearbeitet hatte, um herauszufinden wie dieser wirklich gestorben ist. Bei Mohinder und seinem Vater handelt es sich um Wissenschaftler, die sich mit den menschlichen Genen und deren Weiterentwicklung durch die Evolution befassen. In der nächsten Szene, in der Mohinder zu sehen ist, befindet er sich bereits in einem Appartement in New York, welches er anmieten will. Als ihn der Vermieter nach seinem Beruf fragt, sagt Mohinder: „Driving a Taxi.“ Obwohl er gerade erst in New York angekommen zu sein scheint, hat er bereits einen Job als Taxifahrer. Aus der weiteren Erzählung wird nicht ersichtlich, wann und wie er zu diesem Job gekommen ist. Es entsteht beim Sehen ein Moment der Unbestimmtheit beim Rezipienten. Es ist eine bewusste Auslassung im Text zu erkennen.

Die Graphic Novel ist in dieser Leerstelle verankert. Diese erzählt ebenfalls von der Figur Mohinder Suresh. Hier beginnt die Erzählung mit Mohinder als kleinem Jungen, wie er mit seinem Vater über Monster spricht und man so mehr über ihre Beziehung zueinander und ihre Ansichten erfährt. Darauf folgt ein Sprung in das heutige New York, wo Mohinder den Leichnam seines Vaters besucht und dessen Wertgegenstände übernimmt. Darunter befindet sich auch ein Taxiausweis, worauf hin sich Mohinder zu dem angeführten Taxiunternehmen aufmacht, um das Autofrack zu inspizieren. Von der Chefin des Unternehmens wird ihm spontan eine Arbeit als Fahrer angeboten, die er auch annimmt. Somit wurde geklärt, wie Mohinder zu dem Job gekommen ist und die Graphic Novel füllt diese Leerstelle der Serie auf. Zusätzlich liefert sie noch Hintergrundinformationen zu den Figuren von Mohinder und dessen Vater.

Im letzten Bild der Graphic Novel ist zudem ein Mann mit Hornbrille zu sehen, welcher Mohinder beobachtet. Der Mann, der hier das erste Mal zu sehen ist, ist Mr. Bennet, einer der Hauptcharaktere bei „Heroes“. Er ist ebenfalls in der ersten Episode der Fernsehserie zu sehen, wie er Mohinder hinterherschneüffelt.

Es war den Autoren der Graphic Novels wichtig, dass die Erweiterungen neue Einblicke in die fiktionale Welt und deren Charaktere bringen:

„Our first rule going in was that you didn't have to read the comic to enjoy the show, but it created an enhanced experience if you did. On the other side, we wanted people who did watch the show and read the comic to feel rewarded - that they were taking part of something larger and give them real emotional and important stories not just fluff or filler.“²²⁵

Dass dies gelang, beweisen Rezensionen wie die des Lesers „Owen“, der sich wie folgt auf den ersten Sammelband der Graphic Novel bezieht:

„This book is not what you would have thought it would be about. It's not like the show heroes made into a book. It's just about the opposite. It is what happens not in the show. It is part of the storyline that you don't see in the show but they talk about.“²²⁶

Die Erzählungen der Serie und die der Graphic Novel sind eng miteinander verbunden. Die Graphic Novel dient dabei vor allem dazu Leerstellen, durch zusätzliche Informationen hinsichtlich der Charaktere und deren Vorgeschichte, zu füllen oder neue Charaktere einzuführen, die später auch in der Serie vorkommen. In Volume 1, Kapitel 3 „Trial by Fire“ wird eine kurze Geschichte zur Figur des Nathan Petrelli gezeigt. Nathan hat die Fähigkeit zu fliegen, will diese jedoch nicht einsetzen, da er befürchtet gesehen zu werden und so seine politische Karriere in Gefahr geraten könnte. In der Serie wird Nathan als ein sehr karriereorientierter und rücksichtsloser Mensch porträtiert. In dieser Ausgabe der Graphic Novel wird er jedoch gezeigt, wie er selbstlos seine Fähigkeiten einsetzt, um eine Frau aus einem brennenden Gebäude zu retten, obwohl er dabei entdeckt werden könnte. Die Novel gewährt hier im Gegensatz zur Serie einen Blick auf eine andere Seite von Nathan.

Die Serie und die Graphic Novel sind in diesem Fall nicht durch einen direkten „Migratory Cue“ verbunden, weshalb kein Aufruf zu einem Medienwechsel stattfindet. Lediglich auf der NBC Website befanden sich Ankündigungen zur Graphic Novel.

²²⁵ Jenkins: 2007, Coleite und Pokaski im Interview mit Henry Jenkins.

²²⁶ Owen: o.T., Rezension auf goodreads.com, am 27.03.2009.

<https://www.goodreads.com/book/show/3200438-heroes-vol-1>

5.7.2 ARG – Graphic Novel – Serie

Folgend wird gezeigt, wie die Geschehnisse und Inhalte des Alternate Reality Game, der Graphic Novel und der Serie in Verbindung miteinander stehen und sich gegenseitig ergänzen und aufeinander verweisen.

Das ARG startete durch einen Hinweis in der Serie. In Episode 12 „Godsend“ stattet Mr. Bennet Mohinder Suresh einen Besuch ab, um ihn zu einer Zusammenarbeit zu überreden, weiterentwickelte Menschen ausfindig zu machen, um diese in weiterer Folge besser kontrollieren zu können und um die Menschheit vor diesen zu beschützen. Als Mohinder ablehnt, überreicht ihm Mr. Bennet eine Visitenkarte mit der Bitte ihn zu kontaktieren, falls er es sich anders überlegen sollte. Darauf zu lesen ist „www.primatechpaper.com“ und die Telefonnummer 1-800-PRIMA16.²²⁷

Die Visitenkarte (siehe Abb. 11) diente als „Rabbit Hole“ zum ARG und führte neugierige Zuseher auf die Website von Primatech, der Alibifirma der Geheimorganisation „The Company“. Auch Anrufer wurden durch einen automatischen Anrufbeantworter, für weitere Informationen, auf die Website verwiesen.²²⁸



Abb. 11 Die Karte diente als „Migratory Cue“ und war knappe drei Sekunden in einem Closeup zu sehen. Was für die Zuseher gerade lange genug war, um den Namen der Website und die Telefonnummer zu entziffern.²²⁹

Auf der Seite von Primatech fanden sich Informationen zur Firma und deren Geschichte. Weiters wurde der Spieler dazu aufgerufen, sich um einen Job zu bewerben. Durch die nötige Registrierung dafür, erhielten die „Puppetmaster“ hinter dem ARG Name, E-Mail-Adresse und Telefonnummer der Spieler und konnten diese fortan persönlich

²²⁷ Die Telefonnummer war nur während der Erstausstrahlung der Episode darauf zu sehen. Auf der DVD Version findet sich auf Grund des Live-Charakters des ARGs nur noch die Adresse zur Primatech-Website.

²²⁸ Vgl. o.N. „Heroes Evolutions“, *heroeswiki*, http://de.heroeswiki.com/Primatechpaper.com#Heroes_Evolutions

²²⁹ „Heroes – Godsend“, Staffel 1, Episode 12, 00:35:32

kontaktieren. Eine kryptische Nachricht, welche die Spieler per SMS bekamen las sich folgendermaßen:

„Hav u applied @ www.primatechpaper.com? Pswrd is MT36. Do this so we can strt wrking 2gether to bring 'em all down.“²³⁰

Nach der Ausstrahlung der nächsten Episode der Serie „The Fix“, bekamen die Spieler erneut ein E-Mail von Primatech. Darin war Folgendes zu lesen:

„ Want to try to get into his files too? Go to primatechpaper.com, find the helix hidden in the logo on the 'about us' page. Enter the username bennet and passwort claire. The password to get into my files is Hgghx11a. Get 2 know me.“²³¹

Die im E-Mail erwähnten Akten bezogen sich direkt auf eine Szene der Serie, in welcher die Figuren Claire und Zach, bei welchen es sich um die Adoptivtochter von Mr. Bennet und deren Schulfreund handelt, dessen Computer nach geheimen Dokumenten durchsuchten. Denn auch sie waren seinen Machenschaften auf die Schliche gekommen.

Durch das Einloggen in Bennets Profil, wurde das Intranet von Primatech zugänglich und die Spieler bekamen Einsicht in einige Akten, unter anderem in die von Hana Gitelman, deren Alias „Wireless“ ist. Zudem bekamen die Spieler auch Zugang zu den Akten von Ted Sprague und Matt Parkman, die bereits aus der Serie bekannt waren.

Aus den Hinweisen weiterer Nachrichten ging hervor, dass Hana sich in das Intranet von Primatech gehackt hat und so Nachrichten, unter dem Firmenabsender, an die Spieler schickte. Ziel des ARGs war es, Hana dabei zu helfen mehr über die Machenschaften von „The Company“ und dessen Hintermann Bennet herauszufinden. Warum Hana Primatech umstürzen will, und persönliche Rache an Mr. Bennet üben will, ging aus dem ARG nicht hervor. Hier setzte die Graphic Novel an.

Leser der Graphic Novel erfuhren mehr über Hana und deren Geschichte aus den Kapiteln 13 bis 16, der vierteiligen Erzählung mit dem Titel „Wireless“. Der erste Teil erschien zeitgleich mit der Episode „The Fix“. Somit war den Lesern der Graphic Novel Hana bereits bekannt, bevor diese die Nachrichten mit den Hinweisen auf ihre Akten schickte.

Der einleitende Text zur Reihe, macht den Leser bereits auf die Besonderheit der Figur Hana aufmerksam und lässt diesen wissen, dass Hanas Geschichte auch Bedeutung für

230 o.N.: „Heroes Evolutions“, *heroeswiki*, http://de.heroeswiki.com/Primatechpaper.com#Heroes_Evolutions

231 o.N.: „Heroes Evolutions“, *heroeswiki*, http://de.heroeswiki.com/Primatechpaper.com#Heroes_Evolutions

die Geschehnisse in der Serie haben wird:

„In this exclusive sneak peek, meet the newest Hero in this four part story BEFORE her television debut: Hana! Which of the cast will be her friends...and which will be her foes? How will her abilities affect the balance of power? The answers begin here...“²³²

In der Graphic Novel erfährt man mehr über die Geschichte, der Figur Hana, und deren Beweggründe zur Jagd auf Bennet und Primattech.

Hanas Kindheit und Jugend waren von Einsamkeit und Misstrauen geprägt, nachdem ihre Familie bei einem Terroranschlag getötet wurde. Sie wurde als Agentin beim Mossad, dem israelischen Geheimdienst, tätig, wo sie aufgrund ihrer Intelligenz und ihres Kampfgeistes sehr erfolgreich war. Eines Tages wurde sie von einem Mann mit Hornbrille kontaktiert – Mr. Bennet. Dieser gab vor, sie für die CIA zu rekrutieren. In einem Labor wurde eine Reihe von Tests an ihr durchgeführt und sie musste ein hartes Training absolvieren. Eines Tages bemerkte Hana, dass sie die Fähigkeit besitzt, drahtlos übermittelte Daten wie E-Mails, SMS und Satellitensignale aufzufangen. Fortan war sie als Spionin für Mr. Bennet im Einsatz, dem einzigen Menschen, dem sie wirklich vertraute. Da fand sie jedoch heraus, dass Mr. Bennet sie belogen hatte und er gar nicht von der CIA ist, sondern versucht weiterentwickelte Menschen wie sie zu töten. Darauf tauchte sie unter dem Decknamen „Samantha“ unter. Im Laufe des ARGs sendete Hana eine Nachricht mit einem Link zur Seite www.samantha48616e61.com. Nur Leser der Graphic Novel wussten, dass es sich dabei um ihren Decknamen handelt.

Hana machte sich auf die Suche nach Informationen über die Geheimorganisation und begann ihre Rache an Bennet zu planen. Als sie einen Datenstrom des Users „TeddyBear616“ auffing, brauste sie auf ihrem Motorrad davon. Wer hinter diesem Usernamen steckte und wohin sich Hana aufmachte, blieb offen. Aus dem einleitenden Text im ersten Teil ließ sich für den Leser schließen, dass die Antworten auf die offenen Fragen in der Serie gesucht werden müssen. Der Leser wurde durch diesen „Migratory Cue“ aufgefordert einen Medienwechsel vorzunehmen, um die Leerstellen zu schließen und weitere Informationen zu Hana zu bekommen.

Um die Eigenständigkeit der Graphic Novel zu bewahren, damit ein Lesen dieser auch unabhängig von der Serie möglich ist, wird der Erzählstrang der Hana zudem in der Graphic Novel fortgesetzt und gibt in Kapitel 17 „How do you stop an exploding man?“ die Auflösung der Leerstellen bekannt. Allerdings entsteht bei den Lesern, die einen Medienwechsel vornehmen der Vorteil, dass sie die Auflösung in der Serie schon früher

²³² Coleite, Aron Eli: „Wireless, Part 1“, Heroes - Graphic Novel, Volume 1, Kapitel 13, S.1, Comicraft, 2006.

erhalten. Es ergibt sich dadurch eine Motivation für den Leser, neben der Graphic Novel auch die Serie zu konsumieren.

In Episode 16 „Unexpected“ der Serie, erhält die Figur des Ted Sprague, welche ein weiterentwickelter Mensch ist, eine Nachricht der Userin „Wireless“ auf seinem Computer, der eigentlich offline ist. Hana hat ihn aufgespürt und bittet ihn um seine Hilfe im Kampf gegen Bennet und Primatech. Bei einem Treffen präsentiert sie ihm ihre bisherigen Funde und deckt auf, dass die Firma hinter Primatech weiterentwickelten Menschen radioaktive Isotope spritzt, um sie so immer wieder orten zu können. Daher würden auch die kleinen parallel verlaufenden Markierungen am Nacken einiger stammen, die sowohl Hana, als auch Ted haben. Sie treffen sich mit Matt Parkmann, der die Fähigkeit hat Gedanken zu lesen, um ihn ebenfalls auf ihre Seite zu ziehen.

Es wird somit, in der Serie, die Verbindung zwischen Hana, Ted und Matt dargestellt und erklärt, warum genau deren Akten neben Hanas am Server von Primatech zu finden sind. Die Figur der Hana tritt nach dieser Episode nicht mehr in der Serie in Erscheinung, was durch ihren Tod in Kapitel 34 „The Death of Hana Gitelman 2“ begründet wird. Sie erleidet jedoch nur den physischen Tod. Hana lebt fortan als eine Art Datenstrom im Internet weiter und kommuniziert so weiterhin mit den Spielern des ARG. Auch wenn Hana in der Serie nicht mehr auftaucht, weiß man durch die Graphic Novel und die Nachrichten im ARG, dass sie im Hintergrund operiert. Ihre Abwesenheit in der Serie wird demnach in den anderen Erweiterungen erklärt.

Da das ARG auch noch während der zweiten Staffel weiterlief, wurden die Erzählungen und Aufgabenstellungen des Games, dem Plot sowie den neu eingeführten Charakteren der zweiten Staffel angepasst.

Wie am hier analysierten Beispiel zu sehen ist, sind das ARG, mit seiner Vielzahl von Nachrichten, Blogbeiträgen und Websites, sowie die Serie und die Graphic Novel teilweise sehr eng miteinander verbunden und beziehen sich direkt aufeinander. Die verwendeten Medien bilden ein dichtes transmediales Netzwerk, durch dessen Verlinkungen Leerstellen geschlossen werden.

Das verbindende Thema, unter den eingesetzten Medien, ist ganz klar die Firma Primatech. Die Aufdeckung der geheimen Machenschaften der Firma und des Mr. Bennet als ihr Hintermann, stehen in allen drei Erweiterungen im Mittelpunkt. Charaktere wie Hana, Ted, Matt sowie Mr. Bennet lassen die einzelnen Erweiterungen ebenfalls als Teil einer gemeinsamen, übergeordneten fiktionalen Welt in Erscheinung treten.

Die Figur der Hana Gitelman führt dabei zusätzlich durch das ARG und ermöglicht so die

Kommunikation der Spieler mit der Welt von „Heroes“. Durch die Einführung in den Graphic Novels, wo ihre schwere Kindheit und ihr bemerkenswerter Kampfgeist gezeigt werden, erhält der Leser sehr persönliche Informationen zur Figur und deren Beweggründe. Zudem kommuniziert Hana direkt mit den Spielern, wodurch eine persönliche Beziehung aufgebaut wird und eine Motivation für den Konsumenten entsteht, ihr in andere Medien zu folgen.

Trotz ihrer Verbindungen zueinander sind sowohl die Serie, als auch die Graphic Novel unabhängig voneinander konsumierbar. Das ARG funktioniert ebenso als eigenständiger Text. Jedoch sind die im Spiel eingesetzten Websites, Blogbeiträge und Nachrichten stark voneinander abhängig und deshalb den intrakompositionalen Formen zuzuordnen. In Verbindung mit den beiden autonomen Werken (Serie und Graphic Novel) bilden diese gemeinsam eine interkompositionale Form.

Für die Staffeln Drei und Vier wurde „Heroes Evolutions“ mit den Webisodes, sowie den iStories und dem online Spiel „Heroes Survival“, zusätzlich zur Graphic Novel, stark ausgebaut. Hier dient der Einsatz von Leerstellen ebenso zur Verbindung der Medien. Jedoch sind die Geschichten und Vorkommnisse der einzelnen Medien noch enger miteinander verbunden. Außerdem werden noch mehr Hauptcharaktere medienübergreifend eingesetzt. Auffällig ist dabei auch, dass sowohl die einzelnen Kapitel der Graphic Novel, als auch die Kapitel der Webisodes und iStories vermehrt seriell und stärker aufeinander aufbauend erzählt werden.

5.8 „Migratory Cues“

„Migratory Cues“, die den Konsumenten zum Medienwechsel aufrufen und direkt auf andere Texte verweisen, lassen sich bei den „Heroes“ Erweiterungen in zwei Kategorien einteilen. Zum einen in die der diegetischen Hinweise, also jene, die innerhalb der dargestellten Welt liegen und zum anderen in die der extradiegetischen Hinweise, welche nicht Teil der Narrative sind.

Die am häufigsten auftretenden diegetischen Links sind in den E-Mails und SMS-Nachrichten des ARGs zu finden. So liest sich beispielsweise eine SMS von Hana an einen Spieler: „Got Bennet's access code! Call 1-800-PRIMA16. Entr: 42307#. Tell em u r on 2 him. Just dn't say wht we're up 2. VMs may b mde public @

Der Spieler wird direkt von Hana direkt zu einem Anruf aufgefordert und bekommt außerdem den Hinweis auf eine zusätzliche Internetseite. „Migratory Cues“ dieser Art finden sich in beinahe allen Nachrichten, die innerhalb des ARGs verschickt wurden. Sie sind deutlich weniger subtil als beispielsweise die Visitenkarte und geben klare Anweisungen zum Medienwechsel.

Ein weiterer eher subtiler Hinweis zu einer Erweiterung findet sich in einer Ausgabe der Graphic Novel. In dieser spricht Kimiko Nakamura, die Geschäftsführerin der „Yamagato Fellowship“, einer japanischen Kunstgalerie, am Telefon und spricht dabei über zukünftige Pläne:

„That's Right, Dai...Big Plans. We will expand the Yamagato Fellowship online to spread our message about the power and importance of Heroes to the world. If we cannot bring the people to the Fellowship, then we shall bring the Fellowship to them.“²³⁴

Dieses Telefongespräch ist ein „Migratory Cue“, indem es indirekt auf die Website yamagatofellowship.org verweist, wo die fünfteilige Videoserie „Sword Saint“ zu finden war. In den Videos wurde die Geschichte des legendären japanischen Helden Takezo Kensei erzählt.

Extradiegetische Links lassen sich vor allem in den Graphic Novels finden beispielsweise auf der letzten Seite von Kapitel 16, „Wireless Part Four“, wo Hana auf ihrem Motorrad davonfährt. (siehe Abb.12)

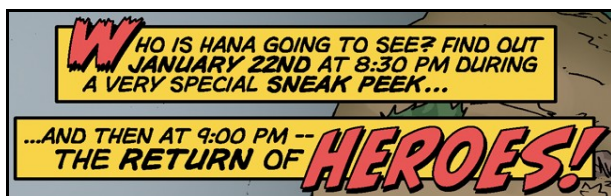


Abb.12 In einem Textinsert werden die Leser zum Medienwechsel aufgefordert, um Hanas Geschichte weiter zu verfolgen.

Weitere besondere Links, die an dieser Stelle noch kurz erwähnt werden sollen, sind die Hyperlinks in der Graphic Novel. Auf der NBC Website stand über dem Link zur fünften Graphic Novel: „Think you've read them all? Maybe, but have you found all the

233 o.N.: „Heroes Evolutions“, [heroeswiki](http://de.heroeswiki.com/Primatechpaper.com#Part_2:_The_Hacker), http://de.heroeswiki.com/Primatechpaper.com#Part_2:_The_Hacker

234 O'Hara, John: „War Buddies, Part 7: Coming Home“, Heroes Graphic Novel, Volume 1, Kapitel 73. S.1

hidden surprises?“²³⁵

Diese sogenannten „Eastereggs“ waren in den Flashformat-Versionen der Ausgaben versteckt. Bestimmte Panels funktionierten als Hyperlink und führten zu MySpace-Seiten von Charakteren, Castfotos, etc.

5.9 Motivation für den Medienwechsel

Die Leerstellen der einzelnen Medien dienen den Konsumenten als mögliches Signal für einen Medienwechsel. Die Motivation für einen Wechsel besteht darin, ein möglichst vollständiges Bild der fiktionalen Welt von „Heroes“ zu erlangen. Die Serie und die Graphic Novel bereichern sich gegenseitig, vorrangig durch Hintergrundgeschichten und Informationen zu einzelnen Charakteren, wodurch diesen noch mehr Tiefe verliehen wird. Die Erweiterungen ermöglichen neue Einsichten in Charaktere und deren Handlungs-Motivation. Die Medien ergänzen sich dahingehend, dass gezeigt wird, was eine Figur gerade macht während, sie nicht in der Serie bzw. in der Graphic Novel zu sehen ist. Alleine die Möglichkeit, Informationen früher zu erhalten und Leerstellen früher schließen zu können als andere, stellt eine Motivation für den Konsum weiterer Medien dar.

Das ARG bot durch den Zugang zum Intranet einen tiefen Einblick in die Firma. Akten, medizinische Befunde und andere geheime Dokumente, über die in der Serie oder Graphic Novel nur gesprochen wird, oder die nur kurz gezeigt werden, konnten durch das ARG, Wort für Wort studiert werden. Diese waren erst zugänglich, nachdem die Spieler Codes knackten und weitere Websites und Blogs der Charaktere auf Hinweise durchsuchten, oder Quelltexte von Nachrichten und E-Mails lasen, um so auf mögliche Passwörter oder Links zu stoßen, welche sie wiederum zu anderen Medien führen. Hana bat die Spieler in persönlichen Nachrichten um Hilfe und kommunizierte regelmäßig mit ihnen. Sie wurden durch das Spiel Verbündete von Hana, Ted und Matt. Das Gefühl der Zugehörigkeit und der aktiven Teilnahme der Spieler in der Welt von „Heroes“ wurde vermittelt. Nur durch ihre Hilfe, so die Aussage des Spieles, kann Primotech gestoppt werden. Obwohl das ARG keinen direkten Einfluss auf die Geschehnisse und den Ausgang der Serie hatte, wurde den Spielern dennoch das Gefühl vermittelt, dass sie zu einer besseren Welt beitragen und den Charakteren von „Heroes“ dabei helfen, diese zu retten. Die Konsumenten werden, wie ich Jenkins bereits im Theorieteil zitiert habe, zu Datenjägern und Sammlern innerhalb des transmedialen Netzwerkes. „Heroes“ wird für

235 o.N.: „Graphic Novels“, *heroeswikia*, http://heroes.wikia.com/wiki/Graphic_Novels

die Konsumenten zur „entertainment experience“.

5.10 Angleichung von fiktionaler und realer Welt

Im theoretischen Teil dieser Arbeit wurde bereits beschrieben, wie durch Immersion ein Wechsel des deiktischen Zentrums beim Rezipienten vorgenommen werden kann, indem sich dieser mental in die fiktionale Welt hineinversetzt. Bei Transmedia Storytelling-Welten, wie sie bei „Heroes“ gegeben sind, nimmt der Rezipient nicht einfach einen mentalen Wechsel in die andere Welt vor, sondern die fiktionale Welt wird vielmehr Teil der realen, indem sich erstere dieser angleicht. Die Grenzen zwischen Realität und Fiktion verwischen.

Folgend werden Techniken aufgezeigt, durch welche die fiktionale Welt von „Heroes“ der realen Welt ihrer Konsumenten angeglichen wird und so die Grenze verschwimmt.

5.10.1 Ähnlichkeit der fiktionalen Welt

„Heroes“ spielt größtenteils im „Hier“ und „Jetzt“ des Sehers, mit Ausnahme der Zeitsprünge der Figur Hiro. Die Serie spielt in realen Städten wie New York, Tokio oder Chennai (Indien). Die fiktionale Welt, deren Charaktere und Objekte haben dieselben Orte, Regeln und Eigenschaften wie die reale Welt, jedoch nur bis zu dem Zeitpunkt wo klar wird, dass einige Menschen besondere Fähigkeiten besitzen, mit welchen sie die Naturgesetze der realen Welt außer Kraft setzen können. Nathan Petrelli kann die Schwerkraft überwinden und somit fliegen. Claire Bennets Körper regeneriert sich in sekundenschnelle und ist dadurch unverwundbar. Andere können in die Zukunft sehen, Gedanken lesen, oder wie Hiro Nakamura, das Raum-Zeit-Kontinuum überwinden und somit durch die Zeit reisen. Auf Anspielungen realer Persönlichkeiten oder Ereignisse der realen Welt wird in der Serie jedoch verzichtet. So wird Nathan Petrelli, der für den Kongress kandidiert, nicht in Zusammenhang mit der realen Politik und deren Persönlichkeiten gebracht. Vielmehr ist auch die politische Welt von „Heroes“ mit fiktiven Charakteren besetzt. Auch, wenn sich die Welten gemeinsame Schauplätze und Städte der realen Welt teilen, wird durch die Narrative dennoch ein deutlicher Unterschied zwischen diesen erkennbar. Die Ähnlichkeit der fiktionalen Objekte, welchen größtenteils die gleichen Eigenschaften, wie denen der realen Welt zugeschrieben werden können, ist groß genug, um der fiktionalen Welt Verisimilitude zusprechen zu können. Die Welt und ihre Geschehnisse können für den Rezipienten als wahr empfunden werden.

„Heroes“-Fans haben ihre erworbene Enzyklopädie der fiktionalen Welt

niedergeschrieben, womit es ihnen gelingt, sich in dieser verzweigten, transmedialen Welt zurechtzufinden. Nachzulesen ist diese online auf „heroeswik.com“. In 5.771 Artikeln wurde alles zur Welt von „Heroes“ und deren weiterentwickelten Menschen zusammengefasst.²³⁶ Gleich dem Vorbild der Wikipedia-Seiten, ist dort jeder Ort, jeder Charakter und jede Begebenheit mit Fotos und genauen Angaben bis ins kleinste Detail dokumentiert.

Ein wichtiger Punkt, der zur Verisimilitude beiträgt, ist die Internationalität der fiktionalen Welt. So sind zahlreiche Schauplätze und Menschen aus verschiedenen Kulturen und Erdteilen in die Narrative miteinbezogen. Die Charaktere sprechen unterschiedliche Sprachen, welche nur durch Untertitel übersetzt werden. Auch ein Video der „Yamagato Fellowship“, ist nur in japanischer Sprache zu hören. Ebenso sind Ausgaben des „9th Wonders!“-Comics mit japanischen und französischen Covern in der Serie zu sehen. „Heroes“ wird dadurch eine globale Narrative verliehen, welche es dem Rezipienten einfacher macht, diese als wahr zu empfinden.

5.10.2 Zeitlichkeit

Da viele Intrakompositional-Formen von Transmedia Storytelling, so auch „Heroes“, auf eine aktive Partizipation der Spieler angewiesen sind und der Austausch dieser innerhalb einer Community wichtig ist, muss der Zugang zu Informationen, also die Distribution über die Medien und die Interaktion mit den Rezipienten zeitgleich und in einer logisch zeitlichen Abfolge geschehen. Das ARG und die Erzählung der Serie bzw. der Graphic Novel sind bei „Heroes“ aufeinander abgestimmt. Wenn Hana sich etwa in der Graphic Novel zu Ted aufmacht, wird in der darauffolgenden Episode der Serie ihre Ankunft bei ihm gezeigt. Der Ablauf ist logisch aufgebaut. Zeitgleich teilt Hana mit den Spielern des ARGs auch Informationen über Ted und dessen Rolle in der „Heroes“-Welt. Um durch das ARG eine glaubhafte und möglichst realitätsnahe Erfahrung für die Spieler zu schaffen, sind die Zeitspannen und Abläufe deckungsgleich mit der realen Zeit des Spielers. Dieser kann dadurch aktiv an den Geschehnissen teilhaben und gemeinsam mit einer Online-Community, durch das Knacken von Codes und Aufspüren von Passwörtern, Akten und andere geheime Informationen innerhalb des Primatch-Intranets öffnen. Durch den Live-Charakter des ARGs kann in den Verlauf des Spiels eingegriffen werden. Die fiktionale Welt wird so in den Alltag der Zuseher integriert und ist zeitlich mit diesem abgestimmt. Aber nicht nur innerhalb des ARGs wird auf eine logische Zeitabfolge geachtet. Nachdem Mr. Bennet in der Serie bei Primatch ausstieg, wurde daraufhin die Primatch Website upgedatet.

236 o.N.: „Main Page – Welcome to Heroes wiki“, *heroeswiki*, http://heroeswiki.com/Main_Page,

„Information Concerning Noah Bennet - We regret to inform that Noah Bennet is no longer an employee of Primatech Paper. All clients of Mr. Bennet will be contacted by a new Primatech Paper headquarters agent soon (...)“²³⁷

Mit dem Update der Seite wurde direkt auf die Geschehnisse in der Serie reagiert.

Im Bezug auf die Kongresswahl, im Rahmen der Serie, wurde registrierten Teilnehmern von „Heroes Evolutions“, eine Telefonnachricht von Nathan Petrelli auf der Mailbox hinterlassen, in welcher dieser um ihre Stimmen bei der bevorstehenden Wahl bat.²³⁸ Nach seinem Sieg wurde auf der Seite votepetrelli.com ein Dankeschreiben an seine Wähler veröffentlicht.²³⁹ Dies ist zeitlich logisch nachvollziehbar und validiert die scheinbare Echtheit der Website. Die Zeitabläufe sind schlüssig und denen der realen Welt gleich.

5.10.3 Gebrauch von Alltagsmedien

Die Medien der fiktionalen Welt, stimmen mit denen der realen Welt überein, weshalb der Spieler mit diesen vertraut ist. Charaktere wie Hana kommunizieren mit den Spielern über Medien, die bereits in deren Alltag integriert sind, wie etwa Blogs, My Space, E-Mails und Telefon. Hana kann den Spieler jederzeit durch eine E-Mail, oder eine SMS auf dessen privaten Handy kontaktieren, egal ob dieser sich zu Hause befindet oder unterwegs ist. Es entsteht eine Omnipräsenz des Spieles und somit der Welt von „Heroes“ im Alltag. Computer und Handy des ARG-Teilnehmers werden so Teil der Fiktion.

Hanas spezielle Fähigkeit, die sie drahtlos im Datennetz kommunizieren lässt, ist zudem eine logische und glaubhafte Begründung für die Kommunikation mit Online-Medien. Das erklärt auch, warum bei „Heroes“, anders als bei „The Beast“ und zahlreichen weiteren ARGs, keine Offline-Medien eingebunden sind. Eingesetzt werden Medien, welche sowohl die Charaktere der fiktionalen Welt als auch die Personen der realen Welt nutzen.

5.10.4 Scheinbare Authentizität

Eine bedeutende Rolle für die immersive Wirkung der „Heroes“-Welt stellen die realen, aber doch fiktionalen Websites dar, welche für „Heroes Evolutions“ geschaffen wurden. Websites wie die von Primatech Paper, oder die zu Mohinder Sureshs Studien, haben ihren Ursprung in der fiktionalen Welt. Sie besitzen jedoch dieselben Eigenschaften wie

²³⁷ „Primatech Papers“, *Homepage*,

<http://web.archive.org/web/20131214055305/http://www.primatechpaper.com/bennet.shtml>

²³⁸ „Nathan Petrelli for Congress“, *YouTube*, hochgeladen am: 21.05.2007. <https://www.youtube.com/watch?v=2BJxhV7yxsw>

²³⁹ o.T.: „Vote Petrelli“, *heroeswiki*, <http://heroeswiki.com/Votepetrelli.com>

„echte“ Websites und erfüllen auch denselben Zweck. Dieser liegt darin, Besucher zu informieren und Neuigkeiten für diese online zugänglich zu machen. So erscheint activatingevolution.org²⁴⁰ nicht weniger real, als andere Sites im Netz, welche sich mit wissenschaftlichen Themen auseinandersetzen. Weder im Aufbau und der Funktion, noch in den scheinbar „wissenschaftlichen“ Artikeln ist die Fiktionalität auf den ersten Blick erkennbar. So sind auf der Seite zum Beispiel Interviews mit tatsächlichen Wissenschaftlerinnen wie Dr. Ramani Durvasula, einer Professorin der Psychologie der California State University, zu finden. Fiktionale und reale Beiträge werden auf der Seite nebeneinander präsentiert und verdichten so den Eindruck auf die Darstellung von Wirklichkeit. Eigentliches Hauptziel der Seite ist es jedoch, den Zusehern/Lesern/Spielern von „Heroes“ Information zu Mohinders Evolutionstheorie zu geben, die die Weiterentwicklung der Menschen in „Heroes“ erklären soll. Die Seite täuscht ihre Authentizität lediglich vor.

Dem gleichen Schema folgte auch die Mockumentary „Sword Saint“, die auf der Website der „Yamagato Fellowship“²⁴¹ veröffentlicht wurde. In einer mehrteiligen Serie wurden Videos über den fiktionalen japanischen Schwertkämpfer Takezo Kensei gezeigt, der in der zweiten Staffel der Serie auftritt. Die Videos wurden dabei so gestaltet, dass Kensei durch Interviews mit „Experten“ als reale historische Figur dargestellt wurde. Um den Videos über Kensei zusätzliche Glaubwürdigkeit zu verleihen, wurden neben diesem auch reale historische Figuren wie u.a. der ehemalige amerikanische Präsident, Benjamin Franklin vorgestellt. Dadurch entstand auf der Website ein Vergleich zwischen dem fiktionalen und realen Helden, der die Grenze zwischen Fakt und Fiktion verschwimmen lässt.

5.10.5 Interaktion

Ähnlich dem Prinzip der „Activating Evolution“ Website, funktioniert auch die der Firma Primatch Paper.²⁴² Auch hier wird Verisimilitude durch scheinbare Authentizität ermöglicht. Zusätzlich bot Primatch auch die Möglichkeit zur Interaktion der Rezipienten mit der Firma. Wie bereits beschrieben, wurden dort Spieler des ARGs auf die Möglichkeit hingewiesen, sich auf offene Stellen bei Primatch bewerben zu können. Die Spieler

240 „Activating Evolution“, *Homepage*,
<http://web.archive.org/web/20130727160814/http://activatingevolution.org/index.shtml>

241 „Yamagato Fellowship“, *Homepage*,
<http://web.archive.org/web/20131231070432/http://yamagatofellowship.org/>

242 „Primatch Paper“, *Homepage*,
<http://web.archive.org/web/20140207150428/http://www.primatchpaper.com/>

konnten ein Bewerbungsformular inklusive Fragebogen zur Persönlichkeit ausfüllen, und wurden danach per E-Mail über den Status ihrer Bewerbung informiert.

„Please retain this email for your records. A Primatch Paper representative will be contacting you in a few weeks with the next steps.“²⁴³

Die Website ermöglichte den Spielern die Interaktion mit einer rein fiktionalen Firma, wobei diese jedoch einen tatsächlichen Bewerbungsprozess zu durchlaufen schienen. Wie im realen Leben wurden einigen Bewerbern Zu- und anderen Absagen erteilt. Durch die Rückmeldung per E-Mail vermittelte die fiktionale Firma den Spielern den Eindruck eines realen Bewerbungsprozesses. Die Website glich sich der realen Welt, durch die Möglichkeit der Interaktion mit dieser, an.

Aufmerksame Leser der E-Mail, konnten jedoch feststellen, dass diese ihre eigene Fiktivität preisgab, indem sie an ihrem Ende den Spielern die Möglichkeit bot, sich vom E-Mail Verteiler abzumelden. Zudem war die Postadresse der Universal Studios angeführt.

5.10.6 Die reale Welt in der Fiktion

Die Visitenkarte, welche als „Migratory Cue“ zur Primatch Website führte, zeigte eine Telefonnummer innerhalb der Diegese. Tatsächlich war die scheinbar fiktionale Nummer jedoch eine real existierende und konnte von den Zusehern angerufen werden. Die Welt des Zusehers wurde in die Diegese von „Heroes“ versetzt und dadurch ein Teil dieser Welt.

5.10.7 Von der fiktionalen in die reale Welt

Das fiktive Comic-Heft „9th Wonders!“ wird in der Serie vom Künstler Isaac Mendez gezeichnet und von mehreren Charakteren gelesen. Auf der Comic-Con in San Diego, wurde eine Ausgabe dieses Heftes für Promotionzwecke verteilt.²⁴⁴ Der Ursprung des Mediums liegt in der fiktionalen Welt und ist in die reale Welt des Sehers bzw. Lesers übergegangen. Es wird der Anschein erweckt, dass der Comic, welcher zu einem realen, haptischen Objekt für den Leser wurde, von der fiktionalen Figur Isaac Mendez gezeichnet wurde. Der fiktive Comic bricht quasi aus der fiktionalen Welt aus und eröffnet

²⁴³ „Heroes Evolutions“, *heroeswiki*, http://de.heroeswiki.com/Primatchpaper.com/#..._The_Response

²⁴⁴ Vgl. Porter, Lynette/Lavery, David/Robson, Hillary: „Saving the World – A Guide to Heroes“, Toronto: ECW Press, 2007. S.71

den Fans die Möglichkeit, sozusagen denselben Comic wie die Charaktere aus „Heroes“ zu lesen.

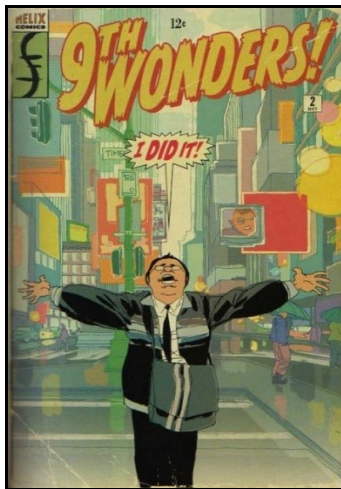


Abb. 13 Das Cover der Promotionausgabe.



Abb. 14 Hiro, wie er gerade das Comic-Heft liest.

Die Technik, fiktionale Gegenstände in die reale Welt zu versetzen, ist vor allem bei Merchandise-Produkten zu finden. So ist etwa ein Replikat von Hiros Schwert käuflich zu erwerben.²⁴⁵

Eine interessante Steigerung dieser Merchandise-Strategie stellt der Online-Store auf Nathan Petrellis Wahlkampfseite dar. Dort wurden Produkte wie Tassen, Mützen und T-Shirts mit der Aufschrift „Vote Petrelli“ zum Verkauf angeboten.²⁴⁶ Somit konnten Fans Wahlkampf für den Petrelli in der realen Welt betreiben.

Wie durch die Betrachtung von „Heroes“ zu erkennen ist, gibt es zahlreiche funktionierende Techniken Verisimilitude herzustellen und die fiktionale Welt der realen anzugleichen. Sie werden von „true to life“ zu „true in life“.

²⁴⁵ „Heroes“ - Merchandise, *Popculture Comix*,
https://popculturecomix.popshop.comixology.com/related_merchandise/2009/06/03#
²⁴⁶ Vgl. „Vote Petrelli shop“, *heroeswiki*, http://heroeswiki.com/File:VotePetrelli_shop.jpg

6. Konklusion

Das Phänomen, Transmedia Storytelling hat sich in den letzten Jahren als neue und komplexe Erzählweise in der Medienwelt etabliert. Sowohl zahlreiche Film- und Fernsehproduktionen, als auch Buchpublikationen haben das medienplattform-übergreifende Erzählen auf unterschiedliche Weise eingesetzt. Ein Merkmal von Transmedia Storytelling ist durchgehend zu beobachten: Die besondere Stellung der fiktionalen Welt. Diese gewinnt bei den Produktionen immer mehr an Wert und tritt in ihrer Bedeutung und ihrem Detailreichtum in den Vordergrund.

Ziel der vorliegenden Arbeit war die Untersuchung des transmedialen Netzwerkes und die Auseinandersetzung mit der Angleichung der fiktionalen an die reale Welt am Beispiel der Science Fiction Dramaserie „Heroes“ samt deren Erweiterungen.

Dabei war die zentrale Fragestellung: Wie werden transmediale Welten durch Erweiterungen auf- bzw. ausgebaut und wie wird die reale Welt der Konsumenten so miteinbezogen, dass die Grenze zwischen Realität und Fiktion verschwimmt?

Bei der Fernsehserie „Heroes“ dient eine einheitliche fiktionale Welt als Setting der Serie und all ihren Erweiterungen. Dabei lassen sich spezifische medienübergreifende Elemente erkennen, die als einheitliche Verbindungen zwischen den Erweiterungen dienen. Das Hauptthema bei „Heroes“ stellen weiterentwickelte Menschen dar, welche über spezielle Fähigkeiten verfügen. Dieses ähnelt stark der Thematik von Comics und deren fiktionalen Welten. Diese Verbindung lässt sich wiederum in der Bild- und Farbgestaltung der fiktionalen Welt erkennen. Es entsteht eine einheitliche Gestaltung der Erweiterungen, wodurch diese visuell einer gemeinsamen fiktionalen Welt zuzuordnen sind. Auf inhaltlicher Ebene ist die Mythologie von „Heroes“ ein wichtiges verbindendes Element. So finden sich bestimmte rätselhafte Symbole, wie die Helix und die Geheimorganisation „The Company“, in den Narrativen aller Erweiterungen wieder, wodurch sich bestimmte Rätsel und Fragen durch alle Medien ziehen.

Die „Migratory Cues“, die aktiv auf andere Medien verweisen und einen Medienwechsel signalisieren, sind im transmedialen Netzwerk von „Heroes“ in diegetischer und extradiegetischer Form zu finden und rufen dabei direkt oder indirekt zum Medienwechsel auf.

Die „Migratory Cues“ zeigen so die zahlreichen Erweiterungen auf, die das transmediale Netzwerk von „Heroes“ ausmachen. Dieses besteht aus einer Fernsehserie, einer Graphic Novel , einem Roman und zahlreichen Online-Erweiterungen, die unter dem Begriff „Heroes 360“ bzw. später „Heroes Evolutions“, zusammengefasst sind. Diese umfassen Webisodes, iStories, ein Mobile-Game, das Online-Spiel „Heroes: Survival“ sowie ein Alternate-Reality-Game, das zusätzliche Websites und Blogs in die fiktionale Welt

einbringt. Die Serie ist dabei von den Produzenten klar als Hauptmedium konzipiert worden. Durch ihre komplexe Erzählweise und die zahlreichen komplexen Charaktere, bietet sie genügend Raum für die ergänzenden Erweiterungen, die als Sekundärtexte angelegt sind. Eine der umfangreichsten Erweiterungen der fiktionalen Welt ist die wöchentlich erscheinende Graphic Novel, die sich inhaltlich meist direkt auf die am selben Tag ausgestrahlte Serienepisode bezieht, ohne jedoch ihre Eigenständigkeit zu verlieren. Die Erweiterungen füllen die Leerstellen der Serie, vor allem durch neue Einblicke in Charaktere und deren Leben. Sie zeigen die persönlichen Beweggründe und Vorgeschichten dieser. Die fiktionalen Welten und deren Charaktere erhalten durch jede Erweiterung neue Facetten. Die Medien ergänzen und bereichern sich gegenseitig und erweitern so die Welt von „Heroes“.

Im Rahmen der Analyse wurde auch der Frage nachgegangen, wie die reale Welt in die Welt von „Heroes“ miteingebunden wird, um so eine Angleichung dieser hervorzurufen, die die Grenze zwischen Realität und Fiktion verschwimmen lässt.

Bei „Heroes“ lassen sich sechs Techniken erkennen, mit welchen durch Verisimilitude eine bewusste Annäherung der fiktionalen Welt an die reale Welt der Konsumenten herbeigeführt wird und so Überschneidungen zwischen diesen entstehen.

Die Annäherung entsteht durch:

- logische und synchrone zeitliche Abfolgen unter den Erweiterungen und dem Alltag der Konsumenten
- den Gebrauch von Alltagsmedien zur Kommunikation mit fiktionalen Charakteren
- scheinbare Authentizität, die durch das Nebeneinanderstellen von Fakt und Fiktion entsteht
- Interaktion der Konsumenten mit der fiktionalen Welt
- Verweise auf die Realität in der fiktionalen Welt
- fiktionale Gegenstände die zu haptischen Objekten in der realen Welt werden

Es hat sich gezeigt, dass eine Angleichung der Welten überall dort geschieht, wo sich die fiktionale Welt reale Gegenstände, oder Medien und deren Eigenschaften aneignet und so Teil der Fiktion werden lässt, bzw. dort, wo die Fiktion Teil der Realität wird und sich in dieser manifestiert. Die Grenze zwischen realer und fiktionaler Welt wird durch diese Techniken bewusst zum Verschwimmen gebracht, um so für die Konsumenten eine intensiver wahrnehmbare und greifbare Welt von „Heroes“ entstehen zu lassen.

„Heroes“ ist ein stark aufeinander aufbauendes Netzwerk von Erweiterungen. Wie sich bereits bei der Recherche nach passenden Beispielen gezeigt hat, finden sich kaum transmediale Netzwerke mit mehreren, zur Gänze autonomen Medien, wie dies

beispielsweise bei „Matrix“ der Fall ist. „Matrix“ war eine der ersten Transmedia Storytelling-Produktionen. Bei diesem Beispiel zeigte sich, dass durch die Leerstellen in den Filmen, die erst durch die Erweiterungen gefüllt wurden, die Wissenslücken teilweise zu groß geworden sind, um den Filmen alleine folgen zu können. Die „Migratory Cues“ waren nicht erkennbar, wodurch die Konsumenten nicht auf mögliche Erweiterungen aufmerksam wurden.

Die Produzenten von „Heroes“ scheinen aus den Fehlern anderer gelernt zu haben. Alle Erweiterungen waren erfolgreich, da die Konsumenten auf diese aufmerksam gemacht und zum Medienwechsel aufgerufen und motiviert wurden. Aber auch die Einstellung und Erwartungshaltung des Publikums hat sich seit „Matrix“ verändert. Ein Wandel zum aktiven Teilnehmer, wie ihn Jenkins im Kapitel „Kulturelle Konvergenz“ beschreibt, scheint sich somit bereits erfolgreich vollzogen zu haben.

Die „Heroes“-Fans können in die fiktionale Welt eintauchen und diese nicht nur wöchentlich vor dem Fernseher miterleben, sondern auch online Webisodes anschauen oder am Handy mit den Charakteren spielen. Die Graphic Novel oder das Buch können zur Hand genommen werden. Selbst im Alltag kann es jederzeit passieren, dass Hana Gitelman eine SMS oder eine E-Mail schreibt und um Hilfe bei der Rettung der Welt bittet. Die „Heroes“-Welt wird durch die Omnipräsenz im Alltag der Konsumenten zum Teil ihrer Wirklichkeit. Besonders das ARG macht die fiktionale Welt tatsächlich erlebbar. Andere Erweiterungen wie die Graphic Novel oder die Webisodes werden hingegen eingesetzt, um die Welt weiter und detailreicher erscheinen zu lassen.

Es fanden sich jedoch auch einige Versäumnisse bei der Umsetzung des Konzeptes. So wurden, wie in der Analyse geschildert, einige Erweiterungen zwar geplant, jedoch nie umgesetzt. Auch die „Easter Eggs“ hätten interessante Möglichkeiten zum Ausbau der Welt bieten können, mit tatsächlich neuen Einsichten in Charaktere und Geschehnisse, anstatt zu Castfotos und bereits vorher bekannten Websites.

Wie bereits eine Weiterentwicklung in der Umsetzung von Transmedia Storytelling seit „Matrix“ zu erkennen ist, werden sich auch in Zukunft weitere Änderungen und Verbesserungen ergeben. Die fiktionalen Welten werden immer immersiver und integrieren sich dabei scheinbar nahtlos in die reale Welt und den Alltag der Konsumenten.

7. Quellenverzeichnis

7.1 Literaturverzeichnis

„Activating Evolution“, *Homepage*

<http://web.archive.org/web/20130727160814/http://activatingevolution.org/index.shtml>,
[Zugriff am 16.01.2015]

Aristoteles: „Poetik“, dt. Übersetzung: M. Fuhrmann. Stuttgart: Reclam, 2005.

Arnheim, Rudolf: *Film als Kunst*. In: „Texte zur Theorie des Films“, Albersmeier, Franz-Josef (Hrsg.), Stuttgart: Reclam, 5. Auflage, 2003. S. 176-200.

Barthes, Roland: „S/Z“, Frankfurt am Main: Suhrkamp, dt. Übersetzung von Jürgen Hoch. 1. Aufl., 1987.

Bolter, David J./Grusin, Richard: „Remediation. Understanding New Media“: The MIT Press, London 1999.

Bordwell, David: „Now leaving from platform 1“, *Observations on film art - Blog von David Bordwell u. Kristin Thompson*, 2009.

<http://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/> [Zugriff am 21.11.2014]

o.N.: „Cloudmakers.org“

<http://cloudmakers.org> [Zugriff am 24.11.2014]

Dahl, Oskar: „NBC shuts down 'Heroes:Origins'“, *buddyTV- Blog*. 2007.

<http://www.buddytv.com/articles/heroes/nbc-shuts-down-heroes-origins-13287.aspx>,
[Zugriff am 09.01.2015]

Dahlen, Chris: „MIT Heroes, Narnia Panel Talks Transmedia Storytelling“, *Gamasutra - Blog*, 2007.

http://www.gamasutra.com/view/news/107245/MIT_Heroes_Narnia_Panel_Talks_Transmedia_Storytelling.php, [Zugriff am 11.01.2015]

De Haas, Monique, „Rules of interactive storytelling in cross media communication“, *crossmedia communication by Monique de Haas Blog*, 2004.

<http://crossmediacommunication.blogspot.co.at/2004/10/republishing-articles-1-rulesof.html> [Zugriff am 13.11.2014]

Dena, Christy: „Emerging Participatory Culture Practices: Player-Created Tiers in Alternate Reality Games“, 2007.

<http://www.christydena.com/research/Convergence2008/Tiering.html> [Zugriff am 15.10.2014]

Dena, Christy: „Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments“. Doctoral diss. University of Sydney, 2009.

cirettransdisciplinarity.org/biblio/biblio_pdf/Christy_DeanTransm.pdf [Zugriff am 01.10.2014]

Deuze, Mark: „Liquid Life, Convergence Culture, and Media Work“, Working Paper - Indiana University, 2006.

http://de.scribd.com/doc/111362956/Liquid-Life-Deuze-2006#force_seo [Zugriff am 15.10.2014]

Dolezel, Lubomir: „Fictional worlds: density, gaps, and inference“, In: *Style* Nr. 29.2, Literature Resource Centre, 1995. S.201-215.

Elliott, Josh: „How the Writers Guild of America Strike of 2007-2008 shapes tv today“ *The Pop Cultist*, 2013.

<http://thepopcultist.com/2013/04/27/how-the-writers-guild-of-america-strike-of-2007-2008-shaped-tv-today/>, [Zugriff am 09.01.2015]

Fiske, John: „Television Culture“, London: Routledge , 1991.

Fuxjäger, Anton: „Diegese, Diegesis, diegetisch: Versuch einer Begriffsentwerrung“, In: *Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Nr. 16.2, 2007. S. 17-37.

Genette, Gérard (1930): „Palimpseste: Die Literatur auf zweiter Stufe“, aus dem Franz. aus dem Franz. von Wolfram Bayer und Dieter Hornig, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993.

Gosney, John W.: „Beyond Reality. A Guide to Alternate Reality Game“ Boston: Thomson Course Technology. 2005.

o.N.: „Graphic Novels“, *heroeswikia*, http://heroes.wikia.com/wiki/Graphic_Novels, [Zugriff am 13.01.2015]

Heim, Michael: „Virtual Realism“, New York: Oxford UP, 1998.

o.N.: „Heroes Evolutions“, *heroeswiki*.

http://de.heroeswiki.com/Primatechpaper.com#Heroes_Evolutions, [Zugriff am 12.01.2015]

„Heroes“ - Merchandise, *Popculture Comix*.

https://popculturecomix.popshop.comixology.com/related_merchandise/2009/06/03#, [Zugriff am 16.01.2015]

„'Heroes' myteries?“, *unifiction Forum*, 2006.

<http://forums.unfiction.com/forums/viewtopic.php?t=16968>, [Zugriff am 12.01.2015]

o.N.: „Heroes Reborn“, *NBC Homepage*.

<http://www.nbc.com/heroes> [Zugriff am 13.01.2015]

o.N.: „Heroes (TV series)“, *wikipwedia*.

http://en.wikipedia.org/wiki/Heroes_%28TV_series%29#Ratings, [Zugrif am 09.01.2015]

Holthuis Susanne, „Intertextualität. Aspekte einer rezeptionsorientierten Konzeption“ Band 28, Stauffenburg Verlag, Tübingen 1993.

Ingarden, Roman: *Konkretisation und Rekonstruktion*. In: Warning Rainer(Hrsg.)

„Rezeptionsästhetik: Theorie und Praxis.“ München: Wilhelm Fink Verlag 1975, S. 42-71.

Iser, Wolfgang: *Die Appellstruktur der Texte – Unbestimmtheit als Wirkungsbedingung literarischer Prosa*. In: Warning Rainer (Hrsg.) „Rezeptionsästhetik: Theorie und Praxis“, München: Wilhelm Fink Verlag 1975. S.228-252.

- Jenkins, Henry: „Convergence? I Diverge.“, *MIT Technology Review*, 2001.
<http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/> [Zugriff am 13.10.2014]
- Jenkins, Henry: „Convergence Culture. Where Old and New Media Collide“, New York / London: NYU Press, 2006.
- Jenkins, Henry: „Transmedia 202: Further Reflections“, *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2007.
http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html [Zugriff am 20.09.2014]
- Jenkins, Henry: „Revenge of the Origami Unicorn“, *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2009.
http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html#sthash.fxqUd5bl.dpuf [Zugriff am 20.09.2014]
- Jenkins, Henry: „Transmedia 202: Further Reflections“ *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2011.
http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html [Zugriff am 20.09.2014]
- Jenkins, Henry: „We had so many stories to tell“, *Confessions of an Aca-Fan - The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2007.
http://henryjenkins.org/2007/12/we_had_so_many_stories_to_tell.html, [Zugriff am 13.01.2015]
- Jenkins, Henry/Ford, Sam/Green, Joshua: „Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture.“ New York: New York University Press, 2013.
- Juuls, Jesper: „Half-Real. Video Games between Real Rules and Fictional Worlds.“ Cambridge: MIT Press, 2005.
- Kim, Jeffrey/Lee, Elan/Thomas Timothy/Dombrowski Caroline: „Storytelling in new media: The case of alternate reality games, 2001–2009“, *First Monday*, Volume 14, Number 6, 2009.
<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2484/2199> [Zugriff am 14.11.2014]
- Kinder, Marsha: „Playing with Power in movies, television, and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles“, Berkeley: University of California Press, 1993.
- Kristeva, Julia: *Probleme der Textstrukturierung*. In: „Strukturalismus in der Literaturwissenschaft“, Blumensath; Heinz (Hrsg.), Köln: Kiepenheuer u. Witsch, 1972.
- Landow, George P.: „Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology“, Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press, 2. Auflage, 1997.
- Landow, George P.: „Hypertext 3.0. Critical Theory and New Media in an Era of Globalization“, Baltimore: Johns Hopkins Press, 3. Auflage, 2006.
- o.N.: „Loeb talks Heroes“, *IGN Homepage*.
<http://www.ign.com/articles/2006/10/26/loeb-talks-heroes>
- Long, Geoffrey: „Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company“, Masterthesis, Comparative Media Studies, Massachusetts Institute of Technology, 2007.

o.N.: „Main Page – Welcome to Heroes wiki“, *heroeswiki*.
http://heroeswiki.com/Main_Page, [Zugriff am 03.01.2015]

Marshall, David: *The New Intertextual Commodity*. In: „The New Media Book“, Dan Harries (Hrsg.), London: British Film Institute, 2002. S.69-81.

Martin, Adam/Chatfield Tom: „Introduction“, 2006 Alternate Reality Games White Paper. The IGDA Alternate Reality Games SIG, Adam Martin/Brooke, Thompson/Tom Chatfield (Hrsg.), 2006. S.6-8.

McGonigal, Jane: „Alternate Reality Gaming“, Präsentation Mc Arthur Foundation, 2004.

McGonigal, Jane: „'This Is Not a Game'. Immersive Aesthetics and Collective Play“, Melbourne: Digital Arts and Culture Conference, 2003.

Miller, Carolyn Handler: „Tales from the Digital Frontier: Breakthroughs in Storytelling“, *Writersstore*, 2005. <http://www.writersstore.com/tales-from-the-digital-frontier-breakthroughs-in-storytelling> [Zugriff am 19.11.2014]

Mittel, Jason: *Narrative Complexity in Contemporary American Television*. In: „The Velvet Light Trap“ Nr.58, 2006, Austin: University of Texas Press, 2006. S.29-40
http://muse.jhu.edu/journals/the_velvet_light_trap/toc/vlt58.1.html [Zugriff am 21.10.2014]

Mittel, Jason: „Rethinking Heroes and mea culpas“, *Just TV-Blog*, 2007.
<https://justtv.wordpress.com/2007/11/16/rethinking-heroes-and-mea-culpas/>, [Zugriff am 10.01.2015]

Montala, Markus: „Exploring the Edge of the Magic Circle. Defining Pervasive Games“, DAC (Digital Arts and Culture) Konferenz, IT Universität Kopenhagen: 1-3. Dezember 2005. <http://www.markusmontola.fi/exploringtheedge.pdf>; [Zugriff am 21.11.2014]

Montala; Markus: *A ludological view on the pervasive mixed-reality game research paradigm* In: „Personal and Ubiquitous Computing“ Nr.15, London: Springer Verlag, 2010.
<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00779-010-0307-7> [Zugriff am 21.11.2014]

Murray, Janet H.: „Hamlet on the Holodeck – The Future of Narrative in Cyberspace“, Cambridge: The MIT Press, 1997.

o.N.: „NBC.com Delivers with 'Heroes360'“, *The Futon Critic*, 2007.
<http://www.thefutoncritic.com/news.aspx?id=20070322nbc05>, [Zugriff am 10.01.2015]

Neitzel, Britta: „Facetten Räumlicher Immersion“, in: Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, 2008. Nr. 17.2. S.145-158

Neitzel, Britta/Nohr, Rolf F.: *Das Spiel mit dem Medium. Partizipation, Immersion, Interaktion*, in: Neitzel, Britta/Nohr, Rolf F.(Hrsg.): „Das Spiel mit dem Medium. Partizipation, Immersion, Interaktion“ Marburg: Schüren Verlag, 2006. S. 19-17

O'Hara, John: „War Buddies, Part 7: Coming Home“, Heroes Graphic Novel, Volume 1, Kapitel 73, Comcraft, 2008.

Olek, Daniela: „Lost und die Zukunft des Fernsehens. Die Veränderungen des seriellen Erzählens im Zeitalter von Medien Convergence.“. Stuttgart: Ibidem-Verlag, 2011.

Owen: o.T., Rezension auf goodreads.com, am 27.03.2009.
<https://www.goodreads.com/book/show/3200438-heroes-vol-1> [Zugriff am 12.01.2015]

Philips, Andrea: „Methods and Mechanics“ 2006 *Alternate Reality Games White Paper. The IGDA Alternate Reality Games SIG*, Adam Martin/Brooke Thompson/Tom Chatfield (Hrsg.), 2006. S.31-42.

Piepiorka, Christine: „Lost in Narration: Narrativ komplexe Serienformate in einem transmedialen Umfeld“, Stuttgart: Ibidem-Verlag, 2011.

Porter, Lynette/Lavery, David/Robson, Hillary: „Saving the World – A Guide to Heroes“, Toronto: ECW Press, 2007.

„Primatech Paper“, *Homepage*.

<http://web.archive.org/web/20131214055305/http://www.primatechpaper.com/bennet.shtml>, [Zugriff am 13.01.2015]

Rose, Frank: „Henry Jenkins interviews Frank Rose“, *Frank Rose- Homepage*, 2012. <http://www.artofimmersion.com/interview.html/> [Zugriff am 2.10.2014]

Rose, Frank: „The Art of Immersion . How the digital Generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way we tell Stories.“, New York: W.W. Norton & Company, 2011.

Ruppel, Marc: „Visualizing Transmedia Networks: Links, Paths and Peripheries“. Doctoral diss. University of Maryland, 2012. drum.lib.umd.edu/bitstream/1903/.../1/Ruppel_umd_0117E_13380.pdf [Zugriff am 23.11.2014]

Ryan, Marie-Laure: „Narrative as Virtual Reality“, Baltimore: John Hopkins Press, 2001.

Ryan, Marie-Laure: *Transfictionality across Media*, in: „Theorizing Narrativity“, John Pier (Hrsg). Berlin: de Gruyter, 2008. S.395-318

Schabacher, Gabriele: *Serienzeit. Zu Ökonomie und Ästhetik der Zeitlichkeit neuerer US-amerikanischer TV-Serien*. In: „Previously on ...: zur Ästhetik der Zeitlichkeit neuerer TV-Serien“. Arno Meteling; Isabell Otto; Gabriele Schabacher (Hrsg.). München: Fink Verlag. 2010 S. 19-41.

Schweinitz, Jörg: *Total Immersion und die Utopien von der virtuellen Relität*, in: Neitzel, Britta/Nohr, Rolf F.(Hrsg.): „Das Spiel mit dem Medium. Partizipation, Immersion, Interaktion“ Marburg: Schüren Verlag, 2006. S.136-153

Segal, Erwin M.: *A Cognitive-Phenomenological Theory*. in: „Deixis in Narrative“, Judith Duchan/Gail Bruder/ Lynne Hewitt (Hrsg.). New Jersey: Lawrence Erlbaum,1995. S.78

Segal, Erwin M.: *Narrative Comprehension and deictic shift*, in: „Deixis in Narrative“. Judith Duchan/Gail Bruder/ Lynne Hewitt (Hrsg.)New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1995. S. 3-17.

o.N.: „Sitting at the adult table. Heroes Execs discuss shows future, lost, more“ *OgMog-Blog*, 2007.

<http://web.archive.org/web/20070210052358/http://www.ogmog.com/2007/02/07/heroes-execs-discuss-shows-future-lost-more/>, [Zugriff am 10.01.2015]

Smith, Aaron: „Transmedia Storytelling in Television 2.0. Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms“, Masterthesis, Middlebury College, Film and Media Culture Department, 2009.

http://sites.middlebury.edu/mediacp/files/2009/06/Aaron_Smith_2009.pdf., [Zugriff am

20.10.2014]

Souriau, Etienne (1950): *Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie*, in: "Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation", 1997. Nr..6.2. S.140-157.

Stewart, Sean: „Alternate Reality Games“, *Sean Stewart Homepage*.
www.seanstewart.org/interactive/args/

Szulborski, Dave: „This is not a Game. A Guide to Alternate Reality Gaming“, New-fiction Publishing 2005.

Thompson, Kristin: „Breaking the glass armor: neoformalist film analysis“, Princeton: Princeton Univ. Press., 1988.

Thompson, Kristin: „Storytelling in the new Hollywood: understanding classical narrativetechnique“, Cambridge: Harvard Univ. Press., 1999.

Thompson, Kristin: „The Frodo Franchise: The Lord of the Rings and Modern Hollywood.“ Berkeley: University of California Press, 2007.

o.N.: „Twin Peaks Online“.
<http://twinpeaks.org/> [Zugriff am 10.10.2014]

o.N.: „T2 3-D: Battle across Time, 1996“. *IMDB – Internationam Movie Database*.
<http://www.imdb.com/title/tt0117880/> [Zugriff am 12.11.2014]

o.N.: „Vote Petrelli“, *heroeswiki*, <http://heroeswiki.com/Votepetrelli.com>, [Zugriff am 16.01.2015]

o.N.: „Votepetrelli shop“, *heroeswiki*.
http://heroeswiki.com/File:Votepetrelli_shop.jpg, [Zugriff am 16.01.2015]

Walker, Jill: „Distributed Narratives. Telling Stories across Networks“, Paper, University of Bergen 2004.

o.N.: „Yamagato Fellowship“, *Homepage*.
<http://web.archive.org/web/20131231070432/http://yamagatofellowship.org/>, [Zugriff am 16.01.2015]

Ziegenhagen, Sandra: „Zuschauer-Engagement: die neue Währung der Fernsehindustrie am Beispiel der Serie 'Lost'“, Konstanz: UVK-Verlag, 2009.

7.2 Film- und Videospielverzeichnis

„A.I. - Artificial Intelligence“, Regie: Steven Spielberg, Warner Bros., USA 2001

„Enter the Matrix“, Shiny Entertainment, USA 2003

„Final Flight of the Osiris“, Regie: Andrew R. Jones, Warner Bors., USA 2003

„Heroes“, Produzent: Tim Kring, NBC, USA 2006-2010

„Heroes Webisodes“, Regie: Yule Caise/Jim Martin, Retrofit Films, USA 2008-2009

„Hugh McIntyre on Jimmy Kimmel“, *Internet Archive*.

https://archive.org/details/WatermarkStudentMinistries_91?start=149.5 [Zugriff am 24.11.2014]

„Nathan Petrelli for Congress“, *YouTube*, hochgeladen am: 21.05.2007.

<https://www.youtube.com/watch?v=2BJxhV7yxsw> [Zugriff am 13.01.2015]

„Star Wars“, Regie: George Lucas, Lucasfilm, USA 1977

„The Matrix Reloaded“, Regie: Lana Wachowski/Andy Wachowski, Warner Bros., USA/AUS 2003

8. Abbildungsverzeichnis

Abb.1: <http://dorotheamartin.de/2011-07-is-it-really-transmedia-and-what-is-transmedia-anyway/>, leicht abgeändert, [Zugriff am 13.11.2014]

Abb.2: Dena, Christy: „Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments“. Doctoral diss. University of Sydney, 2009. leicht abgeändert, S.104,

Abb.3: Dena, Christy: „Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments“. Doctoral diss. University of Sydney, 2009. leicht abgeändert, S.164

Abb. 4: Dena, Christy: „Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments“. Doctoral diss. University of Sydney, 2009. leicht abgeändert, S.104

Abb. 5: „Heroes - One Giant Leap“, Staffel 1, Episode 3. Regie: Greg Beeman, USA 2006, DVD, Universal Studios, 2007; 00:37:24

Abb. 6: „Heroes – Genesis“, Staffel 1, Episode 1. Regie: David Semel, USA 2006, DVD, Universal Studios, 2007; 00:07:09

Abb. 7: „Heroes – Genesis“, Staffel 1, Episode 1, Regie: David Semel, USA 2006, DVD, Universal Studios, 2007; 00:06:00

Abb. 8: „Heroes: Destiny – Let Us Pray“, Volume 2, Kapitel 1, Regie: Eagle Egilsson. USA 2008.
<https://www.youtube.com/watch?v=HDtP37DzK1s>, [Zugriff am 03.01.2015]

Abb. 9: „Purpose: How to stop an insane man“, iStory, Volume 1, Kapitel 8, 2010.
<http://web.archive.org/web/20100409183342/http://www.nbc.com/heroes/iStory/chapters/906/OTYwMjQtZA==>, [Zugriff am 13.01.2015]

Abb.10: Coleite, Aron Eli: „Monsters“, Heroes - Graphic Novel, Volume 1, Kapitel 1, Comcraft, 2006, Cover

Abb. 11: „Heroes – Godsend“, Staffel 1, Episode 12, Regie: Paul Shapiro, USA 2006, DVD, Universal Studios, 2007; 00:35:32

Abb. 12: Coleite, Aron Eli: „Wireless, Part 4“, Heroes - Graphic Novel, Volume 1, Kapitel 16, Comcraft, 2006, S. 6

Abb. 13: „Helix Comics – Hiro NY“.
<http://heroeswiki.com/File:HelixComics-HiroNY.jpg>

Abb. 14: „Heroes – Don't Look Back“, Staffel 1, Episode 2, Regie: Allan Arkush, USA 2006, DVD, Universal Studios, 2007; 00:07:35

9. Anhang

9.1 Abstract

Vorliegende Diplomarbeit setzt sich mit dem Phänomen Transmedia Storytelling auseinander. Es handelt sich dabei um eine Erzählweise, bei der Geschichten mittels mehrerer Medien erzählt werden und dabei eine kohärente, fiktionale Welt erschafft. Jedes Medium soll dabei als autonomes Werk, also unabhängig von anderen Texten im transmedialen Netzwerk, konsumierbar sein und gleichzeitig etwas Neues, zur übergeordneten Welt beitragen. Es ist nicht nötig alle Erweiterungen zu konsumieren. Werden aber beispielsweise ein Film, ein Comic und eine Online-Serie geschaut und dazu noch ein Videospiel gespielt, die alle Teil derselben einheitlichen fiktionalen Welt sind, ergibt sich ein besonderes Unterhaltungs-Erlebnis. Ziel der Produzenten ist es, ein möglichst weites und dicht ineinander verwobenes Netzwerk aus Erweiterungen zu erzeugen, in welchem sich die Konsumenten bewegen können und so ein möglichst vollständiges Bild der fiktionalen Welt erhalten. Sogenannte „Migratory Cues“ verweisen die Rezipienten auf weitere Texte und signalisieren einen Medienwechsel. Der Aufbau solcher transmedialer Netzwerke und die Verbindungen zwischen den einzelnen Medien zueinander, werden anhand der Science Fiction-Dramaserie „Heroes“ und ihren Erweiterungen aufgezeigt. Einen wichtigen Aspekt der Arbeit stellt dabei die Rolle der fiktionalen, transmedialen Welt, dar. Sie ist das zentrale Bindeglied aller Erweiterungen. Eine weitere Besonderheit ist die Einbindung der realen Welt der Konsumenten in die Erzählung. In dieser Arbeit wird gezeigt, wie sich die fiktionale Welt der realen angleicht und dadurch die Grenze zwischen Realität und Fiktion verschwimmt.

9.2 Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Marlene Gunst
Geburtsdatum: 29.11.1987
Geburtsort: Vöcklabruck

Ausbildung

seit 09/2007 bis 01/2015 Diplomstudium, Universität Wien
Studiengang: Theater-, Film- und Medienwissenschaft

1998 bis 2006 Bundesgymnasium Vöcklabruck
Abschluss: Matura

Praktische Erfahrungen

08/2014 bis 10/2014 Produktionsassistentz -
„Kater“, Regie: Klaus Händl; Coop99

05/2014 bis 07/2014 Produktionskoordination -
„WinWin“, Regie: Daniel Hoesl;
A European Film Conspiracy

seit 02/2014 Persönliche Assistenz

10/2013 bis 12/2013 Produktionsassistentin -
„Der letzte Sommer der Reichen“, Regie: Peter Kern;
Nanookfilm

07/2012 bis 09/2013 Büroangestellte - EDV24, allgemeine Bürotätigkeiten

05/2013 Setrunner -
„The Movement“, Regie: Michael Rittmannsberger
Wildruf Film

10/2010 bis 06/2012 Büro- und Ausstellungsorganisation-
MOYA - Museum of Young Art

08/2010 bis 09/2010 Redaktionspraktikum -
„Bezirksrundschau Vöcklabruck“

09/2006 bis 08/2007 Au Pair in London

Fremdsprachen Englisch: fließend in Wort und Schrift