



Narrative transportation and transmedia consumption experience in the cultural field

Submitted by Elodie Jarrier on Wed, 12/05/2018 - 20:37

Titre Narrative transportation and transmedia consumption experience in the cultural field

Type de publication Article de revue

Auteur Bourgeon-Renault, Dominique [1], Derbaix, Maud [2], Jarrier, Elodie [3], Petr, Christine [4]

Pays Canada

Editeur International Journal of Arts Management

Ville Montréal

Type Article scientifique dans une revue à comité de lecture

Année 2019

Langue Anglais

Date Forthcoming

Titre de la revue International Journal of Arts Management

Mots-clés engagement [5], expérience de consommation [6], immersion [7], narration transmédia [8], transport narratif [9]

Résumé en anglais The aim of this research is to better understand the transmedia consumption experience through the narrative transportation process. On the theoretical level, by applying these concepts to the arts and cultural field, we broaden the existing literature (1) in information and communication science, which is more focused on transmedia content and platform creation and conception, and (2) in management sciences, which mostly apprehend narrative transportation in the persuasive advertising context. On the conceptual level, we try to describe the different steps in the transmedia device appropriation process, the determinants of the narrative transportation process and its components (namely the story told and the characters, among other components). A qualitative methodology is implemented. Semi-directive interviews of transmedia designers and experts and users' introspective narratives were conducted. A conceptual framework focused on the experience is proposed and highlights individual, technical, and situational factors, experience processes (appropriation and narrative transportation) and consequences related to the individual's commitment (to the narration object, to the cultural category and to transmedia devices).

Résumé en français

L'objectif de cette recherche est de mieux comprendre l'expérience de consommation transmédia à travers le processus de transport narratif. En mobilisant ces concepts dans le domaine des arts et de la culture, nous enrichissons les travaux des sciences de l'information et de la communication qui s'orientent davantage vers la création et la conception de dispositifs transmédia, ainsi que ceux des sciences de gestion qui ont plus souvent appréhendé le transport narratif dans le cadre de la persuasion publicitaire. Au niveau conceptuel, nous tentons également de décrire les différentes phases de l'appropriation d'un dispositif transmédia, ainsi que les facteurs explicatifs du transport narratif et ses composantes (entre autres, l'histoire racontée et les personnages). Une démarche méthodologique qualitative est mise en œuvre. Elle est fondée sur des entretiens semi-directifs menés auprès de professionnels (experts concepteurs de dispositifs transmédia), et sur des récits introspectifs de publics récepteurs. Les résultats permettent de proposer un schéma conceptuel de l'expérience de consommation transmédia qui met en évidence les facteurs explicatifs d'ordre individuel, technique et situationnel, les processus (appropriation et transport narratif) et les conséquences en termes d'engagement (envers l'objet de la narration, le genre culturel et le dispositif).

URL de la notice

<http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18264> [10]

Liens

- [1] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=25800>
- [2] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=25804>
- [3] <http://okina.univ-angers.fr/e.jarrier/publications>
- [4] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=25805>
- [5] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=4274>
- [6] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22071>
- [7] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22073>
- [8] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26335>
- [9] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22072>
- [10] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18264>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)