Brougère / François

L'enfance en conception(s)

Comment les industries culturelles s'adressent-elles aux enfants ?

Cet ouvrage explore les conditions dans lesquelles s'élabore l'adressage aux enfants dans différentes industries culturelles. Il questionne en particulier la façon dont les professionnels impliqués dans la fabrique des produits pour enfants (auteurs, dessinateurs, éditeurs, scénaristes, game designers, etc.) abordent le travail de conception avec un certain nombre de connaissances, d'expériences ou même d'intuitions au sujet des enfants, qui interviennent pour guider ou justifier leurs décisions. De quelle façon tous ces ' savoirs ' ou ' représentations ' sur l'enfance – qui demeurent hétérogènes, plus ou bien informés, tout en se révélant parfois en contradiction au sein d'une même entreprise – se construisent-ils et affectent-ils la conception des produits pour enfants ? Quelles logiques (ludiques, éducatives, scolaires, etc.) et quelles images de l'enfant (joueur, membre de famille, élève, etc.) sont ainsi activées par les industries culturelles ? Et qu'en est-il lorsque des enfants, bien réels, sont sollicités et impliqués dans le développement des produits ? À partir d'enquêtes menées sur des terrains variés (littérature, bande dessinée, presse, applications mobiles, dessin animé) et suivant une démarche qui confronte le produit fini à ses différentes étapes de développement, aux chaînes de coopération qui permettent d'y aboutir et aux marchés dans lesquels il s'insère, ce livre offre un regard inédit et documenté sur la fabrication contemporaine des cultures matérielles et médiatiques des enfants et alimente les réflexions sur la figure de l'enfant-consommateur.

Cet ouvrage explore les conditions dans lesquelles s¿élabore l¿adressage aux enfants dans différentes industries culturelles. Il questionne en particulier la façon dont les professionnels impliqués dans la fabrique des produits pour enfants (auteurs, dessinateurs, éditeurs, scénaristes, game designers, etc.) abordent le travail de conception avec un certain nombre de connaissances, d¿expériences ou même d¿intuitions au sujet des enfants, qui interviennent pour guider ou justifier leurs décisions. De quelle façon tous ces « savoirs » ou « représentations » sur l¿enfance ¿ qui demeurent hétérogènes, plus ou bien informés, tout en se révélant parfois en contradiction au sein d¿une même entreprise ¿ se construisent-ils et affectent-ils la conception des produits pour enfants ? Quelles logiques (ludiques, éducatives, scolaires, etc.) et quelles images de l¿enfant (joueur, membre de famille, élève, etc.) sont ainsi activées par les industries culturelles ? Et qüen est-il lorsque des enfants, bien réels, sont sollicités et impliqués dans le développement des produits ?À partir d¿enquêtes menées sur des terrains variés (littérature, bande dessinée, presse, applications mobiles, dessin animé) et suivant une démarche qui confronte le produit fini à ses différentes étapes de développement, aux chaînes de coopération qui permettent d¿y aboutir et aux marchés dans lesquels il s¿insère, ce livre offre un regard inédit et documenté sur la fabrication contemporaine des cultures matérielles et médiatiques des enfants et alimente les réflexions sur la figure de l¿enfant-consommateur.



47,80 €
44,67 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9782807608085
Medium: Buch
ISBN: 978-2-8076-0808-5
Verlag: Peter Lang
Erscheinungstermin: 21.06.2018
Sprache(n): Französisch
Auflage: 1. Auflage 2018
Serie: ICCA – Industries culturelles, création, numérique
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 244 g
Seiten: 182
Format (B x H): 148 x 210 mm

Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)