



universität  
wien

# *Game of Thrones*

---

*Eine quantitative Erhebung über die Gründe der Beliebtheit  
der TV-Serie aus mediensoziologischer Perspektive*

Universität Wien

Institut für Soziologie

Studienkennzahl: A 033 505

230012 FPR Forschungspraktikum: Medien, Kommunikation und visuelle Soziologie - Visuelle Medien

Leitung: ao. Univ.-Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Eva Flicker und Johannes M. Zimm, Bakk. MA

Wintersemester 2014 / Sommersemester 2015

AG-Name: Warum GoT?

Verfasser\*innen: Marlene Dietrich (0901696), Sabrina Hofmann (1126539), Marina Lordick (1208785), Manuel Maier (1104810), Sonja Reisinger (0902963)

Abgabedatum: 17.07.2015

## Abstract

(Marina Lordick)

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Gründe für die Beliebtheit der US-amerikanischen TV-Serie *Game of Thrones* herauszuarbeiten. Die Hauptforschungsfrage hierzu lautet: *Warum wird die Serie Game of Thrones angesehen?* Für die Beantwortung der Frage wurden vier Hypothesen generiert und mit Hilfe einer eigenständig erhobenen, quantitativen Online-Befragung überprüft. Insgesamt 817 Personen aus dem deutschsprachigen Bereich, die mindestens fünf Folgen der Serie gesehen hatten, stellten die Datenbasis dar. Die Befragung zeigt, dass die Zuseher\*innen durch Freund\*innen und Bekannte auf die Serie aufmerksam werden und sich über diese untereinander austauschen. Intrigen und unvorhersehbare Ereignisse sind neben dem Unterhaltungsaspekt ausschlaggebend, *Game of Thrones* anzusehen. Ebenso faszinieren Fantasy-Elemente und das mittelalterliche Setting. Zwei Hypothesen wurden bestätigt, zwei (teilweise) verworfen. Festgestellt wurde, dass das Zusammenspiel verschiedener inhaltlicher Aspekte wie Handlung, Setting und Figuren, in Verbindung mit sozialen Aspekten, zur Popularität der TV-Serie *Game of Thrones* beitragen.

This article focuses on analysing the reasons of the popularity of the US-series *Game of Thrones*. The research question therefore reads as follows: *Why do people watch the series Game of Thrones?* In order to answer this question four hypotheses were generated and controlled by an autonomously gathered, quantitative online survey. Altogether 817 germanophone persons, who had seen at least five episodes of the series, constitute the database. The survey shows that the viewers take notice of the series through friends and exchange views on it. Besides entertainment, intriguing and unexpected events are a decisive factor to watch *Game of Thrones*. Equally tempting are fantasy elements and the medieval setting. Two hypotheses were corroborated, two (partially) rejected. It became apparent that the interaction of different content aspects such as plot, setting and characters along with social aspects conduce the popularity of the TV-series *Game of Thrones*.

## Inhaltsverzeichnis

1	Forschungsfrage und Hypothesen.....	1
	<i>(Manuel Maier)</i>	
2	Thema und Problemstellung .....	2
	<i>(Marlene Dietrich)</i>	
2.1	Inhaltlicher Überblick zu <i>Game of Thrones</i> .....	3
	<i>(Marlene Dietrich)</i>	
2.2	Soziologische Relevanz.....	4
	<i>(Marina Lordick)</i>	
3	Stand der Forschung .....	5
	<i>(Sabrina Hofmann)</i>	
4	Persönlicher Zugang .....	8
	<i>(Marlene Dietrich, Sabrina Hofmann, Marina Lordick, Manuel Maier, Sonja Reisinger)</i>	
5	Untersuchungsdesign .....	10
	<i>(Marlene Dietrich, Sonja Reisinger)</i>	
5.1	Deskriptive Beschreibung der Datengrundlage.....	13
	<i>(Marina Lordick)</i>	
6	Hypothese 1 .....	14
	<i>(Marlene Dietrich)</i>	
6.1	Theorie .....	14
6.2	Genre-Definition .....	15
6.3	Auswertungen.....	16
6.3.1	Einteilung nach Genres .....	18
6.A	Literaturverzeichnis.....	21
6.B	Anhang .....	22
7	Hypothese 2 .....	30
	<i>(Manuel Maier)</i>	
7.1	Theorie .....	31
7.2	Auswertungen.....	32
7.2.1	Rezipient*innen versus Nicht-Mehr-Rezipient*innen .....	33
7.2.2	Aspekte für das Ansehen der Serie <i>Game of Thrones</i> .....	34
7.2.2.1	Aspekte nach dem angegebenen Geschlecht .....	34
7.2.2.2	Aspekte nach dem angegebenen Alter.....	36

7.2.2.3	Aspekte nach dem angegebenen höchsten Bildungsabschluss.....	37
7.2.3	Mögliche Gründe und Theorien für das Rezipieren.....	39
7.2.4	Weiterführende Analysen.....	41
7.2.4.1	Aspekte für das Nicht-Mehr-Ansehen der Serie Game of Thrones.....	41
7.2.4.2	Rezipient*innen-Meinungen für die Gründe der Beliebtheit der Serie.....	41
7.A	Literaturverzeichnis.....	42
7.C	Anhang.....	44
8	Hypothese 3.....	53
	<i>(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)</i>	
8.1	Theorie.....	53
	<i>(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)</i>	
8.1.1	Theorie der parasozialen Interaktion/Beziehung.....	53
	<i>(Marina Lordick)</i>	
8.1.2	Affektive Dispositionstheorie.....	56
	<i>(Sabrina Hofmann)</i>	
8.2	Auswertungen.....	58
	<i>(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)</i>	
8.2.1	Sympathische Figur(en).....	58
	<i>(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)</i>	
8.2.2	Unsympathische Figur(en).....	60
	<i>(Sabrina Hofmann)</i>	
8.B	Literaturverzeichnis.....	61
8.C	Anhang.....	62
9	Hypothese 4.....	67
	<i>(Sonja Reisinger)</i>	
9.1	Theorie.....	67
9.2	Auswertungen.....	71
9.B	Literaturverzeichnis.....	73
9.C	Anhang.....	73
10	Gesamtergebnis.....	76
	<i>(Sonja Reisinger)</i>	
10.1	Ausblick.....	77
	<i>(Manuel Maier)</i>	
11	Reflexion.....	77

*(Marlene Dietrich, Sabrina Hofmann, Marina Lordick, Manuel Maier, Sonja Reisinger)*

12	Literaturverzeichnis .....	79
12.1	Internetquellen.....	80
13	Anhang.....	82
13.1	Fragebogen .....	82
13.2	Tabellen für die deskriptive Beschreibung der Datengrundlage .....	88

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Gründe mit dem Sehen von Game of Thrones anzufangen .....	22
Tabelle 2:	Serienspezifische Aspekte für das Ansehen von Game of Thrones.....	22
Tabelle 3:	Mittelwert des Interesses an Serieninhalten .....	23
Tabelle 4:	Mittelwert des Interesses an Fantasy-Elementen nach Geschlecht.....	23
Tabelle 5:	Interesse an Fantasy-Elementen .....	23
Tabelle 6:	Prägendste Ereignisse in Game of Thrones .....	24
Tabelle 7:	Vermutungen der Befragten warum Game of Thrones so beliebt ist.....	24
Tabelle 8:	„Top 20“ der Serien, die neben Game of Thrones gesehen werden .....	25
Tabelle 9:	Genres .....	26
Tabelle 10:	Höchster Bildungsabschluss.....	26
Tabelle 11:	Genres nach höchstem Bildungsabschluss.....	27
Tabelle 12:	Anzahl der neben Game of Thrones genannten Serien nach höchstem Bildungsabschluss .....	27
Tabelle 13:	Genres nach Geschlecht .....	28
Tabelle 14:	Altersgruppen.....	28
Tabelle 15:	Genrepräferenz nach Altersgruppen .....	28
Tabelle 16:	Vergleich Interesse an Fantasy-Elementen und Intrigen nach Genre .....	29
Tabelle 17:	Geschlecht Häufigkeiten .....	44
Tabelle 18:	Höchster Bildungsabschluss Häufigkeiten.....	44
Tabelle 19:	Ansehen/Nicht-Mehr-Ansehen Statistiken.....	44
Tabelle 20:	Ansehen/Nicht-Mehr-Ansehen Häufigkeiten.....	45
Tabelle 21:	Aspekte für das Ansehen Häufigkeiten.....	45
Tabelle 22:	Aspekte für das Ansehen der Serie nach angegebenem Geschlecht .....	45

Tabelle 23: Liebesbeziehungen nach angegebenem Geschlecht: Verarbeitete Fälle.....	46
Tabelle 24: Liebesbeziehungen nach angegebenem Geschlecht: Chi-Quadrat-Tests.....	46
Tabelle 25: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Geschlecht: Verarbeitete Fälle .....	46
Tabelle 26: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Geschlecht: Chi-Quadrat-Tests .....	46
Tabelle 27: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Geschlecht: Symmetrische Maße .....	47
Tabelle 28: Gewalt nach angegebenem Geschlecht: Verarbeitete Fälle .....	47
Tabelle 29: Gewalt nach angegebenem Geschlecht: Chi-Quadrat-Tests .....	47
Tabelle 30: Gewalt nach angegebenem Geschlecht: Symmetrische Maße .....	47
Tabelle 31: Aspekte für das Ansehen der Serie nach Alter.....	48
Tabelle 32: Liebesbeziehungen nach angegebenem Alter: Chi-Quadrat-Tests .....	48
Tabelle 33: Liebesbeziehungen nach angegebenem Alter: Symmetrische Maße .....	49
Tabelle 34: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Alter: Chi-Quadrat-Tests.....	49
Tabelle 35: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Alter: Symmetrische Maße.....	49
Tabelle 36: Gewalt nach angegebenem Alter: Chi-Quadrat-Tests.....	49
Tabelle 37: Gewalt nach angegebenem Alter: Symmetrische Maße .....	50
Tabelle 38: Aspekte für das Ansehen der Serie nach Bildung .....	50
Tabelle 39: Liebesbeziehungen nach angegebenen höchsten Bildungsabschluss: Chi-Quadrat- Tests .....	50
Tabelle 40: Liebesbeziehungen nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss: Symmetrische Maße.....	51
Tabelle 41: Sexuelle Handlungen nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss: Chi-Quadrat- Tests .....	51
Tabelle 42: Gewalt nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss: Chi-Quadrat-Tests.....	51
Tabelle 43: Aspekte für das Nicht-Mehr-Ansehen Häufigkeiten.....	51
Tabelle 44: Annahmen für die Beliebtheit der Serie.....	52
Tabelle 45: Geschlecht nach sympathischen Figur(en).....	62
Tabelle 46: genannte sympathische Figur(en) .....	62
Tabelle 47: Prägende Ereignisse nach symp. Figur .....	63
Tabelle 48: Interesse an Geschehnis nach symp. Figur John Snow.....	63
Tabelle 49: Interesse an Ereignissen nach symp. Figur Daenerys Targaryen.....	63
Tabelle 50: Gründe Ansehen nach symp. Figur .....	64
Tabelle 51: Geschlecht nach unsymp. Figur(en).....	64
Tabelle 52: genannte unsympathische Figur(en) .....	64
Tabelle 53: prägendes Ereignis nach unsymp. Figur Joffrey Baratheon.....	65

Tabelle 54: prägende Ereignisse nach unsymp. Figur Joffrey Baratheon .....	66
Tabelle 55: Mit wem wird die Serie GoT angesehen.....	73
Tabelle 56: Auf die Serie aufmerksam geworden durch.....	74
Tabelle 57: Gründe für das Ansehen.....	74
Tabelle 58: Nehmen an GoT Spielen teil .....	75
Tabelle 59: Betreiben Cosplay/LARP/RPG.....	75
Tabelle 60: Soziodemografisches Merkmal Geschlecht .....	88
Tabelle 61: Soziodemografisches Merkmal Alter in Gruppen.....	89
Tabelle 62: Soziodemografisches Merkmal höchster Bildungsabschluss.....	89
Tabelle 63: Sprachfassung der Serie .....	89
Tabelle 64: Genutztes Medium .....	89
Tabelle 65: Ausmaß der Verfolgung der Serie.....	90
Tabelle 66: Gründe für das Ansehen.....	90
Tabelle 67: Warum begonnen Serie zu sehen .....	91

# 1 Forschungsfrage und Hypothesen

(Manuel Maier)

Unsere Forschungsfrage entstand über einige Umwege und veränderte sich im Laufe des Forschungspraktikums vom qualitativen zum quantitativen Paradigma. Zu Beginn unserer Überlegungen stand schon ein erster Gedanke in Richtung der aktuellen Forschungsfrage, da uns interessierte, warum Zuseher\*innen der Serie *Game of Thrones* eine Art Sucht entwickeln und die Serie strikt verfolgen (müssen), sowie, warum diese Serie so viele Anhänger\*innen zählt. Im weiteren Verlauf war unser Forschungsvorhaben, die für uns zentralen Themen in *Game of Thrones*, Gewalt und Sexualität, genauer zu analysieren und so ein großes Themengebiet der Serie weiter einzugrenzen. Nach einer langen und intensiven Zeit des Recherchierens, sowie weiterer Zerlegung der Themen Gewalt und Sexualität auf einzelne Subthemen, wie zum Beispiel Inzest, Vergewaltigung (welches eine Kombination der beiden Hauptthemen gewesen wäre) und physische sowie psychische Gewalt, kamen wir zur Erkenntnis, dass wir trotz der schon sehr starken Eingrenzung des Themas in der Arbeitsgruppe vor einer „Mauer“ standen. Um nicht noch mehr Zeit und Energie in ein „feststeckendes“ Forschungsprojekt zu investieren, sowie wieder neue Motivation zu finden, entschloss sich unsere Forschungsgruppe nach einem konstruktiven Gespräch mit dem Leitungsteam des Forschungspraktikums, Univ.- Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Eva Flicker und Johannes Zimm Bakk. MA, eine neue, die aktuelle, Forschungsfrage in Betracht zu ziehen, und so ein Stück weit zurück zum „Ursprung“ unseres Forschungsvorhabens zu kommen. Dieser Zeitpunkt kann als die „Geburt“ der neuen Forschungsfrage

„*Warum wird die Serie Game of Thrones angesehen.*“

bezeichnet werden. Durch die neue Forschungsfrage bewegten wir uns von dem vorher rein qualitativen Ansatz weg zu einem quantitativen Forschungsparadigma. Zur besseren Überprüfbarkeit sowie Interpretation wurden vier Forschungshypothesen formuliert:

1. Hypothese: Die Serie *Game of Thrones* wird aufgrund von genrespezifischen Elementen bevorzugt.
2. Hypothese: Es besteht vor allem ein Interesse an sexuellen und gewalttätigen Handlungen in der Serie *Game of Thrones*.
3. Hypothese: Zuseher\*innen entwickeln sowohl positive, als auch negative Emotionen für Figuren in der Serie *Game of Thrones*.
4. Hypothese: Die Serie *Game of Thrones* trägt zur Bildung sozialer Gruppen bei.

Die Einzelheiten jeder Hypothese beziehungsweise deren Auswertungen sowie Interpretationen befinden sich in den weiter unten angeführten einzelnen Kapiteln.

## 2 Thema und Problemstellung

(Marlene Dietrich)

Bei *Game of Thrones* handelt es sich um eine US-amerikanische Drama-/Fantasy-Fernsehserie des Kabelsenders *HBO* („Home Box Office“), welche von David Benioff und Daniel Brett Weiss produziert wird (vgl. hbo.com 2015a). Die Serie basiert auf der seit 1996 existierenden Buchreihe *A Song of Ice and Fire* des amerikanischen Schriftstellers George R. R. Martin und umfasst aktuell fünf Staffeln; eine sechste befindet sich bereits in Planung (vgl. Goldman 2014). Die englische Erstausstrahlung erfolgte am 17.04. 2011 und wird seither zu jedem neuen Staffel-Start sonntags in wöchentlichen Abständen auf *HBO* verbreitet; eine Staffel beinhaltet dabei stets zehn ungefähr 50 bis 60 minütige Episoden (vgl. hbo.com 2015b). In Europa wird die Serie von *TNT Serie* und *Sky Atlantic HD*, sowie *RTL II* unter der FSK-Freigabe ab 12 beziehungsweise 16 Jahre wiedergegeben (vgl. fsk.de 2015).

Seit dem Serienstart 2011 erfreut sich *Game of Thrones* einer stetig wachsenden Zuseher\*innenzahl und wird nunmehr als die erfolgreichste HBO-Show, mit einem Durchschnitt von 18,4 Millionen Gesamtzuseher\*innen pro Episode im Jahr 2014, gehandelt (vgl. Hinckley 2014). Hinsichtlich der illegalen „Downloadcharts“ belegte *Game of Thrones* 2014 das dritte Jahr in Folge Platz eins und wurde über acht Millionen Mal über das Filesharing-Netzwerk *BitTorrent* heruntergeladen (vgl. torrentfreak.com 2014); dem Finale der fünften Staffel gelang nach seiner Veröffentlichung im Juni 2015 zudem ein neuer *BitTorrent*-Rekord: „*The season finale of Game of Thrones has set a new piracy record, with 1.5 million downloads in eight hours, a number that will swell to over 10 million during the days to come*“ (torrentfreak.com 2015). Zu den Auszeichnungen der Serie lassen sich zudem unter anderem der *Emmy Award* mit 14 gewonnenen Awards und 59 Nominierungen zählen (vgl. emmys.com 2015).

In den folgenden Unterpunkten werden zusätzlich ein inhaltlicher Überblick zur Serie, sowie die soziologische Relevanz des Themas vorgestellt.

## 2.1 Inhaltlicher Überblick zu *Game of Thrones*

(Marlene Dietrich)

Die Handlung der Serie findet in einer fiktiven Welt statt, die sich aus den Kontinenten *Westeros* und *Essos* zusammensetzt und sowohl reale als auch Fantasy-Elemente kombiniert. So wird sich beispielsweise in den *Sieben Königslanden* auf *Westeros* etwa mit Rittern, Adelsfamilien und Burgen sowohl gesellschaftlich als auch regional am europäischen Mittelalter orientiert; die Jahreszeiten in *Game of Thrones* können sich jedoch über Jahrzehnte hinweg ziehen und auch Drachen, *White Walkers*, welche eine zombieähnliche, mythologische Rasse darstellen, und Magie treten unter anderem in Erscheinung. Sowohl die *White Walkers* als auch Riesen und das *Freie Volk*, auch als *Wildlinge* bezeichnet, befinden sich jenseits einer im Norden *Westeros* gelegenen gigantischen Grenzbefestigung, der *Mauer*, welche sie von der Bevölkerung der *Sieben Königslande* abschottet; die dortigen Witterungsbedingungen gleichen jenen in der Antarktis. Der Kontinent *Essos* lässt mit seinen Wüsten und dem Nomadenvolk, *Dothraki* genannt, auf eine Orientierung an afrikanischen Gefilden schließen.

Sowohl die Romanvorlage, als auch die Serie selbst bieten eine komplexe Handlung mit zahlreichen Figuren und thematisieren unter anderem soziale und politische Machtkämpfe, Intrigen und Krieg. Die Figuren weisen meist differenzierte moralische Charakteristika auf, wodurch oft keine typischen Gut/Böse-Rollenzuschreibungen möglich sind. Es werden zudem mehrere parallel zueinander verlaufende Handlungsstränge geboten, wobei drei Haupthandlungsstränge ausgemacht werden können.

Der erste Handlungsstrang thematisiert den Kampf um den *Eisernen Thron*, welcher die Regentschaft über die *Sieben Königslande* garantiert und somit die mächtigste Position innerhalb *Westeros* darstellt. In besagten Kampf involviert sind vor allem die größeren Adelshäuser *Lennister*, *Baratheon*, *Stark*, *Targaryen* und *Tyrell*. Zu Beginn der Serie ist das Haus *Baratheon* unter König *Robert Baratheon* an der Macht.

Der zweite Handlungsstrang spielt an der *Mauer* im Norden des Kontinents, bei welcher es sich die *Nachtwache*, eine ausschließlich aus schwarz gekleideten Männern bestehende Institution, zur Aufgabe gemacht hat, *Westeros* vor der immanenten Bedrohung in Form der *White Walker* zu beschützen und die Riesen und *Wildlinge* davon anzuhalten, in die *Sieben Königslande* einzudringen.

Der letzte größere Handlungsstrang orientiert sich am Eroberungszug von *Daenerys Targaryen* auf *Essos*, der einzigen Überlebenden des *Targaryen*-Hauses, nachdem ihr Vater, der frühere König, während einer von *Robert Baratheon* ausgehenden Rebellion, gestürzt wurde. Nun im

Exil lebend, wird sie mit dem Anführer der *Dothraki* verheiratet und seit dem Ende der ersten Staffel als die „Mutter“ der drei in Erscheinung tretenden Drachen bezeichnet (vgl. [gameofthrones.wikia.com](http://gameofthrones.wikia.com) 2015).

## 2.2 Soziologische Relevanz

(*Marina Lordick*)

Es lassen sich einige Aspekte der TV-Serie *Game of Thrones* finden, welche die Grundlage für eine soziologische Studie darstellen können, wie etwa Geschlechterverhältnisse, Darstellung von Geschlecht, gesellschaftliche Schichten oder Ausübung von Gewalt. Für das Forschungsvorhaben der vorliegenden Arbeit sind jedoch nur die Beweggründe, sowie die Motivationen der Zuseher\*innen, diese Serie ansehen zu wollen, von Interesse. Der Fokus wird hierbei auf die Serie und nicht auf die Bücher gelegt, da der „Hype“ um die Fantasy-Geschichte von George R.R. Martin, unserer Auffassung nach, erst mit der Ausstrahlung der Serie begann. Da die Serie *Game of Thrones* eine breite Anhängerschaft, sowie vielfältige und ambivalent zu beurteilende Themenbereiche aufweist, die sich wiederum in gesellschaftlichen Debatten wiederfinden, ist sie als soziologischer Forschungsgegenstand und für die gewählte Fragestellung sehr geeignet. Die soziologische Relevanz der Forschungsfrage liegt also grundsätzlich in der Rolle der Medien in und für die Gesellschaft, ebenso wie in den Gründen und Auswirkungen der (audiovisuellen) Medien auf die Zuseher\*innen selbst.

Mikos ist der Auffassung, dass Medien, wie beispielsweise Filme und Fernsehsendungen, sowie ihre Nutzung, in die alltäglichen Handlungsabläufe der Menschen integriert sind (vgl. Mikos 2005: 82) und die Lebensverhältnisse in der gegenwärtigen Gesellschaft auch dadurch prägen, dass sie in einen bedeutungsvollen Diskurs eintreten (vgl. Mikos 2008: 25).

Mit und durch Film- und Fernsehfiguren verständigt sich die Gesellschaft unter anderem über ihre Identitäts- und Rollenkonzepte. Den Figuren und Akteur\*innen in den jeweiligen Filmen und Fernsehsendungen kommt also eine wesentliche Funktion im Rahmen der Repräsentation für die Subjektpositionierung und Identitätsbildung der Zuseher\*innen zu. Es geht hierbei um die Tatsache, dass Medien sowohl bei dem subjektiven Ich, als auch bei der gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit eine entscheidende Rolle spielen. Medien müssen somit im Kontext der gesamten Kommunikationsverhältnisse, in welche Individuen verstrickt sind, betrachtet werden (vgl. Mikos 2008: 51).

Hinzu kommt die Tatsache, dass Filme und Fernsehsendungen für Zuseher\*innen ein Erlebnispotential darstellen und somit aus Vergnügen angeschaut werden, weil über sie gelacht

oder auch geweint werden kann. Sie werden zudem angesehen, weil sich ihre Inhalte mit spezifischen Lebensthemen der Zuseher\*innen verbinden. Diese Erlebnisse sind nur möglich, wenn sich der Film oder die Fernsehsendung in die subjektiven Sinnhorizonte der Zuseher\*innen einfügt. Im Film- und Fernseherleben vermischt sich somit das Soziale mit dem Subjektiven, weil beide Gesichtspunkte in soziale und kulturelle Kontexte eingebunden sind. Filme und Fernsehsendungen sind also dem Wissen, der sozialen Kommunikation, sowie den Emotionen und Affekten der Zuschauer\*innen geöffnet (vgl. Mikos 2008: 30).

### 3 Stand der Forschung

(Sabrina Hofmann)

Im folgenden Abschnitt werden zwei Untersuchungen näher beleuchtet, da diese interessante Anstöße für die Forschung über die Beliebtheit der Serie *Game of Thrones* liefern und an dessen Ergebnisse angeknüpft werden soll.

Die erste Studie „*MY GAME OF THRONES: an audience self-portrait*“ von Basu et al. hat erforscht, „*how compelling series like GoT can reach, and retain, loyal audiences*“ (Basu et al. 2014: 2) und wurde im Juni 2014 in den USA durchgeführt. 220 Personen sollten bei der Beantwortung der Frage, wie fesselnd Serien wie *Game of Thrones* sein können, helfen. Zwanzig der Beteiligten haben ihre Routinen und Rituale bezüglich dieser Serie in einem kurzen Video festgehalten, welches nachfolgend zu einem Kurzfilm zusammengefügt und den übrigen 200 Teilnehmer\*innen gezeigt wurde. Deren Eindrücke zu dem präsentierten Material (Kurzfilm) wurden festgehalten (vgl. Basu et al. 2014: 2).

Hierbei hat sich gezeigt, dass 54 Prozent der Befragten Gefallen an dem „Setting“, demnach der mittelalterlichen Kulisse und den Fantasy-Elementen, wie Magie und Drachen, verspüren. Zusätzlich gab die Unvorhersehbarkeit des Geschehens den Zuseher\*innen das Gefühl, mit den Figuren in der gezeigten Welt zu leben. Diese Tatsache besteht unabhängig davon, ob die Buchserie *A Song of Ice and Fire*, auf welcher die Serie *Game of Thrones* beruht, gelesen wurde. Außerdem ist die Anziehungskraft der Figuren an die unvorhersehbare Handlung gekoppelt. Die Mediencharaktere agieren unerwartet und können eine Entwicklung beziehungsweise Veränderung des Geschehens beeinflussen. Dies ist für 44 Prozent der Befragten der Grund, eine Lieblingsfigur zu wählen. Die Loyalität zu einer Figur führt folglich dazu, auch ein\*e loyale\*r Zuseher\*in der Serie *Game of Thrones* zu sein. Zudem existiert eine große heterogene Anzahl an

Figuren, sodass sich die Zuseher\*innen leichter mit einer in Beziehung setzen können (vgl. Basu et al. 2014: 3f).

Des Weiteren wurde gemessen, in welcher Gesellschaftskonstellation (alleine, mit einem\*einer Freund\*in oder in einer Gruppe) die Serie angesehen wird, ob die Bücher gelesen wurden, oder, ob über die Serie geredet wird. Demnach wurden vier Einteilungen gemacht. Die erste Gruppenzuteilung bezog sich auf das Ausmaß des Ansehens. Hierbei wurden „*GoT scholars*“ und „*GoT spectators*“ von den Autoren der Studie definiert. Die „*scholars*“ sind mit 65 Prozent vertreten und beinhalten jene Personen, welche sich die Serie intensiv ansehen und die Bücher lesen/gelesen haben. „*GoT spectators*“ mit einem Anteil von 35 Prozent, bestanden aus jenen Personen, welche regelmäßige Zuseher\*innen sind und die Bücher nicht lesen/gelesen haben.

Zusätzlich wurden Gruppen bezogen auf die bestehende Gesellschaftskonstellation beim Ansehen gebildet. Diese wurden von den Autoren der Studie als „*solo adventurers*“ und „*group seekers*“ definiert und sind zu gleichen Teilen (50%) vertreten. Die „*solo adventurers*“ beinhalten Personen, welche die Serie bevorzugt alleine ansehen. Die „*group seekers*“ beinhalten Personen, welche die Serie gewöhnlich in Gesellschaft verfolgen (vgl. Basu et al. 2014: 5).

Die Daten der Studie wurden durch ein Verfahren namens *Echo* gewonnen. Diese Methode vereint die tiefe Einsicht der Ethnographie in Verbindung mit Online-Methoden, wobei das Videomaterial (Kurzfilm) als Stimuli verwendet wurde. Mit Hilfe von sowohl qualitativen als auch quantitativen Resonanzmechanismen wurde dementsprechend eine Graphik in das Bildmaterial eingearbeitet, welche das Feedback der Teilnehmer\*innen (zu *Game of Thrones*) graphisch veranschaulicht. *Echo* liefert somit eine Plattform, welche den Beteiligten erlaubt, ihre Erfahrungen, Vorlieben, Werte, Probleme und Wünsche zeitgleich mit dem Anschauen eines Videomaterials zu teilen (vgl. Basu et al. 2014: 8).

In der behandelten Studie wurde die Gesellschaftskonstellation, welche beim Ansehen der Serie herrscht, gemessen, jedoch wurde nicht genauer erfasst, welches Medium (Fernsehen, DVD, online-Stream, etc.) dafür in welchem Ausmaß verwendet wurde. Dies wurde mittels des in der Forschungsgruppe erstellten Fragebogens (vgl. Anhang 13.1) untersucht. Außerdem hat sich ebenfalls gezeigt, dass die Unvorhersehbarkeit sowie das mittelalterliche Setting und die Fantasy-Elemente wichtige Aspekte für die Beliebtheit von *Game of Thrones* sind (vgl. Abschnitt 10).

Ein zusätzlicher Onlineartikel „*Studie: Nutzung und Bewertung US-amerikanischer Serien*“ (Stange et al. 2010: 1) von Marnie Stange und Nina Scharfenberg, behandelt eine Umfrage,

welche 2010 an der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover im Zuge eines Forschungsseminars bearbeitet wurde. Die benötigten Daten wurden mittels eines Online-Fragebogens erhoben, welcher von Studierenden an deutschen Universitäten, sowie von Nutzer\*innen der Online-Plattform Serienjunkies.de® ausgefüllt werden konnte. An der Studie nahmen 3.630 Personen teil, hiervon waren 55,5 Prozent Frauen\* und 44,5 Prozent Männer\* (vgl. Stange et al. 2010: 1).

Im Zuge dieser Studie wurden Personen nach ihrer Lieblingsserie gefragt, wobei ausschließlich US-amerikanische Serien wie beispielsweise *How I Met Your Mother*, *The Big Bang Theory* oder *Lost* genannt wurden. Im Durchschnitt wurden alle Serien als gut bewertet, jedoch das Comedy-Genre favorisiert (vgl. Stange et al. 2010: 2). Zudem zeigte sich, dass die Befragten ausgewählte Serien nicht genreübergreifend wählten, sondern nach einem Themen-Muster. Ein Beispiel hierfür ist, dass *NCIS*-Fans auch *The Mentalist* oder *Monk* ansahen, da bei all diesen Serien ein Mord- oder Krankheitsfall zu lösen war (vgl. Stange et al. 2010: 3).

Zusätzlich sollten die Teilnehmer\*innen Eigenschaften angeben, welche ihre Lieblingsfiguren besitzen. Aus den Angaben konnten vier Figur-Typen abgeleitet werden (vgl. Stange et al. 2010: 4): „1. Der naive Träumer, 2. der witzige Exzentriker, 3. die charmante Frau und last but not least 4. der attraktive Held“ (Stange et al. 2010: 4). Diese vier Typen sollten anschließend durch eine Beliebtheitsskala, welche von 1 bis 7 skaliert war, bewertet werden. Je sympathischer eine Figur, desto höher der Wert auf der Skala. Hierbei war der „attraktive Held“ mit einem Mittelwert von 5,35 der bevorzugteste Typ.

Ergänzend wurden die Teilnehmer\*innen gefragt, was in einer Serie unverzichtbar sei. Der Befragung zufolge sollten „skurrile Typen“ nicht fehlen, außerdem wurden die Musik und die Schauspieler\*innen als wichtig erachtet. Hinzukommend war für Zuseher\*innen erforderlich, sich mit den Figuren identifizieren können (vgl. Stange et al. 2010: 5).

Dieser Aspekt wurde in der Forschung zu der Beliebtheit von *Game of Thrones* über bestimmte Fragen, wie beispielsweise, ob man wegen eines\*einer mitwirkenden Schauspielers\*in die Serie angefangen hat anzusehen, oder, ob man eine Figur bewundert, untersucht (vgl. Anhang 13.1).

Des Weiteren wurde bei der Studie von Marnie Stange und Nina Scharfenberg das Ausmaß des Ansehens ermittelt. Bezogen auf die zeitliche Ebene ergab sich, dass bis zu fünf Stunden in der Woche dafür genutzt werden. Als vorrangiges Medium hierfür konnte das Fernsehen ermittelt werden, gefolgt von dem Gebrauch des Internets. Zusätzlich hat sich gezeigt, dass sowohl Männer\*, als auch Frauen\* Serien bevorzugt alleine anschauen. Männer\* favorisieren hierfür die Originalfassung in Englisch, Frauen\* ziehen eher Deutsch vor (vgl. Stange et al. 2010: 6).

Die Studie über die „*Nutzung und Bewertung US-amerikanischer Serien*“ (Stange et al. 2010: 1) hat einige interessante Anstöße für die Forschung über *Game of Thrones* geliefert. Beispielsweise wurde das Ausmaß des Ansehen und das bevorzugte Medium hierfür untersucht und ebenfalls die Eigenschaften und Bedeutung der Figuren.

## 4 Persönlicher Zugang

(*Marlene Dietrich, Sabrina Hofmann, Marina Lordick, Manuel Maier, Sonja Reisinger*)

(*Marlene Dietrich*)

Ich hatte *Game of Thrones* bis vor ungefähr einem Jahr eigentlich konsequent gemieden, da ich für gewöhnlich nicht an Serien interessiert bin, die derart stark in den Medien vertreten sind. Durch eben diese große Medienpräsenz, vor allem innerhalb sozialer Netzwerke, wusste ich allerdings ungefähr, wovon es in der Serie ging und war sicher, sie schon allein aufgrund der relativ häufig vorkommenden Sexszenen nicht sehen zu wollen.

Im vergangenen Jahr stieß ich zufällig im TV auf eine Episode der Serie, sah sie mir mit der Intention an, sie eventuell einer Freundin zu empfehlen, die eine Vorliebe für Filme im Mittelalter-Setting hat und wurde schließlich überraschenderweise selbst zum Fan; zu Beginn des Forschungspraktikums hatte ich bereits alle verfügbaren Folgen gesehen. Die Mischung aus gut durchdachter und fesselnder Handlung, einiger sympathischer Charaktere, unerwarteter Wendungen, fantastischer Wesen und guten Schauspieler\*innen beziehungsweise guter Produktion, zählen zu den Hauptaspekten, die *Game of Thrones* für mich, trotz anfänglicher Skepsis, sehenswert machen.

Umso interessanter war es dadurch für mich, die Serie innerhalb des Forschungspraktikums zu behandeln und herauszufinden, warum sich *Game of Thrones* auch bei so vielen anderen Menschen derartiger Beliebtheit erfreut.

(*Sabrina Hofmann*)

Das Interesse an der Serie *Game of Thrones* wurde durch Gespräche mit Freund\*innen geweckt und nachdem einige Folgen angesehen wurden, waren ausreichend Informationen vorhanden, um sich über Geschehnisse und Figuren der Serie auszutauschen. Faszinierend war, dass *Game of Thrones* viele Facetten abdeckt, da von Liebe, über Familiengeschichten, Intrigen, Machtkämpfen und einigen Fantasy-Elementen, wie beispielsweise Drachen, alles vorhanden ist. Nach einiger Zeit hat sich in dem Freundeskreis eine kleine *Game of Thrones*-Gruppe gebildet, in welcher die letzte Staffel gemeinsam angeschaut wurde. Hierfür wurde viel Zeit aufgewendet,

da eine Folge zirka eine Stunde dauert und bei einem Treffen mindestens zwei Folgen angeschaut wurden. Nach jeder Folge wurden zusätzlich fesselnde oder schockierende Geschehnisse diskutiert, oder vor allem über den Werdegang von offenen Enden spekuliert.

Folglich war *Game of Thrones* im Alltag zeitweise sehr präsent, weshalb es äußerst spannend war, diese Serie, welche gerne in der Freizeit angeschaut wird, auch aus soziologischer Sicht in Form einer einjährigen Forschung zu untersuchen.

*(Marina Lordick)*

Bereits vor Beginn unserer Auseinandersetzung mit *Game of Thrones* hatte ich alle bis zu diesem Zeitpunkt erschienenen Folgen der Serie gesehen und verfügte somit, zusammen mit zwei weiteren Personen des Forschungsteams, über ein erhebliches Vorwissen. Aufmerksam auf die Serie wurde ich durch zahlreiche Beiträge auf Internet-Plattformen, wie beispielsweise auf der Online-Bilder-Plattform imgur.com. Mein Interesse und meine Neugier wurden hauptsächlich durch das mittelalterlich anmutende Setting, sowie die Darstellung der Figuren geweckt. Die spannende Handlung, sowie die vielschichtigen Charaktere und die unvorhersehbaren Ereignisse führten dazu, dass ich die Serie im weiteren Verlauf regelmäßig verfolgte. Zudem trugen soziale Aspekte positiv zu meinem Serienerleben teil, wie etwa die Tatsache, sich mit vielen Freund\*innen über die Inhalte der Serie austauschen zu können, sowie gemeinsam in einer Gruppe von Freund\*innen die neuesten Folgen zu sehen.

Interessant für die Forschung im mediensoziologischen Bereich erschien mir die Serie durch den meiner Empfindung nach bestehenden „Medienhype“, die hohe Rezipient\*innenanzahl, sowie ihre soziale Einbettung in den Alltag.

*(Manuel Maier)*

Die TV-Serie *Game of Thrones* war mir schon länger durch Familie und Freunde sowie aus den Medien bekannt, jedoch hatte ich bis zum Beginn der Forschung keine einzige Folge gesehen. Aufgrund des mittelalterlichen Settings, von dem ich in einigen Erzählungen gehört und das ich auf Bildern gesehen hatte, bestand jedoch bereits ein Interesse, seit ich auf die Serie aufmerksam geworden war. Meine „Unkenntnis“ der Serie ermöglichte mir, einen neutraleren Blick auf diese zu werfen, als es mir vermutlich als Fan möglich gewesen wäre. Das Einfinden in die Serie war allerdings aufgrund der vielen Charaktere und Handlungsstränge nicht so leicht wie zuerst gedacht. Durch mein Bachelorstudium Soziologie an der Universität Wien war mir die Erstellung eines Fragebogens bekannt, jedoch war es für mich der erste Online-Fragebogen. Ebenso kamen mir meine Kenntnisse mit dem Statistikprogramm SPSS für die Auswertungen des Fragebogens zugute.

*(Sonja Reisinger)*

Die Serie *Game of Thrones* kannte ich vor dem Forschungspraktikum nur namentlich von Bekannten und aus der Werbung. Jedoch entging mir nicht, dass diese Serie eine hohe Präsenz im Internet hat. Aus diesem Grund fand ich es interessant zu erforschen, warum das so ist. Im Zuge unseres Forschungsprojekts war es unumgänglich, die gesamte erste Staffel dieser Serie anzusehen, um die Handlungsstruktur und die Figuren kennenzulernen. Ich habe herausgefunden, dass ich diese Serie privat nicht ansehen würde, da sie sehr viele brutale Szenen enthält. Bereits nach der ersten Folge war ich schockiert darüber, dass die Serie eine so hohe Rezipient\*innenanzahl hat. Ich habe mir die Frage gestellt, was das über die heutige Gesellschaft aussagt. Es gibt unterschiedliche Theorien dazu, die meist einen psychologischen Hintergrund haben, zum Beispiel, dass Rezipient\*innen durch solche Serien mit den eigenen Ängsten umgehen lernen. Eine weitere Theorie erwähnt, dass gewalttätige Inhalte einer Serie zur Identitätsbildung beitragen können.

## **5 Untersuchungsdesign**

*(Marlene Dietrich, Sonja Reisinger)*

*(Marlene Dietrich)*

Die vorliegende Forschung zur Beliebtheit der TV-Serie *Game of Thrones* bewegt sich im quantitativen Paradigma und wurde mittels eines Online-Fragebogens durchgeführt, bei dessen Erstellung sich an den Lektüren *Gesamtgestaltung des Fragebogens* von Friedrichs und Klöckner (2014) und *Online-Befragung* von Hering und Wagner (2014) orientiert wurde.

*(Sonja Reisinger)*

Die Methode des Online-Fragebogens wurde gewählt, da damit eine breite Masse der Bevölkerung erreicht, und so günstiger und schneller an eine möglicherweise größere Datenmenge gelangt werden kann. Der Unterschied zwischen Online-Fragebögen und anderen Methoden von standardisierten Befragungen ist das Medium, das Internet (vgl. Hering/Wagner 2014: 661). Ein Kriterium der Online-Befragung ist die Massenpublikation, da jede\*r einen Fragebogen erstellen kann (vgl. Hering/Wagner 2014: 662). „*Ein Vorteil von Online-Befragungen ist, dass die Angaben der Teilnehmer direkt auf dem Befragungsserver gesammelt werden und dem Forscher dort unmittelbar zur Verfügung stehen*“ (Hering/Wagner 2014: 668). Erspart bleibt einem Forscher\* beziehungsweise einer Forscherin\* jedoch nicht, dass er\*sie die Daten auch bereinigen muss (vgl. Hering/Wagner 2014: 668).

Bei der Fragebogenkonstruktion ist zu beachten, dass die Fragen in Themenblöcke gegliedert sein sollten (vgl. Friedrichs/Klößner 2014: 676). Dies erleichtert die Konzentration auf das abgefragte Thema und hilft dabei, etwaigen Verwirrungen vorzubeugen (vgl. Friedrichs/Klößner 2014: 676). Zentrale Fragen sollten sich eher in der Mitte des Fragebogens befinden, falls die Befragung vorzeitig abgebrochen wird. Somit kann die Chance erhöht werden, dass die wichtigsten Fragen bereits beantwortet worden sind (vgl. Friedrichs/Klößner 2014: 676).

Unser Fragebogen enthält sowohl Fragen mit vorgefertigten Antwortkategorien, als auch Fragen, bei denen die Befragten die Antwort mithilfe eines Textfeldes selber hineinschreiben mussten. Das Ziel eines Fragebogens ist es, Sachverhalte zu beschreiben und Hypothesen zu testen (vgl. Friedrichs/Klößner 2014: 675). *„Der Fragebogen soll durch Fragen und Skalen diejenigen Variablen der Konzepte messen [...], die im theoretischen Teil, den Hypothesen, angeführt werden; sie sollten in möglichst valide Fragen operationalisiert werden [...]“* (Friedrichs/Klößner 2014: 675).

*(Marlene Dietrich)*

Im Vorfeld der Erstellung des Online-Fragebogens wurden vier Hypothesen formuliert, welche jeweils auf unterschiedlichen Theorien basieren (vgl. Abschnitte 6, 7, 8 und 9). Um eine bessere Überprüfbarkeit der Hypothesen zu gewährleisten und darauf zu achten, dass die Fragen und Antworten auf das Forschungsinteresse abzielen, wurden die Forschungshypothesen im Zuge der Fragenformulierung des Online-Fragebogens laufend nachjustiert.

Ein Einleitungstext zu Beginn des Fragebogens informierte darüber, mit welchem Ziel die Erhebung erfolgte, wer diese durchführte, wofür es hauptsächlich ging und wie lange das Ausfüllen durchschnittlich dauern würde. Da darauf geachtet wurde, dass die teilnehmenden Personen über genügend Kenntnisse verfügten, um die serienspezifischen Inhalte des Fragebogens beantworten zu können, diente bereits die zweite Frage, ob die Teilnehmer\*innen bereits mehr als fünf Folgen gesehen hatten, als Filter und schloss diejenigen Individuen aus, die mit „nein“ antworteten.

Die nachfolgenden Fragen wurden zu Blöcken zusammengefasst, welche sich mit den Motiven für das Ansehen oder Nicht-Ansehen der Serie, der allgemeinen Mediennutzung, dem Einfluss der Serie auf die Alltagsgestaltung der Befragten, sowie mit serienspezifischen Inhalten innerhalb der Serie beschäftigten. Den Abschluss bildete ein Fragenkomplex zu den soziodemographischen Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildungsstatus. Die Gestaltung der Fragen reichte von geschlossenen Fragestellungen mit bereits vorgegebenen Antwortkategorien

und jeweils Einzel- beziehungsweise Mehrfachantwortmöglichkeit bis hin zu gänzlich offenen Fragen zu beliebten und unbeliebten Figuren, Serien die neben *Game of Thrones* gerne sehen werden, den prägendsten Ereignissen aus der Serie und der Einschätzung der Befragten selbst, warum *Game of Thrones* eine derartige Popularität erlangen konnte (vgl. Anhang 13.1).

Nach der Durchführung zweier Pretest-Durchläufe in Form von Papierfragebögen und mit jeweils unterschiedlichen Personen, wurde der Fragebogen überarbeitet und anschließend mithilfe der deutschen Software *Social Sciences Survey*, kurz *SoSci Survey* auf [www.soscisurvey.de](http://www.soscisurvey.de) online zur Verfügung gestellt. Bei *SoSci Survey* handelt es sich um eine seit 2006 öffentlich nutzbare, durch Geschäftsführer Dr. Dominik Leiner und Geschäftsführerin Stefanie Leiner vertretene Software des Instituts für Kommunikationswissenschaft der Universität München, welche speziell für die Erstellung und Durchführung von Online-Umfragen im wissenschaftlichen Bereich konzipiert wurde. *SoSci Survey* bietet eine Fülle an Funktionen, bei denen die gängigsten Fragetypen bereits vorgefertigt sind und angepasst werden können, sowie umfangreiche Möglichkeiten zur Gestaltung des Layouts und eine Schritt-für-Schritt Anleitung für die Erstellung des Fragenkatalogs. Zudem stellte sich die Software als geeignet heraus, da diese für nicht-kommerzielle wissenschaftliche Befragungen kostenlos genutzt werden kann und keine Installation eines Programms nötig ist, da *SoSci Survey* direkt über den Internetbrowser genutzt wird, nachdem ein passwortgeschütztes Konto auf der Homepage angelegt wurde (vgl. [soscisurvey.de](http://soscisurvey.de) 2015a).

*SoSci Survey* verwendet „eine SSL-Verschlüsselung (zu erkennen am HTTPS vor der URL) mit signiertem Zertifikat“ ([soscisurvey.de](http://soscisurvey.de) 2015b) und speichert keine IP-Adressen, wodurch ein hoher Datenschutz gewährleistet wird. Zudem ist es den Projektleiter\*innen jederzeit möglich, die erhobenen Daten beziehungsweise das komplette Befragungsprojekt zu löschen. Wird dies nicht durchgeführt, werden die Daten drei Monate nach dem letzten Login automatisch vernichtet (vgl. [soscisurvey.de](http://soscisurvey.de) 2015a).

Der fertige Online-Fragebogen wurde schließlich von 20.04. bis 03.05.2015 sowohl in diversen *Game of Thrones* Fan-Gruppen des sozialen Netzwerks *Facebook*, als auch privat per E-Mail zur Beantwortung bereitgestellt.

Nach Verstreichen von 14 Tagen wurde am 04.05. mit der Datenanalyse mittels der Statistik-Software *SPSS* („*Statistical Package for Social Sciences*“) des US-amerikanischen IT-Unternehmens *IBM* begonnen. Hierbei wurden die erhobenen Daten vom *SoSci*-Server heruntergeladen und in das *SPSS*-Programm zur statistischen Untersuchung eingefügt. Anschließend erfolgten Häufigkeitsauszählungen, die einfache Angaben zu Häufigkeit und Prozentsatz der zu untersuchenden Variable darstellen, sogenannte „t-Tests“, welche die

Mittelwerte einzelner Variablen (bei Fragen mit einer Skala von beispielsweise „sehr gering“ bis „sehr hoch“) miteinander vergleichen, Kreuztabellen, bei denen die spezifischen Häufigkeiten zweier Variablen angezeigt werden und dazugehörige „Chi<sup>2</sup>“-Tests auf die Unabhängigkeit dieser beiden Variablen (vgl. Beier et al. 2013).

Anhand der durch die offenen Fragen gewonnenen Antworten der 817 Fragebogenteilnehmer\*innen wurden zudem eigene, auf Häufigkeit und Relevanz der erhaltenen Nennungen basierende, Kategorien gebildet. Im Falle der Serien, an denen neben *Game of Thrones* Gefallen gefunden wird, wurden anhand der auf der *Internet Movie Database* (kurz: *IMDb*) angegebenen Genres entsprechende Kategorien gebildet. Bei *IMDb* handelt es sich um eine Online-Datenbank über Filme, Serien und Videospiele, betrieben vom amerikanischen Online-Versandhändler *Amazon.com* (vgl. imdb.com 2015).

## 5.1 Deskriptive Beschreibung der Datengrundlage

(*Marina Lordick*)

Bevor in den nächsten Kapiteln der Arbeit die Beschreibung der vier Hypothesen erfolgt, soll zunächst der erhobene Datensatz deskriptiv beschrieben werden.

Der Rücklauf des Fragebogens belief sich auf 854 Teilnehmer\*innen, von denen 817 für die Analysen relevant waren. Bei den übrigen 37 Personen handelt es sich um diejenigen, welche den Fragebogen auf Grund der ersten Filterfrage (über die bereits gesehenen fünf Folgen) frühzeitig beendeten (vgl. Tabelle 60). Abweichungen dieser 817 Personen lassen sich durch fehlerhaft ausgefüllte offene Fragen erklären.

Zwei Drittel (67,8%) der Befragten gaben an, weiblich\*, knapp ein Drittel (31,5%) männlich\* zu sein (vgl. Tabelle 60). Des Weiteren fielen 63,3 Prozent der Teilnehmer\*innen in die Altersgruppe der 21 bis 30-Jährigen, gefolgt von der Gruppe der 30 bis 39-Jährigen mit 17,0 Prozent (vgl. Tabelle 61). Die meist gewählten höchsten Bildungsabschlüsse beliefen sich mit rund 42,0 Prozent auf AHS/BHS und mit 33,0 Prozent auf einen Hochschulabschluss. Darauf folgen in absteigender Reihenfolge Lehre, Pflichtschule und BMS (vgl. Tabelle 62). Zusätzlich gaben etwa die Hälfte der Befragten (53,4%) an, die Serie *Game of Thrones* original vertont zu sehen (vgl. Tabelle 63) und dabei Angebote des kostenlosen Streamings (48,6%), sowie DVDs und/oder Blu-ray-Discs (34,5%) zu verwenden (vgl. Tabelle 64). Fast 92,0 Prozent aller Befragten gaben an, die komplette vierte Staffel und damit die bis zu dem Zeitpunkt der Erhebung letzte, vollständig ausgestrahlte Staffel gesehen zu haben (vgl. Tabelle 65).

## 6 Hypothese 1

(Marlene Dietrich)

Die erste Hypothese der vorliegenden Forschung lautet

„Die Serie *Game of Thrones* wird aufgrund von *genrespezifischen Elementen bevorzugt*“.

Es wird folglich davon ausgegangen, dass die serieninhärenten Drama- und Fantasy-Elemente unter anderem zur Popularität von *Game of Thrones* beitragen.

### 6.1 Theorie

Die gegenwärtige Hypothese lehnt sich zum Teil an die *Allesfressertheorie* aus der 1992 in den USA durchgeführten Studie *How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups* von Richard Peterson und Albert Simkus zum Zusammenhang zwischen Musikgeschmack und Berufsgruppen an.

Hierbei wird eine Hierarchie der Musikgenres festgemacht „[...] *below classical music we find folk, then jazz [...], and country music all near the bottom*“ (Peterson/Simkus 1992: 168) und zwischen den sogenannten *omnivores*, bildungsnahen Gesellschaftsmitgliedern mit einem breitgefächerten Musikgeschmack und *univores*, welche jene Menschen darstellen, die aus bildungsfernen Milieus stammen und nur ein bestimmtes Genre als hörens Wert empfinden, unterschieden (vgl. Peterson/Simkus 1992).

Anhand der Ergebnisse der Studie kommen die beiden Soziologen zu der These, dass „*sich gesellschaftliche Gruppen nicht so sehr dadurch unterscheiden, an welchen, sondern an wie vielen unterschiedlichen Genres sie Gefallen finden*“ (Parzer 2010: 174). Als eine mögliche Erklärung stellt Michael Parzer den „*Strategienwechsel der höheren Statusgruppen*“ (ebd.: 174) vor, welcher sich durch eine betonte Toleranz und Miteinbeziehung von Elementen der Popularkultur als kulturelles Kapital seitens der privilegierteren Personengruppen auszeichnet, mit dem Ziel erleichterten Zugang zu verschiedenen Statuspositionen zu erlangen und zugleich die Überlegenheit der flexiblen *omnivores* im Gegensatz zu den einfältigen *univores* zu demonstrieren (vgl. ebd.: 174f).

Um in der Forschung Verwendung zu finden, wurde die Theorie bezüglich Filmbeziehungweise Seriengenres entsprechend modifiziert. Ebenso wurde davon abgesehen, nach Berufsgruppen beziehungsweise dem derzeitigen Arbeitsverhältnis zu fragen, da die befragten Personen möglicherweise zum Zeitpunkt der Beantwortung des Fragebogens nicht in dem von ihnen gelernten Beruf tätig oder vorübergehend arbeitslos sein könnten, wodurch deren

Kompetenz nicht adäquat dargestellt werden würde. Stattdessen wurde der höchste Bildungsabschluss als Verweis auf den sozialen Status herangezogen.

Um sich nicht völlig auf Genre und Bildung zu versteifen, wurden in der Auswertung zudem allgemeinere und geschlechter- beziehungsweise altersspezifische Faktoren in die Ergebnisschilderung miteinbezogen.

## 6.2 Genre-Definition

Die Einteilung von Filmen oder Serien in Genres stellt sich als weitaus schwieriger dar, als beispielsweise im Falle von Musikgenres, insbesondere durch die Fülle an unterschiedlichen stilistischen und inhaltlichen Elementen, die vor allem in diversen Serien zur Verwendung kommen.

Besonders in der Filmwissenschaft wird sich mit genretheoretischen Modellen beschäftigt und diskutiert, ob überhaupt ein „richtiges“ Genre-Konzept existiert (vgl. Scheinpflug 2014: 3). Der Minimalkonsens über die Definition des Begriffes Genre lautet: „*Ein Genre ist eine Gruppe von Texten, die gemeinsame Gruppenspezifika (Genre-Konventionen) aufweisen*“ (ebd.: 3). Für die Forschung wird die Bezeichnung „Genre“ verstanden als eine Klassifikation filmischer Werke anhand typischer Merkmale beziehungsweise gemeinsamer Spezifika.

Weiters wurde sich bei der Klassifikation der Serien, die neben *Game of Thrones* gerne gesehen werden, nach den Genre-Einteilungen der *Internet Movie Database* gerichtet, wobei zu beachten ist, dass diese Einteilung auch in Anbetracht des Dissens über das „richtige“ Genre-Konzept nur zur Orientierung dient. Die Serienadaptation *Game of Thrones* wird in selbiger als Drama, Fantasy und Adventure eingestuft (vgl. imdb.com 2015); das Genre des Adventures wird allerdings aufgrund der geringen Gewichtigkeit in der Analyse nicht näher miteinbezogen. Natürlich wäre es möglich, *Game of Thrones* weit mehr Genres zuzuschreiben, wie etwa History (aufgrund des Mittelalter-Settings) oder War (angesichts der in der Serie geführten Kriege und Eroberungszüge); um den Rahmen nicht zu sprengen, wird der Hauptfokus in den Ergebnissen allerdings auf Elemente des Drama und Fantasy-Genres gelegt werden.

Die Einteilung der von den Befragten genannten Serien in Genres erfolgte manuell, einerseits um Fragebogeneffekte auszuschließen, die sich darin äußern könnten, dass die Befragten alle im Fragebogen angegebenen Genres wählen, andererseits um einer (zu) langen Liste möglicher Genres vorzubeugen. Ebenso wird durch die Angabe der beliebtesten Serien gleichzeitig eine weitere Auswertungsmöglichkeit geboten.

Das Genre des Dramas wird im Buch *Films by Genre* von Daniel Lopez (1993) als „*major literary form not restricted to the stage*“ (Lopez 1993: 82) charakterisiert und Filmen mit hohem dramatischen Inhalt zugeschrieben, die die Handlung „*in a ‚serious‘ manner*“ (ebd.: 82) behandeln. Laut Lopez basieren die meisten als Drama klassifizierten Filme auf bereits existierenden Quellen und stellen Adaptionen von z.B. Büchern dar. Weiter stellt Lopez fest „*[t]he label drama seems to elevate automatically the prestige of any film production*“ (ebd.: 82), was den in Abschnitt 6.3.1 geschilderten Sachverhalt der äußerst häufig vorkommenden Drama-Serien erklären könnte. In Bezug auf das Drama-Genre von *Game of Thrones* wird sich in der Forschung vorrangig auf die in der Serie vorkommenden Intrigen und den Tod von Figuren bezogen.

Die Kategorisierung in das Fantasy-Genre wird hauptsächlich bedingt durch die Darstellung des Übernatürlichen, erfundener Kreaturen, Magie, Göttern und anderer fantastischer Wesen (vgl. ebd.: 103). Doch auch die Genres Horror und Science Fiction enthalten derartige Elemente; eine Lösung zur Abgrenzung sieht Lopez darin, „*to have in mind that the purpose of the horror film is to induce terror or horror and that the science fiction film has to present technology or future worlds from a scientific point of view with a plausible scientific basis at its core*“ (ebd.: 105). Fantasy-typische Bestandteile der *Game of Thrones*-Fernsehserie sind Drachen, Magie, *Schatten* (magische Kreaturen, die einem Gott aus der Mythologie in *Essos* dienen), drei-äugige Raben, *Wargs* (Personen mit der Fähigkeit in den Geist von Tieren einzudringen), *Weißer Wanderer* (eine mythologische, an Untote erinnernde, Rasse), Riesen, *Schattenwölfe* (überdurchschnittlich große und intelligente Wölfe) und fiktive Sprachen (*Dothraki*). Die prominentesten der eben genannten Fantasy-Elemente stellen die Drachen und *Weißer Wanderer* dar, weswegen auf diese das Hauptaugenmerk gelegt werden wird.

### 6.3 Auswertungen

Die Analyse der erhobenen Daten ergibt, dass insbesondere die in der Serie vorkommenden Fantasy-Elemente mit 48,8 Prozent ausschlaggebend für das Sehen von *Game of Thrones* sind beziehungsweise waren. Mit 44,4 Prozent bildet die Kategorie des Mittelalter-Settings die am zweitmeisten genannte Auswahlmöglichkeit innerhalb der Fragestellung „Warum haben Sie angefangen, die Serie ‚*Game of Thrones*‘ anzusehen?“ (vgl. Tabelle 1).

Unter den serienspezifischen Aspekten für das Ansehen der Serie ist das Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen mit 87,6 Prozent bei den Befragten am größten. Die sprachliche Ausdrucksweise der Figuren, unter welche ebenso die fiktive Sprache der *Dothraki* fällt, erreicht einen Prozentsatz von 29,8 (vgl. Tabelle 2).

Bezüglich der Aufforderung, das eigene Interesse an den im Fragebogen angeführten Serieninhalten einzuschätzen, stellt sich heraus, dass das Interesse an den fantastischen Wesen in *Westeros*, abgesehen vom Hauptthema der Serie, dem Kampf um den *Eisernen Thron* und des damit in Verbindung stehenden Eroberungszuges *Daenerys Targaryens*, am größten ist (vgl. Tabelle 3). Da es sich bei der vorliegenden Tabelle um Mittelwerte handelt, ist anzumerken, dass sehr geringes Interesse mit dem Wert 1 und sehr großes Interesse mit dem Wert 5 kodiert wurde. Demnach liegt ein umso größeres Interesse vor, je näher das Ergebnis dem Wert 5 kommt. So liegt der Mittelwert im Hinblick auf die Entwicklung der Drachen bei 3,90 und bei 3,88 die *Weißten Wanderer* betreffend. Im Vergleich hierzu belegt der Kampf um den *Eisernen Thron* Platz 1 mit einem Mittelwert von 4,47 (vgl. Tabelle 3).

Wird der Mittelwert des Interesses an den Fantasy-Elementen nach Geschlecht aufgeteilt, ist ersichtlich, dass keine gravierenden Unterschiede erkennbar sind; jedoch die männlichen\* Befragten ein leicht höheres Interesse an der Bedrohung durch die *Weißten Wanderer* aufweisen und die weiblichen\* Teilnehmer\*innen sich etwas mehr für die Entwicklung der Drachen interessieren (vgl. Tabelle 4).

In Prozentzahlen ausgedrückt, besteht bei 69,6 Prozent der untersuchten Personen ein großes Interesse an der Entwicklung der in Erscheinung tretenden Drachen; 67,2 Prozent der Befragten gaben an, sich besonders für die Bedrohung durch die *Weißten Wanderer* zu interessieren. (vgl. Tabelle 5).

Bezüglich der prägendsten Ereignisse in *Game of Thrones* wird klar ersichtlich, dass den Befragten insbesondere der Tod von Hauptfiguren im Gedächtnis bleibt. Mit 71,1 Prozent wird der Tod der Hauptfiguren *Robb*, *Talisa* und *Catelyn Stark* während der sogenannten *Roten Hochzeit* als am prägendsten erlebt, gefolgt von der Enthauptung *Eddard Starks* (65,3%) und dem Tod von *Joffrey Baratheon*, (dem vermeintlichen Sohn *Robert Baratheons*) im Zuge der *Purpurnen Hochzeit* (26,5%). Auffällig ist, dass innerhalb der 29 gebildeten Kategorien in Tabelle 6 acht Ereignisse den Tod einer (Haupt-)Figur, drei die Darstellung von Folter und zwei größere Schlachten behandeln und somit fast die Hälfte der Tabelle ausmachen. Daraus ist zu folgern, dass Gewalt enthaltende Szenen einen großen Eindruck bei den Zuseher\*innen hinterlassen. Ob jene jedoch ausschlaggebend für die Beliebtheit der Serie sind, wird in der Auswertung der zweiten Hypothese näher beleuchtet werden.

Die Geburt der Drachen wird von den Teilnehmer\*innen am vierthäufigsten mit 19,7 Prozent genannt; in dieser Szene begibt sich *Daenerys Targaryen* in die Flammen des Scheiterhaufens ihres toten Ehemannes und taucht, vom Feuer unversehrt, am Morgen danach und im Beisein dreier Baby-Drachen wieder auf. Einen Prozentsatz von 3,2 weist die Kategorie der Ereignisse

rund um die Drachen auf; hierbei sind Szenen wie der Tod eines Kindes durch die Flammen eines der Drachen und die darauf folgende Konsequenz inkludiert, bei welcher alle drei Geschöpfe von ihrer „Mutter“ in einer Höhle eingesperrt werden.

Der Auftritt der *Weißer Wanderer* wird, trotz des bereits angesprochenen großen Interesses an selbigem, mit 2,8 Prozent verhältnismäßig selten angesprochen. Zusätzlich erreichen die Entdeckung der *Schattenwölfe* durch die Starks 1,2 Prozent, die Wandlung *Bran Starks* zum *Warg* 1,2 Prozent und der Tod *Renly Baratheons* (*Roberts* Bruder) durch einen sogenannten *Schatten* 0,6 Prozent der Nennungen (vgl. Tabelle 6).

Hinsichtlich der Vermutungen der Befragten selbst, warum *Game of Thrones* so beliebt ist, zeigt sich, dass das (Fantasy-)Genre mit 14,9 Prozent vergleichsweise im oberen Drittel liegt, dicht gefolgt von der Kategorie „Macht/Intrigen/Politik“ (13,4%). Mit 27,4 Prozent wird die Handlung der Serie am häufigsten genannt. Interessant ist hierbei allerdings auch, dass die Realitätsnähe mit 5,8 Prozent relativ oft genannt wird, obwohl es sich bei *Game of Thrones* im Grunde um eine Fantasy-Serie handelt (vgl. Tabelle 7).

### 6.3.1 Einteilung nach Genres

Die Auswertung der Frage nach den drei Serien, die neben *Game of Thrones* gerne gesehen werden, ergab 265 verschiedene Seriennennungen; darunter zeichnet sich *The Walking Dead* mit einer Häufigkeit von 161 Nennungen, das entspricht 21,8 Prozent, als die beliebteste Serie aus, dicht gefolgt von *Breaking Bad* mit 19,7 Prozent. Die Sitcom *The Big Bang Theory* wird mit 15,5 Prozent am dritthäufigsten genannt. Auffallend ist, dass sich die genannten Serien untereinander stark unterscheiden und keine bis wenige thematischen Zusammenhänge aufweisen. Bei der Serie *The Walking Dead* handelt es sich um eine Mischung aus Drama und Horror Genre, in welcher die letzten lebenden Menschen nach einer Zombie-Apokalypse ums Überleben kämpfen, während *Breaking Bad* hauptsächlich den Genres Crime, Drama und Thriller entspricht und die Entwicklung eines Chemie-Lehrers zum Drogenbaron verfolgt. *The Big Bang Theory* kann wiederum als simple Comedy-Sitcom eingestuft werden. Allerdings kann gesagt werden, dass *The Walking Dead* mit seiner Zombiethematik Ähnlichkeit zu den untoten Geschöpfen aus *Game of Thrones*, den *White Walkers*, aufweist, was eventuell den ersten Platz in Tabelle 8 erklärt. Ferner ist jedoch zu erwähnen, dass *The Walking Dead* eine noch höhere Anzahl an Fans als *Game of Thrones*, beispielsweise innerhalb des sozialen Netzwerks *Facebook* verzeichnen kann, was ebenso als mögliche Erklärung für dessen Popularität innerhalb der vorliegenden Forschung herangezogen werden kann (vgl. facebook.com 2015).

Der Anteil der Personen, die Serien des Drama-Genres bevorzugen, stellte sich im Laufe der Analyse als äußerst hoch heraus, was zum einen daran liegen könnte, dass *Game of Thrones*-sehende Individuen stark an Serien mit „ernsten“ Thematiken Gefallen finden oder eben die Einteilung einer Serie in das Drama-Genre überproportional häufig vorgenommen wird, um das zuvor erwähnte „Prestige“ der jeweiligen Serie zu fördern.

Interessant scheint weiters die Tatsache, dass innerhalb der „Top 20“ der Tabelle 8 nur eine der Serien, *Supernatural* (5,7%), in die Kategorie des Fantasy-Genres fällt. Es kann somit davon ausgegangen werden, dass das (Fantasy-)Genre nicht allein ausschlaggebend für die Beliebtheit einer Serie ist. Anzumerken ist außerdem, dass alle der in der Tabelle angeführten und somit zu den meistgenannten gehörenden Serien, wenn auch auf unterschiedlichen Kanälen, im Fernsehen gesendet beziehungsweise wurden. Aus diesem Sachverhalt kann abgeleitet werden, dass die Ausstrahlung im TV womöglich zu einer größeren Popularität einer Serie beisteuert, da die Bekanntmachung einer Serie im Fernsehen, sei es durch Werbung oder zufälliges Entdecken, dazu beitragen kann, eine noch größere potenzielle Zuseher\*innenzahl zu erzielen als etwa nur über Internetpräsenz oder DVD. Zusätzlich fällt auf, dass die genannten Serien durchschnittlich im Jahre 2007 erstmals ausgestrahlt wurden und alle in Tabelle 8 vorkommenden Serien mit Ausnahme von *Dexter*, *How I Met Your Mother* und *Breaking Bad* noch nicht abgeschlossen sind, wodurch angenommen werden kann, dass die meisten der Teilnehmer\*innen aktuellere Serien bevorzugen beziehungsweise ältere, bereits beendete Serien möglicherweise durch die sinkende Präsenz in diversen Medien mit der Zeit keinen äußerst großen Stellenwert mehr bei den Befragten einnehmen (vgl. Tabelle 8).

Nachdem die Einteilung der genannten Serien in Genres und eine Häufigkeitsauszählung vorgenommen wurden, ist ersichtlich, dass das Drama-Genre mit 94,2 Prozent das beliebteste Genre ausmacht, wobei wiederum anzumerken ist, dass, wie eben erwähnt, äußerst viele Serien aufgrund verschiedenster Ursachen in selbiges fallen und das erhaltene Ergebnis in diesem Fall folglich mit Vorsicht zu betrachten ist. Das Genre des Krimi, hier genannt „Crime“, wurde von 57,4 Prozent der Personen genannt und belegt somit Platz zwei; der dritte Platz geht an das Genre der Comedy mit 51,6 Prozent. Das Fantasy-Genre liegt „nur“ im Mittelfeld mit 25,2 Prozent (vgl. Tabelle 9). Verglichen mit dem Ergebnis aus Tabelle 1 scheint dies widersprüchlich, da das Interesse an Fantasy-Elementen den Hauptgrund für das anfängliche Sehen der Serie darstellt. Das erhaltene Resultat der Auswertung kann dahingehend interpretiert werden, dass die Befragten zwar an Fantasy-Elementen interessiert sind, jedoch sich nicht auf diese versteifen und unterschiedliche Genres präferieren, eventuell auch, um eine gewisse Abwechslung zu gewährleisten.

Um einen besseren Bezug auf die Theorie der *Allesfresser* zu nehmen, wurden die Genres zusätzlich nach dem angegebenen Bildungsstatus der Befragten aufgeteilt. Um einerseits eine übersichtlichere Tabelle darzubieten und andererseits Verzerrungen vorzubeugen, da die Kategorien „Pflichtschule“ und „BMS“ zu wenig Angaben aufweisen um als repräsentativ gelten zu können (vgl. Tabelle 10), veranschaulicht die Tabelle 11 den Vergleich zwischen jenen Personen, die „Lehre“ und „Hochschule“ als höchsten Bildungsabschluss angegeben hatten.

Erkennbar ist anhand dieser Tabelle, dass einige Unterschiede in Bezug auf die einzelnen Genres zu verzeichnen sind. So geben 46,5 Prozent der Personen, die eine Lehre abgeschlossen haben, Action-Serien als beliebtes Genre an; jedoch lediglich 27,7 Prozent der Hochschulabsolvent\*innen. Ähnliche Unterschiede zwischen den Bildungsabschlüssen weisen die Genres Comedy (Lehre 32,7%, Hochschule 55%), Horror (Lehre 54,5%, Hochschule 32,5%) und Sci-fi (Lehre 30,7%, Hochschule 18,5%) auf. Im Hinblick auf das Genre der *Game of Thrones*-Serie fällt auf, dass sowohl Drama (98%) als auch Fantasy (32,7%) von vergleichsweise mehr Personen favorisiert werden, deren höchster Abschluss die Lehre darstellt, als von Hochschulabgänger\*innen (Drama 94,4%, Fantasy 24,9%). Hieraus könnte geschlossen werden, dass, wie in der *Allesfressertheorie* geschildert, Personen mit niedrigerem Bildungsstatus eher Serien bevorzugen, die *Game of Thrones* ähneln. Interessant ist darüber hinaus, dass Hochschulabsolvent\*innen im Durchschnitt mehr unterschiedliche Serien angegeben hatten, als Lehrabsolvent\*innen, was ebenfalls die Theorie der *Allesfresser* stützen würde, in welcher bildungsnahe Individuen einen breiter gefächerten Geschmack erkennen lassen. Die maximale Nennung von drei Serien nahmen 71,6 Prozent der Hochschulabsolvent\*innen und 65,5 Prozent der Lehrabsolvent\*innen in Anspruch, während 10,3 Prozent der Hochschulabsolvent\*innen und 15,5 Prozent der Personen mit Lehrabschluss nur eine Serie angaben (vgl. Tabelle 12).

Im geschlechtsspezifischen Vergleich lassen sich keine gravierenden Unterschiede feststellen, allerdings besteht bei den weiblichen\* Befragten sowohl bezüglich Drama (95,2%) als auch Fantasy (27,9%) ein größeres Interesse als bei den Männern\* (Drama 91,6%, Fantasy 18,9%) (vgl. Tabelle 13).

Die Untersuchung der Genrepräferenzen nach gebildeten Altersgruppen (vgl. Altersgruppen-Tabelle 14) ergibt ebenfalls keine großen Abweichungen, auffällig ist lediglich der 8,5-prozentige Unterschied zwischen 31 bis 40-Jährigen (89,9%) und ab 40-Jährigen (98,4%) in Bezug auf das Drama-Genre. Im Hinblick auf Fantasy ist dieses besonders unter den 20-Jährigen mit 29,7 Prozent vertreten (vgl. Tabelle 15).

Werden das Interesse an Fantasy-Elementen und das Interesse an Intrigen in Bezug auf Genres verglichen, lassen sich kleine, aber doch vorhandene Parallelen finden. Personen, die ein besonderes Interesse an Intrigen innerhalb der Serie *Game of Thrones* angegeben hatten, weisen einen leicht höheren Prozentsatz im Bereich Drama auf mit 94,6 Prozent; Personen, die sich vor allem für Fantasy-Elemente interessieren, liegen mit 94 Prozent leicht unter dem der Intrigen-Interessent\*innen und den generellen Werten mit 94,2 Prozent. Im Bereich des Fantasy-Genres ist feststellbar, dass Personen mit außerordentlichem Interesse an Fantasy-Elementen selbiges Genre auch mit 29,1 Prozent mehr favorisieren als die Gruppe der Befragten, deren Interesse an Intrigen hoch ist (24,7%) und auch der generelle Wert (25,2%) wird überboten (vgl. Tabelle 16).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Alter und Geschlecht keine besonderen Faktoren hinsichtlich der Präferenz des Drama- und Fantasy-Genres darstellen. Während das Genre an sich nicht als die alleinige Ursache für den Erfolg der Serie *Game of Thrones* genannt werden kann, sind die serienspezifischen Elemente innerhalb dieser jedoch maßgeblich an der stetig wachsenden Beliebtheit beteiligt. Die Hypothese konnte somit bestätigt werden.

## 6.A Literaturverzeichnis

- Lopez, Daniel (1993): *Films by Genre. 775 Categories, Styles, Trends and Movements Defined, with a Filmography for Each*. North Carolina/Jefferson/London: McFarland and Company, Inc.
- Parzer, Michael (2010): *Leben mit Pop. Kulturelle Allesfresser im Netzwerkkapitalismus*. In: Neckel, Sigward (Hg.) (2010): *Kapitalistischer Realismus. Von der Kunstaktion zur Gesellschaftskritik*. Frankfurt am Main: Campus 2010, 165–183.
- Peterson, Richard A.; Simkus, Albert (1992): *How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups*. In: Michéle Lamont; Marcel Fournier (Hg.) (1992): *Cultivating Differences. Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago/London: The University of Chicago Press. 152 – 186.
- Scheinflug, Peter (2014). *Genre-Theorie. Eine Einführung*. Berlin: Lit Verlag Dr. W. Hopf.

## 6.B Anhang

Tabelle 1: Gründe mit dem Sehen von *Game of Thrones* anzufangen

<b>Gründe mit dem Sehen von <i>Game of Thrones</i> anzufangen</b>		
	Häufigkeit	Prozent
<b>Fantasy-Elemente interessant</b>	<b>399</b>	<b>48,8</b>
<b>Mittelalter-Setting interessant</b>	<b>363</b>	<b>44,4</b>
Mit Freund*innen/Bekannten mitreden	184	22,5
Interesse an TV-Umsetzung der Bücher	155	19,0
Serie zufällig entdeckt	106	13,0
Internetvideos waren ansprechend	104	12,7
Beliebtheit eines*r Schauspieler*in	78	9,5
Mit Familienmitgliedern mitreden	41	5,0
Im Internet mit anderen austauschen	29	3,5
Sonstiges	155	18,1
keine Angabe	3	0,4

n= 854

gültig= 817 fehlend= 37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 2: Serienspezifische Aspekte für das Ansehen von *Game of Thrones*

<b>Serienspezifische Aspekte für das Ansehen von <i>Game of Thrones</i></b>		
	Häufigkeit	Prozent
<b>Verlauf und Ausgang der Intrigen</b>	<b>709</b>	<b>87,6</b>
Unvorhersehbare Ereignisse	638	78,9
Soziale Machtverhältnisse	554	68,5
Parallel verlaufende Handlungsstränge	540	66,7
Gefallen in Kulisse/Drehort	476	58,8
Neugierde	462	57,1
Bewunderung einer Figur	332	41,0
<b>(fiktive) Sprache</b>	<b>241</b>	<b>29,8</b>
(sexuelle) Liebesbeziehungen	230	28,4
Gewaltszenen	164	20,3
Sexuelle Handlungen und Nacktheit	143	17,7
Sonstiges	49	6,1
keine Angabe	3	0,4

gültig= 809 fehlend= 45

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 3: Mittelwert des Interesses an Serieninhalten

<b>Mittelwert des Interesses an Serieninhalten</b>	
	Mittelwert
Kampf um den <i>Eisernen Thron</i>	4,47
Daenerys' Eroberungszug	4,08
<b>Entwicklung der Drachen</b>	<b>3,90</b>
<b>Behrohung durch <i>Weißer Wanderer</i></b>	<b>3,88</b>
Adelshäuser	3,75
Geschehnisse in/bei der Nachtwache	3,74
Das <i>Freie Volk</i> bzw. <i>Wildlinge</i>	3,32
Kultur der Dothraki	3,08
Verschiedene Religionen	3,08
Sklaverei	2,87

gültig= 817 fehlend= 37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 4: Mittelwert des Interesses an Fantasy-Elementen nach Geschlecht

<b>Mittelwert des Interesses an Fantasy-Elementen nach Geschlecht</b>		
	männlich	weiblich
<i>Bedrohung durch Weißer Wanderer</i>	4,14	3,77
Entwicklung der Drachen	3,81	3,95

Signifikanz: unter 0,05 alpha 95%

1= gering 5= groß

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 5: Interesse an Fantasy-Elementen

<b>Interesse an:</b>	<b>Bedrohung durch <i>Weißer Wanderer</i></b>	<b>Entwicklung der Drachen</b>
	Prozent	Prozent
sehr gering	3,1	3,8
gering	8,6	6,7
mittelmäßig	20,9	19,7
groß	30,4	33,2
sehr groß	36,8	36,4
keine Angabe	0,2	0,2

n= 854

gültig= 817 fehlend= 37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 6: *Prägendste Ereignisse in Game of Thrones*

<b>Prägendste Ereignisse in <i>Game of Thrones</i></b>	
	Prozent
<i>Rote Hochzeit</i> (Tod Robb und Catelyn Stark)	71,1
Enthauptung von Eddard Stark	56,3
<i>Purpurne Hochzeit</i> (Tod Joffrey Baratheon)	26,5
<b>Geburt der Drachen</b>	<b>19,7</b>
Kampf Oberyn Martell vs. Gregor Clegane	14,9
Ermordung von Tywin Lennister	9,2
Tyrion vor Gericht	6,4
Befreiung der Sklaven auf Essos	5,7
Kampf an der Mauer gegen <i>Wildlinge</i>	4,5
Folterung von Theon Graufreud	3,4
<b>Ereignisse rund um die Drachen</b>	<b>3,2</b>
Tod von Khal Drogo	3,2
Schlacht am <i>Schwarzwasser</i>	3,1
Aryas Ausbildung durch Jaqen H'ghar	2,9
<b>Auftritt der <i>Weißer Wanderer</i></b>	<b>2,8</b>
Jon Schnee bei der <i>Nachtwache/Wildlingen</i>	2,5
Tod von Ygritte	2,0
Daenerys isst Pferdeherz	2,0
Brans Fenstersturz	1,6
Aryas Reise mit Sandor Clegane	1,5
Ereignisse rund um Brienne von Tarth	1,5
<b>Bran wird zum <i>Warg</i></b>	<b>1,2</b>
<b>Entdeckung der <i>Schattenwölfe</i></b>	<b>1,2</b>
Varys und Petyr Baelishs Unterhaltung	1,0
Jaime verliert seine Schwerthand	0,7
<b>Tod von Renly Baratheon durch <i>Schatten</i></b>	<b>0,6</b>
Folterung einer Prostituierten durch Joffrey	0,6
Inzest zwischen Cersei und Jaime Lennister	0,4
Sonstiges	7,1

n= 854

gültig= 686 fehlend= 168

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 7: *Vermutungen der Befragten warum Game of Thrones so beliebt ist*

<b>Vermutungen der Befragten warum <i>Game of Thrones</i> so beliebt ist</b>	
	Prozent
Story/Handlung	27,4
Unvorhersehbares	26,7
Figuren	26,4

Wirkung	20,1
Produktion	19,3
Sex/Erotik/Körperliches	18,6
<b>Genre</b>	<b>14,9</b>
<b>Macht/Intrigen/Politik</b>	<b>13,4</b>
Gewalt/Kampf	12,9
Vielfältigkeit	11,8
Komplexität	6,3
<b>Realitätsnähe</b>	<b>5,8</b>
Medien	5,4
Innovativität/Einzigartigkeit	4,4
Fehlen von Gut und Böse	4,1
Unangenehmes	0,8
Kultur/Sprache	0,8
Werte/Normen	0,7
Adelshäuser	0,5
Sonstiges	2,2

n= 854

gültig= 591 fehlend = 263

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 8: „Top 20“ der Serien, die neben Game of Thrones gesehen werden

<b>„Top 20“ der Serien die neben Game of Thrones gesehen werden</b>		
	Häufigkeit	Prozent
<b>The Walking Dead</b>	<b>161</b>	<b>21,8</b>
<b>Breaking Bad</b>	<b>145</b>	<b>19,7</b>
<b>The Big Bang Theory</b>	<b>114</b>	<b>15,5</b>
Gray's Anatomy	72	9,8
Vikings	71	9,6
House of Cards	63	8,5
Sherlock	48	6,5
How I Met Your Mother	46	6,2
<b>Supernatural</b>	<b>42</b>	<b>5,7</b>
Dexter	35	4,7
Dr. Who	34	4,6
Orange Is the New Black	31	4,2
Pretty Little Liars	30	4,1
Criminal Minds	28	3,8
True Detective	27	3,7
Arrow	26	3,5
Downton Abbey	26	3,5
Suits	24	3,3

Navy CIS	24	3,3
Simpsons	23	3,1

gültig= 737 fehlend= 117

Quelle: Eigene Erhebung 2015

*Tabelle 9: Genres*

<b>Genres</b>		
	Häufigkeit	Prozent
<b>Drama</b>	<b>694</b>	<b>94,2</b>
Crime	423	57,4
Comedy	380	51,6
Thriller	379	51,4
Mystery	376	51,0
Horror	257	34,9
Action	219	29,7
Romance	218	29,6
<b>Fantasy</b>	<b>186</b>	<b>25,2</b>
Sci-fi	157	21,3
Adventure	151	20,5
History	96	13,0
Animation	79	10,7
War	79	10,7
Family	47	6,4
Sonstiges	20	2,7

n= 854

gültig= 737 fehlend= 117

Quelle: Eigene Erhebung 2015

*Tabelle 10: Höchster Bildungsabschluss*

<b>Höchster Bildungsabschluss</b>		
	Häufigkeit	Prozent
Pflichtschule	30	3,7
Lehre	120	14,7
BMS	15	1,8
AHS/BHS	342	41,9
Hochschule	272	33,3
Sonstiges	23	2,8
keine Angabe	15	1,8

n= 854

gültig= 817 fehlend = 37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 11: Genres nach höchstem Bildungsabschluss

<b>Genres nach höchstem Bildungsabschluss</b> (Angaben in Prozent)		
	Lehre	Hochschule
<b>Action</b>	<b>46,5</b>	<b>27,7</b>
Adventure	22,8	18,9
Animation	7,9	8,0
<b>Comedy</b>	<b>32,7</b>	<b>55,0</b>
Crime	56,4	56,6
<b>Drama</b>	<b>98,0</b>	<b>94,4</b>
Family	4,0	6,0
<b>Fantasy</b>	<b>32,7</b>	<b>24,9</b>
<b>History</b>	<b>18,8</b>	<b>10,8</b>
<b>Horror</b>	<b>54,5</b>	<b>32,5</b>
Mystery	58,4	51,0
Romance	29,7	30,5
<b>Sci-fi</b>	<b>30,7</b>	<b>18,5</b>
Thriller	55,4	50,2
<b>War</b>	<b>16,8</b>	<b>9,2</b>
Sonstiges	4	2,4

Lehre gültig= 101 fehlend= 19

Hochschule gültig= 249 fehlend= 23

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 12: Anzahl der neben Game of Thrones genannten Serien nach höchstem Bildungsabschluss

<b>Anzahl der neben Game of Thrones genannten Serien nach höchstem Bildungsabschluss</b> (Angaben in Prozent)		
	Lehre	Hochschule
Null	8,2	4,6
<b>Eins</b>	<b>15,5</b>	<b>10,3</b>
Zwei	10,9	13,4
<b>Drei</b>	<b>65,5</b>	<b>71,6</b>

Lehre gültig= 110 fehlend= 11

Hochschule gültig= 261 fehlend= 10

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 13: Genres nach Geschlecht

<b>Genres nach Geschlecht</b> (Angaben in Prozent)		
	männlich	weiblich
<b>Action</b>	<b>33,5</b>	<b>27,9</b>
Adventure	20,3	20,4
<b>Animation</b>	<b>18,9</b>	<b>6,7</b>
Comedy	52,4	51,1
Crime	59,9	56,0
<b>Drama</b>	<b>91,6</b>	<b>95,2</b>
Family	4,4	6,9
<b>Fantasy</b>	<b>18,9</b>	<b>27,9</b>
History	14,1	12,5
Horror	32,2	36,2
Mystery	47,1	52,7
<b>Romance</b>	<b>13,2</b>	<b>36,8</b>
Sci-fi	18,9	22,6
Thriller	51,1	51,7
War	10,1	11,1
Sonstiges	2,6	2,8

männlich gültig= 227 fehlend= 30

weiblich gültig= 505 fehlend= 49

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 14: Altersgruppen

<b>Altersgruppen</b>		
	Häufigkeit	Prozent
unter 20	127	15,6
21 bis 30	484	59,6
31 bis 40	124	15,3
ab 41	77	9,5

n= 812

fehlend= 42

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 15: Genrepräferenz nach Altersgruppen

<b>Genrepräferenz nach Altersgruppen</b> (Angaben in Prozent)		
	Drama	Fantasy
unter 20	88,2	29,7
21 bis 30	86,6	23,6
31 bis 40	89,9	28,4

ab 41	98,4	22,6
-------	------	------

unter 20 gültig= 118, fehlend= 9  
 21 bis 30 gültig= 444, fehlend= 40  
 31 bis 40 gültig= 109, fehlend= 15  
 ab 41 gültig= 62, fehlend= 15  
 Quelle: Eigene Erhebung 2015

*Tabelle 16: Vergleich Interesse an Fantasy-Elementen und Intrigen nach Genre*

<b>Vergleich Interesse an Fantasy-Elementen und Intrigen nach Genre (Anteile in Prozent)</b>			
	generell	Interesse an Fantasy-Elementen	Interesse an Intrigen
Action	29,7	37,5	29,4
Adventure	20,5	25,3	20,1
Animation	10,7	11,4	11,0
Comedy	51,6	48,1	52,4
Crime	57,4	55,2	57,0
<b>Drama</b>	<b>94,2</b>	<b>94,0</b>	<b>94,6</b>
Family	6,4	7,3	5,9
<b>Fantasy</b>	<b>25,2</b>	<b>29,1</b>	<b>24,7</b>
History	13,0	16,8	12,8
Horror	34,9	38,6	35,1
Mystery	51,0	53,5	50,5
Romance	29,6	31,3	30,1
Sci-fi	21,3	23,9	21,2
Thriller	51,4	49,7	52,2
War	10,7	13,9	10,7
Sonstiges	2,7	3,5	2,3

n= 854

generell gültig= 737 fehlend= 117

Interesse an Fantasy gültig= 368 fehlend= 31

Interesse an Intrigen gültig= 647 fehlend= 62

Quelle: Eigene Erhebung 2015

## 7 Hypothese 2

(Manuel Maier)

Die zweite Forschungshypothese lautet: *„Es besteht vor allem ein Interesse an sexuellen und gewalttätigen Handlungen in der Serie Game of Thrones.“*. Diese entstand einerseits dadurch, weil in der TV-Serie *Game of Thrones* sexuelle und gewalttätige Serieninhalte dominieren, und andererseits, weil „Sex & Crime“ publikumsattraktive Angebote bei privaten Fernsehanbietern geworden sind (vgl. Merten 1999: 182ff zitiert nach Bonfadelli 2004b: 250). Zudem sind Daten zur Nutzung von Fernsehgewalt rar und ist diese nicht so ausgiebig erforscht, wie beispielsweise die Gewaltdarstellung im Fernsehen, obwohl in der Literatur öfter angemerkt wird, dass Gewaltdarstellungen ein passendes Mittel wären, um höhere Zuseher\*innenzahlen zu erreichen (vgl. Bonfadelli 2004b: 261). Weiter wird davon ausgegangen, dass Gewalt etwas Menschliches sei und dass somit auch die symbolische Darstellung und Auseinandersetzung mit dieser wichtig ist (vgl. ebd.: 248). *„Das Ausmaß an Gewalt in den Medien [...] ist darum auch ein Spiegel der Gesellschaft, in der wir uns befinden“* (Rauchfleisch 1992; Hugger/Stadler 1995 zitiert nach Bonfadelli 2004b: 248) und ist es deshalb Wert, beforscht zu werden.

An dieser Stelle soll zur besseren Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Analysen angeführt werden, was unter gewalttätigen und sexuellen Serieninhalten in dieser Forschung verstanden wird. Gewalt hat viele verschiedene Definitionen und Dimensionen (vgl. Früh/Brosius 2008: 180). Unter Gewalt kann unter anderem eine *„[b]eabsichtigte physische und/oder psychische Schädigung einer Person, von Lebewesen und Sachen durch eine andere Person“* (Kunczik/Zipfel 2006: 23) verstanden werden. Ebenso passend für diese Analyse ist folgende Definition von Gewalt: *„Gewalt ist die Manifestation von Macht und/oder Herrschaft, mit der Folge und/oder dem Ziel der Schädigung von einzelnen oder von Gruppen von Menschen.“* (Schorb/Theunert 1982: 323 zitiert nach Bonfadelli 2004b: 252). *„[D]ie Voraussetzungen für Gewalt [liegen] einerseits in situativ ungleicher Machtverteilung zwischen Individuen oder zwischen Gruppen, andererseits in generell ungleichen Macht- und Herrschaftsverhältnissen in der Gesellschaft“* (Theunert 2005: 137).

Da *Game of Thrones* eine Drama/Fantasy-Serie ist, kann hier von *fiktionaler Gewalt* gesprochen werden. Dies bedeutet, dass Gewalt nicht real ausgeübt wird, sondern die Präsentation der Verhaltensweisen, die physische und psychische Schädigungen darstellen, „nur“ vorgegeben wird (vgl. u.a. Kunczik/Zipfel 2006: 22; Bonfadelli 2004b: 259; Früh/Brosius 2008: 180). Wenn Gewalt zum Zweck der Unterhaltung dienen soll, wird diese meist als normales beziehungsweise

alltägliches Verhaltensmuster gezeigt (vgl. u.a. Kunczik/Zipfel 2006: 46ff; Bonfadelli 2004b: 259).

Bezüglich der Definition von Sexualität ist Anthony Giddens (1999) der Meinung, dass diese ein „[...] ziemlich allgemeiner Ausdruck [ist], der sich auf die sexuellen Merkmale und das sexuelle Verhalten von Menschen bezieht“ (Anthony Giddens 1999: 644 zitiert nach Lautmann 2002: 21).

Unter sexuellen Serieninhalten werden in dieser Arbeit demnach Szenen verstanden, in welchen sexuelle, intime, beziehungsweise erotische fiktionale Serieninhalte gezeigt werden. Dies beschränkt sich nicht nur auf den Geschlechtsverkehr, sondern bezieht sich allgemein auf sexuelle Merkmale und sexuelles Verhalten von Menschen.

Im folgenden Abschnitt soll die Theorie, welche hinter der aufgestellten Hypothese steht, näher erläutert werden.

## 7.1 Theorie

Hinter der zweiten Hypothese, „*Es besteht vor allem ein Interesse an sexuellen und gewalttätigen Handlungen in der Serie Game of Thrones.*“ steht der *Uses-and-Gratifications-Ansatz*. Wir untersuchen im Bereich der Medienzuwendung die Nutzung einzelner Medieninhalte. Der Kommunikationswissenschaftler und Soziologe Elihu Katz prägte in den 1960er Jahren den Begriff. In diesem Ansatz steht der\*die Rezipient\*in im Zentrum (vgl. Bonfadelli 2004a: 167). Hierin wird „*[d]ie Zuwendung zu bzw. die Nutzung von Medien [...] als eine Form des sozialen Handelns verstanden, die aktiv, zielgerichtet und sinnhaft ist*“ (Bonfadelli 2004a: 168). Dies bedeutet, dass der\*die Rezipient\*in abhängig von seinen\*ihrer

Bedürfnissen, Erwartungen oder Problemen ein Medium oder einen Medieninhalt nutzt. Medien werden somit als Bedürfnisbefriedigung beziehungsweise Problemlösung verwendet und nicht „automatisch“ (vgl. ebd.).

Der Bedürfnisbegriff ist im *Uses-and-Gratification-Ansatz* ein wichtiger. Bedürfnisse entstehen aus dem Zusammenspiel von Mensch, Sozial- und Mediensystem und sind vielen Einflüssen und ständiger Veränderung ausgesetzt (vgl. ebd.: 173). Nicht zu vernachlässigen ist bei medienbezogenen Bedürfnissen auch, dass das Medienmarketing eine bewusste Nachfrage erzeugt (vgl. ebd.). Es gibt eine Vielzahl an Bedürfnissen, im Folgenden sollen ein paar dieser genannt und kurz erläutert werden. Es gibt beispielsweise *kognitive Bedürfnisse*, die in verschiedene Subdimensionen wie Lernen, Kontrolle der Umwelt aber auch Neugier gegliedert sind und durch Probleme des Handelnden gegenüber seiner Umwelt entstehen (vgl. ebd.: 171). Ein weiteres Beispiel wären *affektive Bedürfnisse*, welche auf die Stimmung des jeweiligen einzelnen Individuums, wie Entspannung, Ablenkung, Entlastung oder auch Verdrängung

abzielen (vgl. ebd.). *Soziale-interaktive Bedürfnisse* haben als Basis das Verlangen nach sozialen Kontakten und Geselligkeit sowie die Anerkennung durch andere Menschen. Medien liefern dazu Themen, welche für Gespräche sowie der Identifikation mit Akteur\*innen dienen können (vgl. ebd.: 172). Zusätzlich gibt es noch *integrativ-habituelle Bedürfnisse*, welche beispielsweise aus dem Anliegen nach Sicherheit, Geborgenheit und Vertrauen bezüglich verschiedener Gruppen wie Familie und Freunde entstehen. Dies wird durch habituelle Nutzungsmuster und ritualisierte Inhaltsstrukturen ermöglicht (vgl. ebd.).

Der Ansatz geht davon aus, dass der\*die Rezipient\*in sich seiner\*ihrer Bedürfnisse bewusst ist. Jedoch gibt es dabei das Problem beziehungsweise die Kritik, dass es nicht nur manifeste, sondern auch latente Bedürfnisse gibt (vgl. ebd.: 174). Als Fazit dieses Ansatzes kann ebenso gesagt werden, dass befriedigende Medien(inhalte) immer wieder genutzt werden (vgl. ebd.: 175). Es wird also im Fall von *Game of Thrones* davon ausgegangen, dass die Bedürfnisse der Rezipient\*innen befriedigt werden und die TV-Serie deshalb weiter rezipiert wird (vgl. Abschnitt 7.2.1).

Weiters lehnt sich diese Arbeit an den *dynamisch-transaktionalen Ansatz* von Werner Früh und Klaus Schönbach an, da, wie aus der Beschreibung hervorgeht, dem Problem der latenten Bedürfnisse sowie auch der Kritik der Passivität der Rezipient\*innen entgegen gesteuert werden will. Dieser Ansatz verbindet das klassische *S(timulus)-O(rganismus)-R(eaktion)-Modell* mit dem *Uses-and-Gratification-Ansatz*. Dabei geht es darum, dass Medien und Rezipient\*innen als aktive und passive Teilnehmer\*innen im Kommunikationsprozess gesehen werden müssen (vgl. Bonfadelli 2004a: 184). Aktivität sowie Passivität wird wie folgt beschrieben: „[...] der[\*die] Rezipient[\*in] ist passiv, insofern er[\*sie] nur aus denjenigen Aussagen auswählen kann, die ihm[\*ihr] angeboten werden; passiv ist er[\*sie] auch in seinem[\*ihrem] täglichen, habitualisierten Medienkonsum. Aktiv ist der[\*die] Rezipient[\*in] bezüglich seiner[\*ihrer] Medien- und Aussageselektion.“ (Bonfadelli 2004a: 184f).

Somit stützen sich die folgenden Analysen beziehungsweise deren Interpretationen auf den *Uses-and-Gratification-Ansatz* und den erweiterten Verständnispunkt von Aktivität und Passivität des *dynamisch-transaktionalen Ansatzes*.

## 7.2 Auswertungen

Zuallererst wird für ein besseres Verständnis eine kurze Erklärung der innerhalb des Analyseteils verwendeten Kennzahlen gegeben. Der Modalwert beziehungsweise Modus entspricht der meistgenannten Ausprägung einer Variablen und zählt zu den Lagemaßen (vgl. Kühnel/Krebs 2012:73). Der Chi<sup>2</sup>-Test wurde angewendet, um zu überprüfen, ob zwei Merkmale unabhängig

voneinander sind. Dieser kann sowohl bei nominal-, als auch bei ordinalskalierten Variablen, aber auch zum Testen von Häufigkeiten verwendet werden (vgl. ebd.: 367ff). Wichtig ist dabei, schon im Voraus ein Signifikanzniveau (Irrtumswahrscheinlichkeit) festzulegen. In den gesamten Abschnitten, welche der Bearbeitung von Hypothese 2 dienen, ist dieses  $p=0,05$ . Bei einem signifikanten Ergebnis ( $p \leq 0,05$ ) kann davon ausgegangen werden, dass es einen Zusammenhang der zwei Merkmale gibt. Für die Stärke des Zusammenhangs von Mehrfeldertabellen wurde der Cramer's-V-Wert gewählt. Dieser liegt zwischen 0 (kein Zusammenhang) und 1 (sehr starker Zusammenhang). Als Basis für die Ergebnisdarstellungen und Interpretationen dienten jeweils die gültigen Prozente.

In den nachstehenden Abschnitten folgen die Ergebnisse der Analysen sowie deren Interpretation.

### **7.2.1 Rezipient\*innen versus Nicht-Mehr-Rezipient\*innen**

Zu Beginn des Fragebogens standen zwei Fragen, welche die Selbsteinschätzung des Wissens über *Game of Thrones*, sowie das bisherige Ausmaß der Verfolgung der Serie betrafen. Nur jene Teilnehmer\*innen, die angaben, bereits mindestens fünf Folgen gesehen zu haben, konnten den Rest des Fragebogens ausfüllen. Dies war deshalb notwendig, weil die enthaltenen Fragen sehr spezifisch waren und deshalb ein bestimmtes Grundwissen zur Serie vorhanden sein musste, um diese zu beantworten und um in weiterer Folge sinnvolle Ergebnisse herauslesen zu können.

Passend zur Hypothese „*Es besteht vor allem ein Interesse an sexuellen und gewalttätigen Handlungen in der Serie Game of Thrones.*“ werden im Folgenden einige Detailfragen aus dem Online-Fragebogen herausgegriffen und analysiert beziehungsweise Verbindungen zu soziodemografischen Merkmalen sowie anderen Variablen hergestellt und statistisch auf einen Zusammenhang geprüft.

Konkret geht es darum, ob sexuelle oder gewalttätige Inhalte gewichtige Gründe für das Ansehen der Serie oder auch für das Beenden des Verfolgens der Serie sind. Zur Unterscheidung zwischen Rezipient\*innen und Nicht-Mehr-Rezipient\*innen wurde die Frage „Haben Sie nach fünf Folgen entschieden, die Serie *Game of Thrones* weiterhin anzusehen?“ herangezogen. Diese diente als Filterfrage, um im Weiteren entweder Fragen nach den Aspekten für das Ansehen oder aber für das Nicht-Mehr-Ansehen der Serie anzuzeigen. Die Filterfrage wurde von 817 Personen gültig und von 37 Personen nicht beantwortet (vgl. Tabelle 19). Von den 817 Personen sahen 809 Personen (99,0%) die Serie nach fünf Folgen weiterhin an und nur 8 Personen (1,0%) entschieden sich, dies nicht mehr zu tun (vgl. Tabelle 20). Daran ist bereits zu erkennen, dass die Serie *Game of Thrones* eine große Anziehungskraft ausübt, sobald man sie erst einmal gesehen

hat. *Game of Thrones*-Rezipient\*innen bleiben der Serie demnach schon nach wenigen Folgen treu.

### **7.2.2 Aspekte für das Ansehen der Serie *Game of Thrones***

In diesem Abschnitt werden die erhobenen Gründe für das Ansehen der Serie *Game of Thrones* genauer erläutert und Bezug zur Hypothese „*Es besteht vor allem ein Interesse an sexuellen und gewalttätigen Handlungen in der Serie Game of Thrones.*“ genommen. Basis dafür ist die Frage „Welche der folgenden Aspekte tragen dazu bei, dass Sie sich die Serie *Game of Thrones* ansehen?“, die jedoch nur gestellt wurde, wenn die vorangegangene Filterfrage bejaht worden war. Zur Auswahl stand ein Mehrfachantwortset von insgesamt dreizehn Antwortmöglichkeiten. Die die Hypothese betreffenden Schlüsselvariablen konnten diese nicht bestätigen. Der Aspekt „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ wurde nur von 28,4 Prozent der Befragten als Grund für das Rezipieren der Serie angegeben. Noch weniger wichtig war für die Befragten der Aspekt „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ (17,7%). Auch der Aspekt „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ war nur für 20,3 Prozent von Interesse. Wirklich ausschlaggebend für *Game of Thrones*-Rezipient\*innen waren die Aspekte „Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen“ (87,6%), „unvorhersehbare Ereignisse (z.B. Tod von Hauptfiguren)“ (78,9%), „soziale Machtverhältnisse (z.B. Kampf um den Thron, Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln)“ (68,5%) und „mehrere parallel verlaufende Handlungsstränge“ (66,7%) (vgl. Tabelle 21).

In den nächsten Kapiteln werden die Schlüsselvariablen zur Hypothese mit soziodemografischen Merkmalen korreliert und gegengeprüft, ob Zusammenhänge bestehen.

#### **7.2.2.1 Aspekte nach dem angegebenen Geschlecht**

In diesem Abschnitt wird überprüft, ob das angegebene Geschlecht einen Einfluss auf die Auswahl der Schlüsselkategorien zur Hypothese hat. Christiane Schmerl (2005) geht davon aus, dass Männer und Frauen unterschiedliche Medieninhaltspräferenzen haben, welche nicht ausschließlich aus den durchschnittlichen Bildungsunterschieden kommen (vgl. Schmerl 2005: 295). Beispielsweise sind Röser und Kroll (1995) der Meinung, dass Frauen unter anderem Liebesfilme, Familienserien sowie Talkshows zu allgemeinen menschlichen Problemen und Männer Sportübertragungen, Sexfilme sowie Thriller und Horrorfilme bevorzugen (vgl. Röser/Kroll 1995 zitiert nach Schmerl 2005: 295). Zu berücksichtigen sei hierbei, dass die verschiedenen Programmvorlieben beziehungsweise Mediennutzungen auch abhängig von dem geschlechtsspezifischen Angebot der Massenmedien sind (vgl. Schmerl 2005: 295). Ebenso kann

der Unterschied am Reflex einer geschlechterspezifischen Mediensozialisation liegen, aber auch durch aktives Medienhandeln, das mit bestimmten Erwartungen und Bedürfnissen zusammenhängt, entstehen (vgl. ebd.). Von den 809 Personen (vgl. Tabelle 20), die die Serie nach fünf Folgen weiterhin ansahen, machten 803 eine konkrete Angabe zu Ihrem Geschlecht (vgl. Tabelle 17). Jene Personen, die sich nicht zu ihrem Geschlecht äußerten (6 Personen), wurden von dieser Analyse ausgeschlossen.

Beim Aspekt „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ gab es fast keinen Unterschied zwischen den angegebenen Geschlechtern, er wurde von 28,6 Prozent der angegebenen männlichen und 27,9 Prozent der angegebenen weiblichen Befragten ausgewählt. Bei „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ ist ein großer Unterschied zu bemerken, 28,6 Prozent der Personen, die angaben, männlich zu sein, wählten diesen Aspekt, während es bei den Personen, die angaben, weiblich zu sein, nur 12,6 Prozent waren. Ebenso deutlich ist der Unterschied beim Aspekt „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“. Auch hier sind die Personen, die angaben, männlich zu sein mit 36,1 Prozent deutlich überrepräsentiert gegenüber jenen, die angaben, weiblich zu sein (13,1%). Die Ergebnisse der letzten zwei genannten Schlüsselvariablen unserer Forschung entsprechen den Ergebnissen von Röser und Kroll (1995) sowie Schmerl (2005), wo ebenso herausgefunden wurde, dass Personen, die angeben, männlich zu sein, sexuelle und gewalttätige Serieninhalte bevorzugen. Auch Glenn und Cheri Sparks (2000) kamen zu diesem Ergebnis, dass Leute, die angeben männlich zu sein, lieber gewalttätige Medieninhalte verfolgen (vgl. u.a. Sparks/Sparks 2000: 80; Kunczik/Zipfel 2006: 63).

Der Zusammenhang zwischen dem angegebenen Geschlecht und den die Hypothese betreffenden Gründen für das Ansehen der Serie *Game of Thrones* wurde auch noch mittels Chi<sup>2</sup>-Test und Cramers-V für die Stärke des Zusammenhangs überprüft.

Als erstes wurde der Aspekt „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ herangezogen. Jene acht Personen, die als fehlend aufscheinen, finden sich wieder in der „Nein“ Kategorie der Filterfrage, ob die Serie weiterhin rezipiert wird (vgl. Tabelle 23). Der Chi<sup>2</sup>-Test ergab mit einem Wert von 0,043 und einer asymptotischen Signifikanz von 0,836 keinerlei Zusammenhang zwischen dem angegebenen Geschlecht und dieser Antwortkategorie, was der Vergleich mit den Ergebnissen der Häufigkeitsauswertung bestätigt (vgl. Tabelle 24).

Ein zweiter Schlüsselaspekt, welcher in Hinblick auf einen Zusammenhang mit dem angegebenen Geschlecht betrachtet wurde, war „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“. Auch hier fehlen acht Personen aus bereits weiter oben erwähnten Gründen (vgl.

Tabelle 25). Der Chi<sup>2</sup>-Wert liegt in diesem Fall bei 30,743 mit einer asymptotischen Signifikanz von 0,000 (vgl. Tabelle 26). Dies bedeutet, dass ein statistischer Zusammenhang zwischen der Variable „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ und dem angegebenen Geschlecht vorhanden ist. Der Cramer-V von 0,196 weist diesen als mittelstark aus (vgl. Tabelle 27). Dadurch bestätigt sich der bereits aus den Häufigkeiten erkennbare Zusammenhang, dass jene Befragten, die angaben, männlich zu sein, deutlich öfter diesen Aspekt als Grund für das Rezipieren von *Game of Thrones* wählten, als Personen, die angaben, weiblich zu sein (vgl. Tabelle 22).

Auch der letzte für die Hypothese wichtige Aspekt, „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ wurde mit dem angegebenen Geschlecht korreliert. Wie bei den beiden anderen Aspekten fehlen auch hier acht Personen aufgrund der Filterfrage (vgl. Tabelle 28). Der Chi<sup>2</sup>-Test ergab einen Wert von 56,347 mit einer asymptotischen Signifikanz von 0,000, was einen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen bedeutet (vgl. Tabelle 29). Dessen Stärke kann aufgrund des Cramer-V von 0,265 als mittel eingestuft werden (vgl.

Tabelle 30), was beim Vergleich der Häufigkeiten der angegebenen Geschlechter schon erkenntlich war. Hier gibt es anteilmäßig dreimal so viele Personen mit männlicher Geschlechtsangabe, die diesen Aspekt wählten, als Personen mit weiblicher Geschlechtsangabe (vgl. Tabelle 22).

### **7.2.2.2 Aspekte nach dem angegebenen Alter**

Dieser Abschnitt widmet sich dem statistischen Zusammenhang zwischen den drei Schlüsselvariablen und dem angegebenen Alter, welches wie bereits weiter oben erwähnt in fünf Gruppen eingeteilt wurde (vgl. Abschnitt 5.1). Das Alter von Menschen ist in der empirischen Sozialforschung ein wichtiger Indikator für das soziale Verhalten beziehungsweise auch für das Medienverhalten sowie deren Mediennutzung und -präferenzen (vgl. Kübler 2005: 17). Zu berücksichtigen sei hier, dass das Alter der Rezipient\*innen beispielsweise eine wichtige Rolle bei der unterschiedlicher Wahrnehmung und Einstufung von Gewalt spielt (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 23). Anzumerken ist auch, dass das genannte biologische Alter immer weniger mit dem sozialen Alter übereinstimmt (vgl. Kübler 2005: 17). Von den 809 Personen (vgl. Tabelle 20), welche die Frage, ob sie sich die Serie nach fünf Folgen weiterhin ansahen, mit „ja“ beantwortet haben, machten 804 auch eine Angabe zu ihrem Alter. Nur diese wurden bei den folgenden Auswertungen berücksichtigt.

Bei Betrachtung der Häufigkeiten der drei Schlüsselkategorien „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“, „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ und „Szenen, in denen

Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ pro Altersgruppe lässt sich ein mit dem Alter abnehmendes Interesse für die jeweiligen Aspekte erkennen. Bei „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ ist das Interesse bei den bis 19jährigen mit 33,8% und den 20 bis 29jährigen mit 33,5 Prozent noch stabil, während es ab der Gruppe der 30 bis 39jährigen (17,6%) bis hin zur Gruppe der über 50jährigen (3,6%) stark abnimmt. Ähnlich verhält es sich beim Aspekt „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“, wo die ersten beiden Altersgruppen wiederum stabil sind (bis 19 Jahre: 19,5%; 20-29 Jahre: 20,9%) und dann das Interesse bis zu 0 Prozent bei den über 50jährigen abfällt. Beim Aspekt „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ hingegen fällt das Interesse bereits ab der zweiten Altersgruppe (20 bis 29 Jahre) ab, sodass in dieser nur mehr ein Interesse von 22,4 Prozent vorherrscht, während die erste Altersgruppe der bis 19jährigen diesen Grund noch zu 32,5 Prozent wählte (vgl. Tabelle 31). Sexuelle und gewalttätige Inhalte sind demzufolge für das jüngere Publikum weitaus häufiger ein Grund, *Game of Thrones* anzusehen, als für das ältere Publikum.

Betrachtet man den Chi<sup>2</sup>-Wert von 30,390 und dessen asymptotische Signifikanz von 0,000, kann ein statistischer Zusammenhang zwischen der Variable „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ und dem Alter in Gruppen (vgl. Tabelle 32) festgestellt werden. Dieser Zusammenhang wird aufgrund des Cramer-V von 0,194 als mittelstark eingestuft (vgl. Tabelle 33).

Die Korrelation von „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ mit dem angegebenen Alter in Gruppen ergibt einen Chi<sup>2</sup>-Wert von 16,744 und eine asymptotische Signifikanz von 0,002 (vgl. Tabelle 34). Der dadurch bestätigte statistische Zusammenhang kann durch den Cramer-V von 0,144 als schwach bis mittelstark angegeben werden (vgl. Tabelle 35).

Die Variablen „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ und das Alter in Gruppen ergeben einen Chi<sup>2</sup>-Wert von 24,040 bei einer asymptotischen Signifikanz von 0,000 (vgl. Tabelle 36). Auch hier kann ein statistischer Zusammenhang nachgewiesen werden, welcher gemäß einem Cramer-V von 0,173 schwach bis mittelstark ausfällt (vgl. Tabelle 37).

Alle drei Variablen weisen in Korrelation mit dem angegebenen Alter in Gruppen einen statistischen Zusammenhang auf, welcher auch bereits bei der Analyse der jeweiligen Häufigkeiten zu erkennen war.

### **7.2.2.3 Aspekte nach dem angegebenen höchsten Bildungsabschluss**

In diesem Abschnitt wird der angegebene höchste Bildungsabschluss in Verbindung mit den drei Schlüsselaspekten gebracht. Da einige Gruppen der Bildungsabschlüsse eine zu niedrige Anzahl

an Befragten enthielten, mussten diese für die folgenden Analysen ausgeschlossen werden. Somit konnten nur „Lehre“ (120 Befragte), „AHS/BHS (Matura/Abitur)“ (342 Befragte) und „Hochschulabschluss“ (272 Befragte), also insgesamt 734 Befragte berücksichtigt werden, von denen allerdings 7 Personen wegfallen, die die Filterfrage nach dem Weitersehen der Serie mit „Nein“ beantwortet haben (vgl. Tabelle 18).

Betrachtet man die Häufigkeiten in Tabelle 38, lässt sich herauslesen, dass beim Aspekt „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ das Interesse je höherer Bildung zunimmt. So wählten nur 14,2 Prozent der Personen, die angaben, einen Lehrabschluss zu haben, diesen Grund aus, während es bei jenen, die angaben, einen Hochschulabschluss zu haben, immerhin 33,5 Prozent waren. Ähnlich verhält es sich auch beim Aspekt „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“. Hier gaben nur 10,8 Prozent der Personen mit Lehrabschluss an, dass dies ein Grund für das Rezipieren der Serie ist, während es bei jenen mit AHS/BHS Abschluss 20,5 Prozent und bei den Hochschulabgänger\*innen 19,5 Prozent waren. Beim Aspekt „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ gibt es hingegen keine so großen Unterschiede, die Schwankungsbreite reicht von 17,3 Prozent (Hochschulabschluss) bis 23,2 Prozent (AHS/BHS). Auffällig ist, dass bei höherer Bildung sexuelle Serieninhalte eher als Grund dienen, *Game of Thrones* zu rezipieren, als bei niedrigerer Bildung.

Der statistische Zusammenhang zwischen dem angegebenen höchsten Bildungsabschluss und dem Aspekt „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ kann mit einem Chi<sup>2</sup>-Wert von 16,199 und einer asymptotischen Signifikanz von 0,000 bestätigt werden (vgl. Tabelle 39). Gemäß Cramer-V 0,149 ist dieser statistische Zusammenhang schwach bis mittelstark (vgl. Tabelle 40).

Der Chi<sup>2</sup>-Wert für die Korrelation zwischen dem Aspekt „Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ und dem angegebenen höchsten Bildungsabschluss beträgt 5,783 bei einer asymptotischen Signifikanz von 0,055 (vgl. Tabelle 41). Somit kann kein statistisch signifikanter Zusammenhang festgestellt werden.

Bezüglich des Aspekts „Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)“ in Korrelation mit dem angegebenen höchsten Bildungsabschluss wurden ein Chi<sup>2</sup>-Wert von 3,513 und eine asymptotische Signifikanz von 0,173 berechnet (vgl. Tabelle 42). Aufgrund dieser Ergebnisse kann kein statistischer Zusammenhang nachgewiesen werden.

Obwohl bei der Betrachtung der Häufigkeiten ein Zusammenhang zwischen dem höchsten Bildungsabschluss und den Aspekten „(sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren“ und

„Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit“ zu erkennen war, konnte dieser statistisch signifikant nur bei ersterem bestätigt werden.

### 7.2.3 Mögliche Gründe und Theorien für das Rezipieren

Bezüglich der Nutzung von Fernsehgewalt kann gesagt werden, dass dahinter verschiedene Motive stehen. Dies ist das Resultat qualitativer Studien, welche auf Gruppengesprächen und Tiefeninterviews mit Jugendlichen basieren. Die Gründe sind, wie sich auch in unserer Studie gezeigt hat, sehr individuell und zum Beispiel alters- und/oder geschlechtsspezifisch (vgl. u.a. Bonfadelli 2004b: 265; Abschnitte 7.2.2.1 und 7.2.2.2). Es werden bei Bonfadelli (2004b) kognitive, affektive sowie soziale Motive genannt, wobei zu beachten ist, dass oft mehrere Motivationen mit unterschiedlicher Gewichtung eine Rolle spielen. Beispielsweise wird Fernsehgewalt als Kompensation und Flucht rezipiert, was bedeutet, dass das Rezipieren als Ablenkung sowie als Abreaktion dient (vgl. Bonfadelli 2004b: 265). Weiters wird Identifikation genannt, da Fernsehgewalt auch den Anreiz geben kann, wichtige Identitätsthemen zu bearbeiten (vgl. Mikos 1995: 175ff zitiert nach Bonfadelli 2004b: 265f). Ebenso erlaubt das Ansehen von gewalttätigen Serieninhalten eine Beschäftigung mit ängstigen Szenen in einer sicheren Situation, was auch mit Lust verbunden ist (vgl. Grimm 1992/1993; Rogge 1995 zitiert nach Bonfadelli 2004b: 266). Jugendliche gaben außerdem an, gewalttätige Serieninhalte auch wegen Langeweile, sprich aufgrund des Fehlens von Spannung und Abenteuer im Alltag beziehungsweise wegen mangelnden Möglichkeiten von Eigenaktivität, zu rezipieren (vgl. Bonfadelli 2004b: 266). Des Weiteren werden solche Inhalte auch zwecks Gruppenzugehörigkeit angesehen (vgl. Vogelgesang 1991 zitiert nach Bonfadelli 2004b: 266) oder im Zuge von jugendkulturellem Freizeitverhalten, welches als Protest und Abgrenzung gegenüber Erwachsenen dient (vgl. Rogge 1995 zitiert nach Bonfadelli 2004b: 266). Natürlich gibt es auch schlichtweg den Grund der Neugierde, da sich (nicht nur) Jugendliche über tabuisierte Bereiche wie Sexualität „informieren“ möchten (vgl. Bonfadelli 2004b: 266). Wie man erkennen kann, können einige der Motivationen auch auf die Nutzung von sexuellen Serieninhalten zutreffen und nicht nur auf die Nutzung von gewalttätigen. Bei diesen Analysen waren zwar Jugendliche im Zentrum, jedoch können einige Motivationen zur Rezeption von gewalttätigen und sexuellen Serieninhalten auch auf Erwachsene zutreffen.

Zusätzlich dazu gibt es noch weitere Gründe für die Nutzung beziehungsweise Rezeption von gewalttätigen und sexuellen Serieninhalten. So denken beispielsweise Autoren, welche anthropologisch orientiert sind, dass die Gewaltdarstellung eine *ästhetische Funktion* hat. Sie sind der Meinung, dass gewalttätige Szenen als angenehme Sinneseindrücke wahrgenommen

werden (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 61). Darüber hinaus existiert noch die *Ästhetische Theorie der Zerstörung*, welche besagt, dass Handlungen der Zerstörung ein ästhetisches Vergnügen bei den Rezipient\*innen auslösen sollen. Beides ist jedoch empirisch nicht nachweisbar (vgl. ebd.). Eine weitere Begründung liefert der *evolutionstheoretische Ansatz*, welcher besagt, dass der Reiz des Ungewöhnlichen und Neuen für die Attraktivität von Mediengewalt verantwortlich ist (vgl. ebd.: 63). Ergänzend dazu sehen Werner Wirth und Werner Früh (1996) im Voyeurismus ein Zuschauer\*innenmotiv (vgl. Wirth/Früh 1996 zitiert nach Kunczik/Zipfel 2006: 63). Clark McCauley (1998) ist der Meinung, dass die Verletzung in Kombination mit Gewaltdarstellungen deshalb so eine Faszination auf die Rezipient\*innen ausübt, da diese für gewöhnlich nicht im Alltagsleben zu beobachten ist (vgl. McCauley 1998 zitiert nach Kunczik/Zipfel 2006: 63). Eine weitere Annahme besagt, dass gewalttätiges Verhalten in der Entwicklung der Menschheit einen wichtigen Anpassungs- und Durchsetzungsmechanismus darstellt (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 63). Diese evolutionstheoretischen Begründungen lassen sich ohne weiteres auch auf sexuelle Serieninhalte übertragen.

Die *Mood-Management-Theorie* von Dolf Zillmann liefert ebenso eine Erklärung für das Ansehen von sexuellen oder gewalttätigen Serieninhalten. Sie besagt, dass die Medieninhalte zur Stimmungsregulierung genutzt werden (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 64). Demnach könnten sexuelle oder gewalttätige Serieninhalte zum Beispiel aus Langeweile oder Stress konsumiert werden. Dies wurde jedoch in der vorliegenden Arbeit nicht analysiert und kann deshalb nur vermutet werden.

Eine Erweiterung zur *Mood-Management-Theorie* ist die *Excitation-Transfer-Theorie*, ebenfalls von Dolf Zillmann entwickelt. Diese besagt: „*Ein Zustand erhöhter Erregung, der aus furchteinflößenden Medieninhalten resultiert, kann dazu führen, dass auch die Erleichterung über einen guten Ausgang der angstausslösenden Handlung intensiver wahrgenommen wird. [...] Auf diese Weise können auch Inhalte, die zunächst negative Stimmung hervorrufen, letztlich ein positives affektives Erlebnis vermitteln, ja die zunächst negative Erfahrung ist sogar eine Voraussetzung für die letztlich erzielte Gratifikation durch den Konsum violenter Inhalte.*“ (Kunczik/Zipfel 2006: 64). Kunczik und Zipfel (2006) sind der Meinung, dass Serieninhalte ohne Sex und/oder Gewalt langweilig sind, da Sex und Gewalt starke Erregung bewirken können (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 65). Je realistischer die Darstellung ist, desto größer ist die Erregung (vgl. ebd.). Dies könnte ein Grund sein, warum *Game of Thrones* als TV-Serie generell sehr beliebt ist, da in dieser Serie sexuelle und gewalttätige Szenen realistisch „nachgespielt“ werden.

## 7.2.4 Weiterführende Analysen

Im Folgenden Abschnitt werden noch weitere, nicht direkt die Hypothese betreffende Aspekte untersucht, um ein noch umfassenderes Bild der Umfrage geben zu können.

### 7.2.4.1 Aspekte für das Nicht-Mehr-Ansehen der Serie *Game of Thrones*

Alle Befragten, die die Filterfrage „Haben Sie nach fünf Folgen entschieden, die Serie *Game of Thrones* weiterhin anzusehen?“ mit „Nein“ beantwortet haben, bekamen die Folgefrage „Was trägt dazu bei, dass Sie sich die Serie *Game of Thrones* nicht mehr ansehen?“, die als Mehrfachantwortset mit insgesamt elf Antwortmöglichkeiten gestellt war.

Da jene Aspekte, die sexuelle und/oder gewalttätige Handlungen beinhalten, in Abschnitt 7.2.2 eher als Nebengründe für das Rezipieren der Serie ausgewiesen wurden, könnte man annehmen, dass diese Themen ausschlaggebend für das Nicht-Mehr-Ansehen der Serie sind. Dies konnte aber nicht nachgewiesen werden, da die Gesamtanzahl der Nicht-Mehr-Rezipient\*innen (acht Befragte, vgl. Tabelle 20) und somit auch die Anzahl der Befragten in der jeweiligen Kategorie viel zu klein waren (vgl. Tabelle 43), um weitere Analysen vorzunehmen.

### 7.2.4.2 Rezipient\*innen-Meinungen für die Gründe der Beliebtheit der Serie

In diesem Abschnitt werden die Rezipient\*innen-Meinungen für die Gründe der Beliebtheit der Serie behandelt. Als Basis für die folgende Analyse diente die offen gestellte Frage „Warum denken Sie, ist die Serie *Game of Thrones* so beliebt?“. Die Aussagen der Befragten wurden im Zuge der Forschung und zur Erleichterung der Auswertungen in 20 Kategorien eingeordnet. Für Hypothese 2 sind „Gewalt/Kampf“ und „Sex/Erotik/Körperliches“ relevant.

Eine Häufigkeitsauszählung der 20 Kategorien ergab, dass 8,9 Prozent der Befragten der Meinung sind, dass die Kategorie „Gewalt/Kampf“ ausschlaggebend für die Beliebtheit der Serie ist. „Sex/Erotik/Körperliches“ war in den Aussagen von 12,9 Prozent der Befragten enthalten. Beide Kategorien scheinen nicht der Hauptgrund für das Rezipieren der Serie zu sein. Die meisten Rezipient\*innen sind der Meinung, dass „Story/Handlung“ (19,0%), „Unvorhersehbares“ (18,5%) sowie „Figuren“ (18,3%) zur Beliebtheit der Serie *Game of Thrones* beitragen (vgl. Tabelle 44). Diese Themen überlappen sich zumindest teilweise mit jenen, die bereits als Begründung für das eigene Rezipieren der Befragten genannt worden sind (vgl. Abschnitt 7.2.2).

## 7.A Literaturverzeichnis

- Bonfadelli, Heinz (2004a): *Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen*. 3. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Bonfadelli, Heinz (2004b): *Medienwirkungsforschung 2. Anwendungen*. 2. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Früh, Hannah; Brosius, Hans-Bernd (2008): *Gewalt in den Medien*. In: Batinic, Bernad; Appel, Markus (Hg.) (2008): *Medienpsychologie*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag. 177-193.
- Giddens, Anthony (1999): *Soziologie*. 2.Auflage. Graz/Wien: Nausner & Nausner.
- Grimm, Jürgen (1992): *Lust an der Angst. Grenzerfahrungen der Unterhaltung*. Bertelsmann Briefe. Heft 128. 58-61.
- Grimm, Jürgen (1993): *Der kultivierte Schrecken? Erlebniswelten von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments*. Publizistik 38 (2). 206-217.
- Hugger, Paul; Stadler, Ulrich (Hg.) (1995): *Gewalt. Kulturelle Formen in Geschichte und Gegenwart*. Zürich: Unionsverlag.
- Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid (2006): *Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch*. Köln: Böhlau Verlag.
- Kübler, Hans-Dieter (2005): *Alter und Medien*. In: Hüther, Jürgen; Schorb, Bernd (Hg.) (2005): *Grundbegriffe Medienpädagogik*. 4. Auflage. München: Kopaed. 17-23.
- Kühnel, Steffen; Krebs, Dagmar (2012): *Statistik für die Sozialwissenschaften*. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Lautmann, Rüdiger (2002): *Soziologie der Sexualität - Erotischer Körper, intimes Handeln und Sexualkultur*. Weinheim/München: Juventa Verlag.
- McCauley, Clark (1998): *When screen violence is not attractive*. In: Goldstein, Jeffrey H. (1998): *Why we watch. The attractions of violent entertainment*. New York / Oxford: Oxford University Press. 144-162.
- Merten, Klaus (1999): *Gewalt durch Gewalt im Fernsehen?* Opladen / Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Mikos, Lothar (1995): *Zur Faszination von Action- und Horrorfilmen*. In: Friedrichsen, Mike; Vowe, Gerhard (Hg.) (1995): *Gewaltdarstellungen in den Medien. Theorien, Fakten und Analysen*. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 166-193.

- Rauchfleisch, Udo (1992): *Allgegenwart von Gewalt*. 2. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Rogge, Jan-Uwe (1995): *Vom Gebrauch des Videohorrors: Stil, Körpererfahrung, Angst-Lust und Leiden*. In: Amman, Daniel; Doelker, Christian (Hg.) (1995): *Tatort Brutalo. Gewaltdarstellungen und ihr Publikum*. Zürich: Pestalozzianum. 114-152.
- Röser, Jutta; Kroll, Claudia (1995): *Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen*. Düsseldorf: Ministerium für die Gleichstellung von Frau und Mann des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Schmerl, Christiane (2005): *Medienrezeption und Geschlecht*. In: Hüther, Jürgen; Schorb, Bernd (Hg.) (2005): *Grundbegriffe Medienpädagogik*. 4. Auflage. München: Kopaed. 294-298.
- Schorb, Bernd; Theunert, Helga (1982): *Gewalt im Fernsehen: In welcher Form tritt sie auf? Wie gehen Jugendliche damit um?* In: *Medien und Erziehung*, Heft 6. 322-331.
- Sparks, Glenn; Sparks, Cheri (2000): *Violence, mayhem, and horror*. In: Zillmann, Dolf; Vorderer, Peter (2000): *Media entertainment. The psychology of its appeal*. London: Routledge. 73-91.
- Theunert, Helga (2005): *Gewalt*. In: Hüther, Jürgen; Schorb, Bernd (Hg.) (2005): *Grundbegriffe Medienpädagogik*. 4. Auflage. München: Kopaed. 137-144.
- Vogelgesang, Waldemar (1991): *Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Kultur*. Opladen.VS: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wirth, Werner; Früh, Werner (1996): *Sich ergötzen an der Not anderer: Voyeurismus als Zuschauermotiv*. In: Schorb, Bernd; Stieler, Hans-Jörg (Hg.) (1996): *Medienlust – Medienlast. Was bringt die Rezipientenforschung den Rezipienten?* München: Kopaed. 31-68.

## 7.C Anhang

### 7.C.1 Soziodemografische Merkmale

#### 7.C.1.1 Geschlecht

Tabelle 17: Geschlecht Häufigkeiten

Geschlecht		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	keine Angabe	6	,7	,7	,7
	männlich	257	30,1	31,5	32,2
	weiblich	554	64,9	67,8	100,0
	Gesamt	817	95,7	100,0	
Fehlend	System	37	4,3		
Gesamt		854	100,0		

Quelle: Eigene Erhebung 2015

#### 7.C.1.2 Höchster Bildungsabschluss

Tabelle 18: Höchster Bildungsabschluss Häufigkeiten

Bildungsabschluss		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	keine Angabe	15	1,8	1,8	1,8
	Sonstiges	23	2,7	2,8	4,7
	Pflichtschule	30	3,5	3,7	8,3
	Lehre	120	14,1	14,7	23,0
	BMS	15	1,8	1,8	24,8
	AHS/BHS (Matura/Abitur)	342	40,0	41,9	66,7
	Hochschulabschluss	272	31,9	33,3	100,0
	Gesamt	817	95,7	100,0	
Fehlend	System	37	4,3		
Gesamt		854	100,0		

Quelle: Eigene Erhebung 2015

### 7.C.2 Auswertung für das weitere Ansehen/Nicht-Mehr-Ansehen der Serie

Tabelle 19: Ansehen/Nicht-Mehr-Ansehen Statistiken

Statistiken Serie weiterhin ansehen ja/nein		
N	Gültig	817
	Fehlend	37
	Gesamt	854

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 20: Ansehen/Nicht-Mehr-Ansehen Häufigkeiten

Serie weiterhin ansehen ja/nein					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	<b>809</b>	94,7	<b>99,0</b>	99,0
	nein	<b>8</b>	,9	<b>1,0</b>	100,0
	Gesamt	817	95,7	100,0	
Fehlend	System	37	4,3		
Gesamt		854	100,0		

Quelle: Eigene Erhebung 2015

### 7.C.2.1 Auswertung der Gründe für das Ansehen der Serie

Tabelle 21: Aspekte für das Ansehen Häufigkeiten

Aspekte für das Ansehen der Serie	ausgewählt		nicht gewählt	
	Anzahl	Anzahl der Tabellen (%)	Anzahl	Anzahl der Tabellen (%)
	Aspekte ansehen: soziale Machtverhältnisse (z.B. Kampf um den Thron, Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln)	554	<b>68,5%</b>	255
Aspekte ansehen: (sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren	230	<b>28,4%</b>	579	71,6%
Aspekte ansehen: Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit	143	<b>17,7%</b>	666	82,3%
Aspekte ansehen: Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen	709	<b>87,6%</b>	100	12,4%
Aspekte ansehen: sprachliche Ausdrucksweise bzw. fiktive Sprachen (z.B. Dothraki)	241	29,8%	568	70,2%
Aspekte ansehen: Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)	164	<b>20,3%</b>	645	79,7%
Aspekte ansehen: unvorhersehbare Ereignisse (z.B. Tod von Hauptfiguren)	638	<b>78,9%</b>	171	21,1%
Aspekte ansehen: Bewunderung einer Figur	332	41,0%	477	59,0%
Aspekte ansehen: Gefallen an Kulisse / Drehort	476	58,8%	333	41,2%
Aspekte ansehen: mehrere parallel verlaufende Handlungsstränge	540	<b>66,7%</b>	269	33,3%
Aspekte ansehen: Neugierde (z.B. durch "Cliffhanger")	462	57,1%	347	42,9%
Aspekte ansehen: Sonstiges	49	6,1%	760	93,9%
Aspekte ansehen: keine Angabe	3	0,4%	806	99,6%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

#### 7.C.2.1.1 Auswertung der Gründe nach angegebenem Geschlecht

Tabelle 22: Aspekte für das Ansehen der Serie nach angegebenem Geschlecht

Aspekte für das Ansehen der Serie aufgeteilt nach dem angegebenen Geschlecht	Geschlecht			
	männlich ausgewählt		weiblich ausgewählt	
	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)
Aspekte ansehen: soziale Machtverhältnisse (z.B. Kampf um den Thron, Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln)	202	79,2%	347	63,3%
Aspekte ansehen: (sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren	73	<b>28,6%</b>	153	<b>27,9%</b>
Aspekte ansehen: Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit	73	<b>28,6%</b>	69	<b>12,6%</b>
Aspekte ansehen: Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen	226	88,6%	478	87,2%
Aspekte ansehen: sprachliche Ausdrucksweise bzw. fiktive Sprachen (z.B. Dothraki)	63	24,7%	177	32,3%
Aspekte ansehen: Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)	92	<b>36,1%</b>	72	<b>13,1%</b>

Aspekte ansehen: unvorhersehbare Ereignisse (z.B. Tod von Hauptfiguren)	211	82,7%	423	77,2%
Aspekte ansehen: Bewunderung einer Figur	101	39,6%	229	41,8%
Aspekte ansehen: Gefallen an Kulisse / Drehort	146	57,3%	328	59,9%
Aspekte ansehen: mehrere parallel verlaufende Handlungsstränge	163	63,9%	374	68,2%
Aspekte ansehen: Neugierde (z.B. durch "Cliffhanger")	129	50,6%	329	60,0%
Aspekte ansehen: Sonstiges	18	7,1%	28	5,1%
Aspekte ansehen: keine Angabe	1	0,4%	2	0,4%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 23: Liebesbeziehungen nach angegebenem Geschlecht: Verarbeitete Fälle

Verarbeitete Fälle						
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Geschlecht * Aspekte ansehen: (sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren	<b>803</b>	99,0%	<b>8</b>	1,0%	811	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 24: Liebesbeziehungen nach angegebenem Geschlecht: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>,043<sup>a</sup></b>	1	<b>,836</b>		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	,015	1	,902		
Likelihood-Quotient	,043	1	,836		
Exakter Test nach Fisher				,866	,449
Zusammenhang linear-mit-linear	,043	1	,836		
Anzahl der gültigen Fälle	803				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 71,77.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 25: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Geschlecht: Verarbeitete Fälle

Verarbeitete Fälle						
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Geschlecht * Aspekte ansehen: Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit	803	99,0%	<b>8</b>	1,0%	811	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 26: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Geschlecht: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>30,743<sup>a</sup></b>	1	<b>,000</b>		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	29,651	1	,000		
Likelihood-Quotient	29,039	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	30,705	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	803				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 45,09.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 27: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Geschlecht: Symmetrische Maße

Symmetrische Maße		Wert	Asymptotischer Standardfehler <sup>a</sup>	Näherungsweise T <sup>b</sup>	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl.	Phi	-,196			,000
Nominalmaß	Cramer-V	<b>,196</b>			,000
Intervall- bzgl.	Pearson-R	-,196	,037	-5,647	,000 <sup>c</sup>
Intervallmaß					
Ordinal- bzgl.	Korrelation nach Spearman	-,196	,037	-5,647	,000 <sup>c</sup>
Ordinalmaß					
Anzahl der gültigen Fälle		803			

- a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.  
 b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.  
 c. Basierend auf normaler Näherung

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 28: Gewalt nach angegebenem Geschlecht: Verarbeitete Fälle

Verarbeitete Fälle	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Geschlecht * Aspekte ansehen: Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)	803	99,0%	8	1,0%	811	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 29: Gewalt nach angegebenem Geschlecht: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>56,347<sup>a</sup></b>	1	<b>,000</b>		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	54,944	1	,000		
Likelihood-Quotient	53,151	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	56,277	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	803				

- a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 52,08.  
 b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 30: Gewalt nach angegebenem Geschlecht: Symmetrische Maße

Symmetrische Maße		Wert	Asymptotischer Standardfehler <sup>a</sup>	Näherungsweise T <sup>b</sup>	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl.	Phi	-,265			,000
Nominalmaß	Cramer-V	<b>,265</b>			,000
Intervall- bzgl.	Pearson-R	-,265	,037	-7,775	,000 <sup>c</sup>
Intervallmaß					
Ordinal- bzgl.	Korrelation nach Spearman	-,265	,037	-7,775	,000 <sup>c</sup>
Ordinalmaß					
Anzahl der gültigen Fälle		803			

- a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.  
 b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.  
 c. Basierend auf normaler Näherung

Quelle: Eigene Erhebung 2015

### 7.C.2.1.2 Auswertung der Gründe nach angegebenem Alter

Tabelle 31: Aspekte für das Ansehen der Serie nach Alter

Aspekte für das Ansehen der Serie aufgeteilt nach dem angegebenen Alter	Alter in Gruppen									
	bis 19 Jahre ausgewählt		20 bis 29 Jahre ausgewählt		30 bis 39 Jahre ausgewählt		40 bis 49 Jahre ausgewählt		ab 50 Jahre ausgewählt	
	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)
Aspekte ansehen: soziale Machtverhältnisse (z.B. Kampf um den Thron, Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln)	54	70,1%	354	69,7%	99	72,8%	29	52,7%	15	53,6%
Aspekte ansehen: (sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren	26	<b>33,8%</b>	170	<b>33,5%</b>	24	<b>17,6%</b>	7	<b>12,7%</b>	1	<b>3,6%</b>
Aspekte ansehen: Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit	15	<b>19,5%</b>	106	<b>20,9%</b>	15	<b>11,0%</b>	5	<b>9,1%</b>	0	<b>0,0%</b>
Aspekte ansehen: Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen	71	92,2%	449	88,4%	117	86,0%	49	89,1%	19	67,9%
Aspekte ansehen: sprachliche Ausdrucksweise bzw. fiktive Sprachen (z.B. Dothraki)	30	39,0%	157	30,9%	36	26,5%	12	21,8%	6	21,4%
Aspekte ansehen: Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)	25	<b>32,5%</b>	114	<b>22,4%</b>	20	<b>14,7%</b>	4	<b>7,3%</b>	0	<b>0,0%</b>
Aspekte ansehen: unvorhersehbare Ereignisse (z.B. Tod von Hauptfiguren)	62	80,5%	414	81,5%	108	79,4%	34	61,8%	17	60,7%
Aspekte ansehen: Bewunderung einer Figur	47	61,0%	212	41,7%	44	32,4%	21	38,2%	7	25,0%
Aspekte ansehen: Gefallen an Kulisse / Drehort	45	58,4%	294	57,9%	81	59,6%	35	63,6%	20	71,4%
Aspekte ansehen: mehrere parallel verlaufende Handlungsstränge	53	68,8%	343	67,5%	90	66,2%	33	60,0%	18	64,3%
Aspekte ansehen: Neugierde (z.B. durch „Cliffhanger“)	49	63,6%	322	63,4%	62	45,6%	20	36,4%	8	28,6%
Aspekte ansehen: Sonstiges	2	2,6%	40	7,9%	5	3,7%	1	1,8%	0	0,0%
Aspekte ansehen: keine Angabe	1	1,3%	0	0,0%	1	0,7%	1	1,8%	0	0,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 32: Liebesbeziehungen nach angegebenem Alter: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>30,390<sup>a</sup></b>	4	<b>,000</b>
Likelihood-Quotient	35,452	4	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	26,149	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	804		

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 7,94.

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 33: Liebesbeziehungen nach angegebenem Alter: Symmetrische Maße

Symmetrische Maße		Wert	Asymptotischer Standardfehler <sup>a</sup>	Näherungsweise T <sup>b</sup>	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,194			,000
	Cramer-V	<b>,194</b>			,000
Intervall- bzgl. Intervallmaß	Pearson-R	-,180	,027	-5,196	,000 <sup>c</sup>
Ordinal- bzgl. Ordinalmaß	Korrelation nach Spearman	-,175	,031	-5,037	,000 <sup>c</sup>
Anzahl der gültigen Fälle		804			

- a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.  
 b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.  
 c. Basierend auf normaler Näherung

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 34: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Alter: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>16,744<sup>a</sup></b>	4	<b>,002</b>
Likelihood-Quotient	22,360	4	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	13,476	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle		804	

- a. 1 Zellen (10,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,91.

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 35: Sexuelle Handlungen nach angegebenem Alter: Symmetrische Maße

Symmetrische Maße		Wert	Asymptotischer Standardfehler <sup>a</sup>	Näherungsweise T <sup>b</sup>	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,144			,002
	Cramer-V	<b>,144</b>			,002
Intervall- bzgl. Intervallmaß	Pearson-R	-,130	,026	-3,700	,000 <sup>c</sup>
Ordinal- bzgl. Ordinalmaß	Korrelation nach Spearman	-,122	,030	-3,493	,001 <sup>c</sup>
Anzahl der gültigen Fälle		804			

- a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.  
 b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.  
 c. Basierend auf normaler Näherung

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 36: Gewalt nach angegebenem Alter: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>24,040<sup>a</sup></b>	4	<b>,000</b>
Likelihood-Quotient	30,435	4	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	23,804	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle		804	

- a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 5,68.

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 37: Gewalt nach angegebenem Alter: Symmetrische Maße

Symmetrische Maße		Wert	Asymptotischer Standardfehler <sup>a</sup>	Näherungsweise T <sup>b</sup>	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,173			,000
	Cramer-V	<b>,173</b>			,000
Intervall- bzgl. Intervallmaß	Pearson-R	-,172	,026	-4,950	,000 <sup>c</sup>
Ordinal- bzgl. Ordinalmaß	Korrelation nach Spearman	-,167	,031	-4,790	,000 <sup>c</sup>
Anzahl der gültigen Fälle		804			

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

c. Basierend auf normaler Näherung

Quelle: Eigene Erhebung 2015

### 7.C.2.1.3 Auswertung der Gründe nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss

Tabelle 38: Aspekte für das Ansehen der Serie nach Bildung

Aspekte für das Ansehen der Serie aufgeteilt nach dem angegebenen Bildungsabschluss	Bildungsabschluss					
	Lehre ausgewählt		AHS/BHS (Matura/Abitur) ausgewählt		Hochschulabschluss ausgewählt	
	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)
Aspekte ansehen: soziale Machtverhältnisse (z.B. Kampf um den Thron, Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln)	71	59,2%	244	71,6%	189	71,1%
Aspekte ansehen: (sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren	17	<b>14,2%</b>	107	<b>31,4%</b>	89	<b>33,5%</b>
Aspekte ansehen: Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit	13	<b>10,8%</b>	70	<b>20,5%</b>	52	<b>19,5%</b>
Aspekte ansehen: Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen	105	87,5%	306	89,7%	231	86,8%
Aspekte ansehen: sprachliche Ausdrucksweise bzw. fiktive Sprachen (z.B. Dothraki)	35	29,2%	103	30,2%	77	28,9%
Aspekte ansehen: Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)	22	<b>18,3%</b>	79	<b>23,2%</b>	46	<b>17,3%</b>
Aspekte ansehen: unvorhersehbare Ereignisse (z.B. Tod von Hauptfiguren)	91	75,8%	274	80,4%	206	77,4%
Aspekte ansehen: Bewunderung einer Figur	43	35,8%	154	45,2%	101	38,0%
Aspekte ansehen: Gefallen an Kulisse / Drehort	66	55,0%	195	57,2%	166	62,4%
Aspekte ansehen: mehrere parallel verlaufende Handlungsstränge	64	53,3%	227	66,6%	193	72,6%
Aspekte ansehen: Neugierde (z.B. durch "Cliffhanger")	38	31,7%	226	66,3%	157	59,0%
Aspekte ansehen: Sonstiges	4	3,3%	27	7,9%	15	5,6%
Aspekte ansehen: keine Angabe	0	0,0%	2	0,6%	1	0,4%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 39: Liebesbeziehungen nach angegebenen höchsten Bildungsabschluss: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>16,199<sup>a</sup></b>	2	<b>,000</b>
Likelihood-Quotient	18,115	2	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	14,527	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	727		

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 35,16.

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 40: Liebesbeziehungen nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss: Symmetrische Maße

Symmetrische Maße		Wert	Asymptotischer Standardfehler <sup>a</sup>	Näherungsweise T <sup>b</sup>	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,149			,000
	Cramer-V	<b>,149</b>			,000
Intervall- bzgl. Intervallmaß	Pearson-R	,141	,032	3,847	,000 <sup>c</sup>
Ordinal- bzgl. Ordinalmaß	Korrelation nach Spearman	,118	,035	3,208	,001 <sup>c</sup>
Anzahl der gültigen Fälle		727			

- a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.  
 b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.  
 c. Basierend auf normaler Näherung

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 41: Sexuelle Handlungen nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>5,783<sup>a</sup></b>	2	<b>,055</b>
Likelihood-Quotient	6,420	2	,040
Zusammenhang linear-mit-linear	3,973	1	,046
Anzahl der gültigen Fälle		727	

- a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 22,28.

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 42: Gewalt nach angegebenem höchsten Bildungsabschluss: Chi-Quadrat-Tests

Chi-Quadrat-Tests	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	<b>3,513<sup>a</sup></b>	2	<b>,173</b>
Likelihood-Quotient	3,513	2	,173
Zusammenhang linear-mit-linear	,088	1	,767
Anzahl der gültigen Fälle		727	

- a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 24,26.

Quelle: Eigene Erhebung 2015

### 7.C.2.2 Auswertung der Gründe für das Nicht-Mehr-Ansehen der Serie

Tabelle 43: Aspekte für das Nicht-Mehr-Ansehen Häufigkeiten

Aspekte für das Nicht-Mehr-Ansehen der Serie	nicht gewählt		ausgewählt	
	Anzahl	Anzahl der Tabellen (%)	Anzahl	Anzahl der Tabellen (%)
nicht mehr: Handlung uninteressant	7	87,5%	1	12,5%
nicht mehr: Handlung weicht zu stark von der Buchvorlage ab	4	50,0%	4	50,0%
nicht mehr: Darstellung von Gewalt (z.B. Krieg, Folter, etc.)	6	75,0%	2	25,0%
nicht mehr: Darstellung von sexuellen Handlungen und Nacktheit	5	62,5%	3	37,5%
nicht mehr: Lieblingsfigur(en) kommt/kommen nicht mehr vor	8	100,0%	0	0,0%
nicht mehr: negative Auswirkungen durch die Serie (z.B. Stress, Alpträume)	7	87,5%	1	12,5%
nicht mehr: andere Serie wird bevorzugt	7	87,5%	1	12,5%
nicht mehr: Ausstrahlung der Serie im TV zu unpassenden Uhrzeiten	7	87,5%	1	12,5%
nicht mehr: Vermeidung des „Streamens“ bzw. Downloads der Serie	8	100,0%	0	0,0%

nicht mehr: Sonstiges	8	100,0%	0	0,0%
nicht mehr: keine Angabe	8	100,0%	0	0,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

### 7.C.2.3 Auswertung der Rezipient\*innen-Meinungen über die Beliebtheit der Serie

Tabelle 44: Annahmen für die Beliebtheit der Serie

Annahmen für die Beliebtheit der Serie				
	nicht gewählt		gewählt	
	Anzahl	Anzahl der Tabellen (%)	Anzahl	Anzahl der Tabellen (%)
Story/Handlung	692	81,0%	162	<b>19,0%</b>
Realitätsnah	820	96,0%	34	4,0%
Unvorhersehbares	696	81,5%	158	<b>18,5%</b>
Komplexität	816	95,6%	38	4,4%
Adelshäuser	851	99,6%	3	0,4%
Innovativ/einzigartig	828	97,0%	26	3,0%
Unangenehmes	849	99,4%	5	0,6%
Werte/Normen	850	99,5%	4	0,5%
Macht/Intrigen/Politik	775	90,7%	79	9,3%
Gewalt/Kampf	778	91,1%	76	<b>8,9%</b>
Sex/Erotik/Körperliches	744	87,1%	110	<b>12,9%</b>
Figuren	698	81,7%	156	<b>18,3%</b>
Wirkung	735	86,1%	119	13,9%
Produktion	740	86,7%	114	13,3%
Genre	766	89,7%	88	10,3%
Medien	822	96,3%	32	3,7%
Vielfältigkeit	783	91,7%	71	8,3%
Fehlen von Gut & Böse	830	97,2%	24	2,8%
Kultur/Sprache	849	99,4%	5	0,6%
Sonstiges	841	98,5%	13	1,5%

Quelle: Eigene Erhebung 2015

## 8 Hypothese 3

(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)

Die dritte Hypothese, welche im Zuge der Forschung zu beantworten war, lautet wie folgt:

*„Zuseher\*innen entwickeln sowohl positive, als auch negative Emotionen für Figuren in der Serie Game of Thrones.“*

Für die Überprüfung dieser Hypothese wurden die *Theorie der parasozialen Interaktion/Beziehung*, sowie die *affektive Dispositionstheorie* herangezogen, auf welche im Folgenden genauer eingegangen wird.

### 8.1 Theorie

(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)

Die beiden soeben erwähnten Theorien werden in diesem Kapitel genauer beleuchtet. Zusätzlich zu diesen werden im Auswertungsabschnitt weitere theoretische Konzepte erwähnt, um getätigte Aussagen zu unterstützen.

#### 8.1.1 Theorie der parasozialen Interaktion/Beziehung

(Marina Lordick)

*„In den Anfangsjahren des Fernsehens beobachteten der Soziologe Horton und seine [Kolleg\*innen], dass [Fernsehzuschauer\*innen] das neue Medium nicht nur passiv verfolgten, sondern durchaus aktiv auf [Fernsehakteur\*innen] reagierten. [...] Die [Autor\*innen] kamen zu dem Schluss, dass sich durchaus Interaktionen zwischen [Rezipient\*in] und Medienperson ereignen, die wegen der einseitigen Kommunikationssituation keine echte [...] soziale Interaktion darstellen, sondern die Illusion einer Face-to-Face-Interaktion. Dafür prägten sie den Begriff ‚parasoziale Interaktion‘“ (Schweiger 2007: 121).*

Bei dem hier angesprochenen Konzept der parasozialen Interaktion, beziehungsweise der parasozialen Beziehung, handelt es sich um eine affektiv-soziale Medien-Interaktion, die zwischen den Rezipient\*innen und dem jeweiligen Medium während der Rezeption besteht, und auf dem Vergleich der Fernseh-Interaktion mit der Face-to-face-Kommunikation basiert (vgl. Bonfadelli/Friemel 2015: 121f).

Das Konzept der späten 1950er Jahre ist auch in der heutigen Zeit noch sehr aktuell. So wurde in Bezug auf das Fernsehen durch theoretische Überlegungen und empirische Forschung (vgl. Bonfadelli/Friemel 2015: 121) gezeigt, dass der Umgang von Mediennutzer\*innen mit

Medienpersonen, insbesondere im Bereich der Emotionen, sowie des Selbstkonzepts, starke Wirkungen entfalten kann (vgl. Döring 2013: 295). „*Die Konfrontation mit Medienpersonen hat teilweise ähnliche sozialpsychologische Effekte wie die unvermittelte Begegnung mit unseren Mitmenschen*“ (ebd.: 295).

Doch was genau ist eine parasoziale Interaktion und wie unterscheidet sich diese von einer parasozialen Beziehung? Auf diese Frage versuchen die nächsten Teilabschnitte Antwort zu geben.

Hartmann, Schramm und Klimmt verstehen unter der *parasozialen Interaktion* ein vom Bewusstsein der medialen Vermitteltheit geprägtes, interpersonales Involviertsein (vgl. Hartmann et al. 2004a, zitiert nach Bonfadelli/Friemel 2015: 123). Laut Ziemann besteht immer dann eine parasoziale Interaktion, wenn der\*die Zuschauer\*in in einer Rezeptionssituation in einer bestimmten Weise auf das Bildschirmgeschehen und eine Medienperson, hier Persona genannt, reagiert (vgl. Ziemann 2012: 109). Diese Interaktionen umfassen andere soziale Konzepte, wie beispielsweise die der Empathie, des sozialen Vergleichs oder der Identifikation (vgl. Döring 2013: 303). Die Wirkung der Medien hat somit einen Einfluss auf das soziale Leben der Zuseher\*innen (vgl. Ziemann 2012: 106), denn „*nicht selten betreiben [Rezipient\*innen] mit Medienfiguren eine Umgang, als ob diese Teil der Alltagswirklichkeit wären, und überspringen die künstliche Distanz und den para-sozialen Charakter*“ (ebd.: 105). Bei dieser Interaktion werden soziale Distanzen nivelliert und dadurch ein besonderer Modus von Bekanntheit und intimer Vertrautheit zu den Personae erzeugt (vgl. ebd.: 109). Es kann hierbei folglich von einer asymmetrischen Interaktionsform gesprochen werden, da es sich um keine wechselseitige Interaktionsbeziehung handelt (vgl. Schweiger 2007: 121).

Döring, sowie Hartmann et al., unterscheiden zwischen den drei Dimensionen der parasozialen Interaktion: die perzeptiv-kognitive, die affektive und die konative-parasoziale Interaktion. Die perzeptiv-kognitive parasoziale Interaktion bezieht sich auf Wahrnehmungsprozesse, Wissen und Bewertungen, beispielsweise das Nachdenken über Medienpersonen. Die affektive parasoziale Interaktion beschreibt alle Gefühle, die sich direkt auf die Medienperson richten, beziehungsweise durch diese ausgelöst werden. Die konative-parasoziale parasoziale Interaktion schließlich umfasst das von außen sichtbare Verhalten, das sich auf eine Medienperson bezieht, wie etwa verbale Äußerungen oder körperliche Reaktionen (vgl. Hartmann et al. 2004b: 30ff, zitiert nach Schweiger 2007: 122f; Döring 2013: 303).

Ähnlich wie zwischenmenschliche Beziehungen im realen Leben, entstehen auch *parasoziale Beziehungen* zu einer Medienfigur über wiederholte Einzelkontakte, in diesem Fall über wiederholte parasoziale Interaktionen (vgl. Schweiger 2007: 123; Döring 2013: 302f). Diese

Beziehungen definieren sich dadurch, dass ein Interesse des\*der Zuseher\*in zur Persona auf Dauer besteht und diese in das eigene Alltagsleben integriert wird (vgl. Ziemann 2012: 109). Hierbei wird die „*Illusion einer Face-to-Face-Beziehung zwischen performer und spectator oder audience*“ (ebd.: 109) erzeugt.

Bei der parasozialen Beziehung ist die Medienperson folglich als ein Gegenüber präsent, auf welches sich der\*die Zuseher\*in kognitiv und affektiv bezieht (vgl. Döring 2013: 296) und welches durch „*eine situationsübergreifende Bindung [...] quasi zu einer bzw. einem persönlichen Bekannten wird*“ (Döring 2013: 302). Diese spezielle Art von Beziehung ist „*eine einseitige, nicht-reziproke, scheinbar zwischenmenschliche Beziehung, die [Mediennutzer\*innen] zu Medienfiguren aufbauen*“ (ebd.: 302). Bonfadelli und Friemel beschreiben diesen Sachverhalt mit folgenden Worten: „*Beim Fernsehen identifizieren sich die [Zuschauer\*innen] [...] nicht so stark mit den fiktiven Personen, wie angenommen worden war, sondern verhalten sich ihnen gegenüber eher wie zu [...] Personen, die man kennt*“ (Bonfadelli/Friemel 2015: 123). Es entsteht ein Gefühl der Realität, als eine Art Illusion der Nähe und Intimität, obwohl keine wechselseitige Beziehung zwischen Zuseher\*in und TV-Person besteht, beziehungsweise bestehen kann (vgl. ebd.: 123). Es fehlt bei diesem Konstrukt also die Reziprozität, beziehungsweise die Interdependenz (vgl. Döring 2013: 303).

Ziemann ist diesbezüglich der Auffassung, dass „*die Illusion einer persönlichen Beziehung, zusammen mit anderen emotionalen Modulen, eine „intimacy at a distance [schafft]*“ (Ziemann 2012: 110). Obwohl der\*die Zuschauer\*in seine\*ihre Erfahrungen nur durch Beobachtung und Interpretation der Medienperson macht, etwa von Gesten und Verhalten, deklariert er\*sie diese als vertraute\*n Freund\*in (vgl. ebd.: 111). Hinzu kommt, dass der\*die Zuschauer\*in durch die sogenannte „*collaborative expectancy*“ (ebd.: 111) der Meinung ist, die Persona besser zu kennen, als jede\*r andere. Somit entsteht eine Loyalität, die in „*guten wie in schlechten Zeiten*“ (ebd.: 111) besteht. Durch das parasoziale Verhalten und die massemmediale Intimität erleiden einige Zuschauer\*innen bei dem Tod von Figuren oder Schauspieler\*innen einen großen Verlust, obwohl sie diese Person im realen Leben nicht gekannt haben (vgl. ebd.: 111).

Schweiger nennt in seinem Werk drei Kategorien der parasozialen Beziehung, zwischen denen Peter Vorderer unterscheidet. Die erste Kategorie ist die der quasi-orthozozialen Beziehung, welche das Gefühl einer vermeintlich echten Beziehung zu einer Serienfigur beschreibt. Hier wird die Tatsache der medialen Vermittlung verdrängt. Die zweite Kategorie ist die medial vermittelte Beziehung. Hier sind sich Rezipient\*innen der Tatsache bewusst, dass sie es mit einer fiktiven Figur zu tun haben. Die dritte Kategorie schließlich beschreibt die Beziehungen zu

einem Star, diese ist durch Bewunderung und Wertschätzung gekennzeichnet (vgl. Schweiger 2007: 124).

Abschließend soll noch angefügt werden, dass festgestellt wurde, dass sich parasoziale Beziehungen und Interaktionen positiv auf das Medien-Enjoyment von Zuschauer\*innen auswirken (vgl. Döring 2013: 305). Hinzu kommt die Tatsache, dass das Fernsehen Engagement und Pseudoauthentizität ohne persönliche Verpflichtung, ohne physischen und sozialen Aufwand, ohne Verantwortung und ohne einschränkende soziale Zwänge und Risiken erlaubt (vgl. Horton/Wohl 1956, zitiert nach Bonfadelli/Friemel 2015: 123).

### 8.1.2 Affektive Dispositionstheorie

(Sabrina Hofmann)

Die *affektive Dispositionstheorie*, die maßgeblich von Dolf Zillmann geprägt wurde, besagt, dass Rezipient\*innen auf Mediendarstellungen in gleicher Weise reagieren, wie auf Ereignisse im „echten Leben“ (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 65). Mediennutzer\*innen werden bei dieser Theorie als Zeug\*innen von Ereignissen gesehen, die Figuren in einem Film oder einer Serie erleben. Diese Nutzer\*innen bewerten ihre Wahrnehmungen über die Handlungen, Absichten und Interaktionen einer Figur. Somit führt die *„Zustimmung zu diesen Aktionen [...] zur Disposition des Mögens und der Fürsorge, das heißt der[\*die] [Darsteller\*in] wird zum ‚good guy‘. [Ein] Verurteilen dagegen erzeugt Dispositionen des Missvergnügens und der Ablehnung, so dass die [Darsteller\*innen] entsprechend als ‚bad guys‘ oder Schurken eingeschätzt werden“* (Vorderer 2003: 118).

Die Theorie der affektiven Dispositionen konzentriert sich folglich auf die Emotionalität der Zuschauer\*innen, die sich als Reaktion auf die Aktionen der Figuren entwickeln. Die Urteile und die damit verbundenen Hoffnungen und Befürchtungen der Mediennutzer\*innen werden immer in Beziehung mit den Aktionen der Figuren in der Erzählung gesetzt (vgl. ebd.: 118f)

Rezipient\*innen bilden demnach Sympathien und Antipathien für handelnde Personen, beziehungsweise Figuren in einer Serie. Dispositionen können als Einstellungen eines Individuums, beziehungsweise als Verhaltensformen gesehen werden, welche nicht veränderbar sind und in ähnlicher Form wiederkehren können.

Genauer gesagt ist *„character development [...] effective [...] because respondents bring empathy and, more important, moral considerations to the screen“* (Zillmann 2002: 407).

Affektive Dispositionen gegenüber Protagonist\*innen und Antagonist\*innen rühren nach Zillmann von moralischen Gesichtspunkten her, die diesen zugeordnet werden (vgl. ebd.: 408).

Der\*die typische Rezipient\*in schaut beispielsweise dargestellte Gewalt so lange gerne an, wie die für ihn\*sie unsympathische Protagonist\*innen die Leittragenden sind, und ihr Leid als eine gerechte Bestrafung empfunden wird (vgl. Kunczik/Zipfel 2006: 65). Je stärker hierbei die positiven Affekte sind, desto stärker sind auch die empathischen Reaktionen, entgegengesetzt gilt dies auch für negative Empfindungen (vgl. Zillmann 1996: 217).

Über die bei der Rezeption von visuellen Medien empfundene Empathie sagt Zillmann, dass darüber nur gesprochen werden kann, *„if a model's pleasure of whatever particular kind prompts a pleasurable reaction in the witness; and likewise, if a model's displeasure of whatever particular kind prompts an unpleasurable reaction in the witness“* (Zillman 1998: 202). Empathische Reaktionen befinden sich zudem unter dispositionaler Kontrolle. Auf Grund einer bestehenden moralischen Komponente erlauben es negative Dispositionen, moralische Bedenken über das Hassen und das Hoffen auf Unglück aufzulösen (vgl. ebd.: 202). *„Negative affective dispositions [...] set us free to thoroughly enjoy punitive violence“* (ebd.: 202). In Bezug auf Empathie-Theorien sagt Zillmann auch, dass, *„negative affective dispositions not only disband empathic concerns, but invert affective reactions because of their powerful moral component. This tendency is known as counterempathy“* (ebd: 202).

Empathie ist nach Zillmann *„defined as any experience that is a response (a) to information about circumstances presumed to cause acute emotions in another individual and/or (b) to the bodily, facial, paralinguistic, and linguistic expression of emotional experiences by another individual and/or (c) to another individual's actions that are presumed to be precipitated by acute emotional experiences, this response being (d) associated with an appreciable increase in excitation and (e) constructed by respondents as feeling with or feeling for another individual“*(Zillmann 1996: 215).

Positive affektive Dispositionen gegenüber einer Figur lassen den\*die Rezipient\*in auf ein gutes Ende für diese hoffen und ebenfalls auf das Ausbleiben eines scheiternden Ausgangs. Zillmann ist außerdem der Ansicht, dass die Erleichterung am Ende einer Geschichte umso größer ist, je mehr Spannung und empathischer Stress bis zu diesem Zeitpunkt gefühlt wurde. Die Erklärung hierfür ist die Übertragung von Erregung (*excitation transfer*). Die kognitive Anpassung der Zuschauer\*innen an ständig wechselnde Situationen, die den Ausgang der Serie beeinflussen, geschieht sofort. Die exitatorische Angleichung braucht jedoch Zeit. Die ausbleibende Erregung bei bedauerlichen Ereignissen wird in das nachfolgende Hochgefühl übertragen. Je mehr Spannung und empathischer Stress aufkommt, desto signifikant höher wird das positive Gefühl am Ende als Freude empfunden (vgl. Vorderer 2003: 121).

## 8.2 Auswertungen

(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)

Im folgenden Abschnitt wird die Hypothese „Zuseher\*innen entwickeln sowohl positive, als auch negative Emotionen für Figuren in der Serie *Game of Thrones*“ mit Hilfe der vorgestellten Theorien analysiert. Durch Interpretationen der Daten aus dem Online-Fragebogen werden Ergebnisse formuliert und daraus Schlussfolgerungen gezogen.

### 8.2.1 Sympathische Figur(en)

(Marina Lordick, Sabrina Hofmann)

(Marina Lordick)

Von allen 817 Teilnehmer\*innen des Online-Fragebogens nannten 734 Personen eine Figur, die sie als sympathisch erachteten. Hierbei gaben 488 an, weiblich\*, 240 männlich\* zu sein (vgl. Tabelle 45).

Von den 35 genannten sympathischen Figuren belegt *Tyrion Lannister* mit 33,2 Prozent den „ersten Platz“, gefolgt von *Arya Stark* mit 17,4 Prozent, *Jon Snow* mit 15,5 Prozent und *Daenerys Targaryen* mit 13,9 Prozent. Keine andere Figur wurde von mehr als 4 Prozent der Befragten genannt (vgl. Tabelle 46).

Tabelle 47, Tabelle 48 und Tabelle 49 zeigen den Zusammenhang zwischen der gewählten „Lieblingsfigur“ und Ereignissen, in welchen diese eine tragende Rolle spielt. Hierfür wurden die vier meist angeführten Charaktere untersucht.

Durch Tabelle 47 wird ersichtlich, dass diejenigen Personen, die ein Ereignis als prägend angaben, in welches *Tyrion Lannister* involviert war, diesen zu 46,0 Prozent auch als eine sympathische Figur nannten (vgl. Tabelle 47). Ähnlich verhält es sich mit der Figur *Arya Stark*. Die Befragten, die ein Ereignis mit ihr aufzählten, stuften sie zuvor zu 30,0 Prozent als sympathisch ein (vgl. Tabelle 47).

Aus Tabelle 48 lässt sich erkennen, dass 89,5 Prozent der Teilnehmer\*innen, welche ein angegebenes Ereignis, welches mit *Jon Snow* in Verbindung steht, als (sehr) interessant einstufen, diesen als sympathische Figur nannten. Im Vergleich dazu empfanden 62,6 Prozent die Geschehnisse der Nachtwache als (sehr) interessant, ohne diese Figur als sympathischen Charakter zu erleben (vgl. Tabelle 48).

Die in Tabelle 49 in Erscheinung tretende Differenz zwischen denjenigen Personen, die ein Ereignis mit *Daenerys Targaryen* als (sehr) interessant einstufen, und sie entweder als sympathische Figur angaben oder nicht, beträgt in Bezug auf ihren Eroberungszug 23,9 Prozent

und in Bezug auf die Entwicklung der Drachen 16,9 Prozent. Festzuhalten ist demnach, dass die Befragten, welche diese Ereignisse interessant fanden, *Daenerys Targaryen* eher als sympathisch erachteten (vgl. Tabelle 49).

Diese Ergebnisse lassen sich auf die Theorie der affektiven Dispositionen von Dolf Zillmann beziehen, da ganze 89,8 Prozent der Befragten angaben, Sympathien für eine Figur zu hegen. Außerdem zeigte sich, dass ein Ereignis, in welchem die „Lieblingsfigur“ vorkommt, interessant für die Teilnehmer\*innen der Befragung ist und/oder als prägendes Ereignis eingestuft wird. Diese Empfindungen könnten durch bestehende parasoziale Beziehungen zu Figuren der Serie ausgelöst worden sein.

*(Sabrina Hofmann)*

Neben der Theorie der *parasozialen Interaktion/Beziehung* und der *affektiven Dispositionstheorie*, lassen sich Verbindungen und Aussagen über das Entstehen von sympathischen Figuren mit Hilfe des *use and gratification approach-Ansatzes* machen.

Dieses Konzept erklärt, dass Rezipient\*innen Medienangebote selbstständig und nach eigenen Interessen wählen und deuten. Das Publikum nutzt demnach die Inhalte der Massenmedien, um Bedürfnisse zu befriedigen (vgl. Ziemann 2012: 99).

Zudem betreiben Zuschauer\*innen durch Medien, wie beispielsweise eine Serie, ihr *mood management*. Dieser Ansatz besagt, dass die aktuelle Stimmung durch das Anschauen von Medieninhalten beeinflusst wird. Schlechte Empfindungen sollen abgebaut werden und stattdessen positive aufkommen (vgl. Ziemann 2012: 111).

Bezüglich des Stressabbaus als zusätzlicher Aspekt die Serie *Game of Thrones* anzuschauen, kann gesagt werden, dass nur 10,2 Prozent eine Figur auch als sympathisch erachten. Außerdem hat die Untersuchung gezeigt, dass Personen, welche die Serie zur Entspannung anschauen, zu 49 Prozent eine Figur haben, die sie sehr mögen. Ganze 81,8 Prozent der Befragten, welche die Serie zu Unterhaltungszwecken anschauen, gaben eine „Lieblingsfigur“ an (vgl. Tabelle 50).

Dieses Ergebnis lässt sich durch die Tatsache untermauern, dass *„die jüngsten Beobachtungen des TV-Programms [sowie] der [Zuschauer\*inneninteressen][...] bestätigen, dass die Zahl der unterhaltenden Inhalte und der unterhaltungssuchenden [Zuschauer\*innen] in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren gestiegen ist [...]. Die Entwicklung kann im Bereich der so genannten neuen Medien [z.B.: das Fernsehen und das Internet] beobachtet werden“* (Vorderer 2003: 112).

## 8.2.2 Unsympathische Figur(en)

(Sabrina Hofmann)

Auf die Frage, ob eine Figur aus der Serie *Game of Thrones* nicht gemocht wird, gaben insgesamt 690 Personen eine ihnen unsympathische an. Von diesen Befragten waren 215 männlich\*, 469 weiblich\* und sechs Personen machten diesbezüglich keine Angabe (vgl. Tabelle 51).

37 Figuren der Serie wurden von mindesten einem\*einer Befragten als unsympathisch angegeben. Am häufigsten wurde *Jooffrey Baratheon* mit 37,5 Prozent ausgewählt, gefolgt von *Cersei Lannister* mit 21,9 Prozent. Als dritthäufigste Figur, welche nicht gemocht wird, wurde *Ramsey Bolton* mit 9,9 Prozent angegeben (vgl. Tabelle 52).

Bezogen auf die am wenigsten gemochte Figur *Jooffrey Baratheon* zeigte sich zudem, dass 27,4 Prozent jener Personen, welche diesen als unsympathisch erachten, seinen Tod bei der *Purple Wedding* als prägendes Ereignis ansahen (vgl. Tabelle 53).

Zusätzlich zeigte sich, dass unter jenen, die das Foltern und anschließende Töten einer Prostituierten durch *Jooffrey Baratheon* als prägendes Ereignis angaben, 75 Prozent ebenfalls der Meinung waren, diese Figur als unsympathisch zu erachten (vgl. Tabelle 54).

Folglich lässt sich die *affektive Dispositionstheorie* auch auf die als unsympathisch empfundenen Figuren beziehen, da 84,5 Prozent der Befragten eine negative Emotion gegenüber einem Seriencharakter benennen konnten. Überdies findet die *parasoziale Beziehung* Anwendung, denn das Ereignis des Todes der am häufigsten angegebenen unsympathischen Figur *Jooffrey Baratheon* wurde von knapp einem Drittel der Teilnehmer\*innen als prägend eingestuft. Zusätzlich ist anzumerken, dass die Befragten innerhalb dieser offenen Frage zu den prägenden Ereignissen unaufgefordert angaben, dass dieses für sie eine freudige Wendung der Geschichte war.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Hypothese bestätigt werden konnte.

## 8.B Literaturverzeichnis

- Bonfadelli, Heinz; Thomas N. Friemel (2015): *Medienwirkungsforschung*. 5. Auflage, Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Döring, Nicola (2013): *Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen. Empathie, sozialer Vergleich, parasoziale Beziehung und Identifikation*. In: Handbuch Medienwirkungsforschung. Hrsg. Schweiger, Wolfgang und Andreas Fahr, 295-310. Wiesbaden: Springer VS.
- Hartmann, Thilo; Schramm, Holger; Klimmt, Christoph (2004a): *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren in interaktiven und konvergierenden Medienumgebungen*. In: Mediennutzung in konvergenten Medienumgebungen. Hrsg. Hasebrink, Uwe, Lothar Mikos und Elisabeth Prommer, 299-320. München: Fischer.
- Hartmann, Thilo; Schramm, Holger; Klimmt, Christoph (2004b): *Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen*. Publizistik, 49: 25-47.
- Horton, Donald; Wohl, Richard (1956): *Mass Communication and Para-Social Interaction: Observationson Intimacy at a Distance*. Psychiatry 19, 3: 215-229.
- Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid (2006): *Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch*. Köln: Böhlau Verlag GmbH & Cie.
- Schweiger, Wolfgang (2007): *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Vorderer, Peter (2003): *Was wissen wir über Unterhaltung?* In: a-effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Hrsg. Siegfried J. Schmidt, Joachim Westerbarkey und Guido Zurstiege, 111-131. Münster: LIT Verlag.
- Ziemann, Andreas (2012): *Soziologie der Medien*. 2. Auflage. Bielefeld: transcript Verlag.
- Zillmann, Dolf; Jennings, Bryant (2002): *entertainment as media effect*. In McQuail's Reader in Mass Communication Theory. Hrsg. Denis McQuail, 406-418. London: SAGE Publications Inc.
- Zillmann, Dolf (1998): *The Psychology oft he Appeal of Portrayals of Violence*. In: Why we watch. The Attractions of Violent Entertainment. Hrsg. Jeffrey Goldstein, 179 – 211. New York: Oxford University Press.

Zillmann, Dolf (1996): *The Psychology of Suspense in Dramatic Exposition*. In *Suspense. Conceptualizations, Theoretical Analyses, and Empirical Explorations*. Hrsg. Peter Vorderer, Hans J. Wulff und Mike Friedrichsen, 199-231. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

## 8.C Anhang

### 8.C.1 Sympathische Figur(en)

Tabelle 45: *Geschlecht nach sympathischen Figur(en)*

Geschlecht	Häufigkeiten
männlich	240
weiblich	488
k.A.	6
Gesamt	734

n=734

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 46: *genannte sympathische Figur(en)*

sympathische Figuren	Anzahl
Jon Snow	<b>15,5%</b>
Ser Davos Seaworth	0,8%
Daenerys Targaryen	<b>13,9%</b>
Tyrion Lannister	<b>33,2%</b>
Arya Stark	<b>17,4%</b>
Sansa Stark	2,2%
Jamie Lannister	1,4%
Joffrey Baratheon	0,0%
Eddard Stark	3,5%
Petyr Baelish (Littlefinger)	1,1%
Brienne of Tarth	1,5%
Jaqn H'Ghar	0,8%
Ygritte	0,3%
Hodor	0,3%
Robb Stark	0,8%
Tywin Lannister	0,1%
Margery Tyrell	1,0%
Cercei Lannister	0,7%
Jorah Mormont	0,4%
Sandor Clegane (The Hound)	0,8%
Stannis Baratheon	0,5%
Oberyn Martell (The Viper)	0,8%
Samwell Tarly	0,1%

Khal Drogo	0,4%
Gendry	0,1%
Ser Barristan	0,3%
Varys	0,3%
Podrick	0,1%
Gregor Clegane (The Mountain)	0,1%
Bronn	0,7%
Theon Greyjoy	0,1%
Ramsay Bolton	0,1%
Oleena Tyrell	0,1%
Bran Stark	0,1%
Talisa Stark	0,1%
Gesamt	100%

n=734

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 47: Prägende Ereignisse nach symp. Figur

prägendes Ereignis	Figur
	<b>Tyrion Lannister</b>
Tyrion Lannister ermordet seinen Vater und seine Geliebte	<b>46,0%</b>
Tyrion Lannisters Rede vor Gericht und seine Verurteilung	<b>45,5%</b>
	<b>Arya Stark</b>
Arya Starks Ausbildung zu einem Gestaltwandler.	<b>30,0%</b>

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 48: Interesse an Geschehnis nach symp. Figur John Snow

	John Snow	
	Ja	Nein
<b>Interesse an Geschehnissen bei der Nachtwache</b>	n=114	n=702
sehr gering	0,9%	4,0%
gering	4,4%	9,4%
mittelmäßig	5,3%	23,8%
groß	<b>43,9%</b>	<b>41,7%</b>
sehr groß	<b>45,6%</b>	<b>20,9%</b>
k.A.	0,0%	0,1%
Gesamt	100%	100%

Angaben in Prozent

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 49: Interesse an Ereignissen nach symp. Figur Daenerys Targaryen

Interesse an:	Daenerys Targaryen	
	Ja	Nein
<b>Daenerys Eroberungszug</b>	n=102	n=752
sehr gering	0,0%	3,8%
gering	0,0%	5,2%

mittelmäßig	2,9%	17,2%
groß	<b>17,6%</b>	<b>35,9%</b>
sehr groß	<b>79,4%</b>	<b>37,8%</b>
k.A.	0%	0,1%
Gesamt	100%	100%
<b>Entwicklung der Drachen</b>	n=102	n= 752
sehr gering	0,0%	4,3%
gering	1,0%	7,6%
mittelmäßig	13,7%	20,6%
groß	<b>26,5%</b>	<b>34,1%</b>
sehr groß	<b>57,8%</b>	<b>33,3%</b>
k.A.	1,0%	0,1%
Gesamt	100%	100%

Angaben in Prozent

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 50: Gründe Ansehen nach symp. Figur

Gründe für Ansehen von GoT		symp. Figur
<b>Stressabbau</b>	gewählt	<b>10,2%</b>
	nicht gewählt	89,8%
	Gesamt	100%
<b>Entspannung</b>	gewählt	<b>49,0%</b>
	nicht gewählt	51,0%
	Gesamt	100%
<b>Unterhaltung</b>	gewählt	<b>81,8%</b>
	nicht gewählt	18,2%
	Gesamt	100%

n= 729

Quelle: Eigene Erhebung 2015

## 8.C.2 Unsympathische Figur(en)

Tabelle 51: Geschlecht nach unsymp. Figur(en)

Geschlecht	Häufigkeiten
männlich	215
weiblich	469
k.A.	6

n=690

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 52: genannte unsympathische Figur(en)

unsympathische Figuren	Anzahl
Joffrey Baratheon	<b>37,5%</b>
Ramsey Bolton/ Snow	<b>9,9%</b>
Cersei Lannister	<b>21,9%</b>

Theon Greyjoy	2,3%
Jon Snow	0,7%
Petyr Bealish (Littlefinger)	3,6%
Walder Frey	2,0%
Brandon Stark	1,2%
Sansa Stark	2,2%
Tywin Lannister	1,3%
Robb Stark	0,4%
Roose Bolton	1,9%
Melisandre	4,6%
Janos Slynt	0,3%
Catelyn Stark	1,0%
Shae	0,4%
Lysa Arren	0,7%
Illyn Payne	0,1%
Brienne von Tarth	1,2%
Gregor Clegane (The Mountain)	0,9%
Aliser Thorne	0,3%
Sandor Clegane (The Hound)	0,3%
Daenerys Targaryen	1,3%
Selyse Florent/ Baratheon	0,3%
Daario Naharis	0,3%
Arya Stark	0,6%
Stannis Baratheon	1,0%
Tyrion Lannister	0,3%
Mirri Maz Duur	0,1%
Großmeister Pycelle	0,3%
Varys	0,4%
Craster	0,1%
Balon Greyjoy	0,3%
Margery Tyrell	0,3%
Robert Arryn	0,3%
Ellaria Sand	0,1%
Samwell Tarly	0,3%
Gesamt	100%

n=690

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 53: prägendes Ereignis nach unsymp. Figur Joffrey Baratheon

prägendes Ereignis	Joffrey Baratheon unsympathisch	
	Ja	Nein
	n=259	n=595
Joffreys Tod bei "Purple Wedding"	<b>27,4%</b>	18,7%

Angaben in Spaltenprozent

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 54: prägende Ereignisse nach unsymp. Figur Joffrey Baratheon

prägende Ereignisse	Joffrey Baratheon	
	Häufigkeiten	Anzahl
Red Wedding (Ermordung von Robb und Catelyn Stark)	164	33,6%
Geburt der Drachen/ Daenerys Auferstehung aus dem Feuer	46	33,8%
Ereignisse rund um die Drachen (tötet Kind, werden eingesperrt)	8	36,4%
Kampf vom Berg und Oberynt Martell	28	27,5%
Enthauptung von Ned Stark	126	32,6%
Joffreys Tod bei der „Purple Wedding“	71	39,0%
Tywin Lannister ermordet seinen Vater und seine Geliebte	17	27,0%
Tod von Khal Drogo	5	22,7%
Tod von Ygritte	5	35,7%
Ermordung Renlys durch Schatten	1	25,0%
Schlacht um Blackwater Bay / Königsmund	4	19,0%
Ramsey foltert und verstümmelt Theon	6	26,1%
Jon Snow's Errungenschaften bei der Nachtwache und den Wildlingen	4	23,5%
Arya und der Bluthund	1	10,0%
Daenerys erhält die „Unbefleckten“, erobert Städte und befreit die Sklaven	16	41,0%
Auftritt der Weißen Wanderer	8	42,1%
Kampf an der Wall gegen die Wildlinge	10	32,3%
Arya's Ausbildung zu einem Gestaltwandler	2	10,0%
Tyrions Rede vor Gericht und seine Verurteilung	11	25,0%
Kleinfinger und Varys Unterhaltung im Thronsaal	1	14,3%
Bran wird zum Warg und folgt dem 3-eyed-raven	0	0,0%
Daenerys isst ein Pferdeherz	6	42,9%
Bran wird aus dem Fenster gestoßen	4	36,4%
<b>Joffrey Baratheon foltert und tötet eine Prostituierte</b>	3	<b>75,0%</b>
Ereignisse rund um Brienne	2	20,0%
Entdeckung der Schattenwölfe	2	25,0%
Inzest zwischen Cersei und Jamie	1	33,3%
Amputation von Jaimes Hand	1	20,0%
Sonstiges	17	34,7%
Gesamt	222	32,9%

Angaben in Zeilenprozent

Quelle: Eigene Erhebung 2015

## 9 Hypothese 4

(Sonja Reisinger)

*Die Serie Game of Thrones trägt zur Bildung sozialer Gruppen bei.*

Schäfers zitiert aus dem Werk „Grundriss der Soziologie“ von 1885 geschrieben von Ludwig Gumplowicz (1838-1909): „*Die Wahrheit ist, dass sich die soziale Welt immer und überall nur gruppenweise bewegt, gruppenweise in Aktion tritt, gruppenweise kämpft und strebt. In dem harmonischen Zusammenwirken der sozialen Gruppen liegt die einzig mögliche Lösung der sozialen Fragen.*“ (Schäfers 1999: 27, zitiert nach Gumplowicz 1926: 171).

„*Soziales Handeln ist nur als gruppenspezifisches Handeln real und analysierbar*“ (Schäfers 1999: 27).

Die gemeinsame Rezeption von einer Serie kann zu sozialen Gruppenbildungen führen (vgl. Kielholz 2008: 58ff). Es ist ein menschliches Bedürfnis, sich mit anderen Menschen zusammenzuschließen (ebd.: 58ff). Bereits das Wissen, dass man einer Gruppe angehört, löst ein Gruppengefühl aus (ebd.: 58ff). Gruppen zeichnen sich durch Gemeinsamkeiten aus, in der ein kommunikativer Austausch stattfindet, deren Mitglieder empfinden ein Zugehörigkeitsgefühl, das für das Wohlbefinden und das Selbstbewusstsein jedes einzelnen wichtig ist (ebd.: 58ff). In einer Gruppe werden bestimmte Ziele verfolgt, wie Wissensaustausch, emotionale Unterstützung oder die Lösung von Aufgaben (ebd.: 58ff). Individuen erhalten mithilfe des Internets noch mehr Möglichkeiten, Gruppen zu bilden und sich auszutauschen. Dies ist unter anderem in Netzwerken wie *Facebook* möglich.

### 9.1 Theorie

- Das soziale Kapital von Pierre Bourdieu
- Anlehnung an Georg Simmels Werk „Soziologie“ von 1908; Aufsätze über „Die quantitative Bestimmtheit der Gruppe“ und über „Die Selbsterhaltung der sozialen Gruppe“
- Anlehnung an Leopold von Wieses „Allgemeine Beziehungslehre“, erste Auflage 1924

Die Theorie von Pierre Bourdieu bezüglich der sozialen Position und Klassen kann bei dem Prozess der Gruppenbildung angewendet werden, weil Gruppen ein soziales Geflecht sind und

somit zum sozialen Kapital eines Individuums beitragen. Teil einer Gruppe zu sein kann als Bereicherung des sozialen Kapitals gesehen werden.

Burzan schreibt über die Theorie des sozialen Kapitals von dem französischen Soziologen Pierre Bourdieu. Das soziale Kapital sind die sozialen Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe basieren (vgl. Burzan 2011:126 zitiert nach Bourdieu 1983: 183). Pierre Bourdieu entwirft ein Modell des sozialen Raumes, dessen erste Ebene er als Raum objektiver sozialer Positionen konstruiert. Bourdieu schreibt in Bezug auf das soziale Kapital, dass eine soziale Position vom Kapitalvolumen und der Kapitalstruktur abhängig ist (vgl. Burzan 2011: 125 zitiert nach Bourdieu 1983: 183).

Bourdieu verknüpft sein Klassenmodell eng mit Lebensstilen (vgl. Burzan 2011:130 zitiert nach Bourdieu 1979: 277f). Die Klassenzugehörigkeit drückt sich in einer typischen Handlungspraxis aus (ebd.: 130). Die Verbindung von sozialen Positionen als Strukturebene mit der Praxisebene der Lebensstile ergibt ein vollständiges Bild des sozialen Raumes (ebd.: 130). Der Raum der sozialen Positionen und der Raum der Lebensstile sind durch den Habitus miteinander verbunden (vgl. Burzan 2011: 130 zitiert nach Bourdieu 1979: 277f). Der Habitus wird als allgemeine Grundhaltung gegenüber der Welt gesehen (ebd.: 130).

Für Bourdieu sind es die homogenen Lebensbedingungen einer sozialen Klasse, welche zu homogenen Konditionierungen und Anpassungsprozessen führen und so die Handlungsposition *Habitus* hervorbringen (vgl. Burzan 2011: 136 zitiert nach Bourdieu 1979: 277f).

Georg Simmel war ein deutscher Soziologe und Philosoph (1858-1918). In seinem Werk *Soziologie* von 1908 erklärte er den Begriff *Gruppe* als eine Form des menschlichen Zusammenlebens, das zunächst rein quantitativ durch die Anzahl der Mitglieder bestimmt wird und, dass die Existenz bestimmter Gruppen von der Größe und der Struktur der umgebenden Gesellschaft abhängig ist (vgl. Schäfers 1999: 28 zitiert nach Simmel 1908: 32ff).

Formen und Prozesse der Gruppenbildung in Gegenwartsgesellschaften sind beeinflusst von den demokratischen Tendenzen in diesen Gesellschaften (ebd.: 28). Die Gruppen zu denen der\*die Einzelne gehört, bilden ein Koordinatensystem, dass jede\*r neu Hinzukommende mitbestimmt (ebd.: 28).

In Leopold von Wieses „Allgemeine Beziehungslehre“ findet sich zum ersten Mal in der deutschen Soziologie ein inhaltlich und formal klar definierter Gruppenbegriff (vgl. Schäfers 1999: 29 zitiert nach Wiese 1933: 447ff). Von Wiese unterscheidet drei Gruppentypen: das Paar, die kleine Gruppe und die große Gruppe (ebd.: 29).

Merkmale des Idealtypus der Gruppe sind die relative Dauer und die relative Kontinuität, die Organisiertheit, die auf der Verteilung von Funktionen an ihre Mitglieder beruht, die Entstehung

von Traditionen und Gewohnheiten bei längerer Dauer, die Wechselbeziehungen innerhalb der Gruppe und zu anderen Gebilden und das Richtmaß, wie zum Beispiel geteilte Auffassung von Werten und Normen (vgl. Schäfers 1999: 29 zitiert nach Wiese 1933: 449).

Der Begriff Gruppe wird von Bernhard Schäfers in der Alltags- und in der Wissenschaftssprache zur Bezeichnung bestimmter Merkmale und Formen der Realität hergenommen (vgl. Schäfers 1999: 19ff). Gruppe ist ein Ordnungs- und ein Klassifikationsbegriff, der die Gemeinsamkeit einer Reihe von gleichen beziehungsweise ähnlichen Elementen hervorhebt (ebd.: 19ff). Das Wort *Gruppe* hat seinen Ursprung in einem germanischen Wortstamm und bedeutet Klumpen (ebd.: 19ff). *„Danach erfolgte eine Entlehnung ins Romanische; aus dem Italienischen „gruppo“, oder auch dem Französischen „groupe“ entstand das Wort Gruppe, das gedeutet werden kann als ein Haufen Figuren, eine Ansammlung, eine Schar“* (Schäfers 1999: 19f, zitiert nach Götze 1939: 254).

Im 18. Jahrhundert wurde der Begriff *Gruppe* erstmals auch für soziale Beziehungen verwendet, denn zuvor war der Begriff nur in der Mathematik und der bildenden Kunst bekannt (vgl. Schäfers 1999: 19f zitiert nach Götze 1939: 254).

Schäfers lehnt sich an von Wieses Definition an und erklärt eine soziale Gruppe so, dass sie eine bestimmte Zahl von Mitgliedern hat, die zur Erreichung eines gemeinsamen Ziels über längere Zeit in einem relativ kontinuierlichen Kommunikations- und Interaktionsprozess stehen und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit entwickeln (vgl. Schäfers 1999:20f zitiert nach von Wiese 1933: 466).

*„Zur Erreichung des Gruppenziels und zur Stabilisierung der Gruppenidentität ist ein System gemeinsamer Normen und eine Verteilung der Aufgaben über ein gruppenspezifisches Rollendifferential erforderlich“* (Schäfers 1999: 20f zitiert nach von Wiese).

Auch Schwonke erklärt den Begriff „soziale Gruppe“ als soziales Gebilde, die das Handeln ihrer Mitglieder durch verbindliche Verhaltensvorschriften regelt und somit die Beliebigkeit des individuellen Verhaltens einschränkt (vgl. Schwonke 1999: 39f). Nach Heinrich Popitz' sozialer Normierung und sozialer Differenzierung sind das grundlegende gesellschaftliche Prozesse (ebd.: 39f). Normierung bedeutet die verbindliche Regelung des Verhaltens von Menschen und ermöglicht, sowohl das Verhalten anderer in gewissen Grenzen vorauszusehen, als auch die Reaktion der Interaktionspartner auf das eigene Verhalten einschätzen zu können (ebd.: 39f). Diese Vorhersehbarkeit des Verhaltens und der Verhaltensreaktionen ist die Voraussetzung für jede Form von Kooperation (ebd.: 39f). Eine Normierung schafft Verhaltenssicherheit im Umgang mit anderen Menschen, somit wirkt eine Gruppe verhaltenssteuernd (vgl. Schwonke 1999: 39fff). Gruppen erfüllen eine wichtige Funktion in der Gesamtgesellschaft, denn sie sind

Bestandteil der Sozialstruktur (vgl. Schwonke 1999: 50). Verantwortungsgefühl und Loyalität mit der Gesamtgesellschaft werden in Gruppen erlernt (vgl. ebd.: 50).

Bettina Girgensohn-Marchand beschreibt eine Gruppe als zwei oder mehreren Menschen, die in irgendeiner Beziehung zueinander stehen (vgl. Girgensohn-Marchand 1999: 55ff). Sie spricht auch von der Gruppe als organisiertes System von Individuen, die so miteinander verbunden sind, dass das System gewisse Funktionen erfüllt, sowie bestimmte Rollenbeziehungen zwischen den Mitgliedern bestehen und bestimmte Normen existieren, die das Verhalten der Gruppe und aller ihrer Mitglieder regelt (ebd.: 55ff). Wesentliche Voraussetzungen sind, dass sich die einzelnen Individuen als Mitglieder einer Gruppe definieren und sich damit von anderen Gruppen abgrenzen und ihre Identität sowie ihr Selbstwertgefühl von der Zugehörigkeit abhängt (ebd.: 55ff).

Der Mensch ist ein soziales Wesen, schließt sich aber nicht jedem beliebigen an (vgl. Girgensohn-Marchand 1999: 62). Zuerst muss eine Gruppe ins Blickfeld einer Person treten (ebd.: 62). Eine mögliche Motivation einer Gruppe beizutreten, ist die Erwartung, dass der Kontakt belohnend sein würde für das Individuum, solange das der Fall ist und es keine bessere Alternative gibt, wird ein Individuum Mitglied bleiben wollen (ebd.: 62). In einer Gruppe sollte ein Mindestmaß an Konsens bezüglich wichtiger Fragen und Verhaltensweisen bestehen (vgl. Girgensohn-Marchand 1999: 63). Falls eine Person zu sehr von dem in der Gruppe üblichen Verhalten abweicht, wird diese abgelehnt und in Folge auch von der Gruppe ausgeschlossen (ebd.: 63).

Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe scheint Individuen hoffen zu lassen, dass Probleme, soziale Ohnmacht und politische Ineffizienz einfacher überwunden werden können (vgl. Girgensohn-Marchand 1999: 54). Die Macht einer Gruppe kann aber auch zu Unterdrückung oder zu Unmenschlichkeit gegenüber anderen führen (ebd.: 54). Entscheidungen die ein Einzelner nicht getroffen hätte, können in einer Gruppe im Zuge der Gruppendynamik durchaus gefällt werden (ebd.: 54).

Der Begriff *Netzwerk* wird in Bezug auf Gruppen oft gewählt. Schäfers erwähnt, dass das Netzwerk als spezifisches soziales Beziehungsgeflecht gesehen werden soll (vgl. Schäfers 1999: 26). In einem Netzwerk spielen sich Interaktions- und Kommunikationsbeziehungen ab, sei es in sozialen Bewegungen oder auch in parteilichen Gruppierungen (ebd.: 26). Ein Netzwerk verbindet die Mikro- und Makroebene miteinander, es verbindet sozusagen das Individuum mit der gesellschaftlichen Sozialstruktur (ebd.: 26).

Mit der Einführung von neuen Technologien, zum Beispiel dem Internet, wird es den Menschen noch einfacher gemacht, Gruppen zu formen. Das Internet macht eine hohe Erreichbarkeit

möglich. Viele unterschiedliche Menschen aus der ganzen Welt, vorausgesetzt sie haben Zugang zum Internet, können Gruppenmitglieder werden. Durch Plattformen wie zum Beispiel *Facebook*, ist eine direkte Ansprache und ein unmittelbarer Austausch unter Gleichgesinnten möglich.

Das Internet dient als sozialer Raum, es ist ein soziales Medium (vgl. Kielholz 2008: 58ff). Individuen können sich im Internet finden und organisieren, sei es aus privaten oder beruflichen Gründen (ebd.: 58ff). Durch das Kommunizieren im Internet sind die Benutzer\*innen nicht zeit- oder ortsgebunden (ebd.: 58ff).

Wenn Menschen ein gemeinsames Interesse haben, möchten sie sich mit Gleichgesinnten austauschen, um sich Wissen anzueignen, oder auch nur um ein Wohlgefühl zu empfinden (vgl. Kielholz 2008: 58ff). Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe kann zum Wohlfühlen beitragen, beziehungsweise auch das Selbstbewusstsein stärken (ebd.: 58ff). Voraussetzung dafür ist, dass sich die Mitglieder mit der Gruppe identifizieren können und die in der Gruppe bestehenden Werte und Normen für gut heißen (ebd.: 58ff).

Annette Kielholz bestätigt, dass es ein menschliches Grundbedürfnis ist, sich mit anderen in Gruppen zusammenzuschließen (vgl. Kielholz 2008: 60). Gruppen zeichnen sich durch Gemeinsamkeiten aus, es findet ein kommunikativer Austausch statt. Die Identifikation mit der Gruppe kann durch soziale Beziehungen zu den Mitgliedern oder durch ein gemeinsames Ziel entstehen (vgl. Kielholz 2008: 58ff).

Eine Gruppe weist eine innere Struktur auf, die als eine Art Minikultur mit eigenen Normen und Werten gesehen werden kann (vgl. Kielholz 2008: 60).

Martin Schwonke erwähnt Simmels Erkenntnis, dass das Einzeldasein ohne Gruppenzugehörigkeit als Defizit empfunden wird (vgl. Schwonke 1999: 37 zitiert nach Simmel). Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe, in der unmittelbare Interaktion zwischen den Mitgliedern stattfindet, ist Voraussetzung für eine normale Persönlichkeitsentfaltung eines Individuums (ebd.: 37). Die Beziehungen untereinander sollen eine Vertrautheit aufweisen, um zum seelischen Gleichgewicht eines einzelnen beizutragen (ebd.: 37).

## 9.2 Auswertungen

Bei unseren Vorannahmen wurde davon ausgegangen, dass es durch die Serie *Game of Thrones* zu Gruppenbildungen kommt.

Wenn Menschen von etwas begeistert sind, möchten sie ihr Interesse mit anderen teilen. Dieser Austausch findet z.B. in Fangruppen auf sozialen Netzwerken wie *Facebook* statt. Die erhobenen

Daten sollen zeigen, ob ein Zusammenhang zwischen sozialen Gruppenbildungen und der Serie *Game of Thrones* besteht.

Die Hypothese konnte nur teilweise bestätigt werden. Bei der Vorannahme wurde mit einem höheren Prozentwert gerechnet. Speziell bei der Frage, mit wem die Serie angesehen wird, wurde vermutet, dass ein höherer Prozentanteil der Befragten die Serie in Gruppen ansieht. Dies hat sich aber nur mit 4 Prozent bestätigt, die meisten Befragten (49%) gaben an, die Serie alleine anzusehen (vgl. Tabelle 55). Ein Drittel sehen die Serie mit dem\*der Partner\*in, jedoch tauschen sich die Rezipient\*innen im Nachhinein mit Freund\*innen, Bekannten oder auch Arbeitskolleg\*innen aus (vgl. Tabelle 55 und Tabelle 56). Somit schließen sie sich doch in Gruppen zusammen und nutzen die Serie *Game of Thrones* als Gesprächsthema.

Die Vermutung, dass viele Personen an *Game of Thrones* - Spielen teilnehmen, sei es im Internet oder bei Brettspielen, konnte mit 14 Prozent bestätigt werden (vgl. Tabelle 58). Vereinzelt (9%) gaben die Befragten an, Cosplay, LARP oder RPG zu betreiben (vgl. Tabelle 59). Die Serie regt zu Freizeitaktivitäten außerhalb des Rezipierens an, auch wenn es nur 9 Prozent sind. Die Vermutung, dass *Game of Thrones* angesehen wird, um Teil einer Gruppe zu sein, wurde mit 6 Prozent bestätigt, die meisten Befragten (97%) gaben an, sich nicht im Internet mit Gleichgesinnten austauschen zu wollen (vgl. Tabelle 57). Gruppen- und Identitätsbildung, Gemeinschaft und Zusammenhalt stehen somit nicht im Vordergrund. Aus unserer Forschung lässt sich schließen, dass die Serie bewusst gesehen wird und nicht etwa aus Langeweile oder Routine (vgl. Tabelle 57).

## 9.B Literaturverzeichnis

- Burzan, Nicole (2011): *Soziale Ungleichheit*. 125-136. DOI 10.1007/978-3-531-93154-8\_6. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; Springer Fachmedien.
- Girgensohn-Marchand, Bettina (1999): *Ergebnisse der empirischen Kleingruppenforschung*. In: *Einführung in die Gruppensoziologie*. 3. Auflage. Hrsg. Bernhard Schäfers. 54-79. Wiesbaden: Quelle & Meyer Verlag.
- Kielholz, Annette (2008): *Online-Kommunikation; Die Psychologie der neuen Medien für die Berufspraxis*. 58-62. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Schäfers, Bernhard (1999): *Entwicklung und Grundlegung der Gruppensoziologie*. In: *Einführung in die Gruppensoziologie*. 3. Auflage. Hrsg. Bernhard Schäfers. 19-36. Wiesbaden: Quelle & Meyer Verlag.
- Schwonke, Martin (1999): *Die Gruppe als Paradigma der Vergesellschaftung*. In: *Einführung in die Gruppensoziologie*. 3. Auflage. Hrsg. Bernhard Schäfers. 37-53. Wiesbaden: Quelle & Meyer Verlag.

## 9.C Anhang

Tabelle 55: Mit wem wird die Serie GoT angesehen

Mit wem wird die Serie GoT angesehen	
alleine	49%
mit dem*der Partner*in	33%
mit Familienmitgliedern	6%
mit einem*einer Freund*in	7%
in einer Gruppe (ab drei Personen)	4%
keine Angabe	1%
Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

gültig=817 fehlend=37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 56: Auf die Serie aufmerksam geworden durch

<b>Auf die Serie aufmerksam geworden durch</b>		
Gespräche mit Freund*innen/Bekanntem/Arbeitskolleg*innen	gewählt	<b>54%</b>
	nicht gewählt	46%
	Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

gültig=817 fehlend=37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 57: Gründe für das Ansehen

<b>Gründe für das Ansehen</b>		
Entspannung	gewählt	<b>49%</b>
	nicht gewählt	51%
	Gesamt	100%
Alltag entfliehen	gewählt	<b>49%</b>
	nicht gewählt	51%
	Gesamt	100%
Bedürfnis Teil einer Gruppe zu sein	gewählt	<b>6%</b>
	nicht gewählt	94%
	Gesamt	100%
Bedürfnis im Internet mit anderen über Serie auszutauschen	gewählt	3%
	nicht gewählt	<b>97%</b>
	Gesamt	100%
Unterhaltung	gewählt	<b>81%</b>
	nicht gewählt	19%
	Gesamt	100%
Langeweile	gewählt	<b>10%</b>
	nicht gewählt	<b>90%</b>
	Gesamt	100%
Intrigen	gewählt	<b>88%</b>
	nicht gewählt	12%
	Gesamt	100%
Unvorhersehbare Ereignisse	gewählt	<b>79%</b>
	nicht gewählt	21%
	Gesamt	100%
soziale Machtverhältnisse innerhalb der Serie	gewählt	<b>69%</b>
	nicht gewählt	31%
	Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

gültig=817 fehlend=37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

*Tabelle 58: Nehmen an GoT Spielen teil*

<b>Nehmen an GoT-Spielen teil</b>	
ja	<b>14%</b>
nein	86%
Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

gültig=817 fehlend=37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

*Tabelle 59: Betreiben Cosplay/LARP/RPG*

<b>Betreiben Cosplay/LARP/RPG</b>	
ja	<b>9%</b>
nein	91%
Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

gültig=817 fehlend=37

Quelle: Eigene Erhebung 2015

## 10 Gesamtergebnis

(*Sonja Reisinger*)

Bezogen auf die Hauptforschungsfrage „*Warum wird die Serie Game of Thrones angesehen?*“ konnte Folgendes festgestellt werden: Die drei Hauptaspekte, die Serie angefangen zu haben, waren zu 49 Prozent die Fantasy-Elemente, zu 44 Prozent das mittelalterliche Setting und zu 23 Prozent die Möglichkeit, Gespräche mit Freund\*innen führen zu können (vgl. Tabelle 67). Zudem gaben die Befragten insbesondere an, wegen Intrigen (88%), unvorhersehbaren Ereignissen (79%) und sozialen Machtverhältnissen (69%) die Serie weiter zu verfolgen. Zusätzliche Gründe, die Serie anzusehen, waren hauptsächlich die Unterhaltung (81%), Entspannung (49%) und die Flucht aus dem Alltag (49%) (vgl. Tabelle 66).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Zusammenspiel verschiedener Aspekte wie Handlung, Setting und Figuren maßgeblich zur Popularität der Serie *Game of Thrones* beigetragen hat. Passend zu den Ergebnissen können unterschiedliche Theorien genannt werden, warum eine Serie durch bestimmte Faktoren populär wird.

Zum Beispiel die „Emotionale Aktivierungstheorie“, die besagt, dass bei der Informationsverarbeitung nicht nur kognitive, sondern auch affektive Prozesse eine Rolle spielen (vgl. Bonfadelli 2004: 21). Menschen empfinden ein bestimmtes Maß an physiologischer Erregung und versuchen, diesen Zustand aufrechtzuerhalten (ebd.: 21). Bestimmte Medieninhalte, in unserem Fall Inhalte aus der Serie *Game of Thrones*, werden in Situationen von Unterstimulation, zur Aktivierung genutzt (ebd.: 21).

Als eine weitere Erklärung, warum die Serie *Game of Thrones* gesehen wird, kann der Wunsch nach Spannung genannt werden, das ist auch bei unserer Forschung zu erkennen, weil die Befragten angaben, an unvorhersehbaren Ereignissen interessiert zu sein, weil dadurch Spannung aufgebaut wird.

Vorderer bestätigt in seinem Buch, dass Action- und Gewaltangebote im Fernsehen gesehen werden, weil sie spannend und aufregend sind (vgl. Vorderer 1997: 241). Er erklärt die empfundene Faszination so, dass mediale Inhalte bei den Rezipient\*innen bestimmte Erlebnisse herbeiführen (ebd.: 241). Mediennutzer\*innen wollen etwas erleben, deshalb wählen sie spannende Angebote (vgl. Vorderer 1997: 242).

Weiter kann der *Uses-and-Gratification-Ansatz* genannt werden (vgl. Bonfadelli 2004: 19). Es wird nicht mehr danach gefragt, was die Medien mit den Menschen machen, sondern aus welchen Gründen Menschen Medien nutzen (ebd.: 19). Ein erheblicher Grund, warum Medien

genutzt werden, ist die Bedürfnisbefriedigung. Menschen wenden nur finanzielle und zeitliche Ressourcen für Medien auf, weil sie sich eine Bedürfnisbefriedigung erwarten (ebd.: 19). Sei es das Bedürfnis nach Unterhaltung, nach Entspannung, oder einfach nur das Bedürfnis aus dem Alltag zu entfliehen.

## 10.1 Ausblick

(Manuel Maier)

Hinsichtlich unserer Forschung beziehungsweise unseres Forschungsthemas gibt es trotz der Aktualität, aber mangelnder wissenschaftlichen Arbeiten einige ungeklärte Fragen, welche in weiteren Forschungen als Forschungsfrage dienen könnten. Beispielsweise könnte die Kulturbedeutung erforscht werden, also welche Bedeutung ein Medium oder eine/die TV-Serie *Game of Thrones* für eine/unsere westliche moderne Gesellschaft hat. Zusätzlich dazu könnte erforscht werden, wie soziokulturelle Reproduktion in der TV-Serie *Game of Thrones* passiert und woran diese zu erkennen ist. In Bezug auf Gruppen könnte nachgeforscht werden, welche Gruppen, beziehungsweise welche Öffentlichkeit im Sinne von Jürgen Habermas wie hergestellt wird. Ebenso würde sich die Serie gut eignen, um zu erforschen, welche Machtverhältnisse und auch, welche soziokulturellen Klüfte aufgrund der Serie (re)produziert werden. Passend zu dieser hier vorliegenden Arbeit könnte auch die Mediennutzung in Kombination mit der Sozialisation von Befragten erforscht werden, um herauszufinden, warum gewisse Serieninhalte favorisiert werden. Eine zusätzliche Forschung könnte auch für die Marktforschung von Interesse sein, da die Aspekte, die zum Erfolg der TV-Serie *Game of Thrones* geführt haben, möglicherweise ebenso hilfreich für die Entwicklung zukünftiger Serien sein können. Dies sind natürlich nur einige von vielen Möglichkeiten für weitere soziologisch relevante Forschungen zur Serie *Game of Thrones*.

## 11 Reflexion

(Marlene Dietrich, Sabrina Hofmann, Marina Lordick, Manuel Maier, Sonja Reisinger)

Das Forschungspraktikum war eine spannende Erfahrung, da im Zuge dessen eine vollständige Untersuchung durchgeführt und reale Daten erhoben und ausgewertet wurden. Die Gruppenfindungsphase hätte etwas mehr Zeit gebraucht, um zu erkennen, in welcher Konstellation am produktivsten und in einer guten Atmosphäre zwei Semester lang gearbeitet werden kann. Die Heterogenität innerhalb unserer Gruppe führte sowohl zu positiv, als auch zu negativ zu beurteilenden Situationen. Dies kann einerseits daran liegen, dass jede\*r

Teilnehmer\*in einen unterschiedlichen Wissensstand mitbrachte und wir uns dadurch zu stark differenzierten und andererseits, dass es innerhalb der Gruppe nicht immer funktionierte, die festgelegten Pläne und Arbeitsstrukturen einzuhalten. Das grundlegende Problem hierbei lag innerhalb der Gruppendynamik, sowie am Fehlen einer durchgehenden und offenen Kommunikation. Da sich unsere Gruppe schwer tat, gemeinsam zu arbeiten, wurden aus der Gruppenarbeit eher Einzelarbeiten mit einem anschließenden gemeinsamen Austausch über das Gelernte und Erfahrene. Ebenso hat die ungleiche Verteilung des Arbeits- und Zeitaufwandes zu Spannungen, sowie Stresssituationen innerhalb der Gruppe geführt, welche die Motivation zeitweise dämpften. So hätte beispielsweise die Änderung der Forschungsfrage Mitte des ersten Semesters durch eine bessere Kommunikation früher und reibungsloser geschehen können. Allerdings offenbarte sich die Stärke der Gruppe in eben solchen Situationen. Es war den Forschungsmitgliedern durchgehend möglich, sich „aufzuraffen“ und mit neuer Energie verschiedene, neu auftauchende Aufgaben und Hindernisse zu bearbeiten und zu lösen. Zudem war die Neugier nach den Ergebnissen unserer gemeinsamen Forschung bestimmt auch ein gemeinsamer Nenner unsererseits, welcher uns als Team weiterforschen ließ.

Der Online-Fragebogen war insofern eine gute Wahl, da hiermit eine hohe Rücklaufquote erzielt werden konnte und viele verschiedene Auffassungen in Kürze erhoben wurden. Die Erstellung eines Fragebogens war der Gruppe bereits bekannt, jedoch war die Anfertigung mithilfe einer Online-Plattform eine neue Herausforderung. Möglicherweise hätte eine Verknüpfung einer quantitativen Erhebung und qualitativer Interviews ein besseres Gesamtbild ergeben, da ein Fragebogen allein wahrscheinlich nie alle Beweggründe für das Ansehen einer Serie beinhalten kann. Leider war die Durchführung der Interviews, die einen zusätzlichen, persönlicheren Einblick in das „Warum“ geben hätten können, zeitlich nicht mehr möglich.

Reflektiert betrachtet wäre es von Vorteil gewesen, die Hypothesen von Beginn an zu fixieren und nicht laufend nachzujustieren, da eine Verbindung mit unterstützenden Theorien dadurch erschwert wurde.

Im Nachhinein waren aufkommende Komplikationen jedoch sehr lehrreich, da beispielsweise in einem zukünftigen Beruf die Arbeitskolleg\*innen ebenfalls nicht ausgesucht werden können.

## 12 Literaturverzeichnis

- Basu, Neil, Andy Wiltshire, Kadley Gosselin und Steve, Mushkin (2014): *My Game of Thrones: an audience self-portrait*.  
[http://www.klcedu.com/edubook~5488fb41d7a9d2841900f188\\_](http://www.klcedu.com/edubook~5488fb41d7a9d2841900f188_) (letzter Zugriff: 23.01.2015) (PDF runtergeladen von der angegeben Internetseite)
- Beier, Nedeljko; Burtscher, Klaudia; Hartel, Margit; Koller, Martina; Raml, Reinhard. (2013): *Übungen Statistik I & II für SoziologInnen*. 2013 Facultas Verlags- und Buchhandels AG.
- Bonfadelli, Heinz (2004): *Medienwirkungsforschung II*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Friedrichs, Jürgen; Klöckner, Jennifer (2014): *Gesamtgestaltung des Fragebogens*. In: *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Hrsg. Nina Baur und Jörg Blasius, 675-686. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Hering, Linda; Wagner, Pia (2014): *Online-Befragung*. In: *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Hrsg. Nina Baur und Jörg Blasius, 661-674. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Mikos, Lothar (2005): *Alltag und Mediatisierung*. In: Mikos, Lothar (Hrsg.); Wegener, Claudia (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UTB Verlag UVK Verlagsgesellschaft mbH. 80-94.
- Mikos, Lothar (2008): *Film- und Fernsehanalyse*. 2. Auflage, Konstanz: : UVK Verlagsgesellschaft UTB.
- Stange, Marnie und Nina Scharfenberg (2010): *Studie: Nutzung und Bewertung US-amerikanischer Serien. Ergebnis einer Umfrage des IJK Hannover 2010*. Hannover: Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik, Theater und Medien. <http://www.serienjunkies.de/news/studie-nutzung-28303.html> (letzter Zugriff: 21.01.2015). (Erklärung: eine online Plattform, bei der sich Fans einer Serie über diese in Foren austauschen können, Neuigkeiten und zusätzliche Informationen über Serien und die darin vorkommenden Schauspieler eingeholt werden können und Artikel gepostet werden.)

Vorderer, Peter (1997): *Rezeption als Handlung; Action, Spannung, Rezeptionsgenuß*. In: *Rezeptionsforschung*. Hrsg. Michael Charlton und Silvia Schneider. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.

## 12.1 Internetquellen

Emmys.com (2015): <http://www.emmys.com/shows/game-thrones> (Erklärung: Homepage der *Emmy Awards*) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Facebook.com (2015): <https://www.facebook.com/TheWalkingDeadAMC?fref=ts> (Erklärung: soziales Netzwerk) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Fsk.de (2015): <http://www.fsk.de> (Erklärung: deutsche Homepage der FSK, „Freiwillige Selbstkontrolle“) (letzter Zugriff: 15.07.2015).

Gameofthrones.wikia.com (2015):

[http://de.gameofthrones.wikia.com/wiki/Game\\_of\\_Thrones\\_Wiki](http://de.gameofthrones.wikia.com/wiki/Game_of_Thrones_Wiki) (Erklärung: ein enzyklopädischer Online-Leitfaden zur *HBO-Serie Game of Thrones*) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Goldman, Eric (2014): *Game of Thrones renewed for season 5 and season 6*. <http://www.ign.com/articles/2014/04/08/game-of-thrones-renewed-for-season-5-and-season-6> (Erklärung: Multimedia-News- und Reviewseite) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

HBO.com (2015a): <http://www.hbo.com/game-of-thrones> (Erklärung: Homepage des Kabelsenders *HBO*) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

HBO.com (2015b): <http://www.hbo.com/game-of-thrones/episodes/index.html> (Erklärung: Homepage des Kabelsenders *HBO*) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Hinckley, David (2014): ‘Game of Thrones’ beats out ‘Sopranos’ as most watched show in HBO history. <http://www.nydailynews.com/entertainment/tv/game-thrones-beats-sopranos-watched-show-hbo-history-article-1.1818917> (Erklärung: Tageszeitung aus New York City) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Imdb.com (2015): <http://www.imdb.com/> (Erklärung: Online-Datenbank über Filme, Serien und Videospiele) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Soscisurvey.com (2015a): <https://www.soscisurvey.de> (Erklärung: Homepage des *SoSci-Servers*) (letzter Zugriff: 15.07.2015).

Soscisurvey.com (2015b): <https://www.soscisurvey.de/index.php?page=privacy> (Erklärung: Homepage des *SoSci*-Servers) (letzter Zugriff: 15.07.2015).

Torrentfreak.com (2014): ‚Game of Thrones‘ most pirated TV-show of 2014. <https://torrentfreak.com/most-pirated-tv-show-of-2014-141225/> (Erklärung: englischsprachiger Blog mit Nachrichten über Filesharing, dem Datenaustausch zwischen Nutzern des Internets) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

Torrentfreak.com (2015): Game of Thrones season finale breaks piracy record. <https://torrentfreak.com/game-of-thrones-season-finale-breaks-piracy-record-150615/> (Erklärung: englischsprachiger Blog mit Nachrichten über Filesharing, dem Datenaustausch zwischen Nutzern des Internets) (letzter Zugriff: 13.07.2015).

## 13 Anhang

### 13.1 Fragebogen

#### Fragebogen zu „Game of Thrones“

Im Zuge unseres Soziologiestudiums an der Universität Wien wollen wir (Manuel, Marina, Marlene, Sabrina und Sonja) mit Hilfe dieses Fragebogens herausfinden, warum die Serie „Game of Thrones“ angesehen wird.

Der Online-Fragebogen beinhaltet Fragen zu allen vier bisher ausgestrahlten Staffeln. Wir ersuchen Sie die Fragen vollständig zu beantworten. Die Befragung dauert ca. 10 Minuten. Ihre Daten werden selbstverständlich vertraulich und anonym behandelt.

Vielen Dank, dass Sie sich Zeit für die Befragung nehmen.

#### 1. Wie schätzen Sie ihr Wissen über die Serie „Game of Thrones“ ein?

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- schlecht
- sehr schlecht

#### 2. Haben Sie mindestens fünf Folgen der Serie „Game of Thrones“ gesehen? (*Filterfrage*) (*Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.*)

- Ja. → 2
- Nein. → Abschlussatz

#### 3. Wodurch sind Sie auf die Serie „Game of Thrones“ aufmerksam geworden? (*Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.*)

- durch Gespräche mit Familienmitgliedern
- durch Gespräche mit FreundInnen / Bekannten / ArbeitskollegInnen
- durch das Fernsehen (z.B. „Zappen“, Werbung)
- durch Zeitschriften/ Zeitungen
- durch das Internet (z.B. Werbung, Youtube, Facebook)
- durch die Buchreihe „Das Lied von Eis und Feuer“ von George R.R. Martin
- durch angebotene Fanartikel / (Video-)Spiele / Apps / etc.
- Sonstiges
- keine Angabe

**4. Warum haben Sie angefangen, die Serie „Game of Thrones“ anzusehen?**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Ich wollte mit Familienmitgliedern mitreden können.
- Ich wollte mit FreundInnen / Bekannten / ArbeitskollegInnen mitreden können.
- Ich wollte mich im Internet mit anderen Personen über die Serie austauschen.
- Ich habe die Serie zufällig beim Fernsehen entdeckt und bin „hängengeblieben“.
- Ich fand Videos über die Serie auf Internetseiten (z.B. Youtube) ansprechend.
- Ich finde das Mittelalter-Setting interessant (Burgen, Ritter, Kleidung, etc.).
- Ich finde die Fantasy-Elemente interessant (Drachen, Weiße Wanderer, Schatten, etc.).
- Ich hatte bereits die Bücher gelesen und war an der TV-Umsetzung interessiert.
- Ich mag eine(n) mitwirkende(n) SchauspielerIn.
- Sonstiges
- keine Angabe

**5. Haben Sie nach fünf Folgen entschieden, die Serie „Game of Thrones“ weiterhin anzusehen? (Filterfrage)**

*(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Ja. → 6 und 7
- Nein. → 8

**6. Welche der folgenden Aspekte tragen dazu bei, dass Sie sich die Serie „Game of Thrones“ ansehen?**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- soziale Machtverhältnisse (z.B. Kampf um den Thron, Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln)
- (sexuelle) Liebesbeziehungen der Figuren
- Vorkommen von sexuellen Handlungen und Nacktheit
- Interesse am Verlauf und Ausgang der Intrigen
- sprachliche Ausdrucksweise bzw. fiktive Sprachen (z.B. Dothraki)
- Szenen, in denen Gewalt vorkommt (z.B. Krieg, Hinrichtung, Folter)
- unvorhersehbare Ereignisse (z.B. Tod von Hauptfiguren)
- Bewunderung einer Figur
- Gefallen an Kulisse / Drehort
- mehrere parallel verlaufende Handlungsstränge
- Neugierde (z.B. durch „Cliffhanger“)
- Sonstiges
- keine Angabe

**7. Was trägt zusätzlich dazu bei, dass Sie sich die Serie „Game of Thrones“ ansehen?**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Stressabbau

- Entspannung
- Alltag entfliehen
- Bedürfnis Teil einer Gruppe zu sein bzw. zu werden
- Routine (z.B. zum Essen, vor dem Schlafengehen)
- Langeweile
- Interesse an Bestätigung bzw. Widerlegung von Fantheorien
- Sonstiges
- keine Angabe

**8. Was trägt dazu bei, dass Sie sich die Serie „Game of Thrones“ nicht mehr ansehen?**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Handlung uninteressant
- Handlung weicht zu stark von der Buchvorlage ab
- Darstellung von Gewalt (z.B. Krieg, Folter, etc.)
- Darstellung von sexuellen Handlungen und Nacktheit
- Lieblingsfigur(en) kommt/kommen nicht mehr vor
- negative Auswirkungen durch die Serie (z.B. Stress, Alpträume)
- andere Serie wird bevorzugt
- Ausstrahlung der Serie im TV zu unpassenden Uhrzeiten
- Vermeidung des „Streamens“ bzw. Downloads der Serie
- Sonstiges
- keine Angabe

Im folgenden Abschnitt werden Ihnen Fragen zu Ihrer Mediennutzung gestellt.

**9. Seit wann sehen Sie die Serie „Game of Thrones“?**

*(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- kürzer als ein Jahr
- seit ca. einem Jahr
- seit ca. zwei Jahren
- seit ca. drei Jahren
- länger als drei Jahre

**10. In welchem Ausmaß haben Sie die Serie bereits gesehen?**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- komplette 1. Staffel
- komplette 2. Staffel
- komplette 3. Staffel
- komplette 4. Staffel
- einzelne zusammenhängende Folgen
- einzelne unzusammenhängende Folgen

- Sonstiges
- keine Angabe

**11. Sehen Sie sich die 5. Staffel an?**

*(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Ja.
- Ich habe es vor.
- Nein.
- keine Angabe

**12. Sehen Sie sich die Serie hauptsächlich auf Englisch oder auf Deutsch an?**

*(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Englisch
- Deutsch
- Sonstiges
- keine Angabe

**13. Welche der folgenden Medien nutzen Sie, um die Serie „Game of Thrones“ anzusehen?**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- kostenpflichtiges Streaming (z.B. Netflix)
- kostenloses Streaming (z.B. Kinox.tv, Movie4k.to)
- kostenpflichtiger Download
- kostenloser Download
- DVD, Blu-ray
- Free TV
- Pay TV
- Sonstiges
- keine Angabe

**14. Mit wem sehen Sie sich die Serie „Game of Thrones“ hauptsächlich an?**

*(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- alleine
- mit dem/der PartnerIn
- mit Familienmitgliedern
- mit einem/einer FreundIn
- in einer Gruppe (ab drei Personen)
- Sonstiges
- keine Angabe

**15. Gibt es neben „Game of Thrones“ noch andere Serien, die Sie gerne sehen?**

*(Filterfrage)*

*(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Ja. -> 16
- Nein. -> 17

**16. Bitte nennen Sie maximal drei Serien, die Sie neben „Game of Thrones“ gerne sehen.**


- keine Angabe

Der folgende Abschnitt beschäftigt sich mit Ihrer Alltagsgestaltung.

**17. In wie weit nimmt die Serie Einfluss auf Ihre Alltagsgestaltung?**

	trifft zu	trifft eher zu	weder noch	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	keine Angabe
Meine Zeitgestaltung richtet sich nach der Ausstrahlung der Serie.						
Ich spreche mit meinen FreundInnen/ Familienmitgliedern/ Bekannten über die Serie.						
Ich informiere mich zusätzlich im Internet über die Serie (Game of Thrones Wiki, Fantheorien, etc.).						
Ich diskutiere in Online-Foren/ sozialen Netzwerken über die Serie.						
Ich eigne mir Styling-elemente einer Figur an (Haare, Kleidungsstil, etc.).						

**18. Treffen folgende Aussagen auf Sie zu?**

	ja	nein	keine Angabe
Ich habe durch die Serie angefangen, die Buchreihe von George R. R. Martin zu lesen.			
Ich betreibe Cosplay / LARP / spiele RPG in Online-Foren/etc.			
Ich spiele diverse Computerspiele/ Brettspiele/ Kartenspiele/ Apps zu „Game of Thrones“.			
Ich schreibe Fanfiction/ Fantheorien über „Game of Thrones“.			
Ich besitze Fanartikel (z.B. T-Shirt, Becher, Schlüsselanhänger)			
Ich lerne Dothraki oder Valyrisch.			

Der folgende Abschnitt behandelt serienspezifische Inhalte, wie beispielsweise Handlungen, Häuser und Figuren.

**19. Bitte geben Sie die Figur an, die Sie in der Serie am meisten mögen.**


- Keine Angabe

**20. Bitte geben Sie die Figur an, die Sie in der Serie am wenigsten mögen.**


- Keine Angabe

**21. Bitte schätzen sie Ihr Interesse an den folgenden Serieninhalten ein.**

*(Mehrfachnennungen: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

	sehr groß	groß	mittel- mäßig	gering	sehr gering	keine Angabe
Adelshäuser						
Kultur der Dothraki						
Geschehnisse in/ bei der Nachtwache						
Bedrohung durch die „Weißen Wanderer“						
das Freie Volk bzw. die Wildlinge						
verschiedene Religionen						
Entwicklung der Drachen						
Daenery's Eroberungszug						
Kampf um den eisernen Thron						
Sklavenhaltung						

**22. Bitte nennen Sie maximal 3 Ereignisse der Serie, die für Sie am prägendsten waren.**


- Keine Angabe

**23. Warum denken Sie, ist die Serie „Game of Thrones“ so beliebt?**


- Keine Angabe

Abschließend möchten wir Sie bitten einige Fragen zu Ihrer Person zu beantworten.

**24. Welches Geschlecht haben Sie?***(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- männlich
- weiblich
- keine Angabe

**25. Wie alt sind Sie? (in Jahren)**


- Keine Angabe

**26. Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?***(Einfachnennung: Bitte Zutreffendes ankreuzen.)*

- Pflichtschule
- Lehre
- BMS
- AHS / BHS (Sonstiges mit Abschluss Matura/ Reifeprüfung)
- Hochschulabschluss
- Sonstiges
- keine Angabe

**Vielen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Befragung!**

**13.2 Tabellen für die deskriptive Beschreibung der Datengrundlage***Tabelle 60: Soziodemografisches Merkmal Geschlecht*

Geschlecht		Häufigkeit	Prozent
Gültig	männlich	<b>257</b>	<b>67,8%</b>
	weiblich	<b>554</b>	<b>0,7%</b>
	k.A.	6	31,5%
	Gesamt	817	100,0%
Fehlend	System	37	
<b>Gesamt</b>		<b>854</b>	

n=854

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 61: Soziodemografisches Merkmal Alter in Gruppen

<b>Alter in Gruppen</b>		
	Häufigkeit	Prozent
bis 19 Jahre	77	9,5%
20 bis 29 Jahre	<b>514</b>	<b>63,3%</b>
30 bis 39 Jahre	<b>138</b>	<b>17,0%</b>
40 bis 49 Jahre	55	6,8%
ab 50 Jahre	28	3,4%
Gesamt	812	100,0%

n=812

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 62: Soziodemografisches Merkmal höchster Bildungsabschluss

<b>Bildungsabschluss</b>		
	Häufigkeit	Prozent
Pflichtschule	30	3,7%
Lehre	120	14,7%
BMS	15	1,8%
AHS/BHS (Matura/Abitur)	<b>342</b>	<b>41,9%</b>
Hochschulabschluss	<b>272</b>	<b>33,3%</b>
Sonstiges	23	2,8%
k.A.	15	1,8%
Gesamt	817	100,0%

n=817

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 63: Sprachfassung der Serie

<b>Sprache</b>		
	Häufigkeit	Prozent
Englisch	<b>436</b>	<b>53,4%</b>
Deutsch	369	45,2%
Sonstiges	10	1,2%
k.A.	2	0,2%
Gesamt	817	100,0%

n=817

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 64: Genutztes Medium

<b>genutztes Medium</b>		
	Häufigkeit	Prozente
kostenpflichtiges Streaming	79	9,7%

kostenloses Streaming	<b>397</b>	<b>48,6%</b>
kostenpflichtiger Download	21	2,6%
kostenloser Download	114	14,0%
DVD, Blu-ray	<b>282</b>	<b>34,5%</b>
Free TV	186	22,8%
Pay TV	179	21,9%
Sonstiges	41	5,0%
k.A.	23	2,8%
<b>Gesamt</b>	<b>817</b>	<b>100,0%</b>

n=817

Quelle: Eigene Erhebung 2015

Tabelle 65: Ausmaß der Verfolgung der Serie

<b>Ausmaß</b>		
	Anzahl	Prozent
komplette 1. Staffel	689	84,3%
komplette 2. Staffel	684	83,7%
komplette 3. Staffel	678	83,0%
komplette 4. Staffel	<b>747</b>	<b>91,4%</b>
einzelne zusammenhängende Folgen	29	3,5%
einzelne unzusammenhängende Folgen	3	0,4%
Sonstiges	34	4,2%
k.A.	2	0,2%
<b>Gesamt</b>	<b>817</b>	<b>100,0%</b>

Tabelle 66: Gründe für das Ansehen

<b>Gründe für das Ansehen</b>		
Entspannung	gewählt	<b>49%</b>
	nicht gewählt	51%
	<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>
Alltag entfliehen	gewählt	<b>49%</b>
	nicht gewählt	51%
	<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>
Bedürfnis Teil einer Gruppe zu sein	gewählt	<b>6%</b>
	nicht gewählt	94%
	<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>
Bedürfnis im Internet mit anderen über Serie auszutauschen	gewählt	3%
	nicht gewählt	<b>97%</b>
	<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>
Unterhaltung	gewählt	<b>81%</b>
	nicht gewählt	19%
	<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>
Langeweile	gewählt	<b>10%</b>
	nicht gewählt	90%

	Gesamt	100%
Intrigen	gewählt	<b>88%</b>
	nicht gewählt	12%
	Gesamt	100%
Unvorhersehbare Ereignisse	gewählt	<b>79%</b>
	nicht gewählt	21%
	Gesamt	100%
soziale Machtverhältnisse innerhalb der Serie	gewählt	<b>69%</b>
	nicht gewählt	31%
	Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

Quelle: Eigene Erhebung 2015

*Tabelle 67: Warum begonnen Serie zu sehen*

<b>Warum begonnen Serie zu sehen</b>		
um mit Freund*innen/Bekanntem/Arbeitskolleg*innen mitreden können	gewählt	22%
	nicht gewählt	78%
	Gesamt	100%
um sich im Internet mit anderen über Serie auszutauschen	gewählt	<b>4%</b>
	nicht gewählt	96%
	Gesamt	100%
Interesse an Mittelalter-Setting	gewählt	<b>44%</b>
	nicht gewählt	56%
	Gesamt	100%
Interesse an Fantasy-Elemente	gewählt	<b>49%</b>
	nicht gewählt	51%
	Gesamt	100%

Angaben in Prozent

n=854

Quelle: Eigene Erhebung 2015