



Transmédia et expériences de consommation

Submitted by Elodie Jarrier on Thu, 01/05/2017 - 13:50

Titre	Transmédia et expériences de consommation
Type de publication	Communication
Type	Communication sans actes dans un congrès
Année	2016
Langue	Français
Date du colloque	1er avril 2016
Titre du colloque	2ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est
Auteur	Bourgeon-Renault, Dominique [1], Derbaix, Maud [2], Jarrier, Elodie [3], Petr, Christine [4]
Pays	France
Ville	Reims
Mots-clés	appropriation [5], attitude [6], consumption experience [7], expérience de consommation [8], immersion [9], intention attitudinale [10], narrative transportation [11], transmédia [12], transmédia storytelling [13], transport narratif [14]
Résumé en anglais	<p>The aim of this research is to better understand the impact of transmedia storytelling on consumers' experience in the cultural field (e.g. museum, heritage site). Transmedia storytelling refers to the interaction between different forms of media leading to convergence (telling a single story across multiple platforms and formats namely using digital technologies). How can this multidimensionality of platforms allow a greater appropriation of the story and improve consumers' experience with the cultural object? Therefore, in which way can the experience with transmedia lead to a positive attitude towards both transmedia platforms and the cultural object ?</p>
Résumé en français	<p>L'objectif de cette recherche est de mieux comprendre l'influence que peut avoir le transmédia sur l'expérience vécue par les individus dans un contexte culturel (ex. musée, patrimoine). Qui dit « transmédia » dit convergence de discours (univers narratif) à travers de multiples plateformes médiatiques. En quoi cette multi dimensionnalité des dispositifs permet-elle une meilleure appropriation de l'univers narratif et améliore-t-elle l'expérience vécue ? En conséquence, en quoi cette expérience, vécue avec un dispositif transmédia, déclenche-t-elle une attitude favorable à l'égard du dispositif lui-même et de l'objet de la narration ?</p>
URL de la notice	http://okina.univ-angers.fr/publications/ua15401 [15]
Lien vers le document en ligne	http://www.univ-reims.fr/site/laboratoire-labellise/laboratoire-d-econom... [16]

Liens

[1] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=25802>

[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=21460>
- [6] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=2573>
- [7] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22076>
- [8] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22071>
- [9] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22073>
- [10] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22074>
- [11] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22077>
- [12] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22070>
- [13] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22075>
- [14] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22072>
- [15] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua15401>
- [16] <http://www.univ-reims.fr/site/laboratoire-labellise/laboratoire-d-economie-et-gestion-de-reims-regard-s-ea-6292/colloques-workshops-et-journees-d-etudes/colloques,9791,32514.html>

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