
閱聽人詮釋《哈利波特》故事網絡之跨媒介地景歷程初探：以虛構文本、文學地景及周邊為例*

賴玉釵**

摘要

本研究以《哈利波特》跨媒介網絡為例，閱聽人可因小說及電影「互文線索」為基礎，彌合實景及周邊「跨媒介間隙」。閱聽人若逐齡閱讀《哈利波特》，或因系列參與而感與主角共同成長，衍生情感依附而持續追蹤跨媒介網絡。閱聽人並可轉化「所知」而對應文學地景，融入情感或「鑲嵌」日常地景等脈絡，整合個人生活、現實／奇幻空間等關聯。閱聽人接觸商品時，商品補足小說未敘明細節，形塑物件、五感聯想及故事考掘等「詮釋學循環」歷程。

關鍵詞：文學地景、故事網絡、跨媒介地景、跨媒介敘事、影像旅行

*本文為〈從想像、觀影到主題旅行：跨媒介故事網絡、閱聽人參與及美感體驗：以《哈利波特》為例〉(MOST 106-2410-H-130-031-) 部份研究成果。關於跨媒介敘事「管理取徑」、IP 價值、歷史文物策展等紀實支線，另屬〈跨媒介角色之故事網絡、紀實支線與閱聽人跨平台詮釋：以經典童話角色之再建構為例〉(MOST 107-2410-H-130-017-) 研究成果。筆者感謝評審惠賜建議，也敬謝編輯委員會及編輯團隊悉心聯繫與協助。

**賴玉釵為銘傳大學新聞學系教授。聯絡方式：raven.claw@msa.hinet.net

壹、研究動機與問題

一、研究緣起

跨媒介敘事 (transmedia storytelling) 研究聚焦角色、情節及道具等轉化,也關切改編版本如何互涉而構成故事連續性(Castillo & Galán, 2016)。嚴謹跨媒介形態 (hard transmedia) 利用互文性、多模組形態,建立相異平台之故事網絡(Delwiche, 2016)。嚴謹跨媒介形態由原作及衛星文本等組成,單一媒介之敘事發展可連動另一版本之故事意涵,並對整體故事世界設定具影響力(Delwiche, 2016)。相對於「嚴謹跨媒介形態」,尚有「裝飾型跨媒介形態」(decorative transmedia) 增補訊息而延伸虛構世界,但並不連動故事體系,如 TED Talk 補述事件背景,但不影響特定角色及事件在故事網絡定位(Delwiche, 2016)。

細究嚴謹跨媒介形態發展,改編者依「故事再述」及「媒介改作」呈現影像等視覺奇觀,建構多平台「跨媒介地景」(transmedia landscape)(Harvey, 2015)。以「故事再述」為例,改編者考量「跨媒介互文」(transmedia intertextuality) 拓展衛星文本,延伸核心故事而擴展改編版本意涵;激發閱聽人聯想原作、改編版本互文而融入故事世界(Harvey, 2015)。原初文本改作為相異類型,敘事者延伸核心故事為衛星文本(a sub- or paratext);改編者依循角色設定、故事邏輯拓展原作,建立系列作品之故事網絡(Delwiche, 2016; Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014)。以「媒介改作」為例,敘事者運用不同媒介「機緣」(affordance),改編原作為相異類型(Freeman, 2017; Richards, 2016)。如經典童話《小飛俠彼得潘》(*Peter Pan*) 曾改編為舞台劇,納入音樂、舞台設計及演員走位等規劃(Hanson, 2011)。

近年奇幻文學改編為電影、動畫並推出周邊商品,促成閱聽人多平台涉獵紙本、影像及實體物件,閱聽人如何跨媒介參與及賞析綜效,也值得探析(Harvey, 2015)。奇幻文學「故事宇宙」具獨特世界觀,改編者再述需考量時空連貫等元素(Kurtz, 2016)。如《魔戒》與《哈比人前傳》具中土世界等格局,也促成日後跨媒介敘事者改編難度(Freeman, 2017)。或如「漫威宇宙」亦為顯例,不同類型之跨媒介線索鋪陳,即可能影響後續情

節及設定 (Delwiche, 2016)。易言之，奇幻類型改編者需承襲既有脈絡延伸系列，另也可融入聲光奇景等特效，構築視覺奇景建構故事世界 (Freeman, 2017; ReHak, 2018)。

奇幻類型描寫範疇包括魔法世界，描寫巫師、精靈及神話生物等題材 (Levy & Mendlesohn, 2016; Mass & Levine, 2002)。奇幻故事組成元素如超自然事物，運行法則多異於現實世界，具自成一格「第二世界」(the secondary world) (Mass & Levine, 2002)。奇幻類型與「第二世界」相關，「原初世界」乃植基於現實，提供敘事者撰寫及想像素材，「第二世界」可與原初世界有所區隔 (如《魔戒》具自身故事邏輯，完全脫離現實場景)，或與真實世界有所連結 (如《納尼亞傳奇》衣櫥為通往奇幻旅程入口；Hurtado, 2011; Mass & Levine, 2002)。改編者依不同載具特質，轉化「第二世界」描寫為影音類型、互動類型、實體空間 (拍攝場地、觀光地區及展覽等；Deeb, 2014; Krustritz, 2014; Salmon & Salmon, 2016)。

奇幻文學「第二空間」為作者 (或改編團隊) 想像產物，有別於現實生活及運作規則 (Walters, 2011)。改編者可融入多種詮釋形態，形塑相異樣貌而創造收益 (Bourdaa, 2016; Harvey, 2015)。隨著奇幻文學「第二空間」多種類型轉化，閱聽人如何跟隨多種「跨媒介地景」拓展故事世界、持續沉浸及消費，值得再探尋。敘事者盼吸引閱聽人關注作品多元形態，跨媒介賞析沉浸故事網絡 (Wooten, 2013)。閱聽人跨媒介賞析奇幻網絡，需互文聯想而補白，如整合多平台之相仿情節、角色及時地理解「第二世界」圖景 (Freeman, 2014; Harvey, 2015)。本研究盼探索，閱聽人如何從單一版本起始，聯想互文線索而整合故事世界？閱聽人如何參照系列創作，建構多平台之跨媒介地景？

跨媒介敘事研究者以「經典取徑」(canonical) 為切入點，考量故事授權範疇與作者及商業機構相繫，產製官方建置版本 (Richards, 2016)。敘事團隊持有智慧財產權，設計及企劃文本支線 (transtexts) 擴充閱聽人體驗 (Kurtz & Bourdaa, 2016)。如 Henry Jenkins 歸納跨媒介產業區域，闡釋商業機構融合跨文化及次文化等內容產製策略 (Jenkins, 2016)。Henry Jenkins 近年論述重心未必全然聚焦「參與文化」，也探索商業機構跨國輸出及政策

影響 (Jenkins, 2016)。若干跨媒介研究著墨閱聽人如何涉入實體空間,「閱聽人參與」包括想像力等多元詮釋層面(Freeman, 2019; Lee, 2012; Waysdorf & Reijnders, 2018)。本研究聚焦「嚴謹跨媒介形態」與「經典取徑」,故迷群參與文化範疇並非探索重心。本研究擬依「嚴謹跨媒介形態」與「經典取徑」等態勢,闡釋個案選擇及旨趣。

《哈利波特》系列小說銷售量超越四億五千萬本(含 79 種版本語言),暢銷逾二十周年,成為跨世代閱讀顯例(Roe, 2017, June 22)。以「故事再述」為例,電影【哈利波特】改編團隊並依日漸成長目標族群而調整敘事策略,故閱聽人年齡層隨集數增加,系列電影銷售票房達七十億美元,顯見閱聽人對《哈利波特》故事網絡之粘著度(Hundley & Wong, 2016; O'Connor, 2016, November 22; Roe, 2017, June 22)。以「媒介改作」為例,《哈利波特》改編團隊考量閱聽人之共同記憶,自 2014 年轉化《哈利波特》地點為英國旅遊路線,召喚與主角共同成長之閱聽人參與(Salmon & Salmon, 2016)。《哈利波特》故事網絡也包括主題樂園「哈利波特園區」、李維斯登影棚旅行路線,整合實景與虛構故事體系(Laurichesse, 2016)。本研究考量《哈利波特》改編產業表現顯著度,故擬以《哈利波特》跨媒介地景為探索對象。

二、研究問題

本研究盼探索閱聽人如何鑲嵌於在跨媒介敘事產業,闡釋奇幻空間「跨媒介地景」。

(一) 閱聽人詮釋奇幻文學「跨媒介地景」基礎為何?

《哈利波特》書系出版逾二十周年,並改作為電影及文學地景等(Laurichesse, 2016; Roe, 2017, June 22)。閱聽人接觸跨媒介延展(transmedia extension)作品,可對照記憶中最合宜媒介形態為參照起點(Hills, 2016)。以嚴謹跨媒介形態言之,閱聽人詮釋《哈利波特》跨媒介地景基礎為何?

(二) 閱聽人詮釋《哈利波特》跨媒介地景之交錯歷程為何?

《哈利波特》故事網絡包括虛構文本及故事旅行等實景。本研究擬探索：

1. 閱聽人如何詮釋虛構文本之魔法地景？

若以虛構文本為例，閱聽人如何整合小說及電影等故事網絡？如何依「跨媒介互文」銜接不同類型之虛構文本，整合魔法世界之跨媒介地景？

2. 閱聽人如何整合虛構／實體之跨媒介地景？

文學地景因作者及特定地區等象徵，提供閱聽人「具體」文學實景、投射「真實」存在等象徵，成為現實生活切入虛構世界之想像場所（place of imagination）（Reijnders, 2010）。《哈利波特》系列故事場景已衍生為實景，如哈利波特園區及故事旅行景點（Laurichesse, 2016；Salmon & Salmon, 2016）。閱聽人也可因接觸文學地景及周邊商品，聯想商品指涉之故事設定、角色及動作，融入想像呼應文本召喚（Long, 2016）。閱聽人若走訪實體空間或購買周邊商品，如何依循互文線索詮釋跨媒介地景文學地景？享有何種虛實交融體驗？

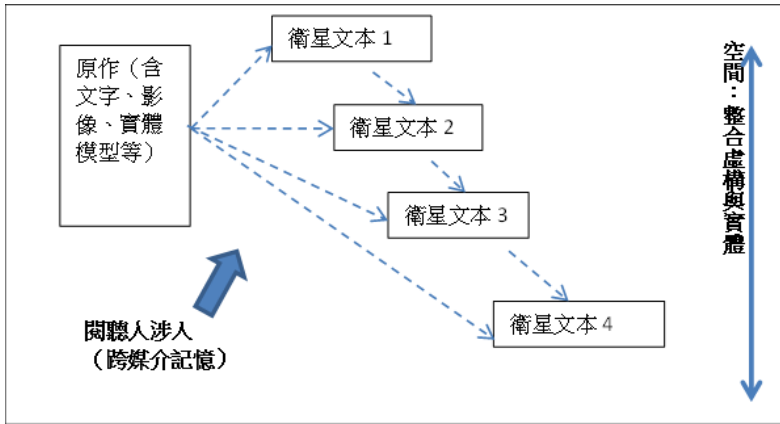
貳、文獻探索

一、跨媒介網絡、閱聽人及交流歷程

（一）跨媒介網絡之建構方向

跨媒介敘事者依「互文」轉化虛構文本至實體空間，召喚閱聽人熟悉感而擴展故事宇宙（Granitz & Forman, 2015；Harvey, 2015）。敘事者從母本（orienting paratexts）衍生衛星文本（sub-texts），或由系列作品衍生為主題樂園、周邊商品等（Harvey, 2015）。跨媒介敘事之衛星文本可用系列作品形式（serial structures）發展，如衛星文本 1 因「互文」承襲原作系譜，依不同類型、公式及符碼而轉述為衛星文本 2（Bernardo, 2011, 2014）。衛星文本可包括前傳、後傳，因應敘事邏輯預留伏筆拓展故事世界（Harvey, 2015）。跨媒介敘事可整合原作及系列文本，統合虛構文本及具體空間（Jenkins, 2006）。

圖一：跨媒介故事網絡、閱聽人參與概圖



資料來源：本研究整理。原作可改編為不同衛星文本，或可續有延伸。本部份端視跨媒介敘事者考量，故以虛線標示。

如上圖所示，跨媒介敘事者可藉不同類型轉述原作為衛星文本，散落於多平台之系列故事需服膺互文旨趣。跨媒介敘事者衍生「具目的導向」建構形態，運用相同角色及背景而建構分支，吸引閱聽人持續注意以建立忠誠度 (Laurichesse, 2016)。近年跨媒介敘事研究包括「管理取徑」(a management approach)，探索跨媒介產品等「價值鍊」(value chain) 塑造，並增設多元文本及平台供閱聽人參與故事體系 (Rohn & Ibrus, 2019)。在此取徑下，跨媒介敘事者導引閱聽人接觸相異平台，另規劃活動維繫產製者及閱聽人雙向交流 (Rohn & Ibrus, 2019)。跨媒介工業 (transmedia industries) 即呼應上述態勢，如《哈利波特》華納倫敦片場旅行 (Warner Bros. Studio Tour) 即為商業訴求之故事品牌建構顯例 (Freeman & Gambarato, 2019)。跨媒介敘事者依「互文」研發系列商品及授權等，並運用商品收益再建構故事網絡，吸引閱聽人持續參與，敘事者兼顧跨世代及次文化等考量，促成跨媒介建構動力 (Denison, 2016)。易言之，跨媒介「管理取徑」研析品牌形象塑造，另亦關切閱聽人對品牌投入及忠誠度 (Rohn & Ibrus, 2019)。

跨媒介建構原則由 Henry Jenkins 於 2009 年提出，並為眾多跨媒介敘

事研究者承襲，運用於解釋虛構文本之故事世界建構（Freeman, 2017；Jenkins, 2009.12.12a, 2009.12.12b；Williams, 2013）。跨媒介建構原則包括「擴散 vs. 可鑽研性」（spreadability vs. drillability）、「沉浸 vs. 可萃取性」（immersion vs. extractability）、「連續及多元」（continuity and multiplicity）、「故事世界建構」（world building）、「系列化」（seriality）、「角色主體」（subjectivity）等（Jenkins, 2009.12.12a, 2009.12.12b）。「擴散性 vs. 可鑽研性」為對立關係，前者指涉社群媒體協助傳散內容，後者鼓勵閱聽人細究系列作品，理解故事背景等來龍去脈（Graves, 2017；Jenkins, Ford, & Green, 2013）。「沉浸 vs. 可萃取性」屬對立關係，前者為敘事者促使閱聽人融入虛構文本，後者為敘事者轉化虛構元素至日常生活（如周邊商品等；Jenkins, 2009.12.12a, 2009.12.12b）。「連續及多元」則互為表裡，敘事者加入多元插曲時，保有相似角色、融入一致因果關係，維持系列故事「連續性」；敘事者加入多元插曲，提供閱聽人多種詮釋視角而展現「多元性」（Elwell, 2014；Williams, 2013）。跨媒介敘事者新增衛星文本展現「系列性」，補述核心故事未言明之處（故事間隙），或如敘事者在不同系列，描寫特定角色背景、觀點及經歷而展現「角色主體性」（Delwiche, 2016；Jenkins, 2009.12.12b）。整體言之，跨媒介敘事者藉由核心故事、衛星文本等相互效力，最終目標在於「建構故事世界」（Freeman, 2017）。

易言之，虛構文本及娛樂產業隨數位匯流興起，促成跨媒介轉向（a transmedia turn），日後研究可探索跨媒介互文效果，另再思辨核心文本「媒介改作」及拓展「故事世界」，依此推進跨媒介敘事學理發展（Gibbons, 2017）。上文說明跨媒介網絡建構原則，但未必能充份回應「文學地景」及「周邊」等跨媒介現象，故下文擬再梳理相關文獻、補述研究分析結果，盼與既有學理對話。再則，前文提及跨媒介敘事之建構策略，尚需閱聽人回應故事世界召喚，方能體現虛構文本轉為文學地景及周邊等歷程。下文擬說明閱聽人跨媒介賞析基礎，再延伸至奇幻文本、文學地景及周邊等討論。

（二）閱聽人如何回應跨媒介網絡召喚

閱聽人憑藉跨媒介參與等經歷，或依符碼相似、情節相仿等互文線索

串接故事網絡 (Harvey, 2015)。閱聽人依循互文線索展現「鑽研性」，思索改編作品如何再現角色，或探索改編版本補述插曲及背景 (Lacasa, Cortés, & Martínez, 2016)。閱聽人可萃取故事網絡片段，整合角色形貌、人格特質、主題關聯，再跳接不同文本聯想角色「關係連貫」，整合故事網絡旨趣而理解「價值連貫」 (Bertetti, 2014)。

以交流歷程 (閱聽人投入文本歷程) 言之，閱聽人可自原作、衛星文本、實體空間等參與文本世界，並對照不同版本發現「未明確訴說內容」、探析系列作品指涉地區 (Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014)。如《魔戒》作者托爾金轉化日常事物為第二世界，融入若干科學概念及常規，盼閱聽人沉浸奇幻世界 (Gray, 2009; Mass & Levine, 2002)。「哈比村」依原作再現場景，保留電影場景延伸文本世界，閱聽人可參照原作及電影等表現，依跨媒介互文聯想哈比村地理位置 (Jones, 2006)。閱聽人可從原作及改編電影為始，藉「媒介凝視」 (mediatized gaze; 媒介提供觀看方式) 理解真實地景 (Urry & Larsen, 2012)。

整體言之，跨媒介敘事者可藉不同版本形成推力，運用文本未言明「間隙」 (gaps) 製造懸念 (suspense)，引發閱聽人好奇而找尋原作或衛星文本，持續沉浸故事網絡 (Harvey, 2015; Jenkins, 2006)。閱聽人可隨故事網絡發展多方賞析改編版本，或自電影拍攝場景等影像旅行參與文本，整合虛構及真實體驗。

二、奇幻文學之跨媒介網絡建構：核心文本、衛星文本

(一) 核心文本：原作書系

核心文本為故事體系之母本 (parent text)，其他文本可參照母本衍生情節及插曲 (Castillo & Galán, 2016)。跨媒介敘事者再現「第二世界」時，參照核心文本而增加情節設定，亦可具體呈現場景設置、道具及歷史背景 (Harvey, 2015; Long, 2016)。跨媒介敘事者建構故事世界時，考量「空間延展」、「時序延展」 (temporal extension; 新故事延伸自既有題材，撰寫前傳或後傳等)、「角色延展」等層面 (Delwiche, 2016)。

(二) 衛星文本：跨媒介轉化之版本、文學地景及周邊商品

1. 改編核心文本為跨媒介形態

改編者轉述核心文本為多種類型，或與經濟效益等考量相繫，故選用題材多具既定消費群，如好萊塢常改編閱聽人熟知經典（Burke, 2015）。跨媒介敘事者援用相異類型之敘事資源，賦予改編版本不同面貌，並因應「粉絲經濟」所需（Burke, 2015）。改編者慮及閱聽人跨媒介賞析之連續性，故新版本多引述及指涉既有文本，擴充故事世界意涵：如奇幻小說《魔戒》及《暮光之城》均改編為影視類型，電影【星際大戰】也籌設前傳拍攝並出版電影小說等（Burke, 2015）。小說《哈利波特》也延伸為網路媒體Pottermore，整合改編電子書、J. K. Rowling 續寫之短篇故事、電影預告，協助閱聽人體驗霍格華茲魔法世界（Horne, 2019）。整體言之，改編者融入科技、不同類型等表現形態，促使閱聽人接觸多種版本、融入故事網絡（Harvey, 2015）。

2. 延伸虛構文本之文學地景

跨媒介敘事者之衛星文本如文學地景（literary place），轉化虛構文學為實體對應場景（Long & Morpeth, 2016；Roberts, 2016）。跨媒介形態也結合娛樂產業，如休閒及旅遊等開發者運用「跨媒介性」延伸故事品牌（Freeman, 2019）。若以跨媒介及故事旅行等面向言之，後續研究實可探索：跨媒介現象如何與旅行結合？為何能吸引閱聽人投入（Freeman, 2019）？

(1) 作者故事及旅居地點

「文學地景」包括作家旅居地點，也涵蓋作品再現之真實景點（Herbert, 2001）。以作家故居為例，閱聽人參訪時可體認作家寫作習慣、書寫背景，衍生作家、地景及情感關聯，讓「空間設置」轉為承載回憶及想像之舞台背景（Asmussen, 2000）。閱聽人眼見作家使用文具及手稿等，亦可聯想作家彼時寫作環境，宛若感受作家創作氛圍、創作環境聲響等（黃雅惠，2011）。

文學地景強調「實景」與作者及故事連結，故閱聽人參訪可感受真實

性及親切感 (Busby & Klug, 2001)。閱聽人整合創作及文學地景，可走訪作家故居、寫作地點、散步路徑體會原真性 (authenticity) (Herbert, 2001)。以《彼得兔》為例，湖區觀光客走訪 Beatrix Potter 故居，常憶及「原真性」、「真實狀況」、「感受到作者真實生活」等 (Squire, 1994)。作家故居需專人保持特定樣貌，或特意擺放書寫工具、搭配故事場景，以空間設計、道具及地景呈現「舞台化原真性」(staged authenticity)，召喚閱聽人返回彼時創作時空 (Squire, 1994)。

(2) 改編作品衍生之文學地景

文學地景整合作者故居、寫作場景外，也因改編影像而衍生「影像旅行」(film tourism)，依循影片拍攝景點、攝影棚、主題樂園擴充故事網絡 (Long & Morpeth, 2016; Salmon & Salmon, 2016)。改編者具體化第二世界，並構連原作、改編影像、拍攝場景關聯，如《格列佛遊記》、《哈利波特》及《冰與火之歌》等均為顯例 (Salmon & Salmon, 2016)。跨媒介敘事者也可轉化文本為主題樂園，如 Disney 及環球影城轉化文本為具體空間 (Long & Morpeth, 2016)。

電影【魔戒】團隊藉「互文」連結原作、影像、紐西蘭觀光地景，建構電影場景與原作關聯 (Brodie, 2014)。電影【魔戒】團隊整合紐西蘭場景再塑哈比村，讓閱聽人可至哈比村酒吧暢飲，體驗哈比人生活 (Brodie, 2014)。閱聽人參與「具體化」第二世界時 (如道具、戲服、主題樂園等)，藉由空間設計等物質形式引發想像，聯想特定故事脈絡 (Long, 2016)。

3. 延伸虛構文本之周邊商品

跨媒介敘事者萃取特定故事及連續場景為圖像，「再媒介化」圖像為周邊並結合文學地景，強化商品及故事體系關聯 (Richards, 2016)。跨媒介敘事者可依核心故事、插曲及支線，藉互文設計實體物件，形塑「互文商品」(intertextual commodity) 以續為故事「經濟加值」(Beddows, 2012; Harvey, 2015)。周邊商品也可引發閱聽人比對真實物件及虛構文本、思考文本世界及旅遊體驗，展現「詮釋學循環」歷程 (Ilhan, 2012; Urry & Larsen, 2012)。閱聽人可因文本理解紀念品之意義，聯想情感、回憶及景物關聯，延長旅

行體驗，閱聽人亦依紀念品為依據，對照文本所述旅程（Urry & Larsen, 2012）。

三、閱聽人跨媒介參與《哈利波特》魔法地景基礎

跨媒介敘事者整合影像及主題樂園等類型，鼓勵閱聽人體驗故事世界（Rehak, 2018）。敘事者可融入特效建構「跨媒介奇觀」（transmedia spectacle），或轉化圖像為授權商品拓展「跨媒介品牌」（transmedia branding; Pons & Comesaña, 2016；Rehak, 2018）。若以《哈利波特》「嚴謹跨媒介形態」為例，核心文本如系列小說，另外衛星文本包括改編電影、文學地景及周邊等。

（一）核心文本：系列小說

跨媒介敘事者可延伸新情節，開發不同系列及續集。敘事者未必在特定劇集詳述角色背景，運用系列作品而補述歷史脈絡，協助閱聽人深入理解故事世界（Harvey, 2015）。閱聽人賞析核心文本時，可找尋互文線索，整合系列作品關聯（Harvey, 2015）。閱聽人憑藉先前理解來詮釋核心文本，思索特定符碼、典故及用語而達互涉之效（Fagence, 2013；Hills, 2006；Laurichesse, 2016）。閱聽人可因相似角色、情節及主題建構互文關聯，體認作品連續性及系列性（Graves, 2017）。

（二）衛星文本

1. 奇幻文學改編之影視作品及網站文本等

跨媒介敘事者改編原作為其他類型，並考量媒介之敘事資源而融入「新」元素，賦予故事新義及多元樣貌（Fagence, 2013）。影像模組可增加場面調度、燈光、圖像及鏡頭序列等；聽覺模組包括音樂、聲音特效及靜音，敘事者可改變音樂節奏鋪陳時間感（Bazalgette & Buckingham, 2013）。

不同媒介載具提供敘事資源（如文字、圖像及音效等），引發閱聽人多元想像及體驗（Fagence, 2013）。閱聽人可依據各類型具備之敘事資源，臆想類型及敘事資源而引發期待（如圖像呈現空間感，音樂形塑情感張力；

Fagence, 2013)。閱聽人亦可從互動類型及影像等，參與故事世界及體驗視覺奇觀 (Lacasa, Cortés, & Martínez, 2016)。閱聽人可從《哈利波特》互動電玩，體驗霍格華茲城堡之空間設計，另可從主觀視角，參與關鍵情節、採取行動及克服挑戰 (Lacasa, Cortés, & Martínez, 2016)。

跨媒介敘事者結合多種輔助支線，盼相異版本之故事元素相互唱和而深化體系 (Fagence, 2013)。閱聽人詮釋亦可參照官方補述資訊 (如幕後花絮、後製介紹等)，理解跨媒介改編旨趣 (Delwiche, 2016)。Pottermore 網站提供【哈利波特】系列電影及舞台劇【哈利波特：被詛咒的孩子】等幕後花絮，說明 J. K. Rowling 對角色設定及緣由 (Brummitt, 2016)。

2. 奇幻文學衍生地景及商品

敘事者擷取關鍵元素，轉為實景及商品展現「可萃取性」(extractability) (Hurtado, 2011)。跨媒介產業與「可視化」歷程相繫，原作者及媒體組織等授權發展「IP 價值」，鞏固品牌認同 (Hassler-Forest, 2019)。如故事旅行結合媒介內容具體化想像世界，如影像文本轉化為展覽形式等實體空間 (Freeman, 2019)。

影業機構可依官方故事設定，建立專屬網站以說明故事相關之旅遊場景 (Freeman, 2017)。《哈利波特》系列作品轉述為電影後，揀選電影拍攝場景而推出故事旅行 (Long & Morpeth, 2016)。閱聽人可萃取特定情節及地景，融入個人生命經驗參與主題旅行，引發想像、情感及感官體驗 (Hurtado, 2011; Roberts, 2016)。如「華納兄弟倫敦影像旅行：哈利波特之旅」(The Warner Bros. studio tour London; The making of Harry Potter) 融合電影【哈利波特】影像文本，鼓勵閱聽人主動參與及共創奇幻世界 (Freeman, 2019)。或如李維斯登影棚盼喚起閱聽人賞析《哈利波特》童年回憶，回味波特首次冒險而喚起情感及參與動機。改編團隊規劃「尋找魔法石之旅」展覽，融入首部電影【哈利波特：神秘魔法石】之巫師棋及三頭狗等場景，並安排電影「獨角獸血液」及「魔法石」等道具陳設 (Pottermore, 2016, July 4)。《哈利波特》故事網絡對應影像旅行及地景，如下表一所示。

表一：《哈利波特》影像旅行彙整表

旅行地點	旅行實景與故事關聯
王十字車站 (King's Cross)	劇組拍攝 9 又 3/4 月台。電影拍攝完畢後，車站人員改裝車站外觀，設立手推車、車站站牌等，讓閱聽人聯想此為通往魔幻世界入口。本站也設有《哈利波特》紀念品店，供閱聽人體驗。
格蘭芬南高架橋 (Glenfinnan Viaduct)	劇組拍攝前往霍格華茲特快車之行經場景。
阿尼克堡 (Alnwick Castle)	霍格華茲魔法學校之飛行課訓練地點。阿尼克堡官網標明景點，並設計掃帚訓練 (Broomstick training)，結合地景及魔法課程。
拉考克修道院 (Lacock Abbey)	霍格華茲魔法學校之「魔藥學」教室。電影拍攝完畢後，該場景其後也標示「跟隨哈利波特、榮恩、妙麗的腳步」。
基督學院 (Christ Church College)	劇組拍攝霍格華茲魔法學校餐廳。
拉庫克鎮 (Lacock)	劇組拍攝高錐客洞 (Gordic's Hollow) 場景。
拉克緒爾湖 (Loch Shiel)	劇組拍攝【哈利波特】黑湖 (Black Lake)。
李維斯登影棚 (Studio Leavesden)	拍攝【哈利波特】電影影棚。影棚位於倫敦，展區包括大廳 (展示佈景及道具)、斜角巷場景、葛萊芬多交誼廳、魔杖店等。
主題樂園 (佛羅里達環球影城「哈利波特園區」、大阪環球影城「哈利波特園區」)	環球影城依循原作情節、電影場景所打造之哈利波特園區。哈利波特園區包括 4D 遊戲、鷹馬雲霄飛車、魔法用品店等設施。

(資料來源：駱彥伶，2015；勇上香織，2015；Alnwick Castle, 2019；Revenson, 2015；The Harry Potter shop at Platform 9 3/4, 2016；Warner Bros. Studio Tour London, 2016)

如李維斯登影棚及「哈利波特園區」周邊商品，包括柏蒂全口味豆、巧克力蛙、霍格華茲校服、奶油啤酒、魔杖等用品（勇上香織，2015；Warner Bros. Studio Tour London, 2016）。敘事者轉化故事元素為實體玩具等，「再媒介化」符號特徵協助閱聽人對應想像世界（Richards, 2016）。跨媒介敘事者依電影系列【哈利波特】特定角色及動作（如「鷹馬」等奇獸），塑造周邊商品（哈利波特仙境，2016 年 8 月 16 日）。閱聽人可從實體玩具外觀，聯想伴隨情節及故事系統（Landay, 2014）。如《哈利波特》周邊收集者可藉由玩具外觀約略理解故事，或如《哈利波特》故事已行之有年，閱聽人可整合兒時賞析記憶、奇幻聯想及第二世界描寫，賦予周邊商品意義（Buerkle, 2014）。

整體言之，跨媒介敘事者萃取故事元素而轉為相異類型，呈現第二世界之多元風貌。閱聽人可自不同平台萃取故事元素，整合魔法世界之跨媒介地景。

四、閱聽人詮釋奇幻文學之跨媒介地景與交錯歷程

奇幻文學之跨媒介敘事者補充細節，連接故事片段及間隙塑造穩定故事架構（Rehak, 2018）。閱聽人需整合相異平台之故事主線及插曲，逐步理解「想像世界」運行邏輯。

（一）閱聽人整合虛構文本之跨媒介地景

原作及改編電影具「連續性」，具共享元素而助閱聽人找尋參照起點。跨媒介敘事者可在相異類型新增插曲，促使閱聽人融入不同版本而弭合「跨媒介間隙」（transmedia gaps）（Harvey, 2015）。易言之，閱聽人從熟悉之故事地標起始，跨媒介詮釋故事網絡之間隙，整合核心文本、衛星文本建構跨媒介地景（Harvey, 2015；Laurichesse, 2016）。

1. 核心文本與補白

閱聽人依憑想像賦予故事意義，融入個人生命經驗回應文本結構（Rosenblatt, 1978, 1995）。故事描述角色及情節宛如「確定點」，形塑「故

事地標」而引導閱聽人參與 (Langer, 1995)。閱聽人隨故事地標「導航」，領受不同體驗或激發想像，另再激發新解讀及觀察 (Rosenblatt, 1978)。閱聽人依憑背景知識，投射個人想像「補白」填補文本未言明間隙 (Iser, 1980)。

閱聽人整合系列作品 (如貫串前傳、後傳等系列故事)，理解地域變遷、歷史背景及情節發展 (Freeman, 2017)。閱聽人除賞析《哈利波特》系列小說外，也可對照番外篇《皮陀詩人吟遊故事集》，理解哈利波特等人尋找「死神的聖物」等傳說。閱聽人賞析系列作品時，可依互文線索憶及原作內容，發掘故事「可鑽研性」而引發涉入感 (Jenkins, 2009.12.12a, 2009.12.12b)。

2. 衛星文本 (改編版本) 與補白

(1) 閱聽人引用衛星文本串接核心文本

閱聽人可引用衛星文本回應核心文本，重組情節時序建構意義，依循互文線索推論故事連續性 (Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014)。閱聽人或可引用改編版本，萃取特定橋段梳理前因後果，體現「故事考掘」(story archaeology) (Phillips, 2012)。電影劇組再現【哈利波特】霍格華茲飯廳之天花板時，手繪行星等外觀草圖再現小說場景，依據原作延伸場景構思 (Revenson, 2015)。閱聽人可引述衛星文本補白原作未敘明處，帶入霍格華茲電影畫面而詮釋小說版本。易言之，閱聽人可跳接核心文本及衛星文本，宛若「拼圖」般擇定新元素來理解故事世界。

(2) 閱聽人跳接不同衛星文本

衛星文本需呼應核心文本而發展故事軸線，召喚閱聽人從不同節點融入故事網絡 (Fagence, 2013)。閱聽人基於「詮釋資料庫」(interpretive repertoire) 引發互文聯想，逐步融入故事體系 (Dovey & Kennedy, 2006; Freeman, 2017)。以電影【哈利波特】及改編電玩為例，電影呈現第二世界之影像、霍格華茲城堡等具體地標；電玩版本則依循電影設定，再現校園場景等空間規劃 (Wooten, 2013)。閱聽人若先賞析電影【哈利波特】，

可參照電影設定而與電玩互動，理解魔法世界之角色、情節及轉折。閱聽人若先接觸電玩【哈利波特】，可體驗魔法任務、知悉空間動線，繼續衍生電影版之敘事期待（Wooten, 2013）。

（二）故事實景與想像：閱聽人如何整合虛構／實體之跨媒介地景

1. 虛構文本、實境旅行與景點標記

閱聽人可找尋現實環境對應虛構世界之地標，融合實景、記憶及想像，「標記」奇幻場景存在痕跡（Batess & LaTempa, 2002）。

（1）閱聽人走訪真實世界之文學地景：作家故居、寫作環境

閱聽人走訪虛構故事／虛構角色之相關場地，如作家筆下之真實場景、小說角色走訪實景（Busby & Klug, 2001）。文學地景融合虛構文本、實體環境等特質，閱聽人可融入想像並召喚閱讀回憶，讓文學地景轉為承載歷史意涵之「記憶場所」（memory sites）（Reijnders, 2010）。以湖區為例，該地為《彼得兔》書系作者 Beatrix Potter 故居，並保有作者手稿（Squire, 1993, 1994）。閱聽人走訪湖區或可重溫兒時閱讀《彼得兔》回憶，眼見「具像化」經典場景（如彼得兔遊走的菜園），對應湖區、繪本及田園寫作等關聯（Lear, 2007；Squire, 1993, 1994）。

（2）閱聽人走訪融合影視之文學地景

跨媒介敘事者可對應「影像地理」，萃取《哈利波特》電影拍攝景點、李維斯登影棚而規劃「華納兄弟倫敦影像旅行：哈利波特之旅」（Freeman, 2017）。或如《哈利波特》拍攝地「九又四分之三月台」，讓英國「王十字車站」等同於「魔法通道」（賴維菁，2013；Batess & LaTempa, 2002）。閱聽人以空間為線索，串接個人情感及集體記憶，詮釋地圖可見及未顯現面向（Cateridge, 2015）。閱聽人可結合故事並對應旅行景點，因實景引發想像而沉浸奇幻世界（賴維菁，2013；Batess & LaTempa, 2002）。

閱聽人經由影視文本而「媒介化凝視」，透過「螢幕觀看」理解媒介地景，或對應影視文本找尋真實場景（Urry & Larsen, 2012）。閱聽人對照影視作品、拍攝實地，尋找虛構文本存於現實環境之線索（Urry & Larsen,

2012)。如【魔戒】及【哈比人前傳】均出版幕後花絮及觀光導覽手冊，呈現關鍵場景拍攝地、奇幻場景合成照片之實景，並輔以地圖及觀光指南說明（Brodie, 2014）。閱聽人可藉此聯想原作設定、故事脈絡及電影場景，並藉電影「媒介凝視」角度重思紐西蘭景象，融合虛構文本與實境。易言之，閱聽人透過「媒介凝視」，宛若眼見故事場景及實際地域，參與虛構文本描繪空間（Tzanelli & Yar, 2016）。

閱聽人可參照奇幻文學「影像地理」勾勒改編影音及實景等互文關聯，投射想像、觀影體驗及情感至故事旅行，如同化身故事要角而展開歷險（駱彥伶, 2015；Laurichesse, 2016）。近年研究曾結合深度訪談法，理解閱聽人走訪故事旅行及體驗，閱聽人認定奧蘭多環球影城「哈利波特園區」造景轉化自系列電影，並融入想像力塑造沉浸感等體驗（Waysdorf & Reijnders, 2018）。另有影像旅行研究指出，電影【哈利波特】閱聽人詮釋地景涵蓋多種層次，包括拍攝實景原貌、數位後製圖景、閱聽人融入想像力串接兩者（Cateridge, 2015）。故閱聽人造訪奇幻世界時可有「魔幻凝視」（此與媒介凝視相關，再現電影拍攝之景點），聯想電影虛擬畫面，另經由實境參與而有心靈模擬（宛若化身魔法師等角色），融合虛實交錯體驗（駱彥伶, 2015）。閱聽人運用電影場景並對照真實地圖，如鑲嵌（embodiment）奇幻情境、走入英雄所居世界（Cateridge, 2015）。易言之，閱聽人穿梭虛構故事及實體空間，移轉對奇幻類型喜好至旅行實踐；再如實體空間及展演等，亦強化閱聽人重溫原作動力（賴維菁, 2013）。

閱聽人參考故事網絡而「標記」景點，亦可藉拍照等真實文本塑造標記，供日後想像及回憶而再次聯想奇幻作品（賴維菁, 2013）。閱聽人可參照虛構文本「萃取」實景等，憑想像持續與奇幻文本互動，閱聽人若自影像旅行及展覽等起始，可藉由具體設計而回饋原作及其他平台，體現故事之可鑽研性（Freeman, 2017）。綜上所述，閱聽人賞析奇幻類型時，可參酌「核心故事—衛星文本再現之第二世界—文學地景」關聯，體驗「第二世界」從無到有之延伸歷程。

2. 虛構文本、周邊商品與互文聯想

跨媒介敘事者依循角色形貌等外顯特徵，再述相關符碼設計實體商品，運用「符徵相似」與閱聽人溝通 (Long, 2016)。敘事者可轉化視聽元素為具體商品，維持閱聽人熟悉故事角色、場景及世界 (Laurichesse, 2016)。以《哈利波特》故事網絡為例，閱聽人可對應小說及電影而指認道具、設置及服裝，也可小酌「奶油啤酒」、品嚐「巧克力蛙」等魔法餐點，購買葛萊芬多圍巾及魔杖而如同成為魔法學院新生 (Freeman, 2017)。易言之，實體周邊提供閱聽人互動想像之涉入起點，閱聽人可眼見周邊引發「故事旅行」等回憶，形塑「核心故事—衛星文本再現之第二世界—互文商品」關聯。

如前所述，《哈利波特》故事網絡涵蓋媒介類型甚多，閱聽人如何填補系列小說、改編作品、文學地景及周邊等「跨媒介間隙」，實可再探索。本研究擬分析閱聽人解讀《哈利波特》故事網絡基礎及交流歷程，繼而反思「跨媒介建構原則」並細緻化既有類目。

參、研究方法

台灣奇幻文學長年屬非主流，直到《哈利波特》原作及改編電影出現，才帶動奇幻熱潮迄今。即使奇幻文學在台灣先前未必受重視，但《哈利波特》仍能引發台灣閱聽人投入魔法世界熱情，且閱聽人隨跨媒介改編而持續參與故事網絡。在台灣先前未必重視奇幻類型情境下，《哈利波特》故事網絡如何召喚台灣閱聽人融入，實值得探索。另外，《哈利波特》故事網絡融入不少蘇格蘭造景及典故，卻引發台灣閱聽人持續跨媒介參與，亦值得細究。本研究考量閱聽人之接收《哈利波特》跨媒介地景等生命經歷，故盼以深度訪談為軸，理解閱聽人主動參與程度、解讀文本歷程。

本研究因與閱聽人跨媒介參與歷程及體驗相繫，故以深度訪談法理解閱聽人跨媒介參與基礎。《哈利波特》故事網絡融入不少蘇格蘭等英式場景，但仍能召喚台灣閱聽人參與。台灣閱聽人為何能回應《哈利波特》召喚？若台灣閱聽人跨媒介賞析《哈利波特》如何與成長回憶結合（如曾接觸之奇幻小說經歷、參照其他奇幻文本）？感受之社會氛圍為何？閱聽人之生命經歷及閱讀情境，如何回應《哈利波特》故事網絡，為深度訪談盼探索

的旨趣。

（一）深度訪談法及研究設計

研究者可藉由深度訪談，理解受訪者之生命脈絡及體驗（Brinkmann & Kvale, 2014；Silverman, 2016）。深度訪談法承襲詮釋學傳統，主張社會事實乃由研究者、受訪者共構而成（Berg & Lune, 2011）。研究者與受訪者乃為平等角色，以「互為主體」展開對話而相互交流，研究者可同理受訪者之生命經歷，理解其決策、判斷、反應從何而生（Brinkmann & Kvale, 2014；Silverman, 2016）。

研究者考量美感體驗之反思較為抽象，故盼使用「照片引談法」（photo elicitation）及「繪畫法」等來助閱聽人暢所欲言（Harper, 2002；Johnson & Weller, 2002）。照片引談法可運用具體圖像輔助訪談歷程，盼受訪者由圖像引發相關記憶、扣合日常生活脈絡，增加訪談資訊深度（Harper, 2002）。繪畫法則供閱聽人描繪體驗及所見，如回應想像世界、彌補文本未言間隙（Johnson & Weller, 2002；McRae, 2015）。故若運用照片引談法、繪畫法，受訪者可依圖像形式而聯想經歷（Harper, 2002；Johnson & Weller, 2002；McRae, 2015），助研究者理解個人生命歷程及解讀關聯。閱聽人若曾具奇幻類型之同人創作、主題旅遊照片等，或可請閱聽人先行提供，研究者再依閱聽人所熟知脈絡而訪談。研究者可理解受訪者詮釋方向，為何選定特有情景為代表照片及圖片（Harper, 2002；Johnson & Weller, 2002），藉此探析閱聽人融入故事網絡、強化與故事世界關聯。

（二）深度訪談之研究設計：跨媒介敘事素養及實踐

1. 受訪者選擇標準

《哈利波特》訴求對象包括為青少年讀者，但亦有成人讀者參與而形成「童書跨齡」現象（黃海，2007）。故本研究受訪者找尋對象未必仰賴年紀，而是考量專業背景、回應深度及主題嫻熟度選擇參與者（Leavy, 2014；Silverman, 2016）。

(1) 受訪者具跨媒介素養能力

本研究論及《哈利波特》故事網絡，受訪者需具跨媒介素養或實作經驗，以詮釋互媒如何拓展故事世界。閱聽人賞析原作及衛星文本時，比對角色、道具、背景、主題、圖像設定等差異，藉跨媒介素養而分析類型之敘事資源、故事結構、主題延展 (Dowd, Fry, Niederman, & Steiff, 2013)。由於多平台興起，閱聽人需接觸故事網絡之三種媒介平台 (如接觸書系、電影及其他類型等)，方構成「跨媒介參與」必要條件 (Harvey, 2015)。本研究考量《哈利波特》故事網絡乃由小說而起，其次經 J. K. Rowling 授權／參與改作而衍生系列電影，再依系列電影衍生影像旅行。本研究考量《哈利波特》故事網絡發展系譜，故受訪者需賞析小說、電影或 Pottermore 網方官頁等資訊。受訪者若走訪《哈利波特》故事旅行路線、購買周邊商品 (如附錄所示)，也在本研究考量之列。

(2) 受訪者具表達跨媒介參與歷程及反思能力

本研究以「跨媒介參與」為探索核心，閱聽人需能反思改編版本如何模仿原作之媒介形式、與其他作品互文關係，剖析跨平台賞析歷程及體驗 (Dovey & Kennedy, 2006; Eichner, Mikos, & Wedel, 2012; Elleström, 2010)。若以美感發展能力言之，約可分為五大階段：第一階段 (幼兒) 喜歡接觸色彩鮮麗、肢體動作豐富之作品，滿足感官愉悅；第二階段 (學齡兒童) 喜愛較具體、對應日常生活之表現方式；第三階段 (青少年) 易受作品表現方式吸引，並可嘗試理解創作意圖；第四階段需經藝術鑑賞訓練，以具體剖析作品形式、美感體驗之關聯；第五階段則關切作品及文化情境之議題，擁有自身獨立判斷 (Parsons, 1989)。本研究考量閱聽人需經第四階段後，方能具體說明體驗、表達素材及形式關係。故擬選擇經藝術鑑賞訓練受訪者 (如具敘事學理訓練等)，評述互文如何引導跨媒介參與歷程。

本研究考量《哈利波特》故事網絡，閱聽人跨媒介參與需包括三類媒介 (如接觸書系、電影及其他類型等)，具體闡釋如何因「互文」涉入故事世界 (Dowd, Fry, Niederman, & Steiff, 2013; Harvey, 2015)。閱聽人若曾至 Pottermore 網站參與電玩遊戲，曾至主題樂園及拍攝點遊歷者尤佳。

2. 訪談次數與步驟規劃

本研究訪談 30 位受訪者，每位受訪者參與頻次為一至兩次，每次訪談時間約 2 至 3 小時。受訪者年齡分佈為 22 歲至 41 歲，男女比例約各半。受訪者背景包括傳播科系、藝術科系及文史科系，另外跨媒介參與歷程煩請參見附錄。本研究之受訪者均曾賞析系列小說及電影，半數以上具《哈利波特》故事旅行經歷、過半以上曾購買《哈利波特》周邊商品。本研究採半結構式訪談法，藉受訪者書面回覆再提問，以利受訪者流暢對答(Leavy, 2014; Magnusson & Marecek, 2015)。半結構式訪談法乃初步擬訂大綱，可視受訪情境、受訪者發言彈性調整題序(Leavy, 2014)。本研究藉「回饋單」理解閱聽人如何理解互文脈絡，歡迎閱聽人於回饋單提供《哈利波特》旅行札記及照片，說明如何回應多平台召喚而融入故事世界。

肆、分析與討論

一、閱聽人跨媒介詮釋魔法地景之基礎

(一) 閱聽人賞析奇幻文學與通俗文化脈絡

奇幻類型結合跨平台串流之故事網絡，讓閱聽人記憶結合全球化媒介地景，並與哈利波特成長歷程相繫。《哈利波特》原作及電影風潮襲捲台灣，帶動奇幻書系發展(黃海, 2007; 賴維菁、李孟娟, 2005)。閱聽人可參照系列小說、影像及文學地景，並參照日常生活景象建立跨媒介地景。

個案 2 指出，奇幻文學作者可在卷首「以文字敘述或地圖繪製的方式，詳細說明、勾勒故事發生的世界」，再隨「故事情節的推衍，逐步補充如魔法、戰鬥、種族等內部的系統與元素」。閱聽人也發現第二世界之道具及切割時空功能，協助空間轉化而引動情節。個案 2 以《黑暗元素》三部曲為例，「黃金羅盤、奧秘匕首與琥珀望遠鏡，具有能夠連接、切開或是探測其他平行世界」。

奇幻隱喻及地景可對應文學典故，呈現敘事者欲傳達旨趣(Gray, 2009)。個案 15 參照第二世界概念起源，「最早出現於 Tolkien 演講內容」，敘事者可「完全虛構」第二世界如「中土大陸」，或讓角色「虛構和現實來回穿越」，

如《納尼亞傳奇》主角見證「納尼亞的誕生」，對應「《聖經》舊約〈創世紀〉」。另「獅子亞斯蘭」觸碰「動物會講話」對應「上帝和耶穌」和「選民」造就「基督教思想傳播作品」。易言之，奇幻地景描寫及隱喻，實融合第二世界綺想／美感及智性思辨（Gray, 2009）。

個案 1 說明第二空間、器物神力與故事轉折，透過「時空的設定」傳送「物件與意念」，如小說《哈利波特》「妙麗使用過時光器，哈利多次使用儲思盆」，開啟不同時空、歷史片段連結。個案 1 以《哈利波特》第二空間為例，角色藉「港口鑰、呼嚕粉、掃帚、消影術、現影術、消失櫥櫃、騎士公車、飛天汽車」，改變故事空間而衍生情節。

（二）閱聽人跨媒介參與魔法地景與生命脈絡

1. 核心文本

（1）閱聽人角色投射與解讀小說

個案 2、4、7、10、18 均曾投射入學生身份而詮釋魔法世界，萃取魔法學校之課程或賽事形塑魔法地景。個案 2 盼走訪「斜角巷、王十字車站、霍格華茲城堡、禁忌森林、活米村」，因上述地點對哈利波特「發揮過重要的影響、作用，或是在此經歷了生命中的某個階段」。個案 18 選取霍格華茲魔法學院「重點場景」，盼體驗「養成魔法人」歷程。易言之，閱聽人整合在學生身份及角色成長歷程，匯集系列故事賦予魔法空間特有意義。

（2）閱聽人情感依附與解讀小說

閱聽人解讀文本引發情感及想像力，並整合敘事及體驗塑造認同，成為生命故事一環（Rutledge, 2019）。閱聽人賞析《哈利波特》年齡因與書中主角相近，逐年閱讀而引發情感依附。個案 1 指出，《哈利波特》系列與「少年成長的套路」相關，彰顯「角色面臨選擇及決策」。個案 3 首次閱讀《哈利波特》時與書中主角「年紀接近」，故隨書籍集數增加而感「與哈利波特一起長大」。個案 17 對應生命脈絡及小說《哈利波特》，因「個人情感投入」感知「陪伴他一路成長」並「一路冒險」。本研究深化「跨媒介建構原則」意涵，說明「系列化」及「連續性」成立條件與閱聽人生活脈絡相繫。閱

聽人因當時身份而便於投射系列小說，呼應「魔法人養成」校園生活，閱聽人若賞析小說，年齡「隨主角一起成長」，或可強化情感依附（共伴）而願長期參與。易言之，閱聽人隨系列集數逐齡參與，並跟隨主角面臨艱難困境及考驗，故閱聽人生命歷程屬跟隨故事「系列化」因素。

2. 衛星文本

(1) 改編電影

奇幻電影具體呈現奇蹟之旅，敘事者整合想像、魔法場景及奇獸再現第二世界（Walters, 2011）。個案 4 分析，改編為影像「延伸為想像世界」，擴展「空間的想像度」而增加「視覺」及「聽覺享受」。個案 13 表示，奇幻電影吸引人之處為故事「場景」，電影【哈利波特】再現「霍格華茲學校、魁地奇球場、學校的密道等」，讓閱聽人「驚豔且滿足」提高「故事的涉入感」。

電影依憑道具、戲服及特效再現場景，並需音樂及聲效烘托故事旨趣（Bazalgette & Buckingham, 2013）。個案 19 肯定「魁地奇賽事、三巫鬥法大賽」等「大場面的描繪」，賦予視覺享受，另「配合真實場景動作、音樂」可「加強原有的感官經驗」，讓奇幻歷險「更為緊張刺激」。本研究深化「跨媒介建構原則」面向，如「多元性」包括改編形式多元，也涵蓋不同媒介之多模組資源，故能提供閱聽人跨媒介參與之新體驗及涉入感。

(2) 文學地景

跨媒介敘事具可萃取性，轉化若干元素為日常物件，供閱聽人與真實事物互動（Williams, 2013）。閱聽人對照奇幻文學慣例符碼，聯想相似建築造型而詮釋「哈利波特園區」。個案 20 認為園區呼應「知悉的文學或童話原型」，如「城堡、魔法小鎮等的景象」呼應奇幻類型「建築物與村落場景」。閱聽人賞析小說及電影時，多以第三人稱（旁觀視角）賞析奇幻世界，但哈利波特園區提供親身參與機會（主觀視角），讓閱聽人宛若化身角色。個案 20 指出，樂園環境異於小說及電影旁觀視角，閱聽人可融入「第一人稱」而「賞玩場景」、「走入建築物內」並「消費及變裝」，如同「化身」魔法人物。

(3) 周邊商品與奇幻世界連結

《哈利波特》故事網絡具可萃取性元素，故讓閱聽人結合奇幻與現實，如購買周邊而跨媒介實踐。個案 12 指出，園區可購得「奶油啤酒、桑科惡作劇商店玩具」，上述商品常出現於故事情節故「辨識度很高」，宛若「喝一口奶油啤酒」便與「跟電影或書裡面的情節連結」。個案 13 分析，因「奶油啤酒」辨識度高，易想像食品「來自哈利波特的世界」。易言之，跨媒介敘事「可萃取性」展現於互文商品，協助閱聽人聯想小說及電影等故事脈絡，成為召喚閱聽人沉浸關鍵。「可萃取性」及「沉浸性」可透過互文商品相互依存，形塑閱聽人融入奇幻世界之具體紐帶。

台灣閱聽人可全程參與哈利波特「成長」歷程，閱讀／觀影時共享患難情感、「同步參與」魔法世界轉折（有別於《綠野仙蹤》等已寫畢之奇幻文本）。易言之，《哈利波特》可成台灣閱聽人生命經歷一部份，並與全球地景共享文化脈絡。閱聽人先前理解包括好萊塢影業等推波助瀾、故事網絡之跨媒介形變（如科技發展加速奇幻表現），閱聽人可重新體驗未知故事、召喚回憶及感受。

二、閱聽人跨媒介詮釋魔法地景之交錯歷程

（一）《哈利波特》「嚴謹跨媒介形態」及「跨媒介地景」

1. 閱聽人引用衛星文本擴充核心文本

個案 1、3、8、7、9、14 均提及小說闡釋詳細情節，電影具體呈現魔法世界而擴充想像。個案 8 肯定小說「描述各種魔法世界獨有活動的細節，像是魁地奇」細節，再如小說及改編電影搭配可補充「視覺部分的想像」，電影呈現「浩大的魔法對決」故享「視覺上的驚喜跟震撼」。個案 3 分析，電影具「小物件、建築內部、人物的服裝衣飾等」，讓魔法世界「更鮮活、更有真實感」而「補足小說細節」。易言之，閱聽人因跨媒介敘事「多元性」及多模組資源，參照衛星文本而體現「故事世界建構」。

2. 閱聽人跳接不同衛星文本：電影及影像旅行

跨媒介敘事者由多種形態再述原作，因「多元性」而供閱聽人以不同視角體驗故事（Williams, 2013）。個案 3 認為，改編電影如同延續原作生命，另電影在倫敦取景，若再結合「實境跟電影」則「再次延續」故事生命。個案 7 賞析《哈利波特》小說及電影，並至李維斯登影棚參觀。他觀賞影棚展示道具及戲服，故「想像演員活靈活現地在眼前呈現故事的模樣」，因「身歷其境」而「融入」奇幻世界。

個案 6、8、10、19 曾至哈利波特園區，肯定電影造景具象化，故能成為魔法世界「經典地標」，協助閱聽人整合衛星文本而促成跨媒介綜效。個案 20 發現，園區「霍格華茲城堡」及「海格小屋」乃「仿照電影形式搭建」，個案 19 也認為，園區「完全一比一的仿照各種〔電影〕場景」。個案 8 分析，哈利波特故事世界「視覺塑造」多來自「電影」，提到「葛來芬多」會想到「電影裡出現制服的鮮紅顏色圖樣」，再如哈利波特園區視覺設定「根據電影」，也為「檢視觀影經驗的有趣體驗」。易言之，閱聽人藉由「可萃取性」貫串虛構空間及文學地景，並可藉影像及真實場景「連續性」挖掘相似元素，轉為多平台體認魔法地景來源。電影元素「可萃取性」及文學地景關聯，起於閱聽人因互文線索而建立想像紐帶，填補「跨媒介間隙」而縫合虛構文本及實景關聯。閱聽人填補故事網絡、文學地景之跨媒介間隙歷程，目前「跨媒介建構原則」較少論及，此為本研究創新。

（二）閱聽人詮釋虛構文本及實體空間：以故事旅行及周邊為例

1. 虛構文本、故事旅行與景點標記

(1) 小說與電影拍攝地點

閱聽人由不同視角體驗故事，賦加個人意義投射至故事世界（Williams, 2013）。個案 3 指出，電影拍攝實景與「在英國生活是緊緊連結」，不少「經典的地標就在倫敦」。個案 3 居住倫敦時，「每天都會在王十字車站轉車」而經「9 又 3/4 月台」。個案 3 因「電影的取景跟倫敦的實際景色的連結」，路過「銀行區」聯想此為「魔法部入口」、千禧橋為「哈利跟佛地魔對打」場地，並從「實際生活的經驗去發掘相關故事」。

閱聽人發掘魔法故事及現實空間共同點，期盼找尋奇幻世界確切存在

之蛛絲馬跡。個案 3、7 均聯想「王十字車站」及「9 又 3/4 月台」關係，個案 3 指出該「王十字車站」為「故事中魔法世界與現實世界的交界」。另因小說《哈利波特》描繪地點多在虛構世界，故車站為「唯一與原作故事相關聯的地標」。個案 7 憶及「住在劍橋」時「每天都要搭車到王十字車站才到倫敦」，候車時曾尋找「第 9 跟第 10 月台」交界而期待發現「9 又 3/4 月台」。易言之，閱聽人可對應真實地景及奇幻經典座標，強化文學地景與故事互文連結，再次沉浸於奇幻故事網絡。

個案 3 分析《哈利波特》與其他奇幻文學差異，「《哈利波特》地點指涉是公開」，「不同於《納尼亞傳奇》是在衣櫥」等「私人空間」，或《魔戒》設於虛構場景等。易言之，閱聽人可從生活情境及實景對應魔法世界，強化日常環境與第二空間關聯，此為其他奇幻小說未能及者。本研究認為，閱聽人日常生活情境可為「跨媒介地景」參照依據，據此建構奇幻文本、故事旅行及「鑲嵌」日常生活關聯。跨媒介建構原則「可萃取性」及「沉浸性」與閱聽人日常路線相繫，提供閱聽人「鑲嵌」故事世界之具體基礎，此為本研究創新處。

(2) 小說、電影與李維斯登影棚

跨媒介敘事者「實體化」故事場景，強化閱聽人參與及沉浸感 (Deeb, 2014)。個案 7 曾赴李維斯登影棚參觀電影【哈利波特】造景，他發現影棚展示具「電影」及「小說情節重疊」元素，如電影「場景實際出現在眼前」及「小說中的描述具體化」。閱聽人賞析跨媒介文本時，可融入既有回憶至改編版本，讓回憶栩栩如生呈現 (Hills, 2016)。個案 7 憶及彼時觀影經歷，影棚道具旁擺放螢幕，且「螢幕會擷取電影中的畫面」幫忙閱聽人對照，如同故事「活生生上演，哈利波特就在眼前」。易言之，閱聽人可串接地景、資訊及故事網絡，發揮「可鑽研性」聯想魔法器物符徵、空間設計及指涉體系。

(3) 小說、電影與哈利波特園區

(A) 哈利波特園區如實再現電影場景

跨媒介敘事者因應不同載具而「具像化」作品，持續為故事加值 (Deeb,

2014)。跨媒介敘事者可從「影像地理」著手，模仿電影曾出現角色或故事背景，促進閱聽人聯想文本及空間關係 (Laurichesse, 2016)。個案 4 參觀哈利波特園區「進入城堡，看見擬真的場景道具」，宛若「踏進魔法的王國」。個案 6 參照原作及電影脈絡，眼見霍格華茲城堡「會動的畫像、胖女士、魔藥學地窖教室」，擴充「書本裡對霍格華茲的想像」而感「來到了霍格華茲就讀」。易言之，閱聽人可從實景空間聯想《哈利波特》故事世界，整合互文線索串接故事網絡。本研究認為，跨媒介敘事者因「可萃取性」轉化電影元素為文學地景，促成閱聽人「角色主體」參與條件及故事環境。

(B) 哈利波特園區提供閱聽人參與空間

敘事者運用相異形態，整合不同敘事觀點、延伸故事細節，新增遊戲等類型而創造互動可能 (Harvey, 2015)。個案 4 認為，哈利波特園區「魁地奇 4D 遊戲」、遊戲實景及小說情節可相互呼應，如魁地奇球賽是「巫師們最重要的體育運動」、哈利波特在此「抓到金探子，勇奪勝利」。個案 4 憶及，他體驗魁地奇球場 4D 遊戲時，「戴上眼鏡」後「球場栩栩如生在眼前」，遊戲進行中「哈利波特等角色向觀眾講話」，讓閱聽人「彷彿成為劇中角色」故享「沉浸式體驗」。

如前所述，跨媒介敘事者讓閱聽人化身故事主角，體認自身為系列作品之成員 (Castillo & Galán, 2016)。個案 20 體驗「紅外線魔杖互動裝置」，他嘗試用魔杖施法時「會失敗」或「失誤」，如咒語不靈驗或噴出「火炬太大」。個案 20 分析，小說《哈利波特》描寫主角在「符咒學課程」施咒失敗，故感園區安排「咒語不靈」插曲以貼近魔法師日常。

(C) 哈利波特園區再塑魔法師日常體驗

閱聽人因真實造景而聯想故事情節，理解物件與指涉空間關聯，並融入主觀視角而感置身其間。個案 20 認為，園區模仿魔法師「生活體驗」及「生活形態」，包括「所喝的、所用的，甚至是走的路線」而體驗「角色的日常生活」，故讓人感知「這個世界真正存在」。

個案 14 認為，園區「兼顧五感的體驗」，讓參與者享「視覺上的滿足」

及「感官上的接收與刺激體驗」。他發現園區「街上行人都會刻意裝扮」，不少觀光客穿巫師袍，宛若「身處魔法世界」而「更融入」故事情境。個案 14 也指出，園區模仿電影場景呈現「活米村裡許多經典的商店」，包括「蜂蜜公爵、桑科的惡作劇商店」。易言之，閱聽人聯想電影及園區街景而促成跨媒介互文，因電影元素「可萃取性」增加沉浸感、形塑奇幻及現實紐帶。本研究認為，故事元素「可萃取性」提供閱聽人互文基礎，外顯符徵啟動小說及電影等故事脈絡。閱聽人可從實景聯想「建物符徵」及「空間設計」，援引互文線索填補跨媒介間隙、體現「故事世界建構」。本研究深化「可萃取性」及文學地景意涵，說明閱聽人聯想符徵、互文線索指涉魔法體系，彌合魔法世界與實景關聯。

2. 虛構文本、周邊商品與回憶標記

(1) 周邊商品與實體經驗

閱聽人可從特定媒介著手，整合故事體系之相關文本，繼而融入更寬廣的故事世界（Fagence, 2013）。個案 14 分析，哈利波特園區具「實際場景的塑造」，讓人「好像真的變成角色」而「更接近了故事裡面的真實」。個案 14 提及，園區讓閱聽人「摸得到一些東西、吃到一些東西」，故「跳脫出了僅止於感官上的界線」。

個案 3 發現「產品如同證明故事真的存在」，連結「實體經驗」、「故事」及「物件的附著」，書中場景及電影是「二維連結」，若有商品等則為「三維連結」。個案 3 強調「地點重新加強故事經驗」，讓閱聽人聯想「電影」畫面及真實場景。個案 2 也分析，周邊商品在「故事感受的營造」會提供「堅實的、穩固的、物質性」等「真實」基礎，讓「想像世界」更「清晰真切」，周邊商品相較「故事的接收與感受」，增加「觸覺、味覺或是聽覺」故感「產生瞬間置身在故事世界」。如前所述，互文商品展現故事、實體及五感體驗等三維連結，邀請閱聽人融入奇幻世界。本研究認為，敘事者轉化影像元素為商品符徵，引動閱聽人聯想互文線索（商品對應故事情境、魔法空間），構成閱聽人填補「跨媒介間隙」條件。本研究闡釋「可萃取性」如何協助閱聽人縫合奇幻／現實界線，延伸跨媒介建構原則意涵。

(2) 周邊商品與奇幻文學脈絡

閱聽人結合感官知覺、故事情節及視覺面向（如物件色澤、大小及動作等），理解角色意涵及故事意義（Rutledge, 2019）。個案 17 表示：

一拿到〔巧克力蛙〕我就會想到電影裡，哈利在火車上看見巧克力蛙跳出窗外的場景。看到奶油啤酒，我就會想到哈利他們在開心時會去喝一杯慶祝，或是在天冷的時候喝一杯暖身。會引發聯想的原因應該是有共鳴吧，對書中的橋段有想像連結，一對照就會引發回味的心情。又或者說身為書迷，就是會不自主地將實體化的商品，互文聯想到原作故事。

閱聽人可從故事角色及設置而聯想互文線索，因涉入故事而購買周邊並形成娛樂體驗（Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014）。個案 2 認為「實體物品的重量、質感與氣味」，宛若看到「故事世界真實存在的佐證」。個案 4 眼見哈利波特園區「奶油啤酒跟惡作劇的玩具」而聯想「電影出現過的故事世界」，憶及特定角色使用魔法產品的「表情與情緒」。個案 6 啜飲奶油啤酒時，想像電影場景「大家在活米村聚會時，喝著一罐罐奶油啤酒」。易言之，周邊商品如同串接現實空間、魔法世界樞紐，閱聽人構築「互文商品—故事情節—魔法世界」關聯，因擁有實體「魔法物件」而強化奇幻世界連結。

閱聽人接觸周邊商品時，引發原作描寫、互文商品、五感體驗等詮釋學循環歷程。個案 20 分析，周邊商品觸發「回憶及對照的過程」並思考「原作中是如何建構這個物件」。由於原作未必詳敘魔法物品「光澤、觸感及口感」，故讓閱聽人「再三參考原作的情節去做想像」，另實際接觸商品後可「再次與原作對照及增添新的體驗」。本研究認為，互文商品符徵萃取自故事體系，提供閱聽人聯想第二世界線索、重返原作「故事考掘」。閱聽人對故事體認、親身參與及五感聯想，構成解讀互文商品及故事考掘等「詮釋學循環」基礎，並讓故事元素「可萃取性」及「可鑽研性」交互影響。本研究延伸「可萃取性」及「可鑽研性」討論，提供「跨媒介建構原則」新義。

三、小結

閱聽人跨媒介詮釋魔法地景時，可參照奇幻文學與通俗文化脈絡，並對應個人生命歷程。閱聽人融合奇幻文學等賞析經歷，說明《魔戒》、《納尼亞傳奇》及《黑暗元素三部曲》等「空間」如何協助推動劇情，或「第二世界」設定典故及隱喻。閱聽人也延伸「第二世界」意涵，歸納小說《哈利波特》空間、器具及轉折，建構個人理解奇幻文學體系。

若以閱聽人跨媒介賞析核心文本及衛星文本言之，閱聽人可因角色投射及情感依附，強化涉入「核心文本」體驗。閱聽人賞析衛星文本時，可因改編電影等呼應跨媒介建構「多元性」，另可親身參與文學地景，體現跨媒介建構原則「角色主體性」，或因周邊商品「互文聯想」電影圖景，體現跨媒介建構「可萃取性」。

若以閱聽人融合「虛構文本」及「實體空間」言之，閱聽人若遊歷實體空間（電影拍攝景點、李維斯登影棚、哈利波特園區），可因影像符徵相似性串接故事網絡，覺察空間設計及指涉事物等發揮「可鑽研性」，或採主觀視角參與文本達「角色主體性」。以閱聽人整合「虛構文本」及「互文商品」言之，閱聽人從符徵聯想互文線索，意會商品之故事脈絡，填補虛構文本及實體商品「跨媒介間隙」。閱聽人若視商品為指涉魔法空間元素，即構築「互文商品—故事情節—魔法世界」連結。閱聽人可回顧原作描寫，對應互文商品及五感體驗等引發「詮釋學循環」，促成再次「故事考掘」等動機。

本研究受訪者多數走訪「主題園區」（如奧蘭多及大阪環球影城）及「李維斯登片廠」，部份受訪者亦前往電影拍攝場地。若以影像旅行為軸，「主題園區」道具多仿自電影【哈利波特】設置，促成空間延伸及敘事延伸等效果（Lee, 2012）。本研究亦發現，閱聽人融入「主題園區」、「李維斯登片廠」及電影拍攝地等，多與觀影經驗相繫。若閱聽人無實地走訪經驗，易從小說及電影等設定歸納「魔法師養成旅程」，如個案 17 盼體驗「新生需划船到霍格華茲」等場景。本研究認為，閱聽人若曾走訪影像旅行，則更易參照影像脈絡等框架詮釋地景，並感鑲嵌至魔法空間。閱聽人若未走訪影像旅行，或依小說及電影等規劃旅行地圖，照見個人對小說《哈

利波特》關鍵情節等想像。整體言之，原作及影音召喚最多層次意義生產，並引導閱聽人詮釋實體空間形態。

伍、結語

一、研究發現

本研究以「嚴謹跨媒介形態」出發，探索《哈利波特》核心文本及衛星文本等故事網絡。《哈利波特》跨媒介地景包括虛構文本及真實場景，前者如小說及改編電影，後者如文學地景及周邊商品等。敘事者補充故事支線及原作關聯，加速閱聽人融入文本世界（Jenkins, Ford, & Green, 2013）。

（一）閱聽人跨媒介詮釋魔法地景之基礎

1. 閱聽人參照奇幻文學與通俗文化脈絡

閱聽人參照《魔戒》、《納尼亞傳奇》及《黑暗元素三部曲》等，歸納奇幻文學描繪地景概貌。閱聽人可重溫舊作及引發懷舊回憶，並因跨媒介互文而強化視聽聯想，持續擴張想像之奇幻地景。本研究認為，奇幻類型結合跨平台串流之故事網絡，讓台灣閱聽人跨媒介參與歷程結合全球化媒介地景，亦與哈利波特成長歷程相繫。

2. 閱聽人跨媒介參與《哈利波特》魔法地景與生命脈絡

閱聽人詮釋系列小說（核心文本）時，可投射「學生」身份而萃取霍格華茲地景，想像對應課程等「魔法人養成」之旅。閱聽人詮釋核心文本及衛星文本時，逐齡「同步參與」主角成長及魔法事件轉折，強化與主角共同冒險記憶及情感依附。本研究細緻化「跨媒介建構原則」之「系列化」及「連續性」意涵，說明「跨媒介地景」與閱聽人生命經驗相繫，故事網絡協助閱聽人轉化所知為情感聯結、賦予故事場景特殊意義。

再如「哈利波特園區」結合電影及實景，提供閱聽人主觀視角參與環境，體現「角色主體性」。再如互文商品展現跨媒介敘事「可萃取性」，協助閱聽人聯想小說及電影等互文脈絡，召喚閱聽人返回原作而「故事考掘」

持續沉浸奇幻世界。本研究提出「可萃取性」及「沉浸性」並非對立概念，可因互文商品而相互並存，成為閱聽人融入魔法故事體系之具體環節。

（二）閱聽人詮釋奇幻文學之跨媒介地景與交錯歷程

若閱聽人曾走訪《哈利波特》故事旅行路線，本研究發現：閱聽人感知跨媒介地景歷程為層層疊合，閱聽人透過電影畫面「可萃取性」對照實景，再由故事世界等互文線索串接文學地景，體現「故事世界建構」。

1. 虛構文本、故事旅行與景點標記

小說《哈利波特》之第二世界入口為公開空間「王十字車站」，此少見於其他奇幻小說，易成閱聽人銜接奇幻及現實地景切口。閱聽人若曾居住英國，可整合所知（故事情節）並賦予個人意義（日常動線），故強化個人與空間實景「關聯」（日常生活「鑲嵌」在魔法空間）。易言之，跨媒介建構原則「可萃取性」整合閱聽人日常生活，因「鑲嵌」故事環境而建立閱聽人連結奇幻世界樞紐。本研究論及「可萃取性」、「沉浸性」及「鑲嵌日常生活」，賦予「跨媒介建構原則」新義。

再如「李維斯登影棚」策展物件輔助電影呈現，閱聽人可因影棚「實體物件」（魔法器物符徵），融入想像而理解故事脈絡，回應「魔法物件」召喚而沉浸奇幻世界。本研究認為，跨媒介敘事「可萃取性」提供閱聽人互文線索，協助閱聽人填補虛構文本及實景「跨媒介間隙」，縫合奇幻場景及現實空間關聯。目前較少研究討論閱聽人彌合小說及故事旅行「跨媒介間隙」，此為本研究創新處。

或如哈利波特園區再現經典場景（斜角巷及活米村等），供閱聽人感受魔法師日常生活。閱聽人憑藉魔法師日常街景、飲品及用具，感受「魔法師專用器物」，宛若同為魔法社群。本研究發現，閱聽人聯想原作、電影及樂園設定而促成跨媒介互文，因「可萃取性」增加沉浸感而維繫現實與奇幻之紐帶。本研究發現，閱聽人可從實景覺察「建物符徵」及「空間設計」，援引電影畫面等互文線索填補跨媒介間隙，對應園區及魔法世界關聯。本研究深化「可萃取性」及文學地景討論，闡釋閱聽人眼見實景聯想

符徵、互文線索而指涉魔法體系，感知貼近魔法師日常而沉浸奇幻脈絡。

2. 虛構文本、互文商品與回憶標記

周邊商品「萃取」電影畫面符徵，召喚閱聽人融入互文聯想對應故事脈絡。閱聽人因跨媒介互文等想像，可轉化商品為「魔法物件」（巫師專屬日常食品等），宛若化身故事角色而身於第二世界。部份閱聽人接觸周邊商品時，融入商品「物質」基礎及五感體驗，構成互文商品「物件」、閱聽人「實體經驗」及聯想「故事情節」等「三維連結」。本研究認為，跨媒介敘事者「萃取」符徵轉為互文商品，引動閱聽人聯想故事脈絡（互文商品、專屬魔法空間及關鍵事件），協助閱聽人填補「實體商品」及「抽象故事」跨媒介間隙。本研究闡釋互文商品體現「可萃取性」，並論及閱聽人運用互文線索連結商品及指涉故事體系，賦予跨媒介建構原則新義。

部份閱聽人接觸商品引發五感聯想，可反覆對照商品實體與原作契合度，另可填補小說及實體「跨媒介間隙」增加新體驗。互文商品體現「可萃取性」，提供閱聽人聯想第二世界「互文線索」，開啟重溫原作「故事考掘」等可能性。閱聽人親身參與、五感聯想及故事線索，構成互文商品及故事考掘等「詮釋學循環」歷程，即因故事元素「可萃取性」引發「可鑽研性」。本研究延伸「可萃取性」及「可鑽研性」討論，細緻化「跨媒介建構原則」意涵。

二、本研究之學理貢獻：跨媒介網絡之相互效力

跨媒介敘事研究範疇可略分為五大面向：其一為好萊塢及 BBC 等傳播產業及創收模式，以個案為出發點討論經營形態（Clarke, 2013；Harvey, 2015）。其二為剖析改編版本歷時演變，比較文本來梳理歷史脈絡（Harvey, 2015；Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014）。其三為比較改編版本內容，以文本分析探索通俗文化肌理（Dowd, Fry, Niederman, & Steiff, 2013）。其四為數位匯流如何引導「互文」及內容產製（Jenkins, Ford, & Green, 2013），強調新科技對改編影響力。其五則關切閱聽人體驗，剖析跨平台參與及感受（Bamrunpong, 2012）。

整體言之，跨媒介敘事研究範疇包括產業脈絡發展、比較文本及剖析通俗文化，亦著重新科技及閱聽人跨平台參與。如前所述，跨媒介敘事研究盼整合文本設計及閱聽人範疇，此即為上述五大取徑少論及。即使就第五取徑而言，目前跨媒介涉入多僅談論虛構文本，少以故事網絡及虛實交融感動。本研究結合閱聽人詮釋虛構文本之參與基礎及交錯歷程（故事旅行促成之虛實交流），區隔既有研究範疇。以閱聽人言之，本研究盼理解閱聽人整合跨媒介網絡（虛構文本、實體空間）而體現不同參與形式，理解真實閱聽人（real reader）想像及體驗，異於前述研究取徑。

三、研究建議

（一）《哈利波特》策展脈絡與紀實支線

本研究認為，跨媒介敘事者「可萃取性」具像化虛構文本，並隱含互文網絡「可鑽研性」，故為跨媒介產業成功契機。跨媒介產業結合休憩形態延伸虛構世界，如主題樂園、博物館、畫廊、紀念品展覽（*memorabilia fairs*）及旅行等（Freeman, 2019）。跨媒介敘事者關切各平台互文關聯（*transtextual relations*），並盼納入「副文本導向」（*paratextual orientation*）建構故事世界（Ferrándiz, 2019）。如敘事者納入副文本等支線，提供出版品及演員訪談等補述跨媒介間隙，形塑閱聽人解讀故事意義方向（Freeman, 2019）。

若以近年跨媒介產業發展為例，紀實文本等支線漸受重視，同屬跨媒介商業模式重要環節。如歷史、評論及紀錄類型等輔助支線，補述主要故事發展（Ferrándiz, 2019）。若以影視產業為例，跨媒介敘事者運用互文線索，構成閱聽人聯想文本關聯（Freeman, 2019）。小說《哈利波特：神秘魔法石》出版二十周年，大英圖書館舉辦「哈利波特魔法史」等魔法文物展（British Library, 2017）。本展增補紀實素材，補充《哈利波特》相關文物、歷史及博物館典藏：如介紹巫師掃帚與「巫術魔法博物館」收藏品，另依循小說「魔藥學」授課場景，引介歐洲自然史百科《健康園地》（*Ortus Sanitatis*）「魔藥學」講課插圖（British Library, 2017）。後續研究可再探尋，若閱聽人跨媒介詮釋影像、故事旅行及紀實支線，引發文化記憶及體驗為何？閱聽人如何統合紀實線索及虛構類型？動員何種想像及詮釋歷程？

（二）閱聽人跨媒介參與類型之比較

本研究之受訪者不少涉獵小說《哈利波特》近十年，並賞析其他奇幻作品（《納尼亞傳奇》、《黑暗三部曲》、《地海傳奇》及《魔戒》等）。本研究認為，由於奇幻文學跨媒介改編形態呼應通俗文化脈絡，故多數受訪者均曾接觸小說《哈利波特》以外書籍。本研究個案並無單純接觸小說《哈利波特》閱聽人，故難以闡釋閱聽人若僅接觸小說《哈利波特》（未賞析其他奇幻文學）及跨媒介詮釋特質。此為本研究限制，也屬未來可再深耕者。

其次，本研究受訪者多先賞析小說，再接觸電影及走訪故事旅行。由於閱聽人跨媒介參與同質度高，故較難分類跨媒介賞析形態之不同類型。此亦為本研究限制，也值得後續研究再探索。

此外，受訪者多走訪主題園區，甚少受訪者又跨足李維斯登片廠。故而本研究尚無覓得喜愛主題樂園，但對李維斯登片廠較無感動者。未來研究可找尋閱聽人參與實體空間不同形式，並兼顧閱聽人參觀形態多元性。

（三）跨媒介敘事「經典取徑」延伸與討論

本研究以「經典取徑」為軸，故以官方建置版本為主(Richards, 2016)。未來研究或可從其他取徑，探索迷群等另類故事網絡建構。如《哈利波特》迷群建立「A very Potter musical」網站，含括閱聽人自行創作圖像及影像，如模擬音樂劇類型闡釋《哈利波特》(Stein, 2016)。閱聽人透過社群分享衍生同人誌，並融入個人生命經驗「再製」經典，亦值得後續研究關注。

附錄

編號	個案簡歷	個案跨媒介參與《哈利波特》故事網絡經歷
1	28歲，男	傳播科系碩士。個案先賞析小說《哈利波特》，其後賞析電影、繪本，並點閱Pottermore網頁訊息。個案曾論及「故事旅行」與《哈利波特》跨媒介現象。
2	26歲，男	傳播科系研究生。個案接觸《哈利波特》書系已逾十年，先拜讀原作，其後賞析影像、Pottermore 電玩遊戲、繪本等類型。個案曾論及周邊（如學院代表物）與故事體系關聯。
3	32歲，女	藝術科系碩士。個案賞析小說《哈利波特》逾十年，接觸電影、繪本、Pottermore網頁等。個案曾參訪電影拍攝場景、李維斯登影棚，並收集周邊。
4	33歲，男	藝術科系碩士。個案現職與文化創意產業相繫，結合藝術及旅遊推廣。個案先賞析小說《哈利波特》，並接觸系列電影及繪本。個案曾參觀主題樂園，並收集周邊。
5	28歲，女	藝術科系碩士。個案先賞析小說《哈利波特》，並接觸電影、繪本及幕後拍攝紀實等書籍。個案曾參觀主題樂園，並購買周邊。
6	27歲，男	傳播科系學士。個案先賞析小說類型，再接觸電影、Pottermore 電玩、繪本、幕後拍攝紀實等書籍。個案多次參觀主題樂園，並購買周邊。
7	33歲，女	傳播科系學士。個案賞析小說《哈利波特》逾十年，跨媒介參與含電影及繪本等。個案曾至李維斯登影棚、大象咖啡館（J. K. Rowling 寫作處）、主題樂園，並收集周邊。
8	31歲，女	傳播科系學士。個案先接觸小說《哈利波特》，再賞析電影。個案曾至主題樂園（含美國奧蘭多、日本大阪），並收集周邊。
9	32歲，女	傳播科系碩士。個案先賞析電影【哈利波特】後，再接觸小說及番外篇、電玩。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
10	27歲，女	傳播科系學士。個案先賞析小說《哈利波特》，次再接觸電影、幕後拍攝紀實等書籍。個案曾至主題樂園，並收集周邊。

11	26歲，男	藝術科系碩士。個案先接觸電影，再賞析小說、訂閱Pottermore電子報。個案曾至主題樂園，並購買周邊。
12	35歲，男	傳播科系碩士。個案賞析小說系列，再接觸電影及幕後拍攝紀實等。個案曾赴主題樂園，並購買周邊。
13	24歲，女	傳播科系研究生。個案先賞析小說《哈利波特》，再接觸電影及電玩。個案並論及周邊（食品）及故事體系關聯。
14	28歲，男	藝術科系碩士，熟悉數位圖像等製作。個案曾將口述故事轉述為圖像，並修習敘事相關課程，並具文本轉述為遊戲之經歷。個案接觸《哈利波特》書系逾十五年，再跨媒介賞析影像。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
15	41歲，女	文史科系碩士。個案賞析《哈利波特》書系十逾年，並曾觀賞改編電影、大英圖書館等策展書籍。個案曾至主題樂園，並收集周邊、享用南瓜汁等食品。
16	25歲，女	傳播科系碩士。個案賞析《哈利波特》書系近十年，其間賞析改編電影，並接觸Pottermore電玩。個案曾至主題樂園，並收集周邊、享用食品等。
17	32歲，女	傳播科系碩士。個案先賞析小說《哈利波特》，再接觸改編電影、繪本及幕後拍攝紀實等。個案曾收集周邊，撰寫享用魔法食品等體驗。
18	31歲，女	傳播科系碩士。個案先賞析小說系列，並欣賞電影、幕後拍攝紀實書籍。個案曾收集周邊（巧克力蛙），思考魔法食品與「麻瓜」現實生活關聯。
19	32歲，女	傳播科系碩士。個案先接觸小說，其後曾欣賞電影、故事旅行介紹等書籍。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
20	33歲，男	傳播科系碩士。個案先賞析小說，並曾欣賞電影、繪本及幕後拍攝紀實等。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
21	29歲，男	藝術科系學士。個案先賞析電影【哈利波特：神秘魔法石】，再接觸電影及幕後拍攝紀實等。個案曾至電影拍攝場景，並收集周邊。

22	24歲，女	傳播科系學士。個案先接觸小說，並欣賞電影、幕後拍攝紀實、故事旅行等書籍。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
23	25歲，女	傳播科系學士。個案先接觸小說，其後再賞析電影、訂閱 Pottermore 電子報。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
24	37歲，男	傳播科系碩士。個案先賞析電影，其後再欣賞小說、繪本及幕後拍攝紀實書籍。個案曾至主題樂園，並收集周邊。
25	35歲，女	傳播科系學士。個案曾在出版社服務，推介奇幻類型。個案接觸小說《哈利波特》逾十年，其後賞析影像，並與 Pottermore 電玩遊戲互動。個案曾至主題樂園，並購買周邊商品。
26	33歲，女	傳播科系碩士。個案接觸《哈利波特》書系近十年，其間亦賞析改編電影。個案曾至李維斯登片場參觀，品嚐奶油啤酒。
27	28歲，男	藝術科系碩士。個案先接觸電影，並賞析系列小說及番外篇。個案曾赴電影拍攝景點，並收集周邊。
28	23歲，男	傳播科系學士。個案先賞析小說，並接觸改編電影、幕後拍攝紀實花絮。個案曾至主題樂園，並購買周邊商品。
29	22歲，男	傳播科系學士。個案先欣賞電影，並接觸小說及繪本、訂閱 Pottermore 電子報。個案曾至電影拍攝地點，並收集周邊商品。
30	33歲，女	傳播科系碩士。個案先接觸小說，其後賞析改編電影。個案曾至電影拍攝景點參觀，也至李維斯登片場觀賞展覽。個案並曾在片場品嚐魔法食品。

(資料來源：本研究整理)

參考文獻

- 哈利波特仙境 (2016年8月16日)。〈「奇獸」親手組！多款《哈利波特》、【怪獸】木模型即將推出〉。上網日期：2019年4月13日，取自 <https://www.hpfl.net/news/article/1633>
- 黃海 (2007)。《臺灣科幻文學薪火錄 (1956-2005)》。台北：五南文化。
- 黃雅惠 (2011)。《文學觀光意象的探討：英國莎翁故居之個案研究》。台灣師範大學歐洲文化與觀光研究所碩士論文。
- 賴維菁 (2013)。〈兔子、魔法、音樂隊：跟著童話與幻奇去旅行〉，古佳豔 (編)，《兒童文學新視界》，頁185-229。台北：書林。
- 賴維菁、李孟娟 (2005)。〈檢視台灣青少年的哈利波特現象〉，《師大學報》，50 (2)：47-67。
- 駱彥伶 (2015)。《哈利波特的電影觀光：臺灣觀光客的魔幻凝視》。台灣師範大學歐洲文化與觀光研究所碩士論文。
- 勇上香織 (主編) (2015)。《るるぶユニバーサル・スタジオ・ジャパン®公式ガイドブック》。日本東京：ジェイティビィパブリッシング。
- Alnwick Castle. (2019). *Explore broomstick training*. Retrieved April 13, 2019, from <https://www.alnwickcastle.com/explore/whats-here/broomstick-training>.
- Asmussen, M. W. (2000). Two museums devoted to one writer. In M. Robinson (ed.), *Expressions of culture identity and meaning in tourism* (pp. 17-22). Sunderland, UK: Business Education Publishers.
- Bamrunpong, S. G. P. (2012). *Stories in motion: Inviting immersive possibilities through the Chimera of transmedia and chameleon of mediatecture*. Unpublished doctoral dissertation, Fielding Graduate University.
- Batess, D. C. & LaTempa, S. (2002). *Storybook travels: From Eloise's New York to Harry Potter's London, visits to 30 of the best-loved landmarks in children's literature*. New York, NY: Three Rivers Press.

- Bazalgette, C. & Buckingham, D. (2013). Literacy, media and multimodality: Acritical response. *Literacy*, 47, 95-102.
- Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: How audiences engage with narrative across multiple story modes*. Unpublished doctoral dissertation, Swinburne University of Technology, Melbourne, MEL, Australia.
- Berg, B., & Lune, H. (2011). *Qualitative research methods for the social sciences*. Boston, MA: Pearson.
- Bernardo, N. (2011). *The producer's guide to transmedia: How to develop, fund, produce and distribute compelling stories across multiple platforms*. London, UK: beActive Books.
- Bernardo, N. (2014). *Transmedia 2.0. : How to create an entertainment brand using a transmedial approach to storytelling*. London, UK: beActive Books.
- Bertetti, P. (2014). Toward a typology of transmedia characters. *International Journal of Communication*, 8, 2344-2361.
- Bourdaa, M. (2016). "I and not a tribute?": The transmedia strategy of *The Hunter games* versus fan activism. In B. W. L. D. Kurtz & M, Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 90-103). London, UK: Routledge.
- Brinkmann, S. & Kvale, S. (2014). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. London, UK: Sage.
- British Library. (2017). *Harry Potter: A journey through a history of magic*. New York, NY: Bloomsbury Childrens.
- Brodie, I. (2014). *The Hobbit motion picture trilogy: Location Guide: Hobbiton, the Lonely Mountain and beyond*. London, UK: HarperCollins.
- Brummitt, C. (2016). Pottermore: Transmedia storytelling and authorship in Harry Potter. *The Midwest Quarterly*, 58(1), 112-132.
- Buerkle, R. (2014). Playset nostalgia: Lego Star wars: The video game and the transgenerational appeal of the Lego video game franchise. In M. J. P.

- Wolf (Ed.), *Lego studies: Examining the building blocks of a transmedial phenomenon* (pp. 118-152). London, UK: Routledge.
- Burke, L. (2015). *The comic book film adaptation: Exploring modern Hollywood's leading genre*. Jackson, MN: University Press of Mississippi.
- Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316-332.
- Castillo, S. S. & Galán, E. (2016). Transmedia narrative and cognitive perception of TVE's drama series *El Ministerio del Tiempo*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 508- 526.
- Cateridge, J. (2015). Deep mapping and screen tourism: The Oxford of Harry Potter and inspector Morse. *Humanities*, 4(3), 320-333.
- Clarke, M. J. (2013). *Transmedia television: New trends in network serial production*. London, UK: Bloomsbury Academic.
- Deeb, H. N. (2014). *Remixing authorship copyright and capital in Hollywood's new media age*. Unpublished doctoral dissertation, University of California, California.
- Delwiche, A. (2016). Still searching for the Unicorn: Transmedia storytelling and the audience question. In B. W. L. D. Kurtz & M, Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 33-48). London, UK: Routledge.
- Denison, R. (2016). Franchising and film in Japan: Transmedia production and the changing roles of film in contemporary Japanese media cultures. *Cinema Journal*, 55(2), 67-88.
- Dovey, J. & Kennedy, H. W. (2006). Playing the ring: Inermedialty and ludic narratives in the *The Lord of the Rings*. In E. Mathijs (Ed.), *The Lord of the Rings: Popular culture in global context* (pp. 254-269). London, UK: Wallfolwer Press.

- Dowd, T., Fry, M., Niederman, M., & Steiff, J. (2013). *Storytelling across worlds: Transmedia for creatives and producers*. Burlington, MA: Focal Press.
- Eichner, S., Mikos, L., & Wedel, M. (2012). 'Apocalypse now in middle earth': 'Genre' in the critical reception of *The Lord of the Rings* in Germany. In E. Mathijs (Ed.), *The Lord of the Rings: Popular culture in global context* (pp. 119-142). London, UK: Wallflower Press.
- Elleström, L. (Ed.). (2010). *Media borders, multimodality and intermediality*. Houndmills, UK: Palgrave Macmillan.
- Elwell, J. S. (2014). The transmediated self: Life between the digital and the analog. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 20(2), 233–249.
- Fagence, B. (2013). 'The Fallow Narratives' and *The Pier*: Writing for comics within transmedia storytelling. *Studies in Comics*, 4(1), 171-184.
- Ferrándiz, R. R. (2019). A Genettian approach to transmedia (para)textuality. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 429-437). New York, NY: Routledge.
- Freeman, M. (2014). Superman: Building a transmedia world for a comic book hero. In C. A. Scolari, P. Bertetti & M. Freeman (Eds.), *Transmedia archaeology: Storytelling in the borderlines of science fiction, comics and pulp magazines* (pp. 39-54). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Freeman, M. (2017). *Historicising transmedia storytelling: Early twentieth-century transmedia story worlds*. London, UK: Routledge.
- Freeman, M. (2019). Transmedia attractions: The case of Warner Bros. studio tour: The making of Harry Potter. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 124-130). New York, NY: Routledge.
- Gibbons, A. (2017). Reading S. across media: Transmedia storyworlds, multimodal fiction, and real readers. *Narrative*, 25(3), 321-341.

- Granitz, N., & Forman, H. (2015). Building self-brand connections: Exploring brand stories through a transmedia perspective. *Journal of Brand Management*, 22(1), 38-59.
- Graves, M. (2017). The Marvel one-shots and transmedia storytelling. In M. Yockey (Ed.), *Make ours Marvel: Media convergence and a comics universe* (pp. 234-247). Texas, TX: University of Texas Press.
- Gray, W. (2009). *Fantasy, myth and the measure of truth: Tales of Pullman, Lewis, Tolkien, MacDonald and Hoffman*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Hanson, B. K. (2011). *Peter Pan on stage and screen, 1904-2010*. Jefferson, NC: McFarland.
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17, 13-26.
- Harvey, C. B. (2015). *Fantastic transmedia: Narrative, play and memory across science fiction and fantasy storyworlds*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Hassler-Forest, D. (2019). Transmedia politics: Star Wars and the ideological battlegrounds of popular franchises. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 297-305). New York, NY: Routledge.
- Herbert, D. T. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28, 312-333.
- Hills, M. (2006). Realising the cult blockbuster: *The Lord of the Rings* fandom and residual/ emergent cult status in 'the mainstram'. In E. Mathijs (Ed.), *The Lord of the Rings: Popular culture in global context* (pp. 160-171). London, UK: Wallfowler Press.
- Hills, M. (2016). *Star Trek* into divineness: The transmedia failures of *Star Trek*: The videogame. In B. W. L. D. Kurtz, & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of*

- transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 119-135). London, UK: Routledge.
- Horne, A. (2019). Transmedia publishing: Three complementary cases. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 62-71). New York, NY: Routledge.
- Hundley, M., & Wong, J. (2016). The power of transmedia: An exploration into literature plus. *Journal of Children's Literature*, 42(1), pp. 57-62.
- Hurtado, D. R. (2011). *The Chronicles of Narnia series: Exploring audience involvement in an entertainment-education transmedia commercial enterprise*. Unpublished doctoral dissertation, Regent University, Virginia.
- Ilhan, B. E. (2012). *Transmedia consumption experiences: Consuming and co-creative interrelated stories across media*. Unpublished doctoral dissertation, University of Illinois, Champaign, IL.
- Iser, W. (1980). The reading process: A phenomenological approach. In J. P. Tompkins (Ed.), *Reader-response criticism: From formalism to post-structuralism* (pp.50-69). London: John Hopkins.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009.12.12a). *The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling*. Retrieved May, 14, 2018, from http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Jenkins, H. (2009.12.12b). *Revenge of the origami unicorn: The remaining four principles of transmedia storytelling*. Retrieved May, 14, 2018, from http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html
- Jenkins, H. (2016). Transmedia logics and locations. In B. W. L. D. Kurtz & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 220-240). London, UK: Routledge.

- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- Johnson, J. C., & Weller, S. C. (2002). Elicitation techniques for interviewing. In J. F. Gubrium & J. A. Holsten (Eds.), *Handbook of interview research: Context and method* (pp. 491-514). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jones, S. (2006). Fixing a heritage: Inscribing meddle earth onto New Zealand. In E. Mathijs (Ed.), *The Lord of the Rings: Popular culture in global context* (pp. 285-300). London, UK: Wallfolwer Press.
- Krustritz, A. (2014). Seriality and transmediality in the fan multiverse: Flexible and multiple marrative structures in fan fiction, art, and vids. *TV Series*, 6, 225-261.
- Kurtz, B. W. L. D. (2016). Set in stone: Issues of canonicity of transtexts. In B. W. L. D. Kurtz & M, Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 104-118). London, UK: Routledge.
- Kurtz, B. W. L. D., & Bourdaa, M. (2016). The world is changing...and transtexts are rising. In B. W. L. D. Kurtz, & M, Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 1-11). London, UK: Routledge.
- Lacasa, P., Cortés, S., & Martínez, R. (2016). Building Harry Potter's identity in transmedia contexts. In Bell, C. E. (Ed.), *Wizards vs. muggles: Essays on identity and the Harry Potter universe* (pp.194-216). New York, NY: McFarland.
- Landay, L. (2014). Myth blocks: How Lego transmedia confitures and remixes mythic structures in the Ninjago and Chima themes. In M. J. P. Wolf (Ed.), *Lego studies: Examining the building blocks of a transmedial phenomenon* (pp. 55-80). London, UK: Routledge.
- Langer, J. A. (1995). *Envisioning literature: Literary understanding and literature instruction*. NY, New York: Teachers College Press.

- Laurichesse, H. (2016). Considering transtexts as brands. In B. W. L. D. Kurtz & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 187-203). London, UK: Routledge.
- Lear, L. (2007). *Beatrix Potter: A life in nature*. New York, NY: St. Martin's.
- Leavy, P. (2014). *The Oxford handbook of qualitative research*. London, UK: Oxford University Press.
- Lee, C. (2012). 'Have magic, will travel': Tourism and Harry Potter's United (magical) Kingdom. *Tourist Studies*, 12(1), 52-69.
- Levy, M. & Mendlesohn, F. (2016). *Children's fantasy literature: An introduction*. London, UK: Cambridge.
- Long, G. (2016). Creating worlds in which to play: Using transmedia aesthetics to grow stories into storyworlds. In B. W. L. D. Kurtz & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 139-152). London, UK: Routledge.
- Long, P. & Morpeth, N. D. (2016). Introduction. In P. Long & N. D. Morpeth (Eds.), *Tourism and the creative industries: Theories, policies and practice* (pp. 1-30). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Magnusson, E., & Marecek, J. (2015). *Doing interview-based qualitative research: A learner's guide*. London, UK: Cambridge University Press.
- Mass, W., & Levine, S. (2002) (Eds.). *Fantasy*. San Diego, CA: Greenhaven Press.
- McRae, R. (2015). *Performative listening: Hearing others in qualitative research*. New York, NY: Peter Lang.
- O'Connor, R. (2016, November 22). Fantastic beasts and where to find them audience is largely made up of older Harry Potter fans: JK Rowling has consistently made her Harry Potter stories darker and more mature. Retrieved May, 14, 2018, from <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/fantastic-beasts-and-where-to-find-them-cinema-jk-rowling-harry-potter-a7431706.html#gallery>

- Parsons, M. (1989). *How we understand art: A cognitive developmental account of aesthetic experience*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Phillips, A. (2012). *A creator's guide to transmedia storytelling: How to captivate and engage audiences across multiple platforms*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Pons, A. A. & Comesaña, P. C. (2016). Cartoons, advertising and transmediality. *Cuadernos.info*, 39, 165-180.
- Pottermore. (2016, July 4). Who wants to eat breakfast at Hogwarts?. *Pottermore*. Retrieved May, 14, 2018, from <https://www.pottermore.com/news/warner-bros-studio-tour-breakfast-at-hogwarts>
- ReHak, B. (2018). *More than meets the eye: Special effects and the fantastic transmedia franchise*. New York, NY: New York Univ. Press.
- Reijnders, S. (2010). Places of the imagination: An ethnography of the TV detective tour. *Cultural Geographies*, 17(1), 37-52.
- Revenson, J. (2015). *Harry Potter: Magical places from the films: Hogwarts, Diagon Alley, and beyond*. London, UK: Harper Design.
- Richards, D. (2016). Historicizing transtexts and transmedia. In B. W. L. D. Kurtz & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 15-32). London, UK: Routledge.
- Roberts, L. (2016). On location in Liverpool: Film-related tourism and the consumption of place. In P. Long & N. D. Morpeth (Eds.), *Tourism and the creative industries: Theories, policies and practice* (pp. 31-42). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Roe, E. G. (2017, June 22). Wizards, witches and Quidditch: Harry Potter turns 20. *Reuters*. Retrieved from <https://widerimage.reuters.com/story/wizards-witches-and-quidditch-harry-potter-turns-20>
- Rohn, U. & Ibrus, I. (2019). A management approach to transmedia enterprises. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 410-418). New York, NY: Routledge.

- Rosenblatt, L. M. (1978). *The reader, the text, the poem*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Rosenblatt, L. M. (1995). *Literature as exploration*. NY, New York: Modern Language Association.
- Rutledge, P. (2019). Transmedia psychology: Creating compelling and immersive experiences. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 350-363). New York, NY: Routledge.
- Salmon, M. & Salmon, J. (2016). The gamer as tourist: The simulated environments and impossible geographies of videogames. In P. Long & N. D. Morpeth (Eds.), *Tourism and the creative industries: Theories, policies and practice* (pp. 151-163). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Scolari, C. A., Bertetti, P., & Freeman, M. (2014). Introduction: Towards an archaeology of transmedia storytelling. In C. A. Scolari, P. Bertetti & M. Freeman (Eds.), *Transmedia archaeology: Storytelling in the borderlines of science fiction, comics and pulp magazines* (pp. 1-14). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Silverman, D. (2016). *Qualitative research*. London, UK: Sage.
- Squire, S. J. (1993). Valuing countryside: Reflections on Beatrix Potter tourism. *Area*, 24, 5-10.
- Squire, S. J. (1994). The cultural values of literary tourism. *Annals of Tourism Research*, 21, 103-120.
- Stein, L. E. (2016). Fandom and the transtext. In B. W. L. D. Kurtz & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: Challenges and opportunities* (pp. 71-89). London, UK: Routledge.
- The Harry Potter shop at Platform 9 3/4. (2016). *Platform 9 3/4: King's Cross London*. Retrieved May, 14, 2018, from <https://www.harrypotterplatform934.com/pages/about-platform-934>

- Tzanelli, R., & Yar, M. (2016). Breaking bad, making good: Notes on a televisual tourist industry. *Mobilities, 11*(2), 188-206.
- Urry, J., & Larsen, J. (2012). *Tourist gaze 3.0*. New York, NY: Routledge.
- Walters, J. (2011). *Fantasy film: A critical introduction*. New York, NY: Berg Publishers.
- Warner Bros. Studio tour London. (2016). *About the studio tour*. Retrieved May, 14, 2018, from <https://www.wbstudiotour.co.uk/the-tour-experience/about-the-studio-tour#ID-3401628F768D4A8A8AA09D6CFA8BE7C1>
- Waysdorf, A., & Reijnders, S. (2018). Immersion, authenticity and the theme park as social space: Experiencing the Wizarding World of Harry Potter. *International Journal of Cultural Studies, 21*(2), 173-188.
- Williams, J. C. (2013). *Principles of transmedia branding*. Unpublished master's thesis, University of California, California.
- Wooten, D. (2013). *How Lego constructs a cross-promotional franchise with video games*. Unpublished master's thesis, The University of Wisconsin-Milwaukee, Milwaukee, WI.

**Preliminary Exploration of Audience Interpretation of the
Transmedia Landscape in Story Networks of *Harry Potter*: A Case
Study of Fictions, Literature Places, and Intertextual
Commodities**

Yu-Chai Lai

Abstract

This study investigated how *Harry Potter* readers interpret the novels' story network and transmedia landscape on the basis of its intertextual clues. If *Harry Potter* readers read the novel series in sequence, they may develop an emotional attachment with the main character as they read on and follow the transmedia network of the novels. Readers typically interpret and transform literary landscapes into emotions or clues in daily living (i.e., integrating fictional spaces into real-life landscapes), thus bridging the transmedia gap between literary work and its corresponding scenes. Products that are based on a novel compensate for details not described in the novel and initiate a hermeneutic circle involving the objects described in the fiction, the associations of the five senses, and story discovery, which enables readers to bridge the transmedia gap between the text and products.

Keywords: literature place, story network, transmedia landscape, transmedia
storytelling, film tourism