

Transmediales Erzählen im narrativen Universum von *Game of Thrones*

Ein düsterer Tunnel, verschlossen durch ein Torgitter, drei Männer auf Pferden, in mittelalterlich anmutender Kleidung und dick mit Fellen umhüllt. Der Atem der Männer dampft, es ist bitterkalt. Das Tor hebt sich und der dunkle Tunnel, welcher durch eine riesige Eiswand führt, entlässt die drei Reiter in eine nicht näher definierte unberührte Wildnis. In einem nahegelegenen Wald angekommen, teilt der Anführer der drei die Gruppe in zwei Fraktionen und die Kamera folgt dem einzeln entsandten Reiter auf seiner Entdeckungstour. Aufsteigender Rauch eines Lagerfeuers bringt ihn an eine kleine Lichtung, auf der erst kurz zuvor ein Massaker stattgefunden hat – eine Kamerafahrt, die kurz die Perspektive des Reiters verlässt und einen Blick auf das größere Ganze der Lichtung ermöglicht, zeigt Körperteile, die in der Form eines Kelches angeordnet auf der Lichtung verteilt liegen. Kameraschwenk zurück zur Beobachterperspektive, die dem verstörten Reiter folgt, welcher zurück zu seiner Gruppe reitet, um dieser zu berichten. Nachdem der Anführer den Bericht nicht glauben will und die Gruppe nochmals die Lichtung aufsucht, finden sie diese unberührt und von unschuldig weißem Schnee bedeckt. Die Gruppe teilt sich erneut, um die Umgebung der Lichtung zu erkunden und stößt auf eine Anzahl übermenschlich und zombiehaft wirkender Gestalten mit eisblauen Augen. Schemenhaft erlebt der Zuschauer durch die Beobachterperspektive des einzelnen Reiters, wie erst

der eine und dann der andere seiner Begleiter grausam von den Gestalten geköpft werden – und als zwei der Gestalten auch auf ihn zukommen, blendet die Szene aus.

Auf diese Art wird der Zuschauer direkt in die Welt von *Game of Thrones* (GOT) geworfen, einer Fernsehserien-Adaption von George R. R. Martins literarischer Vorlage *Ein Lied von Eis und Feuer*¹, die vom amerikanischen Premium-Kabelsender HBO produziert wird, seit ihrem Sendebeginn im April 2011 ein Millionenpublikum in ihren Bann zieht und durch ungewöhnliche Genremischung und eine bemerkenswerte Narration auffällt.

Der vorliegende Aufsatz setzt sich mit dieser besonderen Erzählweise sowie der Transmedialität von *Game of Thrones* auseinander. Kurz wird in eine Lesart des Konzepts des ‚transmedialen Erzählens‘ eingeführt, um dann darzustellen, wie das Universum von GOT sowohl von den Produzenten der Serie als auch von der Rezipienten-Seite von Fans transmedial erweitert wird.

Der Sender HBO inszeniert die Geschichte von GOT nicht nur im primären Medium des Fernsehens, sondern betreibt auch eine Ausweitung des Erzählrahmens auf verschiedenste andere Medien. Die Sender der deutschen Fassung der Serie, Sky Deutschland, TNT Serie und RTL II haben entsprechende Anstrengungen bisher nicht unternommen, sodass sich der Aufsatz generell am englischen Original orientieren wird.

¹ Orig. George R. R. Martin, *A Song of Ice and Fire*. Der erste Band der geplant siebenteiligen Saga, *A Game of Thrones*, erschien 1996, zwei Bände sind noch nicht fertiggestellt.

1. Einführung in das Universum von *Game of Thrones*

Die narrative Welt von GOT mit dem Namen ‚Westeros‘ strotzt nur so vor Burgen, Schlössern, Rittern und mystischen Gestalten. Dadurch wird ein Universum gezeichnet, das Elemente von historischen Mittelalter-Sagen (der Autor der literarischen Vorlage zieht Parallelen zu den englischen Rosenkriegen des 15. Jahrhunderts [vgl.sffworld.com²]) mit Fantasy-Elementen wie Drachen und Magie verwebt und sich darüber hinaus durch strengen ‚internen‘ Realismus³ auszeichnet. Untermalt wird die Eigenheit des Universums in der Fernsehfassung durch eine eigens für das Narrativ geschaffene Sprache – nicht nur deshalb liegt ein Vergleich mit J. R. R. Tolkiens *Lord of the Rings* nahe.

George R. R. Martin schuf während der vergangenen eineinhalb Jahrzehnte mit *Das Lied von Eis und Feuer* ein episches Werk, das aufgrund seiner Komplexität und originellen Erzählweise nicht nur von Freunden der fantastischen Welten des *Herr der Ringe* enthusiastisch gefeiert wird und Martin den inoffiziellen Titel des ‚amerikanischen Tolkien‘ einbrachte (vgl. Grossman 2005).

2007 vereinbarte der Schriftsteller mit dem US-Pay-TV-Sender HBO, welcher mit Serien wie *The Sopranos* (1999-2007), *Six Feet Under* (2001-05) und *Boardwalk Empire* (seit 2010) immer wieder für Innovationen im Bereich der Fernsehproduktion sorgt⁴, die Saga für eine Fernsehserie zu adaptieren. Seitdem arbeiteten die involvierten Showrunner⁵ David Benioff und Daniel Weiss gemeinsam mit Martin an einem Serien-Skript, das sich in der ersten Serienstaffel dem ersten Buch der Reihe annimmt, wobei weitere Staffeln den Folgebänden analog zuzuordnen sein werden.

Am Anfang der Erzählung findet sich der Zuschauer – die zu Beginn geschilderte Sequenz skizziert die ersten sieben Minuten des Sendungspiloten – dem Setting ähnlich hilflos ausgeliefert wie die Charaktere den zombihaften Gestalten gegenüberstehen.

GOTs Haupt-Handlungsstränge erwachsen aus einzelnen kapitelhaften Sequenzen, in denen jeweils aus der begrenzten personalen Perspektive eines der Charaktere erzählt wird. Diese Erzählweise wurde von Martin im literarischen Original etabliert und direkt auf das Fernsehformat übertragen. Während der Zeitspanne des Piloten der Fernsehserie werden auf diese Art nicht weniger als 18 Hauptcharaktere eingeführt, darunter wichtige Vertreter der Kernfamilien der aristokratischen Dynastien Stark, Lannister, Baratheon und Targaryen.

Den 18 Teilgeschichten der Hauptcharaktere folgend entwickeln sich innerhalb des Piloten vier große Rahmen-Erzählungen über Loyalität, Verrat, Vergänglichkeit, Inzest, Korruption und Einsamkeit, deren Handlungsstränge alle im Laufe der ersten Staffel der Serie nach und nach wieder aufgegriffen werden. Den Konventionen des seriellen Erzählens folgend werden einzelne Episoden der Staffel meist mit einem Cliffhanger/Mystery-Element beendet, um den Spannungsbogen bis zur nächsten Episode aufrechtzuerhalten.

Abgesehen von der verschachtelten Konstruktion der einzelnen Narrationen innerhalb der Serie haben darüber hinaus sowohl die Produktionsfirma HBO auf der einen Seite als auch die große Fan-Gemeinschaft auf der anderen Seite Erweiterungen zur Gesamterzählung geschaffen, die im Folgenden näher beleuchtet werden.

² sffworld.com (2006). „Interview mit George R. R. Martin.“ *sffworld.com*, URL: <<http://sffworld.com/interview/186p0.html>> (accessed: 20.05.2013).

³ Meine Definition. Mit ‚internem‘ Realismus bezeichne ich hier eine in sich geschlossene, authentische Darstellung der Charaktere und ihrer Handlungen sowie der sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Figuren. Die Figuren entsprechen in diesem Sinn generell nicht dem manichäischen Gut-gegen-Böse-Schema eines *Herr der Ringe*, sondern tragen den vielen Facetten des menschlichen Seins und dem inneren Kampf der Emotionen Rechnung.

⁴ Eine differenziertere Diskussion des Status von HBO in der amerikanischen Fernsehlandschaft findet sich beispielsweise in McCabe and Akass 2008.

⁵ Der *showrunner* stellt die höchste Position in der Hierarchie der in Fernsehproduktionen amerikanischer Art involvierten Akteure dar, die synonym mit den Begriffen *showrunner-auteur* und *writer-producer* benannt wird. Die Namensgebung spiegelt die Verantwortung wider, die diese Position in Bezug auf die gesamt-ästhetische Integrität innehat, sowie die sich daraus ergebenden Pflichten. Diese bestehen beispielsweise darin, die Arbeit der Skriptschreiber, der jeweils am Set arbeitenden Regisseure, des Sound- und Bildschnitts zu überblicken und zu lenken sowie idealerweise seine eigenen künstlerischen Vorstellungen sowie einen persönlichen Stil einzubringen. Mehr zum Begriff des *showrunner*, siehe bspw. Newman and Levine 2012: 40-58.

Exkurs: Paratexte und Transmediales Erzählen

Transmedialität funktioniert generell über Paratexte, die im Bezug zum Haupttext stehen und die Narration auf verschiedenste Arten anderer Medien wie Blogs, Spiele, etc. erweitern können.

Gérard Genette definiert Paratexte kurz als Gleichung $\text{paratext} = \text{epitext} + \text{peritext}$ (Genette 1991: 263f.). Epitexte versteht er als die Elemente eines literarischen Werks, welche indirekt mit dem Text in Verbindung stehen (Interviews des Autors, Tagebucheinträge mit Bezug auf den Haupttext, etc.). Peritexte verkörpern die Texte, welche in direkter Verbindung zum Haupttext positioniert werden können (z.B. das Vorwort, Kapitelüberschriften, Klappentext, etc.).

Der Germanist Stanitzek greift Genettes Definition auf, plädiert aber für eine Aufbrechung der engen Bindung von Genettes Paratext-Konzept an den literarischen Text und erweitert die Anwendung des Konzepts auf Film- und Fernsehmedien (Stanitzek 2005: 38). Nach Stanitzek finden sich so beispielsweise im Medium Film eine Vielzahl den Haupttext (den Film) umgebende Elementen wie Trailer und Poster, die Paratext-Funktionen übernehmen.

Jonathan Gray unterstreicht diese Auffassung und argumentiert, dass es heutzutage im Kontext unserer mediengesättigten Welt schlicht unmöglich sei, einen Text isoliert von seinen Paratexten zu betrachten. Als Beispiele nennt auch er Filme, deren Rezeption durch Trailer, DVD-Cover und Filmposter gelenkt wird, und die Teil eines komplexen intertextuellen Netzes werden (Gray 2010, zit. in Mittell 2012: Par. 5).

Jason Mittell wiederum unterstreicht die Notwendigkeit der Unterscheidung zweier Arten von Paratexten: „[P]aratexts that function primarily to hype, promote, and introduce a text [...and] those that function as ongoing sites of narrative expansion.“ (Mittell 2012: Par. 6)

Nach Mittell steht transmediales Erzählen eng mit der zweiten Funktion in Verbindung. Jedes mediale Angebot ist heutzutage von bewerbenden, unterstützenden Paratexten umgeben. Nicht jeder dieser Paratexte ist aber in der Lage, eine narrative Erweiterung

des Haupttextes zu schaffen. Henry Jenkins' idealisierter Ansatz des transmedialen Erzählens, der auf seinen Überlegungen in *Convergence Culture* (ebd. 2006) aufbaut, sieht diese Art der narrativen Erweiterung als einen von vielen Ansätzen der Transmedialität (er erwähnt auch weitere Ansätze wie *transmedia branding*, *performance*, *ritual*, *play*, *activism* und *transmedia spectacle*) und definiert sie wie folgt:

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. (Jenkins, "Transmedia 202", o. Pag.)

Idealisiert ist dieser Ansatz, da er von einer Gleichgewichtung aller Texte eines narrativen Universums ausgeht. Im Falle von GOT herrscht aber ein Haupttext (bzw. zwei Haupttexte, wenn man das literarische Original mit einbeziehen möchte) vor. Die umgebenden Paratexte bilden das, was Mittell „unbalanced transmedia“ nennt, mit der primären Funktion, das narrative Erlebnis der Fernsehserie zu unterstützen und zu vertiefen (vgl. Par. 8; 9).

2. Transmediale Erweiterungen von *Game of Thrones*

Ich möchte im Kontext von GOT auf zwei Arten von Paratexten näher eingehen: einerseits die produktionsseitig in Umlauf gebrachten Erweiterungen, welche von HBO in Auftrag gegeben wurden, um den viel beschriebenen *buzz* zu generieren, der für den Sender zu Promotions- und Zuschauerbindungszwecken so wichtig ist (vgl. z.B. McCabe und Akass, „It's not TV“ 83-94). Andererseits werden exemplarisch Erweiterungen beleuchtet, die von Dritt-Unternehmen und Fans geschaffen wurden.

2.1 Produktionsseitige Paratexte

a) DVD-Zusatzmaterial

Die *Game of Thrones*-DVD-Box der ersten Staffel enthält, wie heutzutage üblich, neben den einzelnen Episoden der Sendung auch eine Vielzahl von Zusatzmaterial. Der Großteil der Extras (darunter beispielsweise ein

Making of-Feature und ein Extra über die Erstellung der Titelsequenz) kann unter Jason Mittells paratextuelle Hype/Promotion-Kategorie eingeordnet werden. Eines der Extras, das sich mit der Erschaffung einer eigenen Sprache speziell für den in der Narration vorkommenden Stamm der Dothraki auseinandersetzt, kann darüber hinaus als implizite Erweiterung der narrativen Welt von GOT gesehen werden. David Peterson, Linguist der US-amerikanischen Language Creation Society (LCS) und verantwortlich für die Kreation der Sprache, erläutert im Extra seine Herangehensweise und beschreibt detailliert, wie er sowohl Vokabular als auch Grammatik und Phonetik mit einbeziehen musste, um eine möglichst authentisch klingende Sprache für das kriegerische Reitervolk der Dothraki zu kreieren. Dieses Extra weist den Zuschauer explizit auf die Detailversessenheit der Produzenten hin, um die perzeptive Qualität und Attraktivität der Narration hervorzuheben. Schon J. R. R. Tolkien zeigte mit seiner selbst geschaffenen elfischen Sprache, wie eine auf diegetischer Ebene eingesetzte neue Sprache sowohl die Exotik der Narration als auch ihre Authentizität um ein Vielfaches steigern und somit zur Immersion des Zuschauers⁶ beitragen kann. Diese Einladung wird von enthusiastischen Zuschauern/Fans gerne aufgenommen; in Internet-Foren werden Vokabeln und Grammatik der Dothraki-Sprache heiß diskutiert und Wörterbücher erstellt (vgl. u.a. Littauer).

b) Offizielle Website von GOT

In die Kategorie der Paratexte, die als Orte narrativer Erweiterung des Haupt-Universums von GOT gelten können, passen Teile der offiziellen Sendungs-Website von HBO. Ein dort eigens angelegter und von Episode zu Episode aktualisierter *Game of Thrones Viewers' Guide* ermutigt die Besucher, in eine Vielzahl von Zusatzangeboten einzutauchen, die die Narration der Serie unterstützen und erweitern. So zeigt eine detaillierte und interaktive Karte der fiktiven Welt von Westeros die Handlungsorte jeder einzelnen Epi-

sode und ermöglicht dem Besucher, die jeweiligen Handlungsbögen visuell-geographisch zu verknüpfen und in Relation zu setzen. Darüber hinaus erlaubt die Karte, die sich von Episode zu Episode ändernden Einflussgebiete und Herrschaftsbereiche der einzelnen Häuser zu verfolgen.

Des Weiteren bietet der *Viewers' Guide* Zugriff auf einen illustrierten Stammbaum der Häuser und Regenten in der fiktionalen Welt von Westeros und ermöglicht dadurch interessierten Besuchern eine tiefer gehende Analyse des Netzes von sozialen Beziehungen, die sich in der Narration.

Vordergründig locken diese Elemente mit ansprechend gestalteten Hintergrundinformationen zur Narration und fördern dadurch zum einen die Interaktion des Besuchers der Website mit der Fernsehsendung und zum anderen ein umfangreicheres Erleben der Narration. Hintergründig verfolgt der Sender natürlich die Bindung interessierter Zuschauer an die Serie. Außerdem werden Besucher der Website indirekt dazu animiert, die angehängte Verkaufsplattform HBO Shop aufzusuchen, wo unter anderem Merchandise-Artikel, die DVD-Box-Sets und George R. R. Martins literarische Vorlagen zur Serie sowie andere transmediale Erweiterungen wie Computer- und Kartenspiele feilgeboten werden.

c) Promotionspaket Maester's Path

Eine andere Art paratextueller, transmedialer Erweiterung, die auf das Generieren des schon erwähnten *buzz* abzielt, stellt der *Maester's Path* dar. Vor Beginn der Ausstrahlung der ersten Staffel im Frühjahr 2011 versandte HBO eine limitierte Anzahl von Paketen an sogenannte „Super-Fans“.⁷ Im Paket befand sich eine transmediale Einladung zur Auseinandersetzung mit der fiktionalen Welt von Westeros, die aus hochwertig produzierten, mittelalterlichen Schriftrollen sowie einer Holzkiste bestand. Die Kiste wiederum enthielt kleine Fläschchen mit Duftproben, die vorgaben, dem Rezipienten Gerüche verschiedener in der Diegese vorkommender Orte vorzustellen.

⁶ Mehr zur Immersions-Begriff im Kontext Neuer Medien, vgl. bspw. Rose 2011.

⁷ US-Kommunikationswissenschaftlerin Amanda Lotz bezeichnet mit dem Begriff „Super-Fans“ Personen, die Einfluss auf Gruppen von Fans über Blogs und andere Arten von sozialen Netzwerken ausüben können (vgl. Lotz 2007: 112).

Zum genaueren Verständnis sei hinzugefügt, dass die Bezeichnung des *Maester* wiederum in Westeros agierende gelehrte Heiler und Ratgeber bezeichnet. Die Empfänger dieses Pakets wurden also dazu eingeladen, die Rolle eines *Maester* anzunehmen und sich einer Auswahl an in den Schriftrollen beschriebenen Aufgaben bzw. Rätseln zu stellen – eine im direkten Wortsinn transmediale Einladung: Vom olfaktorischen Erlebnis der Geruchspuren über das taktile Erlebnis des Erfühlens der artifiziell auf alt ‚getrimmten‘ Truhe und der Schriftrollen zum visuellen Genuss der altertümlichen Schrift und der späteren virtuellen Interaktion mit der zugehörigen Website, auf der die Rätsel der Schriftrollen wiederum gelöst werden konnten – alles lud zur aktiven Partizipation an und in *Game of Thrones* ein.

Die von HBO erhoffte Wirkung ließ nicht lange auf sich warten: Besagte „Super-Fans“ berichteten ausführlich in zahlreichen Blogs und Videobotschaften vom transmedialen Erlebnis des Auspackens dieses Pakets (vgl. Nedopak 2011; Hutchins 2011). Auf diese Art nutzte HBO den Einfluss der „Super-Fans“, um auch indirekt *buzz* für seine Fernsehserie zu erzeugen; die positive Wertung einer geringen Anzahl von Multiplikator-Agenten schuf positives Feedback innerhalb der Peer Groups von Blogs und Chatrooms und somit auch kostenlose Werbung sowohl für die Serie als auch für den Sender, der sich auch hierdurch als Qualitäts-Garant inszeniert.

d) Spiele

Transmediale Externalisierung von Elementen eines Haupttexts aus der Literatur oder Bildmedien hat im Spiele-Bereich eine lange Tradition. Auch für das Erzähluniversum von GOT wurden einige Erweiterungen im Spieleformat entwickelt; von Kartenspielen⁸ über klassische Brettspiel-⁹ und Rollenspiel-Varianten¹⁰ (die allerdings auf der literarischen Vorlage aufbauen) hin zu Computer-¹¹ und Online-Spielen¹². Eine aktuelle Entwicklung, die erst im Teststadium vorliegt, aber

bald für das breite Publikum zugänglich sein wird, soll hier kurz herausgestellt werden: eine Strategiespiel-Adaption von GOT¹³, die im sozialen Netzwerk Facebook verankert wird.

Der Spieler soll hier die Möglichkeit haben, im Universum von GoT selbst seinen Aufstieg (und Fall) durch geschicktes Taktieren zu steuern. Als nobles Mitglied der sozial aufstrebenden Mittelklasse erklärt man sich als Anhänger eines der fünf großen Häuser von Westeros, verwaltet sein Anwesen und sein Hab und Gut und kollaboriert mit anderen Mitspielern im sozialen Netzwerk, um mit- und gegeneinander Intrigen zu schmieden und verschiedene Arten von Konflikten und anderweitigen Herausforderungen, die an Teile der Haupt-Narration angelehnt sind, zu meistern.

Von den Entwicklern versprochen wird nicht weniger als eine neuartige Form der aktiven Partizipation, die von der Haupt-Narration der Serie und der literarischen Vorlage geleitet wird, aber auch eigenständiges strategisches Planen erfordert, da der Spieler frei im narrativen Universum agieren kann. Darüber hinaus verspricht der Hersteller, sich direkt an den Storylines der dritten Staffel der Fernsehserie zu orientieren, welche seit April 2013 ausgestrahlt wird. So wird den Spielern die Möglichkeit gegeben, die Fernsehserie nachzuspielen, Handlungsbögen zu integrieren, die zwar im Buch, aber nicht in der Serie auftauchen, sowie alternative Entscheidungen und Enden auszuprobieren (vgl. Gaudiosi 2012). Die Betreiber von Facebook kürten das Spiel im September 2013 zu einem der beliebtesten Spiele des sozialen Netzwerks (Kategorie: *Staff Pick*) und nach aktuellem Stand nutzen mehr als 100'000 Facebook-User das Spiel.

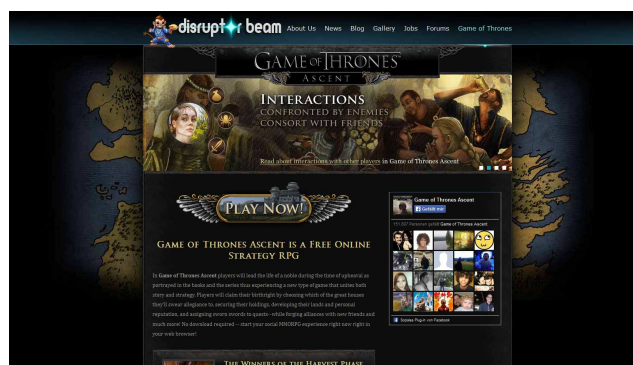


Abb. 1: www.disruptorbeam.com

⁸ Vgl. Fantasy Flight Games 2002.

⁹ Vgl. Fantasy Flight Games 2003.

¹⁰ Vgl. Green Ronin Games 2012.

¹¹ Vgl. Peckham 2012.

¹² Vgl. Bigpoint 2012.

¹³ Vgl. Disruptorbeam 2012.

e) Graphic Novel / Comic

Ein weiterer Bereich, der sowohl von Unternehmen als auch von Fans aufgegriffen wird, ist der der Graphic Novels / des Comics. Die seit September 2011 erscheinende Comic-Serie mit dem Titel *George R. R. Martins Game of Thrones* (Abraham et al.) hält sich nah an den Vorgaben der Plot-Aufteilung der literarischen Vorlage und kann somit als klassische Adaption bezeichnet werden. Ein Sammelband der ersten sechs Ausgaben namens *A Game of Thrones: The Graphic Novel* (ebenefalls von Abraham et al.) ist seit März 2012 verfügbar.

Die Comics übernehmen direkt beschreibende Textelemente und Auszüge aus der Vorlage für Dialoge und sichern sich somit inhaltliche Nähe zum Original. Was im Gegensatz zur Fernsehserie auffällt, ist die heroische Art der Charakterpräsentation. Während die HBO-Fernsehproduktion Wert darauf legt, möglichst realistisch wirkende Figuren mit Makeln und Fehlern zu zeichnen, wirkt der Comic stilisierter und klarer in der Klassifikation von Gut und Böse (vgl. Scheeden).

2.2 Rezeptionsseitige Paratexte

Bis hierhin wurden transmediale Erweiterungen des Universums von GOT vorgestellt, die von Produzentenseite, also direkt vom Fernsehsender HBO, initiiert wurden oder aber in Kollaboration mit diesen entstanden. Ein weiterer wichtiger Faktor transmedialen Erzählens sind darüber hinaus auch die Elemente, die von den Rezipienten des narrativen Universums, dem Fan-Publikum aus Lesern und Zuschauern, geschaffen wurden. Eigene Online-Magazine¹⁴ sammeln von Fans geschriebene Geschichten, die in unterschiedlichem Umfang (von Kurzkapiteln mit 400 Wörtern Länge bis zur 150.000-Wort-Story) alternative Perspektiven bekannter oder auch komplett neuer Charaktere¹⁵ sowie alternative Handlungsstränge in die narrati-

ve Welt integrieren. Von Fans geschaffene Interpretationen in Bild- und Videoform kursieren mittlerweile tausendfach im Internet. Darunter finden sich Liedadaptionen von in der Narration auftauchenden Songtexten¹⁶, Parodien auf Elemente der Hauptnarration (z.B. die transmediale Verknüpfung des Hauses Stark mit dem Charakter Tony Stark aus der *Iron Man*-Comicreihe des US-Comicriesen Marvel¹⁷, eine Adaption der Titelsequenz durch die *Simpsons*¹⁸), Visualisierungen der sozialen Netzwerke und der erzählten Zeit der Narration¹⁹, sowie Nachrichtensendungen²⁰, die Neuigkeiten und Wendungen innerhalb der Geschichte sowie Produktionsdetails diskutieren. Abschließend seien auch von Fans produzierte Elemente diegetischer Erweiterung bzw. Artefakte der Diegese wie die fiktive Suchanzeige eines der Charaktere²¹ genannt, die bei Fans große Popularität genießen.

3. Fazit: Transmediales Erzählen – Schöne Neue Welt oder Viel Lärm um Nichts?

Wie exemplarisch gezeigt wurde, stellt transmediales Erzählen ein komplexes Netzwerk dar und kann nur gelingen, wenn dem für die Erweiterung geplanten Ziel-Medium bzw. -Medien, in das die Narration übergehen sollen, Rechnung getragen wird. Das Beispiel der Comic-Adaption als Teil des transmedialen Universums von *Game of Thrones* zeigt eine Art der Umsetzung, der eine weniger positive Rezeption zuteil wurde. Hauptkritikpunkt der Rezensenten war die enge Bindung an den Haupttext der literarischen Vorlage und die gleichzeitige Vernachlässigung wesentlicher Elemente dieser Vorlage, insbesondere der vielschichtigen Figurenrepräsentation.²²

Das Beispiel des vom Fernsehsender HBO geschickt inszenierten *Maester's Path*-Pakets zeigt im Gegensatz, wie bereichernd ein transmediales Erlebnis sein kann, wenn es

¹⁴ Vgl. bspw. *Game of Thrones Fanfiction*, oder auch *Fanfiction.Net: Game of Thrones*.

¹⁵ Vgl. bspw. Quinzel 2012.

¹⁶ Vgl. bspw. The National, *The Rains of Castamere* (2012).

¹⁷ Vgl. bspw. Dimovski 2012.

¹⁸ Vgl. *The Simpsons*, S23.15 (2012).

¹⁹ Vgl. bspw. Maslowska 2011.

²⁰ Vgl. bspw. The Daily Raven – Episode 1 (2012).

²¹ Vgl. bspw. Hamilton 2012.

²² Vgl. bspw. Yehl 2011.

durch gelungene und eine der Narration angemessenen Präsentation von Elementen dem Rezipienten erleichtert, sich darauf einzulassen, durch genau die physische Präsenz der (angeblich) der Diegese entstammenden Artefakte eine umso emotional stärkere Verbindung zur Narration herzustellen.

Andere Elemente wie das Online-Spiel *Game of Thrones Ascent*, das auf soziale Netzwerke zurückgreift, wird wohl erst noch beweisen müssen, ob in ihm wirklich ein so interessanter Ansatz steckt, wie von den Entwicklern beworben. Der Ausblick, sich in Gruppen aktiv in einem fiktiven Universum zu bewegen, hat sich aber speziell im Falle von Spielvertretern aus der Fantasy-Branche – bspw. Titel-Reihen wie *World of Warcraft* und *Diablo* – bisher mehr als erfolgreich erwiesen.

Laut Jason Mittell werden transmediale Ansätze, speziell mit der Fernsehproduktion entstammenden Haupttexten, momentan vom Paradoxon beherrscht, dass diese transmedialen Erweiterungen einerseits diejenigen belohnen sollen, die sich darauf einlassen, aber nicht denjenigen zum Nachteil gereichen dürfen, die ebendiese transmedialen Erweiterungen nicht nutzen (vgl. Mittell 2012: Par. 26). Daraus ergibt sich die Frage, welche Elemente Teil einer transmedialen Erweiterung sein dürfen, da besonders wich-

tige Elemente *per se* im Haupttext unentbehrlich sind und dadurch auch nicht auf andere Medien ausgelagert werden können. Im Umkehrschluss bleibt demnach nur, Inhalte mit dem Status von Gimmicks, Extras und Bonusmaterial für solch transmediale Erweiterungen zu verwenden.

Wie gezeigt wurde, bietet aber speziell *Game of Thrones* meiner Meinung nach trotz dieses Paradoxons durch seine offene Struktur des narrativen Universums, das andersartige Mythologie und Religion, Geographie, Sprache und soziale Interaktionsformen beinhaltet, vielfältige Andockmöglichkeiten für transmediale Erweiterungen, die zur Bereicherung der Haupt-Narration im Sinne von Henry Jenkins sowie Jason Mittells „unbalanced paratexts“ beitragen und die Tradition innovativer TV-Produktionen wie *The X-Files*, *Lost*, *Battlestar Galactica* oder *Fringe* und deren jeweiligen Transmedia-Universen fortsetzen.

Tobias Steiner

Der Autor studierte Amerikanistik und Television Studies in Hamburg und London und schloss sein MA-Studium mit einer Arbeit zu Allegorien auf das Trauma von 9/11 in US-amerikanischen Fernsehserien und den Fall *Homeland* ab. Seit Herbst 2013 ist er Doktorand am Institut für Anglistik und Amerikanistik der Universität Hamburg und assoziiertes Mitglied im „Research Center for Media and Communication“.

Zitierte Filme, Spiele und andere Medien

- Abraham, Daniel et. al. (2011): *George R. R. Martin's Game of Thrones*. Runnemed: Dynamite Entertainment.
- Abraham, Daniel, Tommy Patterson et. al. (2012): *A Game of Thrones: The Graphic Novel*. New York: Bantam Books.
- Bigpoint (2012): *Game of Thrones: Seven Kingdoms*. URL: <<http://game-of-thrones-online.browsergames.co.uk>>, Zugriff: 17.05.2013.
- Disruptorbeam (2011): *Game of Thrones Ascent*. URL: <<http://www.disruptorbeam.com/games/game-of-thrones>>, Zugriff: 19.05.2013.
- Fantasy Flight Games (2002): *A Game of Thrones. The Card Game*. URL: <<http://www.agameofthrones.com>>, Zugriff: 18.05.2013.
- Fantasy Flight Games (2003): *A Game of Thrones. The Board Game*. URL: <http://www.fantasyflightgames.com/edge_minisite.asp?eidm=172>, Zugriff: 18.05.2013.
- Game of Thrones Fanfiction*. URL: <<http://hbo-gotfiction.livejournal.com>>, Zugriff: 25.04.2013.
- Green Ronin Games (2008): *A Song of Ice and Fire Roleplaying*. URL: <<http://greenronin.com/sifrp>>, Zugriff: 18.05.2013.
- Fanfiction.Net: Game of Thrones*. URL: <http://www.fanfiction.net/tv/Game_of_Thrones>, Zugriff: 25.03.2013.

Martin, George R. R. (1996-): *A Song of Ice and Fire*. New York: Bantam Books.

The Daily Raven – Episode 1. Veröffentlicht: 18.02.2012, URL: <<http://www.youtube.com/watch?v=rPOz8FjQA6w>>, Zugriff: 13.05.2013.

Battlestar Gallactica (Seasons 1-4, mit Webisodes und Extensions, 2003/4-2012, Ronald D. Moore, David Eick/Sci-Fi/SyFy).

Fringe (Seasons 1-5, mit Web Extras, 2008-2013, J.J. Abrams, Alex Kurtzman, Roberto Orci/Warner Bros. Television).

Game of Thrones (Season 1, 2011, David Benioff, Dan Weiss/HBO).

The Simpsons (S23.15 „Exit through the Kwik-E-Mart“, 2012, Matt Groening/FOX Broadcasting Company).

The X-Files (Seasons 1-9, 1993-2002, Chris Carter/FOX).

Lost (Seasons 1-6, 2004-10, J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof/ABC).

Literatur

Genette, Gérard (1991). „Introduction to the Paratext.“ *New Literary History*. 22(2). 261-272.

Gray, Jonathan (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York, NY University Press.

Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NY University Press, 2006.

Jenkins, Henry (2011). „Transmedia 202: Further Reflections.“ *Confessions of an Aca/Fan*, URL: <http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html> (accessed: 20.05.2013).

Lotz, Amanda (2007). *The Television Will Be Revolutionized*. New York: NY University Press.

McCabe, Janet and Kim Akass (2007). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. New York: I.B Tauris.

McCabe, Janet and Kim Akass (2008). ‚It’s not TV, it’s HBO’s original programming‘ In: Leverette, Marc et al. (eds.). *It’s not TV: Watching HBO in the Post-TV Era*. New York: Routledge. 83-94.

Mittell, Jason (2012). „Transmedia Storytelling.“ In: ebd.: *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, pre-publication edition (MediaCommons Press, 2012-13)., URL: <<http://mediacommons.futureofthebook.org/mcpress/complextelevision/transmedia-storytelling/>> (accessed: 13.12.2013).

Newman, Michael Z. / Levine, Elana (2012). *Legitimizing Television*. London: Routledge.

Rose, Frank (2011). *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.

Stanitzek, Georg (2005). „Texts and Paratexts in Media.“ *Critical Inquiry* 32(1), 27-42.

Reviews, Fanart etc.

Dimovski, Dalibor (2012). „Week of Thrones: The Avengers meet Game of Thrones in these epic mash-ups.“ *Sidequesting.com*, URL: <<http://www.sidequesting.com/2012/05/wot-the-avengers-meet-game-of-thrones>> (accessed: 18.04.2013).

Gaudiosi, John (2012). „Game of Thrones’ Fans Get First Facebook Social Game.“ *Hollywood Reporter*, URL: <<http://www.hollywoodreporter.com/news/game-of-thrones-facebook-social-game-327283>> (accessed: 18.06.2012).

Grossman, Lev (2005). „Books: The American Tolkien.“ *TIME Magazine US*, URL: <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1129596,00.html>> (accessed: 15.03.2013).

Hamilton, Kirk (2012). „Where Are My Dragons?“ URL: <<http://kotaku.com/5918240/daenerys-targaryen-takes-to-americas-city-streets-to-find-her-lost-dragons>> (accessed: 22.04.2013).

- Hutchins, J.C. (2011). „Winter Is Coming.“ *J.C. Hutchins Blog*, URL: <<http://jchutchins.net/site/2011/02/25/winter-is-coming-a-transmedia-fiction-experience-with-j-c>> (accessed: 03.04.2013).
- Littauer, Richard (2011). „The Dothraki Language Dictionary.“ *dothraki.org*, URL: <<http://docs.dothraki.org/Dothraki.pdf>> (accessed: 20.01.2013).
- Maslowska, Magda (2011). „Game of Thrones Infographic: Illustrated Guide to Houses and Character Relationships.“ *hauteslides.com*, URL: <<http://hauteslides.com/2011/05/game-of-thrones-infographic-illustrated-guide-to-houses-and-character-relationships>> (accessed: 24.04.2013).
- Nedopak, Kristen (2011). „HBO's ‚Game of Thrones‘ ‚Maester's Path‘ Multi-Sensory Experience.“ *thinkhero.com*, URL: <<http://www.thinkhero.com/2011/02/26/beautiful-game-of-thrones-maesters-path-gift-from-hbo-pics>> (accessed: 16.04.2013).
- Peckham, Matt (2012). „From Bleak to Bleaker in A Game of Thrones the Roleplaying Game's New Trailer.“ *TIME Techland Magazine*, URL: <<http://techland.time.com/2012/02/03/from-bleak-to-bleaker-in-a-game-of-thrones-the-roleplaying-games-new-trailer>> (accessed: 18.05.2013).
- Quinzel, Pierrot (2012). „Abbi Baratheona.“ *quotev.com*. URL: <<http://www.quotev.com/story.php/1517299/Abbi-Baratheona-%20Game-of-Thrones-FanFiction/1>> (accessed: 22.04.2013).
- Schedeen, Jesse (2011). „The popular fantasy epic jumps from books to TV to comic.“ *IGN.com*, URL: <<http://uk.comics.ign.com/articles/119/1195832p1.html>> (accessed: 27.03.2013).
- The National (2012). „The Rains of Castamere.“ *youtube.com*, URL: <<http://www.youtube.com/watch?v=NlHqRZyPN5g>> (accessed: 25.04.2013).
- Yehl, Joshua (2011). „Review: A Game of Thrones #1.“ *brokenfrontier.com*, URL: <http://www.brokenfrontier.com/reviews/p/detail/a-game-of-thrones-1> (accessed: 27.04.2013).
- HBO.com „Game of Thrones: Viewers' Guide.“ URL:< <http://viewers-guide.hbo.com/game-of-thrones/season2>> (accessed: 13.05.2013).
- sffworld.com (2006). „Interview mit George R. R. Martin.“ *sffworld.com*, URL: <<http://sffworld.com/interview/186p0.html>> (accessed: 20.05.2013).