

Jana Möglich

Marvel Cinematic Universe: Untersuchung eines transmedialen Mediensystems

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/18134>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Möglich, Jana: Marvel Cinematic Universe: Untersuchung eines transmedialen Mediensystems. Marburg: Schüren 2017 (Jahrbuch immersiver Medien 9), S. 129–142. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/18134>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE

UNTERSUCHUNG EINES TRANSMEDIALEN MEDIENSYSTEMS

Jana Möglich

Das Marvel Cinematic Universe

Bei dem *Marvel Cinematic Universe* (= MCU) handelt es sich um ein fiktives Universum, deren Charaktere auf Figuren der *Marvel Comics* beruhen (= Originaltext), die Handlungen sind jedoch unabhängig von diesen (vgl. Superheldenkino 2016: k.S.; Wikia 2016a: k.S.). Es umfasst Filme, Kurzfilme und Serien, die allesamt von Marvel produziert werden. Das Universum verbindet in einem komplexen Konstrukt Handlungselemente und Handlungsschauplätze sowie die Beziehungen der Charaktere zueinander. Seit seinem Beginn 2008 mit der Verfilmung von *IRON MAN* wird das MCU bis dato in drei Phasen unterteilt (ebd.):

Phase 1 (2008–2012)

Avengers Assembled

IRON MAN (Jon Favreau, USA 2008), *DER UNGLAUBLICHE HULK* (*THE INCREDIBLE HULK*, Louis Leterrier, USA 2008), *IRON MAN 2* (Jon Favreau, USA 2010), *THOR* (Kenneth Branagh, USA 2010), *CAPTAIN AMERICA: THE FIRST AVENGER* (Joe Johnston, USA 2011), *MARVEL'S THE AVENGERS* (Joss Whedon, USA 2012)

Phase 2 (2013–2015)

IRON MAN 3 (Shane Black, USA 2013), *THOR – THE DARK KINGDOM* (*THOR: THE DARK WORLD*, Alan Taylor, USA 2013), *THE RETURN OF THE FIRST AVENGER* (*CAPTAIN AMERICA: THE WINTER SOLDIER*, Anthony Russo & Joe Russo, USA 2014), *GUARDIANS OF THE GALAXY* (James Gunn, USA 2014), *AVENGERS: AGE OF ULTRON* (Joss Whedon, USA 2015), *ANT-MAN* (Peyton Reed, USA 2015)

Phase 3 (2016–2019)

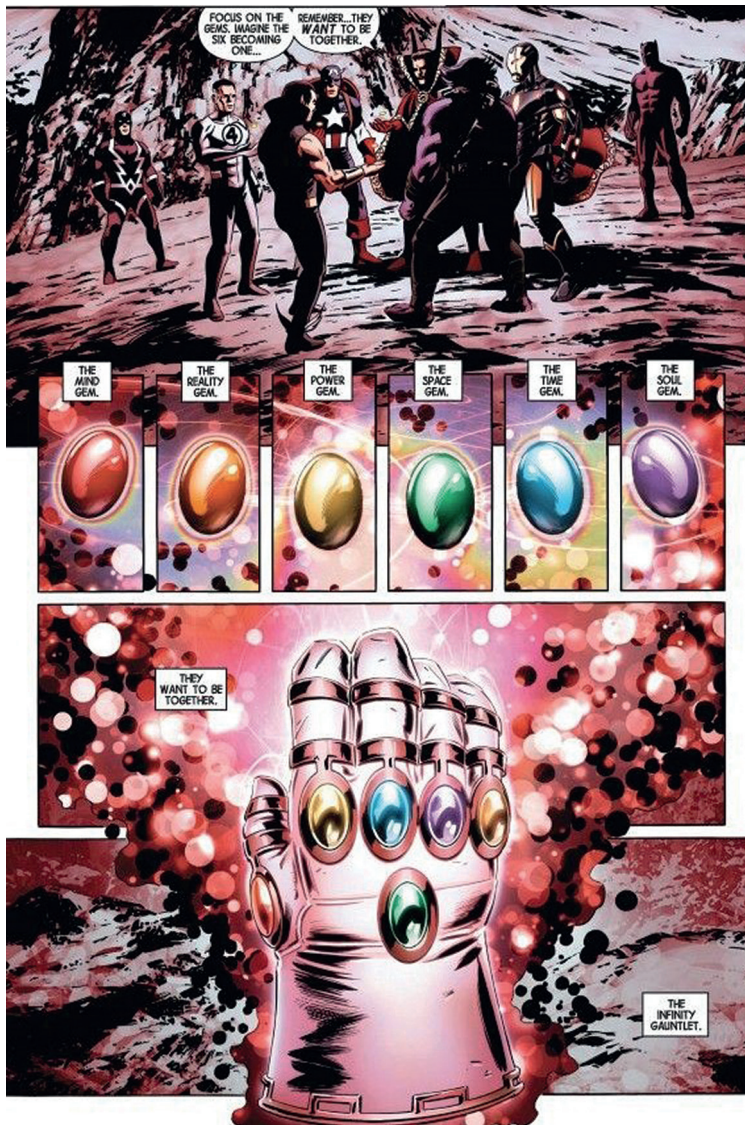
THE FIRST AVENGER: CIVIL WAR (Anthony Russo & Joe Russo, USA 2016), *DOCTOR STRANGE* (Scott

Derrickson, USA 2016), *GUARDIANS OF THE GALAXY VOL. 2* (James Gunn, USA 2017), *SPIDER-MAN: HOMECOMING* (Jon Watts, USA 2017), *THOR: TAG DER ENTSCHEIDUNG* (*THOR: RAGNAROK*, Taika Waititi, USA 2017), *BLACK PANTHER* (Ryan Coogler, USA 2018), *AVENGERS: INFINITY WAR, PART I* (Anthony Russo & Joe Russo, USA 2018), *ANT-MAN AND THE WASP* (Peyton Reed, USA 2018), *CAPTAIN MARVEL* (Anna Boden & Ryan Fleck, USA 2019), *AVENGERS: INFINITY WAR, PART II* (Anthony Russo & Joe Russo, USA 2019)

In Phase 1 werden mit *Iron Man*, *Hulk*, *Thor* und *Captain America* vier Mitglieder der *Avengers* eingeführt, weshalb sie auch mit deren Zusammenführung in *MARVEL'S THE AVENGERS* endet. Zu den Filmen kamen ab 2013 einige Kurzfilme hinzu. So auch *MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D.* (Marvel Television / ABC Studios / Mutant Enemy, USA seit 2013), welche an die Geschehnisse von *MARVEL'S THE AVENGERS* anknüpft und von den Erlebnissen von *Avenger-Recruiter Agent Phil Coulson* handelt.

Die restlichen Ableger bzw. *Spin-Offs* wie TV-Serie *MARVEL'S AGENT CARTER* (Marvel Television / ABC Studios / F&B Fazekas & Butters, USA 2015–2016) und die Web-Serien *MARVEL'S DAREDEVIL* (DeKnight Productions / Goddard Textiles / Marvel Television / ABC Studios, USA seit 2015), *MARVEL'S JESSICA JONES* (Marvel Television / ABC Studios / Tall Girl Productions, USA seit 2015), *MARVEL'S LUKE CAGE* (Marvel Television & ABC Studios, USA seit 2016) und *MARVEL'S IRON FIST* (ABC Studios / Marvel Entertainment / The Walt Disney Company, seit 2017) werden im Abschnitt *Subjectivity* diskutiert.

Außerdem sind auch die Filme der Kurzfilmserie *Marvel One Shots* *MARVEL ONE-SHOT: DER BERATER* (*MARVEL ONE-SHOT: THE CONSULTANT*, Leythum, USA 2011), *MARVEL ONE-SHOT: ETWAS LUSTIGES GESCHAH*



1 Infinity Gauntlet.
(Quelle: <https://static.giga.de/wp-content/uploads/2015/02/Infinity-Gems-Avengers-Comics.jpg>)

AUF DEM WEG ZU THORS HAMMER (MARVEL ONE-SHOT: A FUNNY THING HAPPENED ON THE WAY TO THOR'S HAMMER, Leythum, USA 2011), MARVEL ONE-SHOT: OBJEKT 47 (MARVEL ONE-SHOT: ITEM 47, Louis D'Esposito, USA 2012), MARVEL ONE-SHOT: AGENT CARTER (MARVEL ONE-SHOT: AGENT CARTER, Louis D'Esposito, USA 2013) und MARVEL ONE-SHOT: DER MANDARIN (MARVEL ONE-SHOT: ALL HAIL THE KING, Drew Pearce, USA 2014) dem MCU zuzuordnen.

Die Geschichten der in Phase 1 eingeführten *Avengers* werden in Phase 2 weitergeführt. Ebenso verhält es sich in Phase 3, deren zusätzliche Funk-

tion die Einleitung des *Infinity War* ist, welcher wiederum an den *Infinity Gauntlet* aus den *Marvel Comics* angelehnt ist (vgl. Becher 2014: k.S.; siehe Abb. 1, die Farbuweisung hat sich in der Zwischenzeit verändert).

Der *Infinity Gauntlet* ist ein Handschuh, auf dem die *Infinity-Steine* angebracht und somit deren Kraft gebündelt werden kann. Nur sehr mächtige Wesen sind im Stande, den *Infinity Gauntlet* zu tragen, da dem Träger des voll besetzten *Infinity Gauntlets* grenzenlose Macht verliehen wird. *Thanos* ist ein solches Wesen und versucht, die *Infinity*-

Steine zusammenzuführen. Zum Ende von Phase 2 hin in AVENGERS: AGE OF ULTRON streift er sich den Handschuh über und kündigt so indirekt den Krieg gegen den Rest des Universums und damit die Avengers an, den sogenannten *Infinity War* (vgl. Mth 2016: k. S.; Wikia 2016b: k. S.).

Die *Infinity-Steine* (oder auch *Infinity Stones* bzw. *Infinity Gems*) stammen aus der Zeit vor dem Urknall und damit der Entstehung des Universums. Sie repräsentieren die sechs grundlegenden Aspekte des Universums (vgl. Goldbach 2016: k. S.; Keyes 2014: k. S.; Mth 2016: k. S.; Miller 2015: k. S.; Wikia 2016b: k. S.): Raum, Realität, Kraft, Gedanken, Seelen und Zeit. Vier der Steine wurden bereits in den Filmen des MCU thematisiert, demnach stellen sie eine weitere Verbindung des Universums dar.

Der Tesseract oder *Space Stone* (blau)

Mit dem *Space Stone* können Portale zu anderen Dimensionen bzw. Orten des Universums geöffnet werden.

Der Aether oder *Reality Stone* (rot)

Der *Reality Stone* ist de facto kein Stein, sondern eine veränderliche Flüssigkeit und kann die physikalischen Gesetze aufheben und so die Realität verändern.

Der Orb oder *Power Stone* (violett)

Mithilfe des *Power Stones* erhält man die Macht über alles organische Leben und kann so ganze Galaxien zerstören.

Das Zepter oder *Mind Stone* (gelb)

Der Besitzer des *Mind Stones* kann den Geist anderer Wesen beherrschen.

Der orangefarbene *Soul Stone* und der grüne *Time Stone* komplettieren das Set der *Infinity-Steine*. Der *Soul Stone* kann die Seelen sowie die Macht der anderen Steine absorbieren. Der *Time Stone* verleiht die Macht über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

Mit dem Fortlauf der Filmreihe werden weitere Phasen folgen, in denen höchstwahrscheinlich auch die letzten beiden Steine eine Rolle spielen werden. Phase vier (ab 2020) und GUARDIANS 3 als Bestandteil dieser wurden bereits im April 2016 von Produzent Kevin Feige bestätigt (vgl. Shepherd 2016: k. S.).

Wie *Marvel Comics*, *Marvel Studios* und *Marvel Television* zusammenarbeiten, um die verschiede-

nen Bestandteile des MCU zu einem transmedialen Mediensystem zusammenzufügen, formulierte Leiter des Fernsehproduktionsstudios *Marvel Television* Jeph Loeb 2015 folgendermaßen:

«I don't just mean the Marvel Universe is connected, we're all connected. And so we very much are aware that each story that we tell impacts another story. [...] You had to make sure that the villains that you were using and the stories that you were telling were tied into whatever was going on in the much larger universe. But by the same token that you could tell your own story and not have to worry about whether or not what was going on.»
(Sciretta 2015: k. S.).

Medienkonvergenz passiert hier demnach bereits auf oberster Ebene, wodurch die ExpertInnen der unterschiedlichen Medien (hier Comics, Film und Fernsehen) regelmäßig zusammenkommen. Über diesen Weg wird Kontinuität sichergestellt, da alle Beteiligten einen Überblick über die Arbeiten der jeweils anderen erhält und infolgedessen das gesamte Mediensystem im Blick behalten. Zusätzlich können die erarbeiteten Erzählstrukturen dem passenden Medium zugeordnet werden, sodass dessen Schwächen bewusstgemacht und dadurch die Stärken ausgeschöpft werden.

Transmediales Erzählen und Partizipationskultur

Ende 2009 hat Medienwissenschaftler Henry Jenkins auf seinem Weblog sieben Prinzipien transmedialen Erzählens ausgearbeitet und so einen Versuch vorgenommen, allgemeingültige Kriterien für die Bewertung transmedialer Geschichten bzw. Mediensysteme zu entwickeln (vgl. Jenkins 2009a: k. S.; Jenkins 2009b: k. S.). Bereits 2006 erklärte er in seinem Buch *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*:

«Transmedia refers to a new aesthetic that has emerged in response to media convergence – one that places new demands on consumers and depends on the active participation of knowledge communities.»

(Jenkins 2006: 21)

Er sieht somit das Zusammenkommen zuvor getrennter Medienformen (= Medienkonvergenz; vgl. Jenkins 2006: 3) als Auslöser neuer Nutzungsszenarien, auf die die Produktion wiederum reagieren muss. Denn die heutigen Rezipierenden möchten nicht mehr nur passiv konsumieren, sondern

auch aktiv partizipieren. Es entsteht eine Partizipationskultur, die die Rollen von Konsument und Produzent verschwimmen lässt:

«The term participatory culture contrasts with older notions of passive media spectatorship. Rather than talking about media producers and consumers as occupying separate roles, we might now see them as Participants who interact with each other according to a new set of rules that none of us fully understands.»

(Jenkins 2006: 3)

Demzufolge agieren die Rezipierenden der heutigen Zeit als sogenannte *Prosumer* und sind ergo sowohl ProduzentInnen als auch KonsumentInnen (vgl. Markgraf 2016: k.S.). Sie möchten einen eigenen Beitrag zur Produktion leisten und können deshalb nur zufriedengestellt werden, indem sie Möglichkeiten zur Partizipation erhalten. Sie wollen außerdem vermehrt für ihre Unterhaltung arbeiten und die Inhalte nicht mehr nur *konsumfertig* geliefert bekommen.

Damit ist die Voraussetzung für transmediale Erzählungen geschaffen, die sich über verschiedene Medien(platt-)formen erstrecken und in der Gänze rezipiert einen Mehrwert ergeben. Dabei muss ständig der Bezug zum Originaltext gegeben sein, sodass sich ein kontinuierliches Konstrukt ergibt. Jedes Medium leiste dabei einen «unverwechselbaren und wertvollen Beitrag zum Ganzen» und weise einen spezifischen narrativen Gehalt auf (Jenkins 2006: 98). Sinn ist somit nicht die bloße Wiederholung einer Botschaft auf unterschiedlichen Medienplattformen.

Wie Jenkins in seinem Blogeintrag mehrmals erwähnt, sind die Prinzipien größtenteils keinesfalls neue Phänomene, sondern pflegen eine lange Tradition in der Medienbranche. Beispielsweise *Extractability* wird mit *Merchandise*-Produkten betrieben, seit es den Fankult gibt.

Im Folgenden wird das *MCU* anhand Jenkins' sieben Prinzipien transmedialen Erzählens analysiert. Welche Kriterien im Detail von Jenkins formuliert wurden und inwiefern sie vom *MCU* erfüllt werden, wird in den nachstehenden Passagen erläutert.

Spreadability vs. Drillability

Die *Spreadability* beschreibt die *Streufähigkeit* der transmedialen Geschichte. Hiermit ist die Verbreitung auf horizontaler Ebene gemeint, die Beschäftigung mit den Inhalten seitens der Rezipierenden

geht somit nicht weiter in die Tiefe. Die Öffentlichkeit kann die *Spreadability* mittels sozialer Netzwerke steigern und so den kulturellen Wert der Erzählung anheben. Sie richtet sich demzufolge an die Masse.

Demgegenüber steht die *Drillability*, die auf vertikaler Ebene angelegt ist. Die *Drillability* erreicht zwar tendenziell weniger Menschen, diese sind aber wesentlich engagierter in ihrer Rezeption und graben *tiefer*. Professor der Film- und Medienkultur Jason Mittell beschreibt *Drillability* wie folgt:

«Such programs create magnets for engagement, drawing viewers into the storyworlds and urging them to drill down to discover more.» (Mittell 2009: k.S.)

Drillability bezeichnet demnach die Bereitschaft, sich intensiv mit einer fiktionalen Welt zu beschäftigen. Diese Bereitschaft ist etwa in *Fan-Wikis*, also Webseiten, auf denen *Fans* Informationen hochladen und eigenständig bearbeiten/aktualisieren können (vgl. Siepermann 2016: k.S.), zu beobachten. Zu diesen zählt auch die Marvel-Datenbank der *Fan-Seite Wikia* (vgl. Wikia 2016: k.S.).

Die RezipientInnen wollen nicht mehr passiv konsumieren, sondern aktiv werden und einen eigenen Beitrag leisten, wie etwa durch einen Artikel in einer auf Nutzerinhalten basierenden Enzyklopädie. Mittell in seinem Blog zum Nutzen von *Fan-Wikis*:

«[...] to fill in gaps from missed episodes and unknown transmedia extensions, or clarify narrative ambiguities and uncertainties. Such a wiki does more than just document a fiction, effectively serving as a transformed site of storytelling itself.» (Mittell 2010: k.S.)

Mit ihrer Hilfe wird die kollektive Intelligenz der NutzerInnen angezapft, wodurch die *Community* bzw. Gemeinschaft als Ganzes in Bezug auf die Fiktion gebildet wird. Ergebnis sind sogenannte *Otaku*, die von dem jeweiligen Universum nahezu besessen sind und sehr viel Zeit und Geduld für ihre Leidenschaft aufbringen (vgl. Oxford University Press 2016a: k.S.).

Spreadability und *Drillability* stehen sich nicht gegenüber, wie das vs. im Titel in Jenkins' Ausführungen suggeriert, sondern können einander sogar fördern. So kann die Verbreitung zunehmend Interesse wecken und damit das Verlangen nach mehr Informationen auslösen. Mithilfe der Verbindung beider Prinzipien können die Rezipierenden enger in die Fiktion eingebunden werden und eine Verbindung zur jeweiligen Realität herstellen.

Durch das *MCU* ist beispielsweise das allgemeine Interesse an Superhelden und den dazugehörigen Comics angestiegen und hat dadurch zu steigenden Verkaufszahlen geführt (vgl. Virtue 2015: k.S.).

Jenkins stellt außerdem einen Bezug zwischen *Spreadability* bzw. *Drillability* und den verschiedenen Medien her. Demzufolge bedienten Film bzw. TV und Comics bzw. Videospiele unterschiedliche Marktnischen, weshalb das Publikum von Film und TV sehr vielfältig (und zahlreich) sei, während die RezipientInnen von Comics und Videospielen sehr ähnlich in ihren Interessen und tendenziell weniger seien (vgl. Jenkins 2006: 98).

Hier zeichnet sich der Gegensatz von *Mainstream* und *Geek Culture* ab, also einerseits «[...] Ideen, Einstellungen, oder Aktivitäten, die von den meisten Menschen geteilt und als normal oder konventionell angesehen werden» (Oxford University Press 2016b: k.S.) und andererseits einer Kultur von Menschen, die eine exzessive Begeisterung und eine gewisse Expertise zu einem spezialisierten Thema oder einer spezialisierten Aktivität aufweisen (vgl. Dictionary.com 2016: k.S.).

Heute, ca. zehn Jahre nach zuvor erläuterter These von Jenkins, dürfte der Effekt derselben jedoch wesentlich geringer ausfallen, da inzwischen die *Geek Culture* weitestgehend in der Gesellschaft angekommen ist (vgl. Donahue 2015: k.S., McCann 2015: k.S., TeeFury 2016: k.S.) und Comics (vgl. Virtue 2015: k.S.) sowie Videospiele (vgl. PricewaterhouseCoopers AG 2016: k.S.) zunehmende Begeisterung erfahren.

Continuity vs. Multiplicity

Kontinuität bezieht sich auf das geschaffene Universum bzw. die Medieninhalte, die dieses Universum ausmachen (vgl. Jenkins 2009a: k.S.). Sie wurden systematisch entwickelt und bilden somit eine einheitliche Erfahrung, wodurch die geschaffene Welt Plausibilität erlangt. Aus diesem Grund ist *Fans* transmedialer Unterhaltung oftmals eine strenge Kontinuität wichtig, sodass sie möglichst viele Faktoren zur Identifizierung *ihrer* Welt ausmachen können. Unterlaufen den ProduzentInnen Fehler bezüglich der *Continuity*, kommt es in den Augen der *Fans* zu einer Art Bruch innerhalb der Welt, den sie nur schwer akzeptieren können. Kleinere Fehler werden dabei zumeist ohne großen Widerstand hingenommen, während größere Fehler durch das Aufkommen der Partizipationskultur und verknüpfte Multiplikatoreffekte (begünstigt

durch die sozialen Medien) schnell eine weitreichende Welle des Konsumierendenunmuts auslösen können.

So können Listen entstehen wie «10 Worst Plot Holes In The Marvel Cinematic Universe» (vgl. Loffhagen 2016: k.S.) oder «10 Major Continuity Errors In Marvel's Cinematic Universe You Totally Missed» (vgl. Leadbeater 2013: k.S.), die im Falle des *MCU* jedoch oftmals mit einer Lobrede in Bezug auf die Kontinuität beginnen und im Zuge dessen darauf hinweisen, dass es sich bei den gelisteten Fehlern um nichtige Kleinigkeiten handele.

Mit seinem *No Prize* ehrt Marvel jene, die derlei Kontinuitätsfehler in den *Franchise*- bzw. Lizenzprodukten finden und schuf damit bereits in den 60er-Jahren eine effektive *Fandom*-Förderungsmaßnahme (vgl. Wikia 2016d: k.S.). Die GewinnerInnen erhalten – wie der Name vermuten lässt – nach der Idee von Marvel-Ikone Stan Lee keinen materiellen Preis, sondern die offizielle Anerkennung seitens Marvel für ihre Mühen in Form eines Briefes.

Heute wird der *No Prize* nach eigener Aussage an *Fans* verliehen, die einen «Meritorious Service to Marveldom» geleistet haben. Die Auszeichnung fungiert folglich als eine Art Verdienstmedaille für besonders engagierte *Fans*.

Es entsteht ein Wettbewerb mit GewinnerInnen, welcher die *Fans* zur (Inter-)aktion aufruft. So kommen in einem «spielfernen» Zusammenhang grundlegende Elemente von Spielen auf, womit letztlich das Prinzip der *Gamification* verfolgt wird (vgl. Deterding et al. 2011: 12 f.; Kapp 2012: 10 ff.).

Das *MCU* weißt zahlreiche kontinuierliche Faktoren auf. So zum Beispiel die bereits erläuterten *Infinity-Steine*, deren Existenz alle transmedialen Bestandteile des Universums miteinander verbindet. Außerdem bemühen sich die MacherInnen darum, die Charaktere dem Comic-Original möglichst getreu darzustellen. Dabei werden Namen und Aussehen beibehalten. In Bezug auf die Schauspielenden bedeutet das auch, dass der *Cast* der Filme weitestgehend bestehen bleibt (Ausnahmen: *Bruce Banner* und *Rhodey*). Und auch darüber hinaus wird *Cast-Treue* betrieben. Zu beobachten beispielsweise in der Ableger-Serie *MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D.*, in der *Agent Phil Coulson* ebenso wie in den Titeln *IRON MAN*, *IRON MAN 2*, *THOR* und *MARVEL'S THE AVENGERS* und den zwei Kurzfilmen *MARVEL ONE-SHOT: THE CONSULTANT* und *MARVEL ONE-SHOT: A FUNNY THING HAPPENED ON THE WAY TO THOR'S HAMMER* (Marvel 2011: k.S.) von Schauspieler Clark Gregg gespielt wird.

Weitere wichtige Bestandteile der Kontinuität innerhalb des *MCU* bezüglich des Inhalts sind Handlung und Chronologie. Die einzelnen Filme, Kurzfilme und Serien erzählen demnach zwar in sich abgeschlossene Geschichten, bauen jedoch im Ganzen betrachtet aufeinander auf. Derlei Kontinuität ermöglicht Querverweise oder Handlungsüberschneidungen (= *Crossovers*) bzw. wiederkehrende Elemente, wie im Fall von *Agent Coulsons* Suche nach dem perfekten Akronym für eine Spionage-Agentur (*S.H.I.E.L.D. = Strategic Homeland Intervention, Enforcement and Logistics Division*), die in den verschiedenen *Franchise*-Produkten immer wieder aufgegriffen wird (vgl. Leane 2015: k.S.).

Dazu zählen auch Auftritte bekannter Persönlichkeiten innerhalb des Marvel-Universums, auch *Cameos* genannt (vgl. Bender & Wulff 2012: k.S.). Sie kommen in dem *Franchise* häufig vor, zum Beispiel in *MARVEL ONE-SHOT: THE CONSULTANT*, in dem Tony Stark einen Gastauftritt hat.

Mit *Multiplicity* ist die Vielfalt eines Universums gemeint. Es können demnach alternative Versionen von Charakteren erdacht oder Schauplätze einer Geschichte in ein anderes Universum übertragen werden. Die Vielfalt einer transmedialen Welt kann auch als Reaktion auf sogenannte *Fan Fiction* (= fiktive Inhalte, die von *Fans* erstellt wurden; vgl. Oxford University Press 2016c: k.S.) seitens der Produzierenden erweitert werden.

Weitreichende *Multiplicity*-Faktoren bilden die Marvel Web-Serien *MARVEL'S DAREDEVIL* und *MARVEL'S JESSICA JONES*, die auf Netflix ausgestrahlt werden. *MARVEL'S DAREDEVIL* erzählt die Geschichte von dem New Yorker Rechtsanwalt Matt Murdock, der sich im Laufe der Serie in den Superhelden *Daredevil* verwandelt (vgl. Moviepilot 2016c: k.S.). Hier besteht kein direkter Bezug zu den Filmen des *MCU* oder zu deren Ablegern. Ebenso verhält es sich mit *MARVEL'S JESSICA JONES*. Die Superheldin arbeitet als Privatdetektivin in New York und hat mit einem Trauma aus der Vergangenheit zu kämpfen (vgl. Moviepilot 2016d: k.S.).

Obwohl die Handlungen von *MARVEL'S DAREDEVIL* und *MARVEL'S JESSICA JONES* Ort und Zeit teilen, werden sie wie separate Serien behandelt. Querverweise wie die Nennung der Namen des jeweils anderen Superhelden werden bewusst vermieden, sodass kaum eine erkennbare Zugehörigkeit beider zueinander und zum *MCU* allgemein existiert (vgl. Tassi 2015: k.S.). Grund ist das Anliegen der ProduzentInnen, Verbindungen nicht nur pauschal

zu erzeugen, um so die Serien zwanghaft in das Universum einzubinden. Sie sollen vielmehr nur stattfinden, wenn sie sich binnen des Handlungsverlaufs gerade anbieten und ergo eine gewisse Sinnhaftigkeit besitzen (vgl. Schneider 2016: k.S.). Zudem passen Ästhetik und Gewaltlevel nicht zu denen des restlichen Universums, weshalb eine zusätzliche Barriere erzeugt wird (vgl. Kain 2015: k.S.).

Diese Barriere scheint zumindest bei *MARVEL'S DAREDEVIL* genauso gewollt gewesen zu sein, wie Produktionsleiter Steven S. DeKnight erklärt:

«So one of the great things that I thought was very liberating that Marvel really wanted is they wanted, [...] a tonal and visual distinction from the rest of the Marvel Cinematic Universe.» (Sciretta 2015: k.S.)

Weiterhin bezeichnet er die Seriencharaktere als «street level heroes», die im Gegensatz zu den Filmhelden nicht das Universum, sondern die Nachbarschaft vor dem Bösen bewahren (vgl. Sciretta 2015: k.S.). Hierbei fänden reifere Geschichten statt, bei denen die New Yorker Realität und deren Verbrechen im Vordergrund und die Geschichte des Superhelden hingegen nur an zweiter Stelle stehen (vgl. Cornet 2015: k.S.).

MARVEL'S DAREDEVIL und *MARVEL'S JESSICA JONES* folgten *MARVEL'S LUKE CAGE* und *MARVEL'S IRON FIST*, deren Geschichten dann (wie auch die der Filmhelden in *MARVEL'S THE AVENGERS*) in *MARVEL'S THE DEFENDERS* (ABC Studios / Marvel Studios / Marvel Television, USA 2017) eine Zusammenführung erfahren (vgl. Hopf 2016: k.S.).

Immersion vs. Extractability

Immersion und Extrahierbarkeit beschreiben die Art der Beziehung zwischen transmedialer Fiktion und dem täglichen Leben. So bieten transmediale Erzählungen zum einen die Möglichkeit, aus dem Alltag herauszutreten und in die fiktionale Welt einzutauchen. Das Schaffen eines gesamten Universums anstatt nur einer Geschichte ist hierbei der treibende Faktor. Je ausgearbeiteter diese Welt ist, desto plausibler bzw. authentischer wirkt sie und desto höher ist der Immersionsgrad der RezipientInnen. Im *MCU* herrschen bestimmte Gesetzmäßigkeiten, beispielsweise, dass Menschen mit Superkräften (Superhelden) und Artefakte mit magischen Kräften (*Infinity-Steine*) existieren. Diese Gesetzmäßigkeiten sind omnipräsent im Mediensystem.

Je mehr Medien genutzt werden, desto mehr Nutzende können erreicht werden und desto mehr ist das *Franchise* in die alltägliche Medienlandschaft und in einen großen Teil der Realität integriert. Ziel sollte es sein, im Zuge der Medienkonvergenz und Transmedialität das spezielle Potenzial jedes einzelnen Mediums zu erkennen und auszu-schöpfen. Jenkins dazu:

«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.»
(Jenkins 2006: 98)

An dieser Stelle ist zudem anhand der Worte «introduced» (in Bezug auf den Film), «expanded» (in Bezug auf TV, Romane, Comics) und «experienced» (in Bezug auf Themenparks) ein Zusammenhang von Medium und Immersionsgrad zu erkennen.

Demzufolge ist der Immersionsgrad bei Filmen recht gering, steigert sich aufgrund der Reichhaltigkeit bei Serien, Romanen und Comics und erreicht in Themenparks oder Ähnlichem seinen Höhepunkt. Daraus lässt sich schließen, dass Attraktionen wie die Live-Show MARVEL UNIVERSE LIVE! (vgl. Marvel 2016: k.S.), die MARVEL SUPER HERO ISLAND (vgl. Universal Orlando Resort 2016: k.S.) und der MARVEL SUPERHEROES THEME PARK (vgl. Lippe-McGraw 2016: k.S., Pemberton 2016: k.S.) eine starke Immersion in das Universum ermöglichen und damit die fiktionale Welt von Marvel für die BesucherInnen vor Ort erlebbar machen. Durch jene Allgegenwärtigkeit wird die Akzeptanz der Welt als Ganzes begünstigt. Zusätzliche Hintergrundinformationen, abrufbar unter anderem in *Fan-Wikis* (zum Beispiel Wikia, vgl. Wikia 2016d: k.S.), suggerieren weitere Eigenschaften und Bestandteile der jeweiligen Welt.

Als Gegenpol zur Immersion können Aspekte aus der fiktionalen Welt extrahiert und in das tägliche Leben integriert werden, wie es bei *Franchises* wie dem *MCU* zumeist praktiziert wird. Dazu zählen auch *Merchandise*-Produkte wie etwa Superhelden-Kostüme oder Action-Figuren, die unter anderem im Marvel-Onlineshop erhältlich sind (vgl. Marvel Shop 2016: k.S.). Sie (bzw. die Ideen derselben) werden der fiktionalen Welt entnommen und als Produkt in der realen Welt angeboten, um so eine Art Transfer zu vollziehen. Extrahierte Elemente können den Immersionseffekt enorm bestärken (Beispiel Themenparks).

Bei dem Zusammenspiel von Immersion und Extrahierbarkeit muss es sich jedoch nicht um Gegenstände handeln. Auch diskussionsbedürftige Probleme können ihren Weg aus der Fiktion in die Realität finden. So geschehen mit dem Thema Sexismus im *MCU* als Teil unserer Medienlandschaft. Zentrum dieser *Gender*-Debatte im Jahr 2015 war Marvel's Charakter *Black Widow* aus dem Film *AVENGERS: AGE OF ULTRON*. Auslöser waren abwertende, sexistische Bemerkungen der *Captain America*- und *Hawkeye*-Darsteller Chris Evans und Jeremy Renner in einem Interview. Auf die Frage bezüglich *Black Widows* Beziehung zu verschiedenen männlichen Charakteren hin betitelten Schauspieler Evans und Renner sie als «slut» und «complete whore» (vgl. Guillaume 2015: k.S.), worauf *Fans* mit einer Vielzahl an wütenden Statements reagierten. Die beiden waren gezwungen, sich zeitnah öffentlich für ihre Aussagen zu entschuldigen, um den Image-Schaden einzudämmen (vgl. Dornbush 2015: k.S.). Feministische Strömungen bemühten sich um die Verteidigung der Figur (vgl. Yamato 2015: k.S.), andere kritisierten die sexistische Darstellung derselben sowie die Darstellung von Frauen im Superheldengenre allgemein (vgl. Farokhmanesh 2015: k.S.). Von *slut-shaming* ist die Rede, also dem Angreifen von Frauen aufgrund ihres sexuellen Verhaltens (vgl. Feminismus101.de 2012: k.S.).

Treibende Kraft war bei dieser Problematik nicht nur der Inhalt der Aussagen, sondern vor allem deren Unvereinbarkeit mit den Werten, die Evans und Renner als Darsteller von Superhelden verkörpern. Sie bekämpfen das Böse in der Welt und sorgen für Gerechtigkeit – da passt geschlechtliche Diskriminierung, wie an den Reaktionen der *Fans* klar ersichtlich war, für diese absolut nicht ins Bild. Realität (Schauspieler) und Fiktion (dargestellte Charaktere) treffen an dieser Stelle derart aufeinander, dass Probleme innerhalb der Fiktion in die reale Welt transportiert werden und so eine weltweite politische Debatte ausgelöst wird.

Seriality

Serialität meint die Unterteilung der Welt in geschichtliche Informationseinheiten, die über verschiedene Mediensysteme hinweg verteilt werden (vgl. Jenkins 2009b: k.S.). Diese unterschiedlichen Informationen müssen in sich abgeschlossen sein und so auch einzeln funktionieren. Sie sollen aber ebenso Zugänge zu den anderen Geschichteilen

bieten, sodass die Rezeption verschiedener Medieninhalte auf verschiedenen Mediensystemen den Blick auf das große Ganze verändert und dadurch einen Mehrwert darstellt (vgl. Jenkins 2006: 98).

Die Serialität des *MCU* ist an der Chronologie des *Franchises* zu erkennen. Dieser Chronologie entsprechend lassen sich die (auf verschiedenen Medienplattformen vertretenen) Produkte des *Franchises* logisch aufeinanderfolgend in eine Zeitleiste einfügen, sodass sie zusammen eine große Erzählung ergeben. Begünstigt wird dieser Effekt durch die mehrmals thematisierten *Cameos* und *Crossovers*, die Marvel im Verlauf der Produktionen zahlreich eingesetzt hat. Dadurch entsteht ein logisches Geflecht, das bei jeder neuen Produktion Berücksichtigung findet und folglich mit jedem Neuzugang im *MCU* komplexer und gleichzeitig schlüssiger wird.

Je nachdem, welche Bestandteile des Universums konsumiert werden, erbauen sich die RezipientInnen ihr persönliches mentales Konstrukt, also ihre persönliche Version der entsprechenden fiktionalen Welt. Das Eintauchen in das Geflecht wird dabei nur als Option angeboten, ist jedoch nicht verpflichtend. So kann man sich alternativ auch nur an der Oberfläche bewegen und eines der vielen medialen Angebote einzeln rezipieren, das transmediale und reichhaltigere Unterhaltungserlebnis bleibt einem damit jedoch verwehrt. Jenkins formuliert diesbezüglich:

«The key point is that going in deep has to remain an option [...] and not the only way to derive pleasure from media franchises.» (Jenkins 2006: 134)

Es zeigt sich, dass auch dieses Prinzip nach Jenkins binnen der transmedialen Erzählung im *MCU* voll erfüllt wird.

Subjectivity

Unter Subjektivität versteht Jenkins die Darstellung der in der transmedialen Welt stattfindenden Ereignisse aus unterschiedlichen Blickwinkeln bzw. aus der Sicht unterschiedlicher Subjekte (= *Multiperspektivität*; vgl. Jenkins 2009b: k.S.). Sie können so neue Eindrücke oder Hintergrundgeschichten liefern, die die Zeitleiste binnen der fiktionalen Welt erweitern.

Die Hauptcharaktere in der Welt und deren Beziehungen zueinander werden in den verschiedenen Filmen (bzw. Kurzfilmen und Serien) des *MCU* aus unterschiedlichen Blickwinkeln dargestellt, sodass die Identifikation mit den Figuren

erleichtert wird. Außerdem wird durch dieses Mittel das Bedürfnis der Rezipierenden geschürt, die Erzählung aus mehreren Perspektiven zu erfahren.

So widmeten die *Marvel Studios* bereits *Ant-Man*, *Captain America*, *Hulk*, *Iron Man* und *Thor* eigene Filme, in denen ihre persönliche Geschichte aus ihrem persönlichen Blickwinkel erzählt wird und denen noch weitere Versionen in Phase 3 folgen.

Und auch die Fernsehserien erfüllen diesen Zweck: in *MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D.* ist *Agent Coulson* auf der Suche nach AgentInnen für die Geheimorganisation (vgl. Moviepilot 2016a: k.S.). Zuvor als Nebencharakter aus den Filmen bekannt, wird ihm und seiner Organisation demnach eine komplette Serie gewidmet, die von den Missionen des Agententeams handelt.

MARVEL'S AGENT CARTER beschäftigt sich mit den Abenteuern von *Agentin Peggy Carter*, die ebenfalls in einigen Marvel-Filmen als Nebencharakter aufgetreten ist. In der Serie arbeitet sie im Auftrag von *Tony Starks* Vater *Howard Stark*, um das Böse in der Welt zu bekämpfen (vgl. Moviepilot 2016b: k.S.).

Die unter «Continuity vs. Multiplicity» erwähnten Netflix-Serien *MARVEL'S DAREDEVIL* und *MARVEL'S JESSICA JONES* sowie deren Nachfolger *MARVEL'S LUKE CAGE* und *MARVEL'S IRON FIST* bieten weitere alternative Sichtweisen, die jedoch, wie in dem jeweiligen Abschnitt erläutert, in einem anderen Teil des *MCU* spielen.

Performance

Performance kann als Leistung der *Fans* beschrieben werden und bezeichnet demnach den Beitrag, den *Fans* zu der transmedialen Welt leisten. Hierbei übernehmen die *Fans*, so Jenkins, zwei verschiedene Rollen innerhalb der *Community*: die der *cultural attractors* und die der *cultural activators*. Die *cultural attractors* führen Menschen mit selben Interessen zusammen. Die *cultural activators* hingegen aktivieren diese Gruppe von Menschen und stellen ihnen Aufgaben. Die ProduzentInnen müssen sich letztlich entscheiden, ob sie derartige *Fan*-Beiträge vorantreiben oder unterbinden. Je mehr Partizipation sie seitens der *Fans* zulassen, desto mehr Kontrolle verlieren sie. Hierdurch wird auch die Rolle der eigentlichen ProduzentInnen wichtiger, die ihre Beziehung zum Werk und den Zuschauenden pflegen und öffentlich kommunizieren müssen.

Ein gemeinsames Interesse zeichnete sich (bei dem Großteil) der *Fan*-Gemeinschaft nach dem

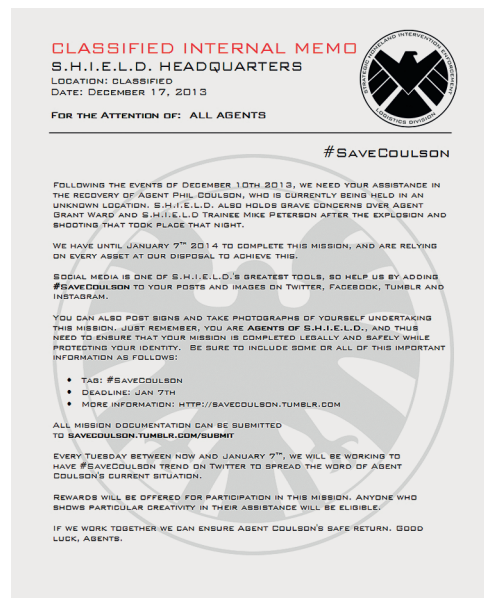
Filmtod von Charakter *Phil Coulson* ab, der in MARVEL'S THE AVENGERS durch Lokis Hand getötet wurde (vgl. Wikia 2016c: k.S.). Der Aufschrei der *Fans* bezüglich des Todes einer ihrer beliebtesten Charaktere war immens. Über die *Twitter-Hashtags* #SaveCoulson (vgl. Twitter 2016a: k.S.) und #CoulsonLives (vgl. Twitter 2016b: k.S.) wurde jene Interessensgruppe vereint (vgl. *cultural attractors*). Ihre MitgliederInnen werden von *cultural activators* (Verwalter von Accounts in sozialen Netzwerken; vgl. Coulson Lives 2016: k.S.) und Webseiten (vgl. Coulson Lives Project 2013: k.S., #SaveCoulson 2013a: k.S.) als AgentkollegInnen des todegeglaubten *Agent Coulson* angesprochen. Eine Aktivierung und anschließende Interaktion findet dadurch statt, dass ihnen die Aufgabe übertragen wird, *Agent Coulson* zu retten, indem sie die Nachricht bzw. das Interesse mithilfe der *Hashtags* verbreiten (vgl. #SaveCoulson 2013b: k.S.). In der Missionsbeschreibung heißt es konkret:

«Every Tuesday between now and 7th January, we will be working to have #SaveCoulson trend on Twitter to spread the word of Agent Coulson's current situation.»
(#SaveCoulson 2013b: k.S.)

Wie schon bei Marvels *No Prize-Award* finden sich auch an dieser Stelle *Gamification*-Elemente wieder, dieses Mal jedoch von inoffizieller Seite aus erzeugt. Zu der Herausforderung bzw. Mission (*Agent Coulson* retten) mit bestimmten Regeln (*Hashtag*-Nutzung, Plattform, Enddatum) kommen ästhetische Aspekte, die ebenfalls denen eines Spieles entsprechen (vgl. Kapp 2012: 10 ff.). Denn die Missionsbeschreibung könnte aufgrund der Aufmachung ebenso ein während der Spielhandlung entdecktes Dokument darstellen (s. Abb. 3).

Die ebenfalls in der *Gamification*-Forschung thematisierte motivierte Handlung (hier: massenhafte Verbreitung der intendierten Botschaft) mündet in einen beeindruckenden Erfolg/Sieg (vgl. Kapp 2012: 12). Denn besagte Mission war erfolgreich und führte 2012 – sieben Monate nach *Coulsons* Filmbleben – zu der Verkündung seiner Rückkehr in die TV-Serie MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D. auf dem Popkultur-Event *Comic-Con* in New York (vgl. Eisenberg 2015: k.S.) Drehbuchautor, Produzent und Regisseur Joss Whedon ließ *Coulson* sowohl in MARVEL'S THE AVENGERS sterben als auch in MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D. wieder auferleben.

Für ihn hat die nachträgliche Aufhebung *Coulsons* Todes die Bedeutung desselben deutlich ver-



2 #SaveCoulson, Missionsbeschreibung. (Quelle: <http://savecoulson.tumblr.com/image/70303829428>)

ringert, wie er 2015 in einem Interview gegenüber dem amerikanischen Medienunternehmen Mental Floss erklärte:

«But I have to say, watching the first one with my kids [...] and then watching it with my kids and watching Coulson die but [thinking], 'Yeah, but I know that he kind of isn't, it did take some of the punch out of it for me.»
(Schwartz 2015: k.S.)

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie den *Fans* direkter Einfluss auf die produzierten Medieninhalte (sogar entgegen der Überzeugungen der Macher) gewährt wird, wodurch die *Multiplicity* des Mediensystems *MCU* erweitert wurde. Dieser Fall demonstriert die potenzielle Macht der KonsumentInnen, die sie im Zeitalter der Partizipationskultur erlangt haben.

Ein weiteres Beispiel für derlei transmedialen Aktivismus ist die unter «Immersion vs. Extractability» aufgeführte Sexismus-Debatte zur Figur Black Widow.

Worldbuilding

Das Ziel transmedialen Erzählens ist es, eine authentische Welt zu schaffen, die über verschiedene Medien transportiert wird.

Lisbeth Klastrop & Susana Tosca (Professorinnen im Zentrum für Computerspielforschung an der University of Copenhagen) definieren transmediale Welten wie folgt:

«Transmedial worlds are abstract content systems from which a repertoire of fictional stories and characters can be actualized or derived across a variety of media forms.» (Klastrop & Tosca 2004: 1).

Es handelt sich demnach nicht um eine einfache Geschichte, sondern um ein von DesignerInnen/GeographInnen geschaffenes umfangreiches imaginäres Konstrukt, das bestimmte abstrakte Eigenschaften aufweist, die es identifiziert (vgl. ebd.).

Während der Analyse der Prinzipien transmedialen Erzählens nach Jenkins zeigt sich deutlich, dass es Marvel definitiv gelungen ist, mit dem *MCU* ein transmediales Erzähluniversum zu schaffen. Es existieren Menschen mit Superkräften, Götter und magische Artefakte, die sich den physikalischen Gesetzen widersetzen und sie nach ihrem Belieben neu setzen können. Neben der Erde gibt es acht weitere Welten, womit ebenso die Existenz von Asen, Vanir, Lichtelfen, Frostriesen, Feurädämonen, Dunkelelfen, Zwergen sowie einem Reich der ehrenlosen Toten festgelegt ist (vgl. Wikia 2016: k.S.). Alles zusammen genommen eine fantastische Welt, die von den *Fans* jedoch gänzlich akzeptiert und adaptiert wird.

Doch erst durch die Charaktere, die in der geschaffenen Welt leben, erlangt sie ihre Authentizität. Sofern die Figuren in dem Erzählkonstrukt eine tragende Rolle innehaben, werden sie zunächst vorgestellt und ihre Entwicklungen sowie Beziehungen zueinander über Jahre (bzw. Filme/Episoden/Medien) hinweg verfolgt. Dadurch wird eine grundlegende Nachvollziehbarkeit der von den fiktionalen Figuren ausgeübten Handlungen erzeugt, die eine feste logische Struktur der verschiedenen Handlungsstränge innerhalb des Universums bedingt. Im Abschnitt zur «Serialität» wurde bereits beschrieben, dass diese Nachvollziehbarkeit auch in den einzelnen medialen Bestandteilen des Systems vorhanden sein muss.

Das Projekt *WHIH Newsfront* fördert zusätzlich die Plausibilität, indem es auf vergleichbarem Niveau wie *echte* Berichterstattungen News-Beiträge zu wichtigen Ereignissen im *MCU* ausstrahlt (vgl. Smith 2015: k.S.). Diese werden über den YouTube-Kanal *WHIH World News* (vgl. *WHIH World News* 2016: k.S.) verbreitet und von *Christine Everhart* moderiert, die als Vanity Fair-Reporterin in *IRON MAN* auch *Tony Stark* interviewte.

Nachrichten bzw. Journalismus weisen in der Medienlandschaft den höchsten Wahrheitsgehalt auf. Damit einher geht die Annahme, dass die Berichterstattung von *WHIH World News* der Wahrheit entspricht, wodurch besagte Glaubhaftigkeit erreicht wird. Dass auch hier wieder bekannte Charaktere und Unternehmen (*WHIH World News* ist eine Tochtergesellschaft von *Vistacorb*, die wiederum in *ANT-MAN* erwähnt wird) eingesetzt werden, verstärkt diesen Effekt.

Durch die zuvor beschriebene Vorgehensweise entsteht der Grundstein einer jeden Welt: Logik. Und mit der Logik geht die Glaubhaftigkeit einher, die schließlich zur Akzeptanz der Welt und ihrer Gesetzmäßigkeiten sowie Personenstruktur führt.

Mit seinem ständigen Bestreben nach Kontinuität hat das *MCU* trotz kleinerer Fehler ein hohes Maß an *Continuity* erreicht und dadurch ein robustes Universum geschaffen.

Fazit

Das Verfolgen der sieben Prinzipien nach Henry Jenkins im *MCU* ist durch die vorangegangene Analyse bestätigt. Marvel bietet somit eine reichhaltige transmediale Erfahrung, die sich über ein komplettes erdachtes Universum erstreckt. Trotz kleinerer Kontinuitätsfehler innerhalb der Erzählung kann seit dessen Beginn 2008 auf das Entstehen eines logischen mentalen Konstrukts zurückgeblückt werden. Anhand des immensen Erfolges des *Franchises* (vgl. *Moviepilot* 2015: k.S.) lässt sich das ökonomische Potenzial transmedialer Unterhaltung festmachen (begünstigt durch die umfangreiche und vielseitige Produktpalette, die jeder Art von NutzerIn eine Anlaufstelle bietet).

Durch besagte Transmedialität wird zudem eine längerfristige oder gar kontinuierliche Unterhaltung erzeugt, die mit dem Unterhaltungsumfang eines einzelnen Filmes nicht vergleichbar ist.

Außerdem entstand hierdurch eine Form der *Fanschaft*, die ebenso immense Ausmaße erreicht, wie die Marvel-Datenbank des *Fan-Wikis Wikia* demonstriert (sowohl zahlenmäßig als auch bezogen auf das Engagement der *Fans*). Die Befriedigung des Bedürfnisses auf der Seite der *Fans*, immer mehr über die fiktionale Welt zu erfahren, steht deshalb merklich im Fokus der Marvel-ProduzentInnen.

Um die Welt stetig zu erweitern und so die Begeisterung für dieselbe aufrechtzuerhalten, verwendet Marvel etliche Querverweise oder

Ähnliches, deren Nutzen für das Vorantreiben der Handlung zum Teil fraglich ist. Da das Ziehen von Verbindungen zwischen den unterschiedlichen Produkten einer fiktionalen Welt jedoch nur vollzogen werden soll, wenn es deren Reichhaltigkeit fördert, findet sich hier aus Jenkins' Sicht ein Kritikpunkt an dem *MCU*.

Die *Gamification*-Aspekte, die von Marvel selber und nicht von seinen *Fans* in das Universum eingebracht werden, sind recht mager. Hier findet sich noch großes Potenzial, das *Franchise* zum Beispiel via *Augmented Reality Games* oder *Experiences* wie dem *Augmented Reality*-Projekt von Fox TV zu *MARVEL'S THE AVENGERS* (vgl. FOX España TV 2014: k.S.) in die Realität der *Fans* zu transportieren und damit weiteres Engagement zu generieren. Auch großflächig angelegte Marketing-Kampagnen wären denkbar, in denen die *Fans* einen eigenen Beitrag zur Erzählung leisten und das Universum so mitformen können.

Ansonsten ist die Umsetzung transmedialer Erzählung jedoch als äußerst erfolgreich zu verbuchen. Kevin Feige hat damit einen *Best Practice*-Fall geschaffen, wie die Unterhaltungsbranche auf den veränderten RezipientInnentyp *Prosumer* eingehen und so direkt aus den neuen Nutzungsszenarien profitieren kann. Das immer komplexer werdende Ökosystem sollte demnach nicht als Bedrohung, sondern als Chance für neue Unterhaltungsformen angesehen werden. Wird die Partizipation der RezipientInnen gefördert und gepflegt, so führt es zu einer engen Bindung derselben an das jeweilige Produkt bzw. *Franchise*.

Literatur

- #SaveCoulson (2013a): *#SaveCoulson*. Online: savecoulson.tumblr.com, <http://savecoulson.tumblr.com/> [05.06.2017].
- #SaveCoulson (2013b): *#SaveCoulson*. Online: [savecoulson.tumblr.com](http://savecoulson.tumblr.com/post/70303829428/savecoulson-please-reblog-and-help-us-spread), <http://savecoulson.tumblr.com/post/70303829428/savecoulson-please-reblog-and-help-us-spread> [05.06.2017].
- Becher, Björn (2014): *«Civil War», «Ragnarok» und «Infinity War»: Was verbirgt sich Hinter den neuen Titeln für «Captain America 3», «Thor 3» und «The Avengers 3»*. Online: [www.filmstarts.de](http://www.filmstarts.de/nachrichten/18489563.html), <http://www.filmstarts.de/nachrichten/18489563.html> [29.10.2014], Zugriff am 05.06.2017.
- Bender, Theo & Wulff, Hans Jürgen (2012): *Cameo-Auftritt*. Online: filmlexikon.uni-kiel.de, [\[kon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=101\]\(http://kon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=101\) \[05.06.2017\].](http://filmlexi-</p>
</div>
<div data-bbox=)

- Cornet, Roth (2015): *Daredevil: How the Netflix Series Will Change the Marvel Cinematic Universe*. Online: [www.ign.com](http://www.ign.com/articles/2015/04/09/daredevil-how-the-netflix-series-will-change-the-marvel-cinematic-universe), <http://www.ign.com/articles/2015/04/09/daredevil-how-the-netflix-series-will-change-the-marvel-cinematic-universe> [05.06.2017].
- Coulson Lives (2016): *Coulson Lives*. Online: [twitter.com](https://twitter.com/coulsonlives), <https://twitter.com/coulsonlives> [05.06.2017].
- Coulson Lives Project (2013): *Coulson Lives*. Online: coulsonlivesproject.tumblr.com, <http://coulsonlivesproject.tumblr.com/> [05.06.2017].
- Deterding, Sebastian et al. (2011): From game design elements to gamefulness: defining «gamification». In: MindTrek '11: Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments. New York: ACM, S. 9–15.
- Dictionary.com (2016): *geek*. Online: [www.dictionary.com](http://www.dictionary.com/browse/geek), <http://www.dictionary.com/browse/geek>, Zugriff am 05.06.2017.
- Donahue, Anne T. (2015): *In defence of geek culture*. Online: [www.theguardian.com](https://www.theguardian.com/culture/2015/may/25/in-defence-of-geek-culture-simon-pegg), <https://www.theguardian.com/culture/2015/may/25/in-defence-of-geek-culture-simon-pegg> [05.06.2017].
- Dornbush, Jonathon (2015): *Chris Evans, Jeremy Renner apologize for their derogatory Black Widow jokes*. Online: [www.ew.co](http://www.ew.com/article/2015/04/23/chris-evans-jeremy-renner-black-widow-slut), www.ew.com/article/2015/04/23/chris-evans-jeremy-renner-black-widow-slut [05.06.2017].
- Eisenberg, Eric (2015): *Agent Coulson Wouldn't Be Alive Without Twitter*. Online: [www.cinemablend.com](http://www.cinemablend.com/television/Agent-Coulson-Wouldnt-t-Alive-Twitter-67600.html), <http://www.cinemablend.com/television/Agent-Coulson-Wouldnt-t-Alive-Twitter-67600.html> [05.06.2017].
- Farokhmanesh, Megan (2015): *Avengers actor doubles down on slut-shaming Black Widow, and it's not just a joke*. Online: [www.polygon.com](http://www.polygon.com/2015/5/5/8552979/avengers-black-widow-slut-shaming-jeremy-renner), <http://www.polygon.com/2015/5/5/8552979/avengers-black-widow-slut-shaming-jeremy-renner> [05.06.2017].
- Feminismus101.de (2015): *Slut Shaming*. Online: [feminismus101.de](http://feminismus101.de/slut-shaming/), <http://feminismus101.de/slut-shaming/> [05.06.2017].
- FOX España TV (2014): *The World's First Cinematic Augmented Reality Experience*. Online: [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=Bj-RbE-urkBE), <https://www.youtube.com/watch?v=Bj-RbE-urkBE> [05.06.2017].
- Goldbach, René (2016): *Avengers – So sind die Infinity-Steine mit Thanos verbunden*. Online: [www.moviepilot.de](http://www.moviepilot.de/news/avengers-so-sind-die-infinity-steinen-mit-thanos-verbunden-148936), <http://www.moviepilot.de/news/avengers-so-sind-die-infinity-steinen-mit-thanos-verbunden-148936> [05.06.2017].

- Guillaume, Jenna (2015): *Chris Evans And Jeremy Renner Called Black Widow A «Slut» And «Whore»*. Online: [www.buzzfeed.com, https://www.buzzfeed.com/jennaguillaume/chris-evans-and-jeremy-renner-called-black-widow-a-slut](http://www.buzzfeed.com/jennaguillaume/chris-evans-and-jeremy-renner-called-black-widow-a-slut) [05.06.2017].
- Hopf, Matthias (2016): *Daredevil & Co. – Alle Marvel-Serien auf Netflix im Überblick*. Online: www.moviepilot.de, <http://www.moviepilot.de/news/daredevil-co-alle-marvel-serien-auf-netflix-im-uberblick-168881> [05.06.2017].
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York & London: New York University Press.
- Jenkins, Henry (2009a): *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday)*. Online: henryjenkins.org, http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html [05.06.2017].
- Jenkins, Henry (2009b): *Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling*. Online: henryjenkins.org, http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html [05.06.2017].
- Jenkins, Henry (2015): *How the Extended Marvel Universe (and Other Superhero Stories) Can Enable Political Debates*. Online: henryjenkins.org, <http://henryjenkins.org/2015/05/how-the-extended-marvel-universe-and-other-superhero-stories-can-enable-political-debates.html> [05.06.2017].
- Kain, Erik (2015): *Jessica Jones: Shouldn't Be Part Of The Marvel Cinematic Universe To Begin With*. Online: www.forbes.com, <http://www.forbes.com/sites/erikkain/2015/12/30/jessica-jones-shouldnt-be-part-of-the-marvel-cinematic-universe-to-begin-with/> [05.06.2017].
- Kapp, Karl M. (2012): *The Gamification of Learning and Instruction*. San Francisco: Pfeiffer.
- Keyes, Rob (2014): *Infinity Stones In Marvel Movies: What They Are & Where They Are*. Online: screenrant.com, <http://screenrant.com/infinity-stones-gauntlet-marvel-movies/> [05.06.2017].
- Klastrup, Lisbeth & Tosca, Susana (2004): Transmedial worlds – rethinking cyberworld design. In: *International Conference on Cyberworlds 2004*. Los Alamitos, California: IEEE.
- Leadbeater, Alex (2016): *10 Major Continuity Errors In Marvel's Cinematic Universe You Totally Missed*. Online: whatculture.com, <http://whatculture.com/film/10-major-continuity-errors-in-marvels-cinematic-universe-you-totally-missed> [05.06.2017].
- Leane, Rob (2015): *Is continuity that important to Marvel's cinematic universe?* Online: www.denofgeek.com, <http://www.denofgeek.com/movies/marvel-cinematic-universe/34924/is-continuity-that-important-to-marvels-cinematic-universe> [05.06.2017].
- Lippe-McGraw, Jordi (2016): *Dubai to Get Marvel and Cartoon Network Themed Amusement Park*. Online: www.travelandleisure.com, <http://www.travelandleisure.com/attractions/amusement-parks/marvel-cartoon-network-theme-park-dubai> [05.06.2017].
- Loffhagen, Matthew (2016): *10 Worst Plot Holes In The Marvel Cinematic Universe*. Online: screenrant.com, <http://screenrant.com/worst-plot-holes-marvel-cinematic-universe-mcu/> [05.06.2017].
- Markgraf, Prof. Dr. Daniel (2016): *Prosumer*. Online: wirtschaftslexikon.gabler.de, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/prosumer.html> [05.06.2017].
- Marvel (2011): *Marvel One-Shot*. Online: marvel.com, <http://marvel.com/search/?q=Marvel%20One-Shot&category=videos> [05.06.2017].
- Marvel (2016): *Marvel Universe Live!* Online: www.marveluniverselive.com, <https://www.marveluniverselive.com/> [05.06.2017].
- Marvel Shop (2016): *Official Site for Marvel Toys. Clothing & Merchandise*. Online: shop.marvel.com, <http://shop.marvel.com/> [05.06.2017].
- McCann, Scott (2015): *Geek Culture in the Mainstream: Geek is Chic, Right?* Online: moviepilot.com, <http://moviepilot.com/posts/3643222> [05.06.2017].
- Miller, Ross (2015): *Das Geheimnis der Infinity-Steine im Marvel Cinematic Universe*. Online: www.theverge.com, <http://www.theverge.com/2015/5/7/8560555/marvel-infinity-stones-avengers-infinity-war-movie> [05.06.2017].
- Mittell, Jason (2009): *To Spread or To Drill?* Online: justtv.wordpress.com, <https://justtv.wordpress.com/2009/02/25/to-spread-or-to-drill/> [05.06.2017].
- Mittell, Jason (2010): *Wikis and Participatory Fandom*. Online: justtv.wordpress.com, <https://justtv.wordpress.com/2010/09/18/wikis-and-participatory-fandom/> [05.06.2017].
- Moviepilot (2015): *Der Erfolg des Marvel Cinematic Universe*. Online: www.moviepilot.de, <http://www.moviepilot.de/news/der-erfolg-des-marvel-cinematic-universe-147969> [05.06.2017].
- Moviepilot (2016a): *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.* Online: www.moviepilot.de, <http://www.moviepilot.de/serie/shield#> [05.06.2017].
- Moviepilot (2016b): *Marvel's Agents Carter*. Online: www.moviepilot.de, <http://www.moviepilot.de/serie/agent-carter> [05.06.2017].
- Moviepilot (2016c): *Marvel's Daredevil*. Online: www.moviepilot.de, <http://www.moviepilot.de/serie/daredevil> [05.06.2017].

- Moviepilot (2016d): *Marvel's Jessica Jones*. Online: www.moviepilot.de, <http://www.moviepilot.de/serie/jessica-jones> [05.06.2017].
- Mth (2016): *Das Geheimnis der Infinity-Steine im Marvel Cinematic Universe*. Online: www.t-online.de, http://www.t-online.de/unterhaltung/kino/id_73819342/marvel-filme-das-geheimnis-der-infinity-stein.html [05.06.2017].
- Oxford University Press (2016a): *otaku*. Online: www.oxforddictionaries.com/de/definition/englisch/otaku [05.06.2017].
- Oxford University Press (2016b): *mainstream*. Online: www.oxforddictionaries.com/de/definition/englisch/mainstream [05.06.2017].
- Oxford University Press (2016c): *fan fiction*. Online: www.oxforddictionaries.com/de/definition/englisch/fan-fiction [05.06.2017].
- Pemberton, Becky (2016): *World's largest indoor theme park opening soon*. Online: www.dailymail.co.uk/article-3563800/World-s-largest-indoor-theme-park-opening-soon-1-billion-Dubai-attraction-features-Spiderman-Thor-roller-coasters-size-26-football-pitches.html [05.06.2017].
- PricewaterhouseCoopers AG (2016): *Value of the global video games market from 2011 to 2020 (in billion U.S. dollars)*. Online: www.statista.com/statistics/246888/value-of-the-global-video-game-market/ [05.06.2017].
- Schneider, Steven (2016): *‘Daredevil’ Won’t Have Obvious References To The Marvel Cinematic Universe – Here’s Why*. Online: www.techtimes.com/articles/141609/20160316/daredevil-wont-have-obvious-references-to-the-marvel-cinematic-universe.html [05.06.2017].
- Schwartz, Dana (2015): *Q&A: Joss Whedon on Super Heroes, the Pop Culture Mainstream*. Online: mentalfloss.com/article/63120/qa-joss-whedon-super-heroes-killing-characters-and-existing-outside-pop-culture [05.06.2017].
- Sciretta, Peter (2015): *How ‘Daredevil’ Connects to the Marvel Cinematic Universe and ‘Agents of SHIELD’*. Online: www.slashfilm.com/daredevil-tv-connections/ [05.06.2017].
- Shepherd, Jack (2016): *Marvel Phase 4: Guardians of the Galaxy 3 confirmed by Kevin Feige*. Online: www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/marvel-phase-4-guardians-of-the-galaxy-3-confirmed-by-kevin-feige-a6985306.html [05.06.2017].
- Siepermann, Dr. Markus (2016): *Wiki*. Online: wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/wiki.html [05.06.2017].
- Smith, Alanna (2015): *WHIH Newsfront is a Real Marvel Cinematic Universe News Channel*. Online: www.geekchicelite.com/http://www.geekchicelite.com/whih-newsfront-is-a-real-marvel-cinematic-universe-news-channel/ [05.06.2017].
- Superheldenkino (2016): *Marvel Cinematic Universe Timeline des MCU*. Online: www.superheldenkino.de/marvel/mcu-marvel-cinematic-universe/ [05.06.2017].
- Tassi, Paul (2015): *‘Jessica Jones’ Makes Me Question The Point Of The Marvel Cinematic Universe*. Online: www.forbes.com/sites/insertcoin/2015/11/22/jessica-jones-makes-me-question-the-point-of-the-marvel-cinematic-universe/ [05.06.2017].
- TeeFury (2016): *The Evolution of Geek Culture (Infographic)*. Online: www.teefury.com/https://www.teefury.com/evolution-geek-culture-infographic/ [05.06.2017].
- Twitter (2016a): *#savecoulson*. Online: twitter.com/search?q=%23savecoulson [05.06.2017].
- Twitter (2016b): *#coulsonlives*. Online: twitter.com/search?q=%23coulsonlives [05.06.2017].
- Universal Orland Resort (2016): *Marvel Super Hero Island*. Online: universal.wdwinform.com/islands-of-adventure/marvel-super-hero-island/ [05.06.2017].
- Virtue, Graeme (2015): *Marvel and DC comics dominate sales helped along by big screen boost*. Online: www.theguardian.com/books/2015/jan/14/marvel-dc-spiderman-guardians-of-the-galaxy [05.06.2017].
- WHIH World Wide News (2016): *WHIH World Wide News*. Online: www.youtube.com/channel/UCtJkDqZzoOFYbqwOIFn2LNg [05.06.2017].
- Wikia (2016a): *Marvel Cinematic Universe*. Online: de.marvel-filme.wikia.com/wiki/Marvel_Cinematic_Universe [05.06.2017].
- Wikia (2016b): *Infinity Steine*. Online: de.marvel-filme.wikia.com/wiki/Infinity_Steine [05.06.2017].
- Wikia (2016c): *Marvel Database*. Online: marvel.wikia.com/wiki/Marvel_Data-base [05.06.2017].
- Wikia (2016d): *No Prize*. Online: marvel.wikia.com,

http://marvel.wikia.com/wiki/Glossary:No_Prize
[05.06.2017].

Wikia (2016e): *Yggdrasil*. Online: marvel.wikia.com,
<http://de.marvel-filme.wikia.com/wiki/Yggdrasil>
[05.06.2017].

Yamato, Jen (2015): *The Avengers' Black Widow Problem*:

How Marvel Slut-Shamed Their Most Badass Superheroine. Online: www.thedailybeast.com, <http://www.thedailybeast.com/articles/2015/04/28/the-avengers-black-widow-problem-how-marvel-slut-shamed-their-most-badass-superheroine.html>
[05.06.2017].