

Vera Cuntz-Leng

Harry Potter transmedial¹

Abstract

Harry Potter is a phenomenon of immense cultural and economic impact. It is defined by a texture of various media representations and adaptations: the novels, three spin-off books, a movie series of eight instalments, board and computer games, audio books, toys, other merchandise products, etc. However, these manifestations have not been strictly transmedia in the way Henry Jenkins uses the term. He defines transmedia as a combination of radical intertextuality and multimodality. Further, Jenkins highlights the relevance of the consumer as an active participant, as hunter, gatherer, and world-builder. With the launch of the online platform *Pottermore* in April 2012, the *Harry Potter* franchise performed the transition towards transmediality in order to keep the product adjusted to the expectations of the participatory culture. *Pottermore* simultaneously provides an interactive literary, audio-visual, gaming, and social experience that both submerges the users in a narration they already know and constantly expands their knowledge of Harry's magical world. This sounds fantastic; there is only one problem: *Pottermore* does not deliver what it promises. The aim of this paper is the brief presentation of the mechanics of the *Pottermore* digital environment and their critical discussion in terms of realization of the transmedia concept, focussing on the regulating and moderating mechanisms of *Pottermore* in particular that rather alienate than engage long-time fans and new audiences alike—resulting in strong feelings of frustration and betrayal on the part of the fan-base and in *Harry Potter's* decreasing impact to the next generation of potential readers.

¹ Der vorliegende Aufsatz ist eine vollständig überarbeitete und erweiterte deutschsprachige Fassung von CUNTZ-LENG 2013.

Harry Potter ist ein Phänomen von immenser kultureller und wirtschaftlicher Bedeutung, das sich durch ein komplexes Konglomerat verschiedener Medien, Darstellungsformen und Adaptionen definiert: die sieben Romane, drei Spin-off-Bücher, die achteilige Filmsaga, Brett- und Computerspiele, Audiobücher, Spielzeug und diverse andere Merchandising-Artikel. Diese unterschiedlichen Manifestationen sind aber an sich nicht unbedingt transmedial im Sinne von Henry Jenkins, der unter Transmedialität die Kombination von radikaler Intertextualität und Multimodalität versteht. Ferner hebt Jenkins auf die Relevanz des Rezipienten in transmedialen Erzählungen ab, der zum Jäger, Sammler und selbst zum Weltenschaffer werde. Mit der Eröffnung der Online-Plattform *Pottermore* im April 2012 vollführte das *Harry Potter*-Franchise diesen Schritt zur Transmedialität, um den veränderten Erwartungen der Partizipationskultur im Web 2.0 an das Produkt gerecht zu werden. *Pottermore* will seinen Benutzer/innen gleichzeitig eine literarische, eine audiovisuelle, eine Spiel- und eine soziale Erfahrung bieten, bei der dem Benutzer bzw. der Benutzerin sowohl die bereits bekannte Erzählwelt präsentiert als auch der Wissenshorizont durch neue Informationen und Inhalte beständig erweitert wird. Das klingt eigentlich fantastisch; es gibt nur ein Problem: Das Konzept geht nicht auf. Das Ziel dieses Aufsatzes ist nach einer kurzen Darstellung der Mechanik von *Pottermore* die kritische Diskussion der Plattform in Bezug auf die Realisierung des transmedialen Konzepts. Der besondere Fokus liegt dabei auf den regulierenden und moderierenden Mechanismen, die auf *Pottermore* eingesetzt werden, und durch die zum einen langjährige Fans entfremdet werden und zum anderen die Erschließung eines neuen Publikums scheitert. Das Resultat sind Gefühle der Frustration und des Verrats seitens der Fans und ein unaufhörlich abnehmender Einfluss von *Harry Potter* auf die nächste Generation potentieller Leser/innen.

1. Pottermania. Bücher, Filme und noch ›more‹

Obwohl bereits die ersten *Harry Potter*-Romane von Joanne K. Rowling einen beachtlichen Erfolg darstellten, lässt sich doch das Aufkommen der sogenannten ›Pottermania‹ als popkulturelles und wirtschaftliches Massenphänomen unmittelbar auf die filmische Umsetzung der Reihe zurückführen. Nach 2001, dem Jahr der Kinopremiere von Chris Columbus' *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*, verwandelte sich *Harry Potter* nach und nach in eine komplexe Textur verschiedener Mediendarstellungen und Adaptionen, die auf internationaler Ebene unterschiedlichste Leser/innen- und Zuschauer/innengruppen erreichte. In Bezug auf den Erfolg auf dem Buchmarkt, die vielfältigen genutzten Vertriebswege, die Einspielergebnisse der acht Filme sowie auf die immense Größe des Franchises und der Fangemeinde ist *Harry Potter* bis dato ein einzigartiges Phänomen. Obgleich *Star Trek*, *Star Wars* oder *The Avengers* sicherlich ein valider *runner-up*-Status attribuiert werden

muss, vereint *Harry Potter* bislang wie kein zweites Franchise in dieser Menge und Bandbreite verschiedene Medien und Texte – offiziell legitimierte und inoffizielle Fanwerke, sowohl analog als auch digital, linear und interaktiv: die sieben Romane, deren Übersetzungen in über sechzig verschiedene Sprachen, die Audiobooks, drei Spin-Off-Bücher, acht hochkarätig besetzte Hollywoodverfilmungen, die größte im Internet verfügbare Masse an Fanart und Fanfiction, diverse DVD- und BluRay-Editionen mit zusätzlichen Inhalten, Spielzeuge (Legosets, Zauberstäbe, Cluedo usw.), Kleidung und Kostüme, Schmuck und weitere Merchandisingartikel, Computer- und Konsolenspiele, aber auch private Online-Foren-Rollenspiele, Websites, News- und Diskussionsgruppen im Internet, Radiosendungen und Podcasts, Video-Mashups, derzeit erst einen Themenpark (aber ein weiterer befindet sich im Aufbau) und zwei Museen, das Musikgenre Wizard Rock, Conventions und Fantreffen auf der ganzen Welt, mehrere akademische Konferenzen und eine nur schwer zu überblickende Anzahl wissenschaftlicher Paper und Abhandlungen sowohl zum Phänomen als auch zum tatsächlichen *Harry Potter*-Text und schlussendlich die interaktive Onlineplattform *Pottermore*, die nachfolgend beschrieben und hinsichtlich ihres transmedialen Konzepts diskutiert werden wird.

Dem Launch von *Pottermore* ging eine groß angelegte Werbekampagne voraus, bei der unter anderem geheimnisvolle Installationen in London auf ein bevorstehendes Ereignis im Zusammenhang mit *Harry Potter* aufmerksam machten, ohne konkrete Details zu verraten. Nur soviel war klar, dass es sich um etwas ganz Neues handeln musste, war die Buchreihe doch bereits abgeschlossen und die Filme abgedreht. Am 23. Juni 2011 löfnete Rowling schließlich das Geheimnis mittels einer Videobotschaft an ihre Fans:

13 years after the first Harry Potter book was published I'm still astonished and delighted by the response the stories met. [...] I'm still receiving hundreds of letters every week and Harry's fans remain as enthusiastic and inventive as ever. So I'd like to take this opportunity to say thank you because no author could have asked for a more wonderful, diverse and loyal readership. I'm thrilled to say that I'm now in a position to give you something unique. An online reading experience unlike any other: It's called Pottermore. It's the same story with a few crucial additions. The most important one is you. Just as the experience of reading requires that the imagination of the author and reader work together to create the story so Pottermore will be built – in part – by you, the reader. The digital generation will be able to enjoy a safe, unique, online reading experience built around the Harry Potter books. Pottermore will be the place where fans of any age can share, participate in, and rediscover stories. It will also be the exclusive place to purchase digital audio books and, for the first time, e-books of the Harry Potter series. I'll be joining in, too. Because I'll be sharing additional information I've been hoarding for years about the world of Harry Potter. Pottermore is open to everyone from October. But a lucky few can enter early and help shape the experience. (ROWLING 2011: o.S.)

Rowlings Ankündigung funktioniert nicht nur als gelungene Einführung in die Konzeption und Marschrichtung des *Pottermore*-Projekts selbst, sie ist darüber hinaus ein guter Ausgangspunkt für die vorliegende Analyse. Henry Jenkins ist einer der Ersten, die auf Rowlings Videobotschaft reagieren. Auf seinem Weblog führt er, geprägt durch diesen ersten Vorgeschmack, drei Faktoren an, die seiner Ansicht nach *Pottermore* zu einem spannenden und bedeutsamen Projekt machen: das transmediale Konzept, die Nutzung von

Pottermore als alleiniger Vertriebskanal für die *Harry Potter*-eBooks und die digitalen Versionen der Hörbücher sowie die Realisierung des Projekts als Indikator für ein größeres Bewusstsein für die veränderten Ansprüche der Fans an ein Kulturprodukt, indem jene aktiv an der Realisation und dem Neu-erzählen der Geschichte beteiligt werden sollen (vgl. JENKINS 2011: o.S.). Vor allen Dingen in Bezug auf den Zerfall der hierarchischen Beziehung zwischen Autor/in und Leser/in, Produzent/in und Konsument/in, klingen Rowlings Worte sehr vielversprechend. Könnte *Pottermore* zeitgleich eine transmediale Adaption des *Harry Potter*-Textes und eine demokratische, produktive Verschränkung der offiziellen und der inoffiziellen Welt von *Harry Potter* sein?

Ein Teil der Fülle der medialen Erscheinungsformen des *Harry Potter*-Phänomens lässt sich plausibel durch den Zeitpunkt der Veröffentlichung erklären: *Harry Potter* parallelisiert in vielerlei Hinsicht die digitale Revolution und die Einführung von Web 2.0 und Social Media. In diesem Sinne ist nicht nur das Ausmaß an Anschlusskommunikation im Netz zu erklären, sondern die Einführung von *Pottermore* ist als logischer und konsequenter nächster Schritt zu werten, durch den die Grenzen der Medienkonvergenz mittels einer geschickten Rekombination bisheriger Erscheinungsformen weiter ausgelotet werden: Bücher, Filme und Spiele auf der einen Seite, die inoffiziellen Social-Media- und Fandom-Web-Plattformen (z.B. *The Leaky Cauldron*, *Mugglenet*, Fanfictionportale) auf der anderen sollen unter dem Dach von *Pottermore* ein gemeinsames Zuhause finden. Das bedeutet aber auch, dass Autorin und Produzent/innen ein gewisses Maß an Kontrolle an den Rezipienten bzw. die Rezipientin abgeben muss. Das Mitdenken, Einbeziehen und Aktivieren des Fans spielt nicht nur in Rowlings Vision von *Pottermore* eine Rolle, Jenkins zufolge ist es auch unablässig für den Transfer einer Narration in eine transmediale Erzählwelt, deren scheinbare Quintessenz *Pottermore* zu generieren versucht. Jenkins erklärt:

To fully experience any fictional world, consumers must assume the role of hunters and gatherers, chasing down bits of the story across media channels, comparing notes with each other via online discussion groups, and collaborating to ensure that everyone who invests time and effort will come away with a richer entertainment experience. (JENKINS 2006: 22)

Jenkins argumentiert, *Pottermore* sei von entscheidender Bedeutung für die zukünftigen Entwicklungen im Bereich transmedialen Erzählens. Im Gegensatz zu früheren, eher konventionellen Manifestationen von *Harry Potter* könnte die Kombination von radikaler Intertextualität und Multimodalität in *Pottermore* eine tatsächliche Erweiterung der bereits bekannten Informationen über die erzählte Welt anstatt einer simplen Replikation der Geschichte von einem Medium in ein anderes darstellen (vgl. JENKINS 2011). Daher ist Rowlings Ankündigung, neues Material und zusätzliche Informationen zu ergänzen, von entscheidender Bedeutung. Anstatt eine *Harry Potter*-Enzyklopädie zu veröffentlichen, wie dies lange in der Gerüchteküche des Internets gemunkelt wurde, nutzt Rowling nun *Pottermore* als Plattform, um ihren Leser/innen das Material, das sie über die Jahre ihrer Arbeit an *Harry*

Potter zusätzlich produziert, gesammelt und gehortet hat, zur Verfügung zu stellen. Jenkins hält es für denkbar, dass diese zusätzlichen Inhalte und Paratexte das Potential haben, die Lebensdauer des *Harry Potter*-Fandoms zu verlängern (vgl. JENKINS 2011), das mit dem Ende der eigentlichen Erzählung und dem Kinostart des letzten Films im Juli 2011 eine *closure*-Erfahrung machte und seither an Wirkkraft verloren hat (wie sich bspw. anhand rückläufiger Publikationszahlen von *Harry Potter*-Fanfiction im Internet zeigen lässt). *Pottermore* könnte das Wissen des Publikums über das *Harry Potter*-Universum erweitern und somit nachhaltig die Rezeptionserfahrung der Geschichte vertiefen – unter der Prämisse, *Pottermore* sei »done well and everything about Potter has been done well by allowing each medium to do what it can do best« (JENKINS 2011: o.S.). Ob die Kombination verschiedener Medien auf *Pottermore* aber wirklich bewirkt, dass ihre spezifischen Vorzüge zum Tragen kommen können, wird nachfolgend noch diskutiert werden müssen.

Nach Ablauf einer mehrmonatigen Betaphase, in der die Website nur wenigen, zufällig ausgelosten Nutzer/innen zur Verfügung stand, öffnete *Pottermore* mit einer Verzögerung von sechs Monaten im April 2012 seine digitalen Pforten für die Öffentlichkeit. Die Nutzung von *Pottermore* ist grundsätzlich kostenfrei; es ist allerdings eine Registrierung notwendig, bei der ein zufällig generierter Benutzername vergeben wird. Nach Abschluss der Registrierung können von den Benutzer/innen Produkte im *Pottermore*-Webshop erworben und der *Pottermore*-Walkthrough begonnen werden, der Harrys Reise vom Waisenkind im Ligusterweg bis hin zum triumphalen Bezwingen Voldemorts in einer chronologischen Struktur nachzeichnet – Kapitel für Kapitel, Buch für Buch. Etwas mehr als zwei Jahre nach *Pottermores* Geburtsstunde stehen allerdings im Mai 2014 bislang immer noch nur die ersten drei Romane und zwanzig Kapitel von *Harry Potter and the Goblet of Fire* (2000) als Walkthrough zur Verfügung. Des Weiteren können die Benutzer/innen an den Social-Networking-Aspekten der Website partizipieren: Sie können unter den einzelnen Kapiteln des Walkthroughs Kommentare hinterlassen, Kapitel in einer an Facebook erinnernden Art und Weise »liken«, anderen Benutzer/innen Freundschaftsanfragen senden sowie eigene Fanart hochladen.

Diese kurze Beschreibung des *Pottermore*-Konzepts indiziert, dass die drei wichtigsten Aspekte, die Jenkins bereits 14 Monate vor Start der Plattform als Hauptfunktionen identifizierte, in der Tat die Kernpunkte der letztlichen Realisation der Plattform sind: (a) kommerzielle Vermarktung digitaler *Harry Potter*-Inhalte, (b) soziales Netzwerk für *Harry Potter*-Fans und (c) interaktive, transmediale Erfahrung der Romanwelt. Der chronologische Walkthrough ist in eine Flash-animierte Umgebung eingebettet, die verschiedene Spiele (z.B. Duelle, Zaubersprüchebrauen), Herausforderungen (z.B. Sorting Hat-Zeremonie), das Sammeln bestimmter virtueller Gegenstände (z.B. Schulbücher, Schokofrosch-Karten), das Gewinnen von Hauspunkten für das jeweilige Hogwartshaus, dem der Benutzer oder die Benutzerin angehört (Gryffindor, Ravenclaw, Hufflepuff oder Slytherin) und das Freischalten zusätzlicher Inhalte (z.B. Detailinformationen zu Zauberstäben, Hintergrundge-

schichten der Nebenfiguren) umfasst (vgl. COLBJØRNSSEN 2013: 146-148). Da die Benutzer/innen direkt während des *Pottermore*-Walkthroughs Kapitel kommentieren, andere Benutzer/innen kontaktieren und Fanart hochladen können, aber auch jederzeit im *Pottermore*-Webshop einkaufen können, sind die drei Kernfaktoren der Website während des gesamten *Pottermore*-Erlebnisses miteinander verbunden und kaum getrennt zu betrachten. Aus diesem Grund kommt auch die hier vorgelegte Analyse der Transmedialität von *Pottermore*, die die kritische Diskussion von vier Erlebnismodi der digitalen Umgebung *Pottermore* anstrebt, nicht umhin, die ökonomischen und Fandom-Aspekte der Plattform mitzudenken.

2. *Pottermore* als literarisches Erlebnis

Analog zum linearen Leseprozess der Romane sind die Benutzer/innen von *Pottermore* während des Walkthroughs dazu gezwungen, chronologisch vorzugehen, um von einem Kapitel zum nächsten zu kommen und die neuen Inhalte freizuschalten. Obwohl der sogenannte *journey navigator* verwendet werden kann, um frühere Kapitel abermals zu besuchen, verlangt *Pottermore* ein lineares Leseverhalten, das mit der grundlegenden Idee transmedialen Erzählens im Widerspruch steht (vgl. STUART 2011). Da noch immer nicht alle Romane der Reihe als Walkthrough zur Verfügung stehen, ist die literarische Reise der Benutzer/innen nach wie vor begrenzt. Obwohl die *Pottermore*-Storyline nur langsam voranschreitet, sind alle *Harry Potter*-eBooks unmittelbar online zum Kauf zur Verfügung gestellt worden, wodurch Erstleser/innen ihre Lektüre der Saga nicht konsequent mit dem *Pottermore*-Walkthrough kombinieren können. Abschreckend für Erstleser/innen ist darüber hinaus die Tatsache, dass der *Pottermore*-Webshop der einzige Ort ist, wo die eBooks beziehbar sind. Diese aus ökonomischer Perspektive sicher interessante strategische Entscheidung, da klassische Veröffentlichungs- und Vermarktungswege übergangen werden, verkompliziert für *Harry Potter*-Neulinge aber, die sonst über Amazon oder Hugendubel eBooks erwerben, den Zugang zum Werk. Der unumgängliche Umweg über die *Pottermore*-Plattform bedeutet für die Konsument/innen zusätzlichen Aufwand, Zeit und die Investition von Vertrauen (da eine Registrierung nötig ist). Zudem ist durch das sofortige Veröffentlichen der kompletten Reihe die Möglichkeit vertan worden, die in Fankreisen beinah schon legendären Veröffentlichungsevents der einzelnen Romane (vgl. GUNELIUS 2008: 52-53) in der digitalen Welt zu wiederholen, was Jenkins zufolge eine große Chance für das Franchise gewesen wäre, seine Lebensdauer zu erhöhen (vgl. JENKINS 2011: o.S.).



Abb. 1:
Moment »Number Four, Privet Drive« aus dem Kapitel »The Boy Who Lived« im *Pottermore*-Walkthrough mit *journey navigator* unten sowie Verlinkungen zum Webshop und den Benutzerkommentaren

Das Leseerlebnis innerhalb des *Pottermore*-Walkthroughs selbst ist strukturiert durch sogenannte »moments«, von denen zwei bis drei jeweils ein Kapitel bilden. Jedes *Pottermore*-Kapitel enthält eine kurze Inhaltsangabe des Buchkapitels, jedoch nicht den gesamten Text. Durch Anklicken der grafischen Elemente und Hineinzoomen per Mausekranz können die einzelnen Momente eingehender erforscht werden. Mit dem *journey navigator* am unteren Bildrand lässt sich zwischen den drei Momenten und anderen Kapiteln navigieren; auf der rechten Seite führen Links zu den Benutzerkommentaren des Kapitels; oberhalb der Flash-Animation befindet sich der Link zum Webshop. Um ein Beispiel zu geben (Abb. 1): Das erste Kapitel von *Harry Potter and the Philosopher's Stone* trägt – auch in *Pottermore* gemäß dem Titel der Romanvorlage (1997) – den Titel »The Boy Who Lived«. Es unterteilt sich in die drei Momente »Number Four, Privet Drive«, »Something Peculiar Is Happening« und »Harry Is Delivered«, deren Titel in der literarischen Vorlage in dieser Form nicht vorkamen. Die Flash-Animationen jedes Moments verfügen über versteckte Gegenstände für späteren Gebrauch (z.B. Geld, Bücher oder Zaubersprüche) und/oder für das unmittelbare Freischalten zusätzlicher verschriftlichter Inhalte. Diese neuen und exklusiven paratextuellen Informationen beziehen sich auf Figuren, Settings, Waffen und andere magische Gegenstände. Für viele *Pottermore*-Benutzer/innen stellt dieses Zusatzwissen eine Bereicherung ihrer *Harry Potter*-Erfahrung dar, kritische Stimmen sehen in den *Pottermore*-Paratexten aber auch eine Entzauberung der magischen Welt, da – vielleicht ähnlich der *Star Wars*'schen Midi-Chlorianer – bestimmte Mechaniken (z.B. Materialkunde der Zauberstäbe) erklärt werden, deren unzureichende Ausarbeitung im Roman im positiven Sinne dem Rezipienten einen eigenen Imaginationsraum eröffnete. Grossman moniert beispielsweise, dass jedes Mal, wenn er Elemente aus *Harry Potter* in anderen Medien realisiert

sähe, »[i]t takes away from the marvelous, handmade Potterverse I've got going on in my head and replaces it with something prefabricated« (GROSS-MAN 2011: o.S.).

Abgesehen von dieser eher emotionalen Kritik können auch einige ganz konkrete technische Hindernisse in *Pottermore* identifiziert werden, die das Lesevergnügen mindern. Da die kurze Handlungssynopsis der Kapitel alleinig als Teaser funktioniert, der nur von einem Benutzer oder einer Benutzerin mit voller Kenntnis der vollständigen Handlung verstanden werden kann, sind die Benutzer/innen gezwungen, ihren *Pottermore*-Walkthrough mit dem Lesen der Romane zu parallelisieren. Da aber keine Volltext-Implementierung des gekauften eBooks in die *Pottermore*-Infrastruktur möglich ist, muss während des Walkthroughs entweder zwischen verschiedenen Fenstern auf dem Computerbildschirm gewechselt oder das Buch in der Hand gehalten werden, um dort das jeweilige Kapitel vollständig nachzulesen. Obwohl *Pottermore* im Sinne Anne Mangens eine Hypertext-Infrastruktur bietet – eine Infrastruktur, die »take advantage of the technological features of digital technology, such as hyperlinks, multi-modality and interactivity, and [...] employ these for aesthetic and/or narrative purposes« (MANGEN 2008: 407) – versagt es in einer organischen und konsistenten Verquickung von *Pottermore* mit den *Harry Potter*-Romanen. Stattdessen ist *Pottermore* geprägt von der scheinbaren Unvereinbarkeit der Bücher und ihrer Paratexte. Für *Harry Potter*-Erstleser/innen, die auf die Informationen aus den Romanen angewiesen sind, um *Pottermore* zu verstehen, hat dies erhebliche Konsequenzen. Dass die Benutzer/innen mit der mangelnden Integration beider Medien und somit den Einschränkungen auf *Pottermore* permanent konfrontiert werden, hat eine störende Wirkung, die sich negativ auf die immersive Kraft auswirkt, welche die Narration eigentlich haben könnte.

›Immersion‹ ist ein kontrovers diskutierter Begriff (vgl. THON 2014: 269-270), der ein Gefühl der Unmittelbarkeit und des Eingetauchtseins beschreibt, das in der Interaktion mit einem Text oder Medium entsteht. Murray und Ryan zufolge handelt es sich bei Immersion um eine alternative (virtuelle) Welterfahrung durch Simulation (in Form von Text, Film, Spiel usw.), die für einen nicht näher bestimmten Zeitraum die Realitätserfahrung des Rezipierenden verlagert und konstituiert (vgl. MURRAY 1997: 97f.; RYAN 2001: 93f.). Immersion ist »the sensation of being surrounded by a completely other reality, as different as water is from air, that takes over all of our attention, our whole perceptual apparatus« (MURRAY 1997: 98). Um eine Immersionserfahrung aufrechtzuerhalten, ist das Halten der Zuschaueraufmerksamkeit relevant: Wiederholte Störungen und Ablenkungen wie Klicken mit der Maus, Scrollen, das Absuchen des Bildschirms nach versteckten Items, das mühevollen Navigieren durch Untermenüs und der Wechsel zwischen verschiedenen ›Geräten‹ (Buch/Computer) haben alle nachhaltige Konsequenzen auf die immersive Kraft (vgl. MANGEN 2008: 407f.), die im Falle von *Pottermore* von der Geschichte (›narrative Immersion‹), der virtuellen Umgebung (›räumliche Immersion‹), dem Wunsch nach der Lösung gestellter Probleme (›ludische

Immersion) und der Interaktion mit anderen Benutzer/innen (soziale Immersion) ausgehen kann (vgl. THON 2014: 271). Interaktivität und Immersion können in computergenerierten virtuellen Umgebungen nur miteinander in Einklang gebracht werden, wenn die interaktiven Elemente die Welterfahrung des Rezipienten erweitern und nicht limitieren (vgl. RYAN 2001: 307f.).

Da Rowling die volle Kontrolle über die eBooks besitzt, wäre es denkbar gewesen, für *Pottermore* einen eleganteren Weg der Verzahnung von Leseerlebnis und Walkthrougherlebnis einzuschlagen, der das immersive Potential der Plattform hätte deutlich erhöhen können. Sowohl das Integrieren des vollständigen *Harry Potter*-Textes (z.B. gratis oder als Freemium-Geschäftsmodell) als auch das Implementieren von Hyperlinks zur *Pottermore*-Website in die eBooks hätten dies ermöglicht. Doch vielleicht gerade die Kombination beider Strategien hätte *Pottermore* zum wegweisenden Exempel organischer Fusion analoger und digitaler Medien machen können – und in der Folge zu einer zentralen Anlaufstelle neuer und langjähriger Fans.

3. *Pottermore* als audiovisuelles Erlebnis

Während *Pottermore* als Leseerlebnis aufgrund der angesprochenen technischen Hürden, die Benutzer/innen überwinden müssen, problematisch ist, bringt auch die audiovisuelle Erfahrung insbesondere im Vergleich mit den Hollywoodverfilmungen der Romane einige Schwierigkeiten mit sich. Die grafischen Flash-Elemente sind vergleichsweise flach und statisch. Zwar wirken die Bilder und visuellen Effekte niemals billig und sind hochwertig produziert, ein eklatanter Mangel an Räumlichkeit fällt allerdings auf.

Visuell bietet *Pottermore* zweidimensionale, geradezu gespenstisch leere und leblose Tableaus, die aus drei verschiedenen Schärfestufen (Layer) bestehen, die mittels Scrollen fokussiert werden können. Abgesehen von kleinen Animationen von Blättern, Tieren, von im Wind wehenden Vorhängen, vorbeiziehenden Wolken, flackernden Kerzen oder dem Umblättern von Buchseiten findet in all diesen Tableaus keine nennenswerte Bewegung statt. Im Moment »Number Four, Privet Drive« (Abb. 1) bewegt beispielsweise auf der ersten Schärfenebene die Katze ihren Schwanz. Auf der zweiten Schärfenebene gehen die Lichter des Autos an, und die Scheibenwischer bewegen sich. Auf der dritten Schärfenebene fliegt die Krähe von ihrem Platz auf dem Schornstein in der Bildmitte auf. Aufgrund der Statik und Zweidimensionalität erinnert *Pottermore* an ein Gemälde der Vormoderne, das durch ein präperspektivisches Raumverständnis geprägt ist und die (dreidimensionalen) Betrachter/innen – mit Konsequenzen für das immersive Vergnügen – exkludiert. Ryan beschreibt diesen Effekt folgendermaßen:

Pictorial space was a strictly two-dimensional surface from which the body of the spectator was excluded, since bodies are three-dimensional objects. All this changed when the discovery of the laws of perspective allowed the projection of a three-dimensional space onto a two-dimensional surface. This projection opens up a depth that assigns

spatial coordinates—the center of projection, or physical point of view—to the body of the spectator. Perspective painting immerses a virtual body in an environment that stretches in imagination far beyond the confines of the canvas. (RYAN 2001: 2-3)

Pottermore verzichtet darüber hinaus auf Illustrationen der Figuren. Sollten im Ausnahmefall doch Figuren abgebildet werden, werden sie von hinten aufgenommen, bleiben diffus, gesichtslos und befinden sich in weiter Ferne zum Blickpunkt des Betrachters oder der Betrachterin (Abb. 2). Es ist denkbar, dass diese ästhetische Strategie angewendet wurde, um dem Rezipienten oder der Rezipientin eine größere imaginative Freiheit hinsichtlich des Aussehens von Figuren einzuräumen, aber die Abwesenheit von Lebewesen erzeugt tatsächlich mehr eine dystopische Endzeitwirkung, die man vom Science Fiction-Genre gewohnt ist, aber kaum zur farbenfrohen *Harry Potter*-Fantasywelt passen will, welche ja gerade von ihrem großen und vielgestaltigen Cast lebt.² Hier werden Genrekonventionen verletzt. Filmhistorische Beispiele wie *Psycho* (1960), *Alien* (1986), *Heathers* (1988), *From Dusk Till Dawn* (1996) oder *Hard Candy* (2005) veranschaulichen, dass derartige (vorsätzliche) Verstöße gegen Genrekonventionen auf das Publikum in der Regel eine verstörende Wirkung haben, während generische Kohärenz das Vertrauen des Publikums in eine Erzählung stärkt.³ Da Rowling ausdrücklich betont, dass sie ihren Fans eine »safe experience« bieten möchte, ist anzunehmen, dass dieser verstörende Effekt der Ästhetik nicht beabsichtigt wurde.

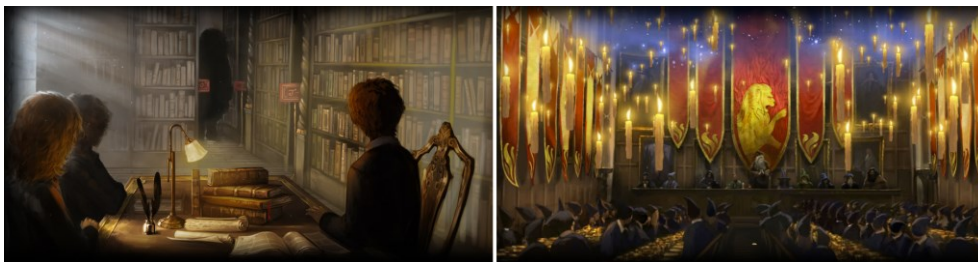


Abb. 2:
Figuren wenden sich auf *Pottermore* konsequent vom Betrachter ab oder bleiben diffuse Silhouetten, wie z.B. in den Momenten »Hagrid's Secret« (links) oder »The End-of-Year Feast« (rechts)

Analog zu den Bildern ist ebenfalls die Tonspur auf *Pottermore* äußerst minimalistisch, reduziert auf Geräusche wie einen vorbeifahrenden Zug, unverständliches Flüstern, Wasserrauschen oder das Klappern mit Geschirr.

² Nicht umsonst bringt es die Romanreihe auf die stattliche Zahl von 772 namentlich erwähnten Figuren.

³ *Psycho* beginnt als klassischer Kriminalfilm, der Mord an der bisherigen Protagonistin nach dem ersten Drittel der Spielzeit stellt aber den gesamten weiteren Fortgang der Handlung im Hinblick auf das Genrevorwissen des Publikums in Frage. Bei *Alien* wird zunächst die Erwartungshaltung des Publikums bedient, einen klassischen Science-Fiction-Film zu rezipieren; mit dem Auftauchen des Monsters und dem Tod der männlichen Handlungsträger Kane und Dallas vollzieht der Film aber eine unerwartete Genrewendung ins Horrorgenre mit dem *final girl* Ripley als neuem Focalizer. Die Highschool-Komödie *Heathers* verwandelt sich sukzessive in eine bitterböse Satire, *From Dusk Till Dawn* wechselt vom Road Movie ins Vampirfilmgenre, *Hard Candy* stellt die Opfer/Täter-Dichotomie des Thrillers in Frage.

Tonebene und Animationen harmonieren stets miteinander. So ist beispielsweise im Moment »Number Four, Privet Drive« auf der ersten Schärfestufe das Schnurren einer Katze zu hören, auf der zweiten Schärfestufe hört man das Auto hupen, und auf der dritten Stufe ertönt das Krächzen des wegfliegenden Vogels. Auf Musik oder gesprochenen Dialog wird vollkommen verzichtet. Die Abwesenheit von Sprache trägt zur unheimlichen Atmosphäre von *Pottermore* bei, stellt dies doch ebenfalls eine Diskrepanz zu den witzigen Dialogen dar, von denen ein gewichtiger Teil des Reizes der Romane ausgeht. Zusammengenommen lässt sich festhalten, dass die audiovisuellen Komponenten von *Pottermore* die Benutzer/innen eher auf Distanz zum Seh- und Hörbaren bringen anstatt ihre Fähigkeit zu verbessern, sich als Teil der fiktionalen Welt zu imaginieren. Rowlings Versprechen, die wichtigste Ergänzung bei *Pottermore* im Unterschied zu den anderen offiziellen Produkten des Franchises seien der Rezipient bzw. die Rezipientin selbst, wird zumindest über die Ästhetik nicht eingelöst.

4. *Pottermore* als Spielerlebnis

Es ist nahe liegend, dass der Verzicht auf audiovisuelle Multidimensionalität auch ein Problem für die auf *Pottermore* mögliche Spielerfahrung und ihr immersives Potential darstellt. Zusätzlich waren die in *Pottermore* integrierten kleinen Rätsel und Herausforderungen wie das Zauberkocherbrauen im Moment »The Potion Puzzle« oder das Fangen des richtigen Schlüssels im Moment »The Winged Keys« Gegenstand kontroverser Diskussionen, da sie zur gleichen Zeit zu primitiv für Gamer und zu kompliziert für Nicht-Gamer sind. Die jeweiligen Ziele, die erreicht werden müssen, um auf dem Walkthrough voranzuschreiten, beschränken sich auf das Entdecken und Sammeln von Gegenständen, die aus der Leser/innenperspektive nutzlos erscheinen, da sie keinen intradiegetischen Effekt auf die *Harry Potter*-Erzählung haben. Aus der Gamerperspektive sind die Herausforderungen mangelhaft in Bezug auf Komplexität oder Langzeitmotivation; die Mehrzahl der eingesammelten Gegenstände dienen ausschließlich der Evozierung einer detailreichen Welt (z.B. schleimiges Seegrass, eine zersprungene Tasse oder Bertie Bott's Every Flavour Beans), verstopfen aber im Endeffekt nur das Inventar, denn sie bleiben funktionslos und können auch zu keinem späteren Zeitpunkt eingesetzt oder getauscht werden (Abb. 3).

Während einer Onlinediskussion, die sich zwischen den Leser/innen eines Artikels über *Pottermores* Benutzerbindungsstrategien in der Kommentarsektion entspannt, kommt dieser unlösbare Konflikt, der der Verfasstheit beider Medien (Buch/Spiel) geschuldet ist, äußerst prägnant zum Ausdruck. Ein Benutzer antwortet hier auf einen anderen Kommentierenden, der zuvor seine Frustration über den hohen Schwierigkeitsgrad der Rätsel zum Ausdruck gebracht hatte:



Abb. 3:
Das Inventar der Benutzer/innen füllt sich mit der Zeit mit funktionslosen Gegenständen

Challenging? Really? It's mind-numbingly easy. [...] Maybe this is the true problem with Pottermore. It's not clear if it's supposed to be a game or not, so it's flailing somewhere in the middle, disappointing people like me who want to be challenged and ALSO disappointing people like you who just want the content. (SIMS 2013: o.S.)

Hinsichtlich der dramaturgischen Quest-Struktur der Romane und der geografisch relativ begrenzten bzw. leicht begrenzbaren Fantasywelt mit ihrer Fülle an magischen Objekten, übermenschlichen Helfern und Monstern eignet sich *Harry Potter* eigentlich hervorragend für die Übertragung in ein Spiel (vgl. BURN 2005: 1). Interessanterweise waren *Harry Potter*-Computerspiele aber bisher nur von mäßigem Erfolg gekrönt und wurden aufgrund ihrer Prädeterminiertheit und ihrem Mangel an Wahl- und Entscheidungsmöglichkeiten kritisiert (vgl. BURN 2005: 11). *Pottermore* wiederholt diese Fehler: In einer Zeit der Gleichzeitigkeit analoger Pen&Paper-Rollenspiele und digitaler MMORPGs, in denen beiden fiktionalen Spielfiguren (*characters*) überaus komplexe Konstrukte sind, die narrative, ludische und soziale Funktionen für den Spielenden übernehmen (vgl. SCHRÖTER/THON 2014: 49-50), die mit detaillierten Hintergrundgeschichten ausgestattet werden, Entscheidungen treffen können, ein individuelles Äußeres und Auftreten haben, in der Interaktion mit den anderen Spielfiguren die Wahrnehmung der fiktionalen Welt durch den Spielenden regulieren und sich in einem permanenten Entwicklungsprozess befinden, kombiniert mit der Beliebtheit von LARP, das gerade die performative Qualität des Rollenspiels betont (vgl. BOWMAN 2010: 27-29), ist es erstaunlich, wie wenig *Pottermore* nach den Beispielen dieser Spielkonzepte modelliert ist.

Pottermore bietet seinen Benutzer/innen so gut wie keine Individualisierungsmöglichkeiten. Benutzernamen werden zufällig zugewiesen und können nicht geändert werden, auch Avatarbilder dürfen nicht verändert werden, Haustiere können nicht individualisiert oder selbst benannt werden, außerhalb der vorgegebenen Storyline kann *Pottermore* nicht erkundet werden, die

spielerischen Interaktionsmöglichkeiten mit anderen *Pottermore*-Mitgliedern sind extrem beschränkt (z.B. gibt es keinen Multiplayer, auch ein Formen von Allianzen ist nicht vorgesehen).

Die von Fans heiß ersehnte Sorting Hat-Zeremonie ist ein weiteres gutes Beispiel für die fehlenden Entscheidungsmöglichkeiten, die auf *Pottermore* den Benutzer/innen zur Verfügung stehen. Ebenso wie die Vergabe des Zauberstabs ist die Hutzeremonie, bei der Hogwarts-Neulinge einem der vier Häuser zugeteilt werden, einer der Schlüsselmomente von *Harry Potter*. Die Umsetzung beider Situationen auf *Pottermore* sorgte allerdings für einige Frustration unter den Fans. Jones zufolge ist das ursächliche Problem für diese Enttäuschung, dass der Benutzer oder die Benutzerin für ihre Hauszuordnung einen willkürlich und zufällig erscheinenden Fragenkatalog (z.B. Wald oder Fluss? Sonnenaufgang oder Sonnenuntergang? Sterne oder Mond?) beantworten müssen und selbst keinen Einfluss auf den Entscheidungsprozess nehmen können (vgl. JONES 2013: 167-168). Ganz anders war dies bei Harry selbst, der sich in *Harry Potter and the Philosopher's Stone* bewusst gegen Slytherin entschied und daraufhin vom Hut nach Gryffindor geschickt wurde. Ein *Pottermore*-Benutzer hat seinen Wunsch nach einer stärker individualisierten Sorting Hat-Erfahrung wie folgt zum Ausdruck gebracht – es liest sich fast wie ein Nachhall auf Albus Dumbledores einprägsame Botschaft »It is our choices, Harry, that show what we truly are, far more than our abilities«:

I was thinking that a good way to handle the sorting without an annoying and easily manipulated quiz, would be to make a series of events on the train before you get to Hogwarts [sic]. For example, a kid is being bullied by upperclassmen, and you choose whether or not to help. That sort of thing. Then your sorting would be based off your decisions. (SIMS 2013: o.S.)

Auf *Pottermore* wird ignoriert, dass »most Potter fans know what house they should be in, having found themselves identifying with a particular house long before the incursion of Rowling's Sorting Hat test« (JONES 2013: 167). In Rollenspielen – angefangen bei *Dungeons & Dragons* über *Diablo* (1996) bis hin zu LARP – können die Spieler/innen bei der so genannten Charaktererschaffung zwischen einer bestimmten Fraktion, Rasse und/oder Charakterklasse wählen (vgl. BOWMAN 2010: 147f.).⁴ Analog zu diesen Rollenspielen stehen auch die verschiedenen Hogwartshäuser für bestimmte Lifestyles, Ideologien und Wesenszüge, die den Benutzer/innen durch das gegenwärtige Sorting Hat-Verfahren implizit zugewiesen werden (z.B. Gryffindor = mutig, regelbrecherisch, Helden; Slytherin = listig, Reinblüter, Voldemorts Anhänger).

Das Fehlen wesentlicher Rollenspieleigenschaften wie Interaktivität, Charakterentwicklung und selbstständiger Entscheidungsmöglichkeiten (statt einer vorgegebenen Handlungsvorgabe) verringern die individuelle *Pottermore*-Erfahrung. Weil *Pottermore* seinen Benutzer/innen eine eigenständige

⁴ Der Vollständigkeit halber muss angemerkt werden, dass es auch durchaus erfolgreiche Rollenspiele wie die von CD Projekt RED entwickelte *The Witcher*-Reihe gibt, welche für die Spieler/innen keine Charaktererschaffung vorsehen.

Spielfigur vorenthält, die tatsächlich substanziell etwas zur *Harry Potter*-Storyline beitragen oder eine völlig neue Geschichte generieren könnte, verbleiben die Benutzer/innen machtlose und ferne Beobachter/innen des offiziellen Textes. Eine Spielewelt ist maßgeblich durch die »personified character constructs, conforming to the state, properties and contents of the game world« (MONTOLA 2009: 24) definiert, aber die ausgestorbenen Tableaus von *Pottermore* scheinen auch unbespielt völlig funktionstüchtig. Die Spieler/innen haben ohnehin nicht die Möglichkeit, miteinander zu interagieren oder die Welt zu beeinflussen – die Jenkins'schen »Hunters« und »Gatherers« sind überflüssig.

5. *Pottermore* als soziales Netzwerk

Aus Rowlings Videobotschaft lassen sich hinsichtlich der Rolle des Fandoms bereits drei Punkte adressieren, die skeptisch stimmen: 1. Im Video besteht eine auffällige Dissonanz zwischen Rowlings wiederholtem Erwähnen der Fans und ihrer physischen Abwesenheit vom Filmmaterial (vgl. KIRK 2011: 154-156); 2. durch die lange Betaphase von *Pottermore* fand eine Unterteilung der Fangemeinde in die »lucky few« und den weniger privilegierten Rest statt (vgl. COLBJØRNSSEN 2013: 150); 3. die akzentuierte Verwendung des Wortes »safe« (vgl. JENKINS 2011: o.S.). Man könnte sich *Pottermore* durchaus als fanfreundliche Plattform vorstellen, es könnte seinen Benutzer/innen neue kreative Gestaltungsmöglichkeiten sowie eine Infrastruktur zum Austausch untereinander bieten, aber Jenkins gibt richtigerweise zu bedenken, dass Rowling in der Vergangenheit schon einige Tendenzen gezeigt hat, das Rezeptionsverhalten ihrer Fans beeinflussen und gezielt steuern zu wollen. Das Wort »safe« kann in diesem Kontext als Indiz für den Versuch interpretiert werden, mit *Pottermore* eine regulierte Umgebung zu schaffen, der der Autor als kontrollierende Instanz übergeordnet ist und in der manche Fans gegenüber anderen privilegiert sind (z.B. durch Exklusion von Slash-Fanfiction-Schreibern⁵). Tatsächlich sieht es so aus, dass nicht nur homoerotische Slash-Fantexte, sondern alle Formen von Fanfiction auf *Pottermore* verboten sind. Gleiches gilt für Video-Mashups, erotische Fanart und Bildmanipulationen, die auf Material aus den Filmen zurückgreifen. Des Weiteren gibt *Pottermore* – wie bereits angedeutet – seinen Benutzer/innen abgesehen von der Kommentarfunktion kaum Interaktionsmöglichkeiten. Diese können sich nur gegenseitig »frien« und zu Duellen herausfordern, aber es gibt keine *private messaging*-Funktion, keinen Chat und kein Diskussionsforum.

Evans zufolge steht Interaktivität in transmedialen Erzählwelten in einer engen Beziehung zu Selbstbestimmung und Kontrolle, welche sie wieder-

⁵ »Slash« bezeichnet eine kreative Praxis, bei der Fans Figuren aus Film, Literatur, Fernsehen etc. in einen queeren Kontext überführen. Dies kann z.B. in Form von homoerotischer Fanart oder in Textform (Fanfiction) geschehen.

rum – ebenso wie Murray – als Schlüsselvergnügen für den Rezipienten identifiziert (vgl. EVANS 2008: 201f.; MURRAY 1997: 126f.): »Agency is the satisfying power to take meaningful action and see the results of our decisions and choices« (MURRAY 1997: 126). Die mangelnde Interaktivität sowie die eingeschränkten Möglichkeiten, sich auf *Pottermore* zu bewegen oder eigene Entscheidungen zu treffen, lassen den Rückschluss zu, dass hier möglichst wenig dieser Kontrolle über den Text an die Benutzer/innen abgegeben werden soll. In seiner Arbeit *Television 2.0. Reconceptualizing TV as an Engagement Medium* benennt Askwith verschiedene Strategien (sogenannte Touchpoints), die Produzent/innen einsetzen können, um das Publikum an und in ein Kulturprodukt einzubinden. »Social interaction« zwischen Produzent/innen und Rezipient/innen, »interactivity« und die Förderung der Produktion von »related activities/content« durch die Benutzer selbst sind Askwith zufolge entscheidende Mittel, um das Interesse des Publikums an einem Kulturprodukt nachhaltig zu steigern und möglichst dauerhaft an es zu binden (vgl. ASKWITH 2007: 76f.). Doch diese drei Touchpoints erfordern alle den Transfer zumindest eines Teils der Kontrolle an den Fan, die *Pottermore* gezielt verweigert. *Pottermore* lässt sich stattdessen als kommerzieller Vermarktungsplatz beschreiben, der die Kluft zwischen Rowling und der *Harry Potter*-Fangemeinschaft in ihren Funktionen als Verkäufer/innen und Käufer/innen bzw. als Produzent/innen und Konsument/innen vergrößert anstatt eine Dehierarchisierung zwischen Autor/Text und Fan/Rezeption voranzutreiben, wie dies durch die Videobotschaft suggeriert worden war (vgl. KIRK 2011: 157).

»Pottermore was our friend, and it betrayed us« bloggt ein enttäuschter Fan auf tumblr. 4.000 weitere Fans rebloggen seinen simplen Satz, der so pointiert das generelle Unbehagen langjähriger *Harry Potter*-Fans gegenüber *Pottermore* zum Ausdruck bringt sowie die gegenläufigen Dynamiken »Freundschaft« und »Verrat« akzentuiert, die der Kern des Problems von *Pottermore* zu sein scheinen. Denn die Bevormundung durch den Mangel individualisierbarer Avatare und die Zuweisung zufälliger Benutzernamen steht in scharfem Kontrast zum intimen und persönlichen Band, das langjährige Fans mit *Harry Potter* verbindet. Ein Band, das man überspitzt als Freundschaft bezeichnen könnte – hat doch Harry schließlich zwischen 1997 und 2007 eine ganze Generation von Teenagern beim Erwachsenwerden begleitet. Der subtile Steuerungsversuch des Konsum- und Rezeptionsverhaltens der Fans durch *Pottermore* wird als Verrat gegenüber diesem Vertrauensverhältnis zwischen Rezipient/in und Werk empfunden (vgl. JENKINS 2006: 169).

Innerhalb eines Jahrzehnts hat sich die Partizipationskultur des *Harry Potter*-Fandoms in eine riesige, vielfältige, kreative Bewegung von großer Sichtbarkeit verwandelt. *Pottermore* kann diese Entwicklung nicht rückgängig machen. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung muss *Pottermore* als gescheitertes Projekt verstanden werden, ist es doch unvorstellbar, dass sich die Rezipient/innen zurück in die Passivität begeben werden, damit die Produzent/innen die alleinige Deutungshoheit über den Text und die Macht über die Formen seiner kreativen Weiterverwertung zurückerlangen können. Im Inter-

net bieten sich Fans unzählige Möglichkeiten weniger stark regulierter (z.B. *LiveJournal*) und sogar gar nicht regulierter (z.B. *Archive of Our Own*) sozialer Interaktion und Teilhabe am *Harry Potter*-Phänomen. Es ist also unklar, warum Fans ihre Partizipationsmöglichkeiten auf Emoticons und ›likes‹ am untersten Rand der Website, strikt getrennt von offiziellen Inhalten, reduzieren lassen sollten. In der logischen Konsequenz ist *Pottermore* gerade für mittlerweile erwachsen gewordene Fans weitgehend irrelevant (vgl. JONES 2013: 169) und »lost its moment in the spotlight« (SCHEERER 2013: o.S.).

6. *Pottermore* = mehr Potter?

Michel de Certeau diskutiert in *The Practice of Everyday Life* den Unterschied zwischen Strategien und Taktiken, zwischen Konsumtion und ›making do‹. Certeau zufolge planen Medienproduzent/innen strategisch, wie ein Text benutzt bzw. konsumiert werden soll. Die Konsument/innen können aber Taktiken des ›making do‹ einsetzen; damit ist gemeint, dass Konsument/innen sich gegenüber diesen Zuweisungen ermächtigen, indem sie proaktiv neue Bedeutungen und Verwendungszwecke für Texte und andere Kulturprodukte entwickeln (vgl. DE CERTEAU 1984: 47f.). Wie die Analyse gezeigt hat, kanalisiert *Pottermore* strategisch das Rezeptionsverhalten, indem den Benutzer/innen ein eingeschränkter und linearer Zugang zu *Harry Potter* geboten wird. Im Gegensatz dazu bilden *Harry Potter*-Diskussionsforen, Videos, Fanart, Fanfiction usw. ein non-lineares Netzwerk verschiedener Taktiken des ›making do‹, die mit mehr Möglichkeiten zur Interaktion aufwarten – sowohl zwischen Benutzer/in und Text als auch unter den Benutzer/innen – und die Allmacht des Autors in Frage stellen.

Murray hat bereits 1997 über das Spannungsverhältnis zwischen Autor/in und Benutzer/in in interaktiven Medien geschrieben, es gäbe eine wesentliche »distinction between playing a creative role within an authored environment and having authorship of the environment itself« (MURRAY 1997: 152). Sie argumentiert weiterhin:

[I]nteractors can only act within the possibilities that have been established by the writing and programming. They may build simulated cities, try out combat strategies, trace a unique path through a labyrinthine web, or even prevent a murder, but unless the imaginary world is nothing more than a costume trunk of empty avatars, all of the interactor's possible performances will have been called into being by the originating author. Authorship in electronic media is procedural. Procedural authorship means writing the rules by which the texts appear as well as writing the texts themselves. It means writing the rules for the interactor's involvement, that is, the conditions under which things will happen in response to the participant's actions. [...] In electronic narrative the procedural author is like a choreographer who supplies the rhythms, the context and the set of steps that will be performed. The interactor, whether as navigator, protagonist, explorer, or builder makes use of this repertoire of possible steps and rhythms to improvise a particular dance among the many, many possible dances the author has enabled. (MURRAY 1997: 152f.)

Beinahe zwanzig Jahre später wird aufgrund der ständig verbesserten und weiterentwickelten Möglichkeiten aktiver Partizipation das Verhältnis zwischen Autor/in und Benutzer/in im Internet in immer drastischerer Weise in Frage gestellt. Zudem hat sich die Erwartungssetzung an die partizipatorischen Möglichkeiten der Teilhabe und Mitbestimmung seitens der Konsument/innen gewandelt; Fans wollen und können gleichzeitig Tänzer/innen und Choreograph/innen sein. Weil *Pottermore* bislang dieser Entwicklung nicht Rechnung trägt und keinen Teil seiner Macht über den Text an die Nutzer/innen abgibt, geschehen die interessanten Dinge im *Harry Potter*-Fandom weiterhin an anderen Stellen im Netz. Sollte *Pottermore* zum Beispiel auch weiterhin dieses monopolistische Publishing-Modell beibehalten, scheint es unwahrscheinlich, dass neue Zielgruppen (die nächste Generation von *Harry Potter*-Leser/innen) *Pottermore* als Zugang zur Welt des Zauberlehrlings nutzen werden. Ist es doch tatsächlich schneller und unkomplizierter, illegal eine PDF-Datei der Romane herunterzuladen als einen neuen *Pottermore*-Account anzulegen. Ferner wäre eine organischere Verflechtung der verschiedenen Medien, die ihre Spezifika mitdenkt, ein grundlegendes Verständnis des Transmedialitätskonzepts, seiner Grenzen und Potentiale, sowie die Platzierung der User/innen und ihrer Bedürfnisse in den Mittelpunkt der Überlegungen notwendig und gewinnbringend. Andernfalls werden die Nutzer/innen, rasch von der digitalen Welt von *Pottermore* gelangweilt, zu ihren Bücherregalen, Fernsehern, Diskussionsgruppen oder Fanfiction-Websites zurückkehren, die entweder mehr Interaktivität, mehr Immersion oder beides – als Konsequenz ihres produktiven Zusammenspiels – bieten. Ohne eine kritischere Reflektion der Rolle des Autors im digitalen Zeitalter wird *Pottermore* zum *Harry Potter*-Fanuniversum im Netz nichts beitragen. Bis dahin kann *Pottermore* immerhin als Paradebeispiel für die Hypothese dienen, dass Fankultur sein volles Potential nur in einer freien, fast anarchischen Umgebung entfalten kann, die selten mit der Hybris eines Autors oder den Interessen großer Medienkonzerne kompatibel ist.

Literatur

- ASKWITH, IVAN: *Television 2.0. Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Cambridge, MA [MA Thesis, MIT] 2007. <http://cmsw.mit.edu/television-2-0-tv-as-an-engagement-medium/> [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- BOWMAN, SARAH L.: *The Functions of Role-Playing Games. How Participants Create Community, Solve Problems and Explore Identity*. Jefferson [McFarland] 2010
- BURN, ANDREW: Potter-Literacy. From Book to Game and Back Again. Literature, Film, Game and Cross-Media Literacy. In: *Papers. Explorations into Children's Literature*, 14(3), 2005, S. 1-18

- CERTEAU, MICHEL DE: *The Practice of Everyday Life*. Berkeley [U of California P] 1984
- COLBJØRNSEN, TERJE: Harry Potter and the Chamber of Commerce. J.K. Rowling's Pottermore.com as the Extension of the Harry Potter Brand in a Digital Context. In: CIOLFI, LUIGINA; GRÁINNE O'BRIEN (Hrsg.): *Magic Is Might 2012. Proceedings of the International Conference*. Sheffield [Sheffield Hallam University] 2013, S. 145-158
- CUNTZ-LENG, VERA: Potterless. Pottermore and the Pitfalls of Transmedia Storytelling. In: BOWMAN, SARAH LYNNE; AARON VANEK (Hrsg.): *Wyrd Con Companion Book 2013*. Mountain View [Wyrd Con] 2013, S. 68-76
- EVANS, ELIZABETH: Character, Audience Agency and Trans-Media Drama. In: *Media, Culture & Society*, 30(2), 2008, S. 197-213
- GROSSMAN, LEV: Is Pottermore Good for Harry? In: *Time*, 23.06.2011. <http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,2079600,00.html> [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- GUNELIUS, SUSAN: *Harry Potter. The Story of a Global Business Phenomenon*. London [Palgrave Macmillan] 2008
- JENKINS, HENRY: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York [New York UP] 2006
- JENKINS, HENRY: Three Reasons Why Pottermore Matters. In: *Confessions of an Aca-Fan*, 24.06.2011. http://henryjenkins.org/2011/06/three_reasons_why_pottermore_m.html [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- JONES, BETHAN: Pottermore. Encouraging or Regulating Participatory Culture? In: CIOLFI, LUIGINA; GRÁINNE O'BRIEN (Hrsg.): *Magic Is Might 2012. Proceedings of the International Conference*. Sheffield [Sheffield Hallam University] 2013, S. 159-171
- KIRK, JENS: Transgression and Taboo. The Field of Fan Fiction. In: *akademisk kvarter*, (3), 2011, S. 147-158
- MANGEN, ANNE: Hypertext Fiction Reading. Haptics and Immersion. In: *Journal of Research in Reading*, 31(4), 2008, S. 404-419
- MONTOLA, MARKUS: The Invisible Rules of Role-Playing. The Social Framework of Role-Playing Process. In: *International Journal of Role-Playing*, (1), 2009, S. 22-36
- MURRAY, JANET H.: *Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge, MA [MIT Press] 1997
- ROWLING, JOANNE K.: J.K. Rowling Announces Pottermore. In: *YouTube*, 23.06.2011. <http://www.youtube.com/watch?v=i5DOKOt7ZF4> [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- RYAN, MARIE-LAURE: *Narrative as Virtual Reality. Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore [John Hopkins UP] 2001
- SCHEERER, EMILY: Pottermore. The Good, the Bad and the Slow. In: *Retriever Weekly*, 30.04.2013. <http://www.retrieverweekly.com/technology/pottermore-the-good-the-bad-and-the-slow-1.3038556> [letzter Zugriff: 15.07.2014]

- SCHRÖTER, FELIX; JAN-NOËL THON: Video Game Characters. Theory and Analysis. In: *Diegesis*, 3(1), 2014, S. 40-77. <https://www.diegesis.uni-wuppertal.de/index.php/diegesis/article/view/151/194> [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- SIMS, ANDREW: Pottermore CEO Talks How They Plan to Bring Fans Back to the Site More Regularly. In: *Hypable*, 12.02.2013. <http://www.hypable.com/2013/02/12/pottermore-ceo-plans/> [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- STUART, KEITH: The Player IS the Story. Why the Big Publishers Don't Get Transmedia. In: *The Guardian*, 03.08.2011. <http://www.theguardian.com/technology/gamesblog/2011/aug/03/the-problem-with-transmedia> [letzter Zugriff: 15.07.2014]
- THON, JAN-NOËL: Immersion. In: RYAN, MARY-LAURE; LORI EMERSON; BENJAMIN J. ROBERTSON (Hrsg.): *The Johns Hopkins Guide to Digital Media*. Baltimore [Johns Hopkins UP] 2014, S. 269-272