

Anberrée Alice Doctorante Université de Nantes Ecole Mines ParisTech alice.anberree@univ-nantes.fr	Pailler Danielle Maître de conférence – HDR Vice-présidente Culture Université de Nantes danielle.pailler@univ-nantes.fr
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

La créativité des populations révélée par des artistes comme vecteur de proximité au secteur du spectacle vivant – résultats d’expérimentations

Résumé

L’objectif de la recherche est comprendre en quoi la mise en œuvre d’une situation artistique et culturelle combinant un objet et un contexte tous deux porteurs de dimensions expérientielles permet de réduire la distance perçue face à l’objet culturel en créant de la proximité pour une meilleure appropriation de l’offre culturelle. Cette hypothèse est testée dans le cadre d’expérimentations de résidences d’artistes au sein d’une université (les récepteurs potentiels que sont les étudiants -18 / 25 ans- constituant une cible privilégiée des politiques culturelles en cours de « rénovation »). Le recueil de données qualitatives permet, après différentes analyses, de présenter les premiers résultats de ce travail en cours. Ils tendent à montrer que l’appropriation de l’objet culturel se fera d’autant mieux que les interactions entre sujet et objet permettront la mise en jeu d’une logique itérative, avec, d’une part, la possibilité donnée d’une intervention active sur le processus de création qui stimule la confiance en soi et donne des points de repère et, d’autre part, l’existence d’une marge de manœuvre sincère pour l’individu, qui permet que l’objet devienne un élément identitaire.

Introduction

La valeur de l’objet n’est pas seulement liée à son utilité, mais aussi au désir de l’objet, qui donne ainsi place au sujet. Sans désir de l’objet, sa valeur est nulle (Orléan, 2011). Or, dans le champ culturel, susciter le désir d’objets esthétiques est un enjeu essentiel des acteurs professionnels, une quête qui s’affirme aujourd’hui d’autant plus fortement que l’objectif de démocratisation posé dès les années 60 par les politiques culturelles, faire partager les œuvres de l’humanité au plus grand nombre¹, n’est que partiellement atteint, notamment dans le champ du spectacle vivant produit par des organisations publiques

¹ Voir le Décret n°59-889 du 24 juillet 1959, fixant les premières missions du ministère des Affaires Culturelles : « de rendre accessibles les œuvres capitales de l’humanité, et d’abord de la France, au plus grand nombre possible de Français ; d’assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres d’art et de l’esprit qui l’enrichissent. »

subventionnées orientées « non profit ». Le désir de culture concrétisé par des comportements de consommation reste en effet encore le fait d'un segment restreint de citoyens, dont les caractéristiques sociodémographiques sont stables depuis ces mêmes années et dont l'âge moyen tend à augmenter (Benhamou, 2011). Si les récentes recherches d'Olivier Donnat montrent que les pratiques culturelles des Français ont tendance à légèrement augmenter (notamment dans le cas du spectacle vivant), il confirme le constat que la démocratisation de la culture est un idéal éthique qui, malgré les engagements des professionnels du domaine, est difficile à atteindre (Donnat, 2011). Ainsi, se posent toujours les questions de savoir *pourquoi* le désir de culture ne s'est pas révélé à des segments de population plus larges et *comment* il pourrait être suscité auprès de ceux qui en sont éloignés.

1. Enjeux et cadre théorique de la recherche

Les politiques culturelles ont depuis les années 60 voulu doter le territoire d'équipements structurants, faisant l'hypothèse qu'ils étaient nécessaires à la diffusion des œuvres auprès du plus grand nombre. Dans le même temps, le mythe de la révélation dominait chez les professionnels : les publics allaient sans aucun doute s'approprier les propositions qu'ils leur faisaient du fait de leur qualité esthétique. La médiation culturelle, apparue dans les années 80, devait relativiser cette représentation et permettre la transmission des œuvres en l'accompagnant par la transmission de savoirs.

Ce changement de positionnement s'accompagne de nombreuses actions des professionnels du secteur pour favoriser l'appropriation de leurs propositions par un plus grand nombre de citoyens, aux caractéristiques sociodémographiques plus diversifiées :

- diversification des choix de programmation et amélioration de la lisibilité de l'offre liée grâce à une affirmation de l'identité artistique des scènes conventionnées qui par exemple se spécialisent par genre (danse, voix, théâtre,...) ;
- engagement fort dans des actions de communication ;
- tarification réduite pouvant aller jusqu'à la gratuité ;
- garantie de la proximité géographique par un maillage dense du territoire en termes d'équipements

Malgré cela, la demande de produits culturels reste stagnante tant quantitativement que qualitativement, notamment dans le cas du spectacle vivant subventionné, secteur défini par l'offre. Le public de ce secteur est sociologiquement homogène (catégories socioprofessionnelles moyennes et élevées) et il augmente peu.

Cette situation semble traduire la persistance de freins à l'accès à la culture et interroge la capacité des actions menées à les faire tomber. Ils concernent deux types de non-consommateurs (Passebois-Ducros, 2008):

- Des non consommateurs absolus, à qui l'offre pourrait objectivement convenir mais qui ne s'y intéressent pas faute de proximité affective. La distance symbolique reste forte et ils ne s'approprient pas les propositions. Le verbatim récurrent « c'est pas pour moi » reste encore très présent.

- Des non consommateurs relatifs, qui eux ont approché l'offre mais ne le font plus car ils ne s'y retrouvent pas.

Pour mieux comprendre les freins qui maintiennent ces consommateurs éloignés des propositions culturelles, il convient de mieux appréhender les déterminants de leur comportements. Des recherches ont montré que les modèles de comportement postulant la rationalité de l'individu dans ce champ de consommation caractérisé par son caractère irrationnel (on distingue notamment les produits pensés des produits ressentis (Strazzieri, 1994)), présentaient des limites (Filser, 2008). Ces **modèles cognitivistes** sont centrés sur les processus de prise de décision et sur la maximisation des ressources affectées aux choix. Ils se sont focalisés sur les caractéristiques individuelles des consommateurs en tant qu'elles seraient susceptibles d'affecter notamment le traitement de l'information. Pour dépasser ces limites, Holbrook et Hirschman ont dès 1982 suggéré les approches expérientielles. Ces **modèles de recherche d'expériences** sont centrés sur les biens hédoniques et valorisent les variables explicatives de comportements liées aux spécificités des produits / services / expériences, notamment leurs dimensions émotionnelles. Ils mettent l'accent sur l'importance des processus de recherche de stimulation. Dans ces modèles, le rôle de la recherche d'information (facteur cognitif) n'est pas déterminant (Filser, 2008). Il y a donc un décalage - voire une contradiction - entre les actions menées jusqu'alors pour recruter des non-consommateurs (intensité de l'information transmise, mobilisation de leviers cognitifs pour convaincre), et l'enjeu expérientiel de la consommation analysée (le consommateur devrait être appréhendé selon ses dimensions émotionnelles et subjectives). Ainsi, les approches cognitives (en particulier la transmission d'information) seraient efficaces pour les publics déjà en lien avec l'institution culturelle mais serait inefficaces pour recruter des non-publics, dont les freins seraient ailleurs.

Il paraît par conséquent nécessaire, pour faire tomber des freins à la consommation de spectacles vivants, de privilégier des approches expérientielles, pour faire vivre au spectateur un « choc » émotionnel, une rencontre affective de la culture.

Dans le but d'étayer cette affirmation, l'objet de ce travail est d'étudier les conséquences sur le rapport des individus à la culture des démarches mettant en jeu une situation artistique et culturelle qui combine un objet et un contexte porteurs de dimensions expérientielles.

Trois éléments sont considérés en particulier : la distance perçue, la proximité et l'appropriation. En effet, un des éléments explicatifs de la non-consommation de spectacles vivants serait que les non-consommateurs percevaient une distance vis-à-vis des objets culturels et des contextes sociaux dans lesquels ils sont donnés à vivre. Cette distance peut être source d'un inconfort qui contribue à augmenter le risque perçu de vivre une mauvaise expérience et influence négativement l'attitude des consommateurs envers le produit (Gallen et Sirieux, 2011). Si une trop grande distance perçue existe entre un consommateur et un produit, cela empêche le processus d'appropriation.

L'appropriation correspond au développement d'un lien de relation, d'attachement d'un sujet à un objet, avec un pouvoir à double sens : *le pouvoir du sujet* d'une part, celui-ci devant être en mesure de personnaliser, de détourner l'objet, de le faire sien (Carù et Cova, 2003), et *le pouvoir de l'objet* d'autre part, celui-ci devant être en mesure de pénétrer la sphère personnelle du

sujet, jusqu'à éventuellement devenir pour lui un élément identitaire (De Singly, 1996). Au regard de cette définition, il semble qu'une démarche d'élargissement des publics ait pour objectif l'appropriation par les personnes visées des propositions culturelles.

En complément de l'idée de distance, celle de proximité vient logiquement à l'esprit. De la même façon que pour la distance, il s'agit ici de considérer la proximité perçue. La distinction entre les deux notions, que l'on pourrait considérer comme "simplement" complémentaires tient à la façon dont des travaux théoriques précédents les ont abordées. L'attention portée à ces concepts autrement que dans leur acception géographique est récente, ce qui explique une certaine hétérogénéité des approches. Ainsi, la distance perçue peut être évoquée, en lien avec l'inconfort psychologique et l'appropriation, de façon unidimensionnelle (Gallen et Siriex, 2011) ou en distinguant quatre aspects différents : spatial, social, temporel ou hypothétique (Audrezet et Caffier de Kerviler, 2011). Les travaux exploratoires de Bergadaà et Del Bucchia (2009) sur la proximité ont conduit à des dimensions différentes : proximité d'accès, relationnelle, du processus, identitaire et fonctionnelle.

Notre propre positionnement au sein d'une démarche exploratoire nous amène à ne pas trancher entre ces différentes approches mais bien à les garder à l'esprit au moment de nos analyses.

Au regard des difficultés rencontrées par le secteur culturel, et notamment celui des spectacles vivants, pour élargir ses publics et avec les éléments théoriques dont nous disposons de consommation expérientielle, de distance et proximité perçues et d'appropriation, nous avons mis en place un design de recherche pour répondre à la question que nous nous posons : en quoi une situation artistique et culturelle où la dimension expérientielle de la consommation est particulièrement mise en avant peut-elle contribuer à dépasser la distance perçue par des personnes vis-à-vis des objets culturels, créer de la proximité et faciliter une meilleure appropriation des propositions artistiques faites sur un territoire ?

Nous formulons trois hypothèses correspondants aux trois notions que nous avons mises en avant, distance, proximité, appropriation :

- H1 : vivre une situation artistique et culturelle qui combine un objet et un contexte porteurs de dimensions expérientielles contribue à réduire la distance perçue avec les mondes artistiques ;
- H2 : vivre une situation artistique et culturelle qui combine un objet et un contexte porteurs de dimensions expérientielles contribue à construire une proximité perçue avec les mondes artistiques ;
- H3 : vivre une situation artistique et culturelle qui combine un objet et un contexte porteurs de dimensions expérientielles contribue à développer une meilleure appropriation des propositions artistiques.

2. Méthodologie : des tests empiriques sous forme d'expérimentations

Carù et Cova (2006) rappellent l'importance de tenir compte, dans la mise en œuvre de ces approches expérientielles, des possibilités d'action laissées au consommateur comme bâtisseur, concepteur et producteur de son expérience. Ces propos sont confortés par ceux de Brunel, Gallen et Roux (2009) qui mettent

en avant la dimension praxéologique de l'appropriation : il y aurait nécessité, pour qu'il y ait appropriation de l'objet, que le sujet soit dans l'**action**, qu'une expérience sensorielle en soit le support, permettant une transformation.

Une application "extrême" de ce principe dans le cadre d'activités culturelles amène à accorder une attention particulière aux expériences de co-création entre un ou plusieurs artistes et des populations, notamment dans le cadre de résidences.

Pour cette raison, nous avons choisi comme terrain d'étude plusieurs résidences artistiques qui se sont déroulées à l'université de Nantes au cours du second semestre de l'année académique 2011-2012. Ces résidences s'inscrivent donc sur un territoire objectivement défini, lieu d'apprentissage et de vie des étudiants.

Nous sommes donc amenés à porter notre regard sur une population très précise : les étudiants en formation initiale, i.e. entre 18 et 25 ans. C'est un élément cohérent avec notre travail car ce segment de population cristallise les enjeux actuels des politiques culturelles en termes de rajeunissement des publics.

Nous devons cependant prendre en compte, tout au long de nos analyses, que l'âge des étudiants et leur situation les placent dans un moment particulier de la construction de soi, celui d'une « rupture », d'une remise en cause, d'un questionnement de l'identité face aux schémas et repères transmis, notamment par l'environnement familial. Il s'agit d'un moment de « déconstruction » de soi pour une nouvelle « fondation » de son identité. C'est un moment de l'histoire de vie qui paraît être en mesure de créer une plus grande « porosité » aux nouvelles propositions, en particulier aux offres artistiques.

Pour les résidences, le collectif d'artistes « Interim » a notamment été sollicité (<http://www.interim-artistes.info/>) pour un travail de 5 mois au sein des campus durant lequel ils ont recueilli du matériaux alimentant leur travail individuel de création et mis en places des ateliers de co-création. D'autres artistes issus de disciplines diverses sont intervenus tout au long du semestre au sein d'UED (unités d'enseignement et de découverte autonomes des différentes filières mais reconnus académiquement dans le parcours des étudiants qui s'y inscrivent) avec un groupe régulier, là encore dans une démarche de co-création.

Cette démarche est marquée par le fait que les artistes n'arrivent pas sur le territoire avec une vision prédéfinie de ce qu'ils vont créer. A l'inverse, ils « s'immergent » dans le contexte, ont des séquences de repérage, sont nourris par l'identité du lieu, son histoire réelle et idéale, son objet. Ce sont les interactions « contexte – individus – univers artistique de chacun des artistes » qui vont irriguer le processus créatif collectif et individuel.

Cette immersion dans le contexte a par exemple conduit les artistes du collectif Interim à vivre sur le campus, à installer leur bureau et, pour l'une d'entre eux, à s'inscrire comme étudiante le temps d'un semestre. La portée symbolique de ces choix est forte : la culture n'attend pas qu'on vienne à elle (« *culture de destination* »), elle va à la rencontre des publics potentiels (« *culture de flux* »²).

² Il s'agit ici d'une analogie avec la distinction faite dans le champ de la distribution en marketing : « *distribution de destination* » (les points de vente traditionnels qui constituent une destination) versus « *distribution de flux* » (les nouveaux points de vente de petite taille qui s'implantent à la croisée des itinéraires des acheteurs potentiels : halls de gare, d'aéroport...) (Filsler, 2011...).

Sa présence se manifeste par des propositions impromptues afin de déclencher une des cinq émotions fondamentales : la surprise.

L'expérience va cependant au-delà de la surprise, puisque les résidences s'inscrivent dans la durée pour autoriser une forme de familiarité, pour permettre aux parties prenantes de s'identifier, pour laisser vivre le bouche-à-oreille si précieux dans la transmission culturelle. Diverses occasions de rencontres sont ainsi offertes aux individus, qui ne produisent cependant pas de l'évènementiel, l'objectif étant d'être au plus prêt d'une forme de lien intime, authentique et sincère avec les individus, cet enjeu constituant un des facteurs clés de l'appropriation (Chaney, 200X).

La démarche suivie par les artistes répond à la volonté sous-jacente à la conception du projet par la direction de la culture et des initiatives de l'université : "maximiser" l'intensité expérientielle de ces propositions, dans l'espoir de créer de la proximité à partir de l'objet artistique et du contexte.

L'accent est ainsi mis sur la possibilité donnée aux étudiants d'être acteurs, d'être dans l'action, d'être associés à la production, d'être en situation de coproduction, de s'impliquer concrètement en faisant (participation à des ateliers de tags inversés, de cuisine, à la transmission d'un témoin qui circule sur le territoire, proposition d'y apporter une contribution pour laisser une trace,...). Les expériences proposées (à l'individu seul ou dans un cadre collectif) induisent des interactions avec leurs sens, une exploration, un engagement physique, émotionnel, artistique.

Une attention particulière est également portée à la diversité des propositions en termes de disciplines artistiques, afin que la sensibilité de chacun puisse trouver une large palette de supports techniques et se voir ainsi offrir un support d'expression de soi. C'est une des raisons pour lesquelles le collectif Interim a été sollicité : la pluridisciplinarité de leurs pratiques artistiques.

Ainsi, l'ensemble des résidences étudiées constitue autant d'expérimentations nous permettant de mieux comprendre en quoi la mise en œuvre de propositions à la dimension expérientielle particulièrement développée permet de réduire la distance perçue avec la proposition artistique et culturelle et de construire une plus grande proximité vis-à-vis des mondes artistiques. Nous avons pour cela eu recours au modèle de mesure dont les tests empiriques montrent qu'il comprend 5 dimensions latentes (Bergadaa et Del Bucchia, 2009 ; Herault-Fournier & al., 2010 ; Dufeu & Ferrandi, 2012). Il a été développé et testé dans le champ des produits de grande consommation. Nous l'avons donc transposé au champ culturel.

La proximité géographique

Elle est assimilée à la proximité d'accès. Cette dimension concerne la capacité de l'offre à être présente sur les lieux de vie des clients.

En proposant les résidences sur les lieux d'apprentissage et de vie que sont, pour les étudiants, les campus, on met bien en œuvre cette première dimension de la proximité. Cet engagement est affirmé par ce que nous avons appelé la « culture de flux ».

La proximité relationnelle

Elle peut exister du fait de relations directes et répétées du client avec le personnel du lieu de vente. Cette proximité interpersonnelle a pu être développée à deux niveaux lors des résidences : d'une part, du fait de la présence régulière de l'équipe portant les différents projets, mais aussi de celle des artistes concernés dans des rendez-vous annoncés et/ou réguliers.

La proximité du processus

Elle concerne le fait que les acteurs de la filière peuvent être attentifs à la nature du processus mis en œuvre par leurs fournisseurs/clients. Elle exprime le degré d'approbation concernant les modalités de production telles qu'elles sont perçues par les consommateurs.

Cette dimension est essentielle dans le cadre de notre expérimentation car nous souhaitons particulièrement vérifier le fait que de mettre des publics (et surtout des non publics) en proximité avec le processus de création artistique en permet une meilleure appropriation.

La proximité identitaire

Elle désigne l'adhésion aux valeurs de l'entreprise telles que les perçoit le consommateur. Dans le cadre des résidences, les valeurs liées à la culture ont constitué les fondements de la démarche (développement de l'esprit critique, ouverture à différentes formes de langage...), tant dans les briefs faits aux artistes afin qu'ils en soient porteurs dans leurs interactions avec les étudiants, que dans les différents supports de communication réelle et virtuelle.

La proximité fonctionnelle

Elle renvoie à l'adaptation des capacités de l'offreur aux besoins des clients en termes de qualité, de quantité, de délais, de diversité. Les différentes résidences ont été conçues, sous contraintes (financières, logistiques, humaines...) en prenant en considération les attentes perçues des récepteurs/contributeurs potentiels.

2.2. Le mode de recueil et d'analyse des données

Deux séquences se sont succédées :

- la première avait comme objectif d'observer le rôle de la distance perçue (par rapport à l'objet artistique) dans le discours spontané des étudiants : est-elle évoquée comme un frein ? Cette première phase exploratoire nous a conduit à réaliser dix entretiens en profondeur auprès d'étudiants aux profils hétérogènes en termes de filières et de sensibilité à la culture.

- l'enjeu de la seconde séquence était de suivre et d'évaluer les expérimentations. Pour cela, trois dispositifs complémentaires ont été mis en place :

- des questionnaires distribués lors des différentes résidences et mis en ligne sur le site de l'université ; ils comprenaient majoritairement des questions ouvertes afin d'obtenir du verbatim ; nous stimulions ici le processus d'écriture spontanée ;
- trois tables rondes durant les résidences afin de saisir de l'intérieur les mécanismes en œuvre.
- des observations et des observations participantes (participation des auteurs aux ateliers, moments de partage, passation du témoin avec son protocole artistique,...)

Les données collectées ont été analysées selon les principes d'analyses de contenu afin d'en permettre une interprétation compréhensive. Ainsi, les thèmes et les sous-thème sont identifiés (Bardin, 2007).

3. Les résultats de l'expérimentation

Les résultats doivent nous permettre de répondre à notre principale hypothèse, selon laquelle la mise en œuvre de situations artistiques et culturelles comprenant des dimensions expérientielles permet de réduire la distance perçue, de créer de la proximité et permettre ainsi une meilleure appropriation des objets culturels.

3.1. Le rôle de la distance perçue par rapport à l'objet culturel

La première séquence de notre recherche, la réalisation de dix entretiens exploratoires auprès d'étudiants aux profils divers, nous a permis de confirmer l'existence d'une distance perçue par rapport aux propositions culturelles, qui constitue un frein potentiel aux pratiques effectives.

Nous avons vu dans l'étude du cadre théorique que les travaux ayant utilisé jusqu'ici la notion de distance perçue n'ont pas stabilisé les mêmes dimensions pour préciser le concept. Notre propre travail nous conduit à distinguer d'une part une distance cognitive et d'autre part une distance affective, liée à l'image de soi et à celle des publics.

Ainsi les résultats montrent que certaines personnes ont le sentiment de ne pas détenir les clefs intellectuelles pour comprendre une proposition culturelle. Il s'agit bien de distance cognitive. D'autres personnes ressentent une incongruence entre des propositions culturelles et l'image qu'elles ont d'elles-mêmes. Nous nommons cela distance affective en lien avec le concept de soi. Enfin, nous remarquons parfois une absence d'identification au groupe auquel l'activité culturelle est associée, voire un rejet de ce dernier. Nous parlerons alors de distance affective en lien avec les représentations mentales des publics de l'activité culturelle.

- Distance cognitive

Nous touchons là à l'enjeu de la compréhension intellectuelle des oeuvres.

Lorsqu'elle n'est pas réalisée, cela crée un sentiment de frustration qui rend l'expérience vécue désagréable :

"le chanteur il a des paroles un petit peu ésotériques et tu vois tu comprends pas tout mais lui sa philosophie c'est de pas expliquer ce qu'il veut dire ou ce qu'il fait mais il laisse les gens trouver par eux même un sens à la chanson et euh moi ça me frustre.[...] Mais j'aime bien trouver un sens, j'aime pas rester comme ça dans le vide donc euh j'aime beaucoup, même pour les films hein, je vais beaucoup voir ce que le réalisateur à voulu faire hein." (Agathe)

Plusieurs réactions sont possibles face à ce sentiment de frustration : essayer de le dépasser en cherchant des explications, notamment sur les forums internet ou renoncer à la pratique. Dans ce dernier cas, la distance cognitive perçue n'est pas comblée et devient alors un frein à la pratique.

"je vais sur internet, bon ça fait un peu « geek » ! Mais je vais regarder un peu si vraiment ça m'intéresse, ou s'il y a quelque chose que je n'ai pas compris, j'essaie de rechercher sur internet, ou sur des forums... Sur Allociné pour un film." (Flore)

"Parfois je sors et : "rien compris". Bah c'est pas grave, je me dis "pourquoi, pourquoi est-ce que je n'ai rien compris" et en fait moi je ne rejette pas la pièce, je sais que souvent, cette année je suis allé avec donc mes parents et des amis à eux, ils étaient "on n'a rien compris, ça m'énerve", non, moi j'ai rien compris, ça ne me dérange pas. C'est que : "pourquoi est-ce qu'on n'a rien compris ? Et peut-être que c'était fait exprès qu'on ne comprenne rien, c'est peut-être ça le message", non mais je creuse." (Dorian)

Les réactions de renoncements à la pratique en cas d'incompréhension semblent correspondre à une aversion à la perte de repères, à la remise en question de soi par l'œuvre :

"Etant donné que je suis casanière, que je suis assez euh on va pas dire renfermée mais un petit peu quand même, ça me coûte quoi. Les démarches de devoir s'intégrer, découvrir quelque chose de nouveau, ne pas aller là où j'ai mes repères, j'ai mes habitudes, ça me coûte à chaque fois donc euh" (Marie D.)

Certains propos des personnes interviewées laissent enfin penser que cet enjeu de compréhension est important non seulement en ce qui concerne les œuvres mais également en ce qui concerne le contexte dans lequel elles sont proposées, par exemple les outils de communication ou les rencontres hors-scène avec les artistes :

"j'aime bien cette communication, la communication visuelle est très marquante, on s'en souvient. Mais aussi elle n'est pas très, elle est marquante mais elle n'est pas très facile à, à comprendre et à donner envie d'y aller." (Dorian)

"Je veux bien en parler avec l'artiste mais moi je vais pas comprendre grand-chose ou je vais avoir l'impression en fait qu'il me donne tout et je peux pas échanger" (Dorian)

Nous voyons donc qu'une première forme possible de distance perçue correspond à une situation d'incompréhension. Une autre forme apparaît dans les entretiens : celle d'une distance affective liée à l'image de soi et à celle du public associé à l'activité culturelle.

- Distance affective

Cette forme de distance correspond à une dissonance entre la perception de l'activité ou de ses publics et la perception de soi (le concept de soi). Là encore, plusieurs réactions sont possibles face à une distance affective élevée : accepter tout de même la pratique en lien avec d'autres motivations ou parce que la dissonance est considérée comme justifiée, éviter la pratique voire y renoncer.

Un exemple de motivation permettant d'accepter une pratique malgré une distance perçue élevée est la compagnie amicale. Cela correspond au cas d'Antoine, qui va à des rencontres de philosophie alors qu'il n'est "pas un grand fan" parce qu'il aime bien sortir avec ses amis :

"Oui parce qu'en fait, on a une copine, qui enfin aime bien et puis on n'avait rien d'autre à faire, donc au pire on ne passait pas une mauvaise soirée." (Antoine)

Lorsqu'aucun facilitateur de ce genre n'entre en jeu, la distance perçue entre le concept de soi (notamment lié aux habitudes) et la pratique considérée peut conduire à une appréhension, elle-même vecteur d'évitement :

"Par exemple je sais que mes parents ne m'ont jamais emmené à des concerts, très peu. Et du coup bah j'ai beaucoup de mal à aller au concert, énormément. Et je sais pas comment... Je sais pas, je suis perdu. Je suis peut-être allé à quatre concerts dans ma vie." (Dorian)

D'autres fois, l'acceptation de la pratique malgré une distance perçue élevée entre soi et les autres membres du public est liée à ce que cette distance semble justifiée, notamment par un écart de classe sociale. La bienveillance perçue du public rend elle aussi la dissonance acceptable alors que l'impression qu'on est face à un groupe d'experts fermés aux néophytes, éventuellement combinée avec une confiance en soi relativement faible, conduira plutôt à l'évitement.

"J'aime moins l'ambiance [du théâtre], c'est vrai que t'as l'impression aussi d'être avec des gens euh tout de suite l'impression que les gens ils s'y connaissent vachement dans la salle et que je suis la seule à pas savoir ce que je fais là. Autant avec l'opéra il y a le côté un peu on est avec des gens chics et j'aime bien ça." (Agathe)

"C'est vrai que c'était des gens [à l'opéra] bon qui n'étaient pas du tout dans la même classe sociale que moi et on voyait bien qu'ils parlaient de la pièce qu'ils avaient déjà vue plusieurs fois avec d'autres metteurs en scène et tout ça. Et donc moi ça je trouve ça hyper intéressant en fait c'est hyper enrichissant de les entendre. Et puis ils avaient tout un vocabulaire un peu vieille France, j'avais l'impression d'être dans un autre monde, c'était vraiment bien. Et il n'y avait pas ce côté un peu prout prout tu vois un peu bourges coincés parce que dans la pièce il y avait des blagues des fois qui étaient un peu bas de plafond mais eux ils rigolaient. Enfin moi j'avais bien aimé vraiment." (Agathe)

"J'ai un, on va dire que j'ai un problème de confiance en moi et d'estime de moi et je pense que si je me rends comptes qu'il y a des personnes qui ont plus de potentiel d'écriture on va dire si on part sur l'écriture [dans le cadre d'ateliers de pratique en commun], plus de capacités, qui ont vraiment un don, un truc spécial, je vais me sentir minable à côté et ça va me casser toutes mes envies." (Marie D.)

"On a beau se dire et faire, on juge toujours les autres, même sans le vouloir. [...] Je pense que c'est des gens qui sont passionnés pour un certain domaine. [...] ils ont envie de faire partager donc peut-être qu'ils ont une culture plus

pointue sur un domaine et je pense pas que j'ai une culture pointue sur un domaine. [...] En fait c'est un, comment dire, c'est une communauté quelque part. [...] Et je pense que je me sens appartenir à aucune communauté justement parce que je n'ai aucun domaine de prédilection. Je m'intéresse à tout et n'importe quoi et rien de pointu." (Marie D.)

La première étape de notre travail exploratoire confirme donc l'existence de formes de distance perçue, cognitive ou affective, entre certaines personnes et les objets artistiques et le fait que cette distance peut constituer un frein aux pratiques culturelles. La suite de notre recherche consiste alors à étudier les possibilités de surmonter cette distance, en lien avec des processus de création de proximité et de mécanismes d'appropriation.

3.2. Les résultats des expérimentations sur la proximité et l'appropriation

La seconde séquence de notre test empirique, en analysant le contenu des différentes tables rondes et les verbatims produits dans les réponses aux questionnaires, a permis de montrer que la mise en œuvre de situations expérientielles favorise différentes formes de proximité et encourage l'appropriation de l'objet culturel (« *J'ai aimé dans la résidence interim le contact avec l'artiste et la proximité des œuvres m'ont plu.* », « *Cela m'a donné une autre conception de l'art, plus accessible et différente de l'idée que je pouvais m'en faire. Je m'en sens plus proche. Cela me paraît plus facile à comprendre.* »). Nous présentons ces différents apports qui doivent permettre de dépasser la distance perçue en s'appuyant sur la chronologie de l'expérience : 1. les déclencheurs de l'expérience, 2. la proximité pendant l'expérience, 3. les effets post-expériences qui influencent l'appropriation.

Les effets des déclencheurs sur l'expérience... ou leur absence

L'analyse des différentes données collectées montre qu'il existerait différents types de déclencheurs de l'expérience. Il est essentiel de les analyser pour comprendre comment la dynamique « proximité / appropriation » que nous analysons s'enclenche. Leur absence permet également d'éclairer le processus observé.

La curiosité, la volonté de découvrir et de s'ouvrir, le souhait de la rencontre : on identifie ici les **motivations intrinsèques** qui s'allient à **des motivations extrinsèques**. Elles constituent les deux formes de motivations qui fondent les comportements de consommation de spectacles vivants.

Quelques exemples de verbatim caractéristiques : « *c'est toujours intéressant de s'ouvrir* », « *Participer à une telle proposition est un moyen de découvrir une nouvelle perspective artistique et de rencontrer les personnes impliquées dans ce projet* » ; « *J'aime l'art et découvrir les choses* » ; « *C'est l'intérêt de la démarche à la fois artistique et ludique avec la nourriture* » ; « *J'ai participé à « l'atelier comestible », le nom a piqué ma curiosité, j'ai eu envie de faire quelque chose d'inédit, de différent. J'ai voulu expérimenter quelque chose de nouveau et c'était aussi l'opportunité de faire de nouvelles rencontres, de partager ses idées.*

C'était un privilège » ; « Je voulais découvrir et participer à une démarche culturelle originale. ». « Je voulais rencontrer de nouvelles personnes et faire une activité différente en fin de journée. Je voulais observer les choses de l'intérieur. »

On observe également que seules des motivations extrinsèques peuvent être exprimées. En effet, l'absence d'intérêt pour l'objet culturel est contrebalancé par l'intérêt du lien social : *« Je n'ai rien à dire, je suis venu parce que les filles m'ont demandé »* (le caméraman d'un projet de création partagée).

Nous avons également observé que si l'individu n'a pas de pratiques culturelles, la proposition d'expérience n'aura pas de prise. L'individu ne se sent pas concerné (par exemple, lors d'une des tables rondes, un des participants s'endort rapidement alors que les échanges autour de lui sont animés et virulents). Un autre cas : des étudiants en droit qui face à la restitution à laquelle a donné lieu la résidence de 5 mois disent en toute simplicité qu'ils ne se sentent pas concernés. Dans ce cas, la question de la proximité ne se pose pas car le processus ne s'enclenche pas.

L'implication dans un processus de co-crédation crde de la proximitd sur ses cinq dimensions

Les verbatims que nous avons pu collecter permettent d'identifier que les cinq dimensions de la proximitd sont prdsentes dans les expdsiences vdcues de co-crédation artistiques et culturelles.

La dimension de la proximitd	Exemples de verbatim
Proximitd d'accds	« Voir tous les jours les artistes m'a permis de crder un lien avec eux. »
Proximitd relationnelle	« La relation avec les membres du projet a dttd trds intdrssante » « C'est agrdeable de rencontrer les artistes, d'avoir de concrtes explications » « Le contact au quotidien avec les artistes m'a plu » « L'ambiance dttd trds bonne dans l'qupe, je me suis sentie intdrgrde au groupe tout de suite » « J'ai apprcci le contact avec les artistes » « J'ai aimd l'idde que les artistes rentrent en contact avec nous. (...). J'ai eu des discussions par ci par ld avec eux . » « J'ai participd d l'atelier culinaire. Allier la cuisine et la crdativitd, c'est tout ce que j'aime. C'est sympa, on crde des liens avec l'artiste. On est dans un dchange, c'est convivial. » « J'ai beaucoup aimd dtre en contact avec les artistes. »
Proximitd du processus	« J'ai pu poser des questions aux artistes sur ce qu'ils faisaient, comment ils le faisaient. C'dtait l'occasion de rentrer dans leur monde, de voir les choses diffdremment. ».

	<p>« J'ai apprécié l'aboutissement d'un projet collectif. »</p> <p>« La résidence m'a permis de mieux appréhender la création elle-même et de découvrir l'univers merveilleux que peut être la vision d'un artiste sur les choses. »</p>
Proximité identitaire	<p>« Avoir été en contact avec l'artiste pendant plusieurs semaines m'a permis de comprendre ses valeurs, ses engagements militants par rapport à sa vision du monde. Et c'est ce qui m'a rapproché de lui » (UED tag inversé)</p> <p>« c'était vraiment appréciable de se dire que ces gens [les artistes] se posaient des questions qui avaient à voir avec l'université mais qui n'étaient pas des questions traditionnelles que l'on se pose au sujet d'un lieu d'étude. »</p>
Proximité fonctionnelle	<p>« J'ai aimé l'idée que l'art soit apporté dans l'université.(...) et qu'on évolue ensemble. »</p> <p>"Il fut intéressant d'observer (...) l'organisation qu'exige un processus artistique de l'intérieur, avec ses contraintes matérielles mais aussi individuelles (management d'une équipe diverse)."</p>

Ainsi, les expériences de co-création semblent favoriser de la proximité entre sujet et objet. Cependant, d'autres éléments sont évoqués, expliquant que la proximité n'ait pas été aussi intense qu'elle aurait pu l'être :

- l'intensité de la présence des artistes, leur visibilité : *"ce qui m'a interrogé, c'est la faible présence des artistes pendant cette résidence, qui est passée trop inaperçue"*. Ce verbatim illustre tout d'abord l'un des paradoxes de la mise en oeuvre de telles résidences, qui comme nous l'avons indiqué, ne souhaite pas être dans des enjeux événementiels afin de créer un lien intime avec les co-créateurs potentiels, lien nécessaire au processus d'appropriation. L'enjeu opérationnel est de savoir mesurer l'intensité de la communication qui doit accompagner de tels processus.

- le désintérêt d'une partie de la population ciblée : alors que les résidences s'adressent a priori à l'ensemble de la communauté universitaire, tous ses membres ne se l'approprient pas (*"Il est dommage que tous ne se soient pas sentis concernés par les propositions faites sur les campus."*). C'est bien un des enjeux de la recherche que de comprendre les mécanismes de sensibilisation et de recrutement des non-consommateurs relatifs et absolus

De plus, les analyses des données montrent un élément déterminant de la proximité : les caractéristiques de l'artiste impliqué dans le processus expérientiel. Dans les interactions avec les co-créateurs, elle repose sur la sincérité perçue de sa démarche, sa capacité d'engagement, ses valeurs mais aussi l'implication de ces dernières sur ses choix en termes de techniques artistiques. En effet, cet enjeu a particulièrement été révélé lors d'une résidence au cours de laquelle le tag inversé (reverse graffiti) avait été utilisé (technique

consistant à enlever les dépôts naturels sur les murs pour créer à l'aide de pochoirs des traces sur les murs).

L'implication dans un processus de co-création a, sur le participant, des effets à quatre niveaux :

Le concept de soi

Les verbatims recueillis montrent que les participants à une co-création ressentent de la fierté (le terme est récurrent dans leurs propos) par rapport à leur capacité à faire, à avoir dépassé leur propre représentation d'eux-mêmes, le sentiment d'avoir repoussé leurs limites et d'avoir élargi leurs capacités créatives. La fierté sera d'autant plus revendiquée par les participants à la co-création qu'il y aura une trace laissée sur le territoire investi. L'image de soi peut s'en trouver améliorée : *"A la suite de ma participation à la résidence, je suis plus ouverte aux autres et aux moyens de s'exprimer. Je prends plus d'initiatives."*

Le regard sur le processus de création

Avoir créé avec un artiste change le regard porté sur la réalité de son travail (au préalable considéré comme du "non-travail"). Sa contribution sociétale est reconnue : *« D'avoir été en proximité avec un artiste pendant plusieurs semaines au cours de nos séances de travail m'a amené à porter un regard différent sur le travail de l'artiste, que je comprends mieux maintenant et que je respecte plus »*. Un autre registre de verbatims montre l'effet de la participation à l'expérience sur l'univers culturel personnel, intime : *"Cela m'a donné envie d'inventer de nouvelles choses, de lire des livres et de construire des mondes imaginaires."*

Le regard sur l'art contemporain

Le fait d'avoir été concrètement impliqué dans un processus de fabrication modifie le regard sur l'art contemporain : *"Je me suis ouverte à l'art contemporain qui avant était très loin de moi."* *« Comme j'ai participé à l'UED en faisant avec mes mains, maintenant, je m'ouvre plus à l'art contemporain qui pour moi avant était très, très loin de moi et que je ne comprenais pas, n'aimais pas, qui ne me concernait pas. je me sens plus concernée. »*.

La représentation de l'artiste et de son travail

L'analyse des données a permis d'identifier quatre cas de figure :

- La rencontre avec l'artiste crée une dissonance cognitive (conflit intérieur) : Exemple lors d'une table ronde : Les représentations sociales que l'individu associe à la figure de l'artiste sont très négatives. Elles sont le produit d'une expérience universitaire qui désigne (et fait l'amalgame) entre les étudiants de

Sciences humaines et sociales et la figure artistique : la « haine vis-à-vis des artistes » est explicitement évoquée, ils sont qualifiés de « fainéants ». Outre ces paroles, l'individu évoque des rencontres sensibles, émotionnelles avec des propositions de culture hors les murs (des expositions de photos rencontrées dans des lieux de vie, la participation dans un opéra à une leçon de chant proposée par des artistes professionnels). Le plaisir et les émotions ressentis sont évoqués de manière positive. Il y a donc dissonance cognitive. On observe en effet une dualité/confrontation/opposition entre la représentation sociale de l'artiste (freins) et l'expérience intime/individuelle (positive).

- Une rencontre avec des artistes interroge leur statut ("c'est quoi un vrai artiste ?"), mais ne modifie pas la perception qu'on en a : au contraire, elle sert à la conforter : « *qu'est ce vous fait être en contact avec artistes ? pour être sérieux, on ne peut pas les qualifier d'artistes. PS : je connais d'autres artistes, et en plus ça n'a pas d'intérêt dans cet atelier* ». l'étudiant ne vient pas pour rencontrer des artistes : selon lui, en connaître quelques uns suffit à les connaître tous.

- Une rencontre avec des artistes modifie leur perception de l'artiste et de la réalité de son travail : « *Des amis m'ont expliqué ce qu'était le travail d'un artiste, après j'en ai rencontrés et maintenant j'ai beaucoup de respect et je les regarde différemment* ».

- Il n'y a pas d'intérêt pour la figure humaine que représente l'artiste. Deux éléments explicatifs ont pu être identifiés : il y aurait tout d'abord la peur de la déception, que l'artiste ne soit pas la personne idéalisée. L'intérêt se porte alors sur l'oeuvre elle-même et l'artiste est considéré comme un médium. Par ailleurs, un manque de confiance en soi influencerait la représentation que l'individu se fait de l'artiste : « *Je ne me sens pas en capacité de l'aborder, ça m'intéresse pas de rencontrer des artistes parce que je ne saurais pas quoi leur dire* ».

L'analyse des conséquences post-expériences interroge également la capacité des expériences de co-création à produire des effets et une appropriation durables. Des verbatims permettent d'approcher ces éléments (à la suite de la résidence Interim : « *Il faut continuer ce genre d'expériences* » / « *je souhaite participer à d'autres expériences créatrices de ce genre.* »).

Outre l'identification du contenu de la distance perçue (réponse à l'hypothèse 1), nous voyons que les premières analyses exploratoires semblent à apporter une réponse positive aux hypothèses 2 et 3 lorsque la distance perçue conduit à un évitement partiel mais pas complet des pratiques concernées : des propositions expérientielles aident à inverser une tendance à l'éloignement mais pas à "conquérir" quelqu'un qui a complètement exclu le monde culturel de son ensemble de considération. Cependant, ces premiers résultats doivent

être discutés et confrontés au schéma théorique de l'appropriation, déterminé par les interactions entre sujet et objet.

4. Discussion et recommandations managériales

Nos résultats, mis en perspective avec les enjeux théoriques de l'appropriation, désignent trois défis pour les recherches qui aujourd'hui se poursuivent : l'approfondissement, en lien avec nos questionnements, des enjeux de créativité individuelle, de démocratie culturelle et de socio-démocratie ; la détermination des mécanismes facilitant l'intégration d'un objet à la sphère personnelle d'un sujet ; les conditions nécessaires à la mise en oeuvre de ces mécanismes.

Introduire figure 1. La dynamique de l'appropriation : vision synoptique
(diapo dans un autre fichier)

Les premiers résultats montrent qu'il y a bien une logique récursive entre le sujet et l'objet, avec l'exercice d'un pouvoir que les opérateurs professionnels de la culture doivent favoriser pour que le lien de relation, d'attachement puissent s'exercer, dans un double sens. Il y aurait appropriation quand

- d'une part l'individu exerce son pouvoir en intervenant sur l'objet, en le personnalisant, en le détournant, en le faisant sien. Il faut donc créer les conditions de cet acte, la co-création y contribue et doit être envisagée dans toutes les phases de la démarche de mise en oeuvre d'une politique culturelle : au moment de la rencontre avec l'oeuvre, comme ce le cas pour les résidences nous avons étudiées, mais également lors du choix de l'identité de l'émetteur (quelles valeurs ? quel sens ? quelle différenciation ?), lors de la co-construction de la programmation dans le cadre défini par cette identité, lors de la mise en oeuvre du lien avec les publics potentiels. Ce sont là aussi des espaces potentiels de créativité qui permettent aux sujets d'intervenir. Cette démarche collaborative peut rejoindre les principes de socio-démocratie et de démocratie culturelle. Nos résultats montrent aussi que, dans ce premier mouvement d'intervention du sujet sur l'objet la représentation que l'individu a de lui-même entre en jeu.
- d'autre part, le pouvoir doit être donné à l'objet de pénétrer la sphère personnelle du sujet, jusqu'à éventuellement devenir pour lui un élément identitaire : cela milite en faveur du mouvement de la culture/l'objet qui s'invite, pénètre dans la sphère de l'individu (la « culture de flux », la culture qui va vers les populations), d'autant que deux des trois moyens nécessaires à l'intégration d'un objet à la construction de soi (la création et la connaissance, le troisième étant le contrôle) font partie du processus d'art contextuel.

Nous voyons ici qu'un pouvoir à double sens entre le sujet et l'objet se met en place. Pour cela, tous deux doivent répondre à certaines conditions : le sujet, pour s'approprier l'objet, doit posséder les instruments et repères nécessaires ;

quant à l'objet, il doit laisser une marge de manoeuvre au sujet et présenter un certain degré d'authenticité. Les propositions des professionnels de la culture doivent tenir compte de ce double niveau de conditions.

Ainsi, il est nécessaire de créer les conditions pour que le sujet ose intervenir sur l'objet, en lui donnant confiance en son jugement (enjeu de l'accompagnement) et en lui donnant des repères cognitifs et émotionnels. Il faut pouvoir mettre en œuvre les conditions pour que le sujet **souhaite et** puisse agir, intervenir sur le cours du déroulé et personnaliser, laisser sa trace propre : c'est notamment la démarche de l'art contextuel.

L'artiste doit, quant à lui, apporter une proposition très large, doit créer des contextes pour que chacun y nourrisse confiance en soi avec ce qu'il est : la proposition doit laisser une marge de manoeuvre « sincère », possible.

Conclusions, limites et prolongements

Le point de départ de ce travail est le constat de l'enjeu, pour les professionnels du secteur culturel, et notamment les organisations publiques subventionnées agissant dans le champ du spectacle vivant, de susciter un désir de culture auprès des populations qui en sont éloignées ; et ce en dépassant les freins d'accès à la culture qui semblent persister malgré certaines actions menées à leur encontre par les professionnels du champ.

En nous appuyant sur l'opposition théorique entre les modèles cognitivistes et ceux de recherche d'expériences, nous avons choisi de suivre un protocole exploratoire pour étudier les conséquences qu'ont sur les pratiques et perceptions des individus vis-à-vis du monde culturel des propositions et démarches où la dimension expérientielle est particulièrement développée et mise en avant. Nous nous appuyons pour cela sur trois concepts qui paraissent pertinents pour mieux comprendre l'éloignement entre certaines populations et le secteur culturel : la distance perçue, la proximité et l'appropriation. Nous associons à ces concepts trois hypothèses correspondant à l'idée que participer à une proposition artistique mettant en œuvre un objet et un contexte aux dimensions expérientielles importantes permet d'une part de réduire la distance perçue et d'augmenter la proximité perçue vis-à-vis des mondes artistiques et contribue d'autre part au processus d'appropriation des propositions artistiques.

Pour tester ces hypothèses, nous avons appliqué des méthodologies qualitatives que nous avons déployées en deux temps sur un terrain particulièrement pertinent au regard de nos interrogations : une université (lieu de vie quotidienne d'étudiants majoritairement âgés de 18 à 25 ans et constituant par là-même un cible privilégiée des politiques culturelles) et plusieurs résidences d'artistes qui s'y sont déroulées au cours du second semestre de l'année académique 2011-2012.

La première séquence de notre démarche visait à observer le rôle de la distance perçue dans le discours le rapport des étudiants aux objets artistiques. L'objectif de la seconde séquence était de comprendre l'impact de la participation aux résidences sur ce rapport, en termes de proximité perçue et d'appropriation des objets culturels.

Notre recherche a ainsi permis de confirmer l'existence d'une distance perçue entre le sujet et l'objet culturel qui reposerait sur des vecteurs cognitifs et affectifs. Afin d'amenuiser l'effet de cette distance, nous montrons que faire vivre des situations de co-création qui donnent à l'individu, alors accompagné par un artiste, une posture active dans le « faire » permet de créer de la proximité sur cinq dimensions (d'accès, relationnelle, du processus, identitaire et fonctionnelle). La mise en œuvre de ces situations artistiques expérientielles permettrait ainsi de créer une meilleure appropriation des propositions culturelles en élargissant le champ des possibles en termes de pratiques (plus de diversité).

Cependant, notre travail présente des limites. En effet, peu de temps s'est écoulé entre la mise en œuvre des résidences et leurs analyses. Le travail présenté ici est celui d'une recherche en cours, d'autant que des questionnaires nous parviennent encore. De plus les difficultés que nous avons rencontrées pour avoir des données sur les expériences vécues par les « récepteurs potentiels » des résidences nous conduisent à faire l'hypothèse que comme nous touchons des dimensions intimes, elles sont plus difficiles à recueillir.

Ainsi, notre recherche va se poursuivre par la mise en œuvre d'un projet scientifique qui reprend les enjeux portés par les expérimentations analysées dans cette recherche. Il est présenté dans le schéma synoptique suivant.

Ce schéma fait part du cadre théorique que nous souhaitons continuer à développer en précisant les concepts structurants déjà considérés et en y ajoutant celui de confiance (en soi et vis-à-vis des mondes culturels). Nous souhaitons également accorder une attention spécifique à la notion de créativité, en lien avec celle de participation. Nous souhaitons étudier l'intuition que toutes deux contribuent à augmenter la dimension expérientielle des propositions.

Pour cela, nous déploierons, toujours au sein de l'université de Nantes, avec qui un partenariat important débute pour faire de ses campus des laboratoires à ciel ouvert, une série d'expérimentations axés autour de trois modalités opératoires : "faire faire", "aller vers" et "faire vivre et ressentir".

Il s'agit d'un projet ambitieux construit en dialogue avec celui de la politique culturelle de l'université partenaire. Plusieurs autres chercheurs issus de multiples disciplines y seront associés ainsi que des partenaires professionnels.

Nos résultats montrent de plus que la représentation que l'individu a de lui-même, notamment en lien avec la confiance en soi, influence le processus d'appropriation.

Ainsi, nos résultats montrent que la représentation que l'individu a de lui-même influence le processus d'appropriation. Pour qu'il y ait appropriation par le sujet, celui-ci doit posséder les instruments et repères nécessaires. Dans le mouvement opposé complémentaire (les conditions d'appropriation liées à l'objet), ce dernier doit laisser une marge de manœuvre au sujet, et présenter un certain degré d'authenticité. Les propositions des professionnels de la culture doivent s'inscrire dans ce double mouvement.

Ainsi, il est nécessaire de créer les conditions pour que le sujet ose intervenir sur l'objet, en lui donnant confiance en son jugement (enjeu de l'accompagnement) et en lui donnant des repères cognitifs et émotionnels. Il faut pouvoir mettre en œuvre les conditions pour que le sujet **souhaite et** puisse agir, intervenir sur le cours du déroulé et personnaliser, laisser sa trace propre : c'est notamment la démarche de l'art contextuel.

L'artiste doit, quant à lui, apporter une proposition très large, doit créer des contextes pour que chacun y nourrisse confiance en soi avec ce qu'il est : la proposition doit laisser une marge de manœuvre « sincère », possible.

Bibliographie

- Bardin, L. (2007), *L'analyse de contenu*, PUF, Paris
- Benhamou F. (2011), *l'économie de la culture*, Repères, La découverte, Paris
- Colbert F. (2000), « Le marketing des arts et de la culture », Montréal, Gaëtan Morin
- Donnat, O. (2011), *Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales*. Culture Etudes, (7).
- Filser, M. (2008), *L'expérience de consommation : concepts, modèles et enjeux managériaux*, Recherche et Applications en Marketing 23, 3 (2008) 1-4
- Greffe X. et Pflieger S. (2006), *La politique culturelle en France*, La documentation Française, Paris
- Gombault A. et al. (2006), « LA gratuité des musées et des monuments côté publics. Représentations, projets d'usage et comportements des publics », La documentation française, Paris
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982), " The Experiential Aspects of Consumption : Consumer Fantasies, Feelings and Fun ", in *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, n° 2, pp. 132-140
- Joy A. & Sherry J.F. (2003), "Speaking of Art embodied Imagination : a Multisensory Approach to Understanding Aesthetic Experience", *Journal of Consumer Research*, 30, pp. 259-282
- Mencarelli R. "L'interaction lieu-objet comme conceptualisation de l'expérience vécue" RAM, volume 23 n°3, 2008
- Mucchielli A. (1996), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Paris : Armand Colin.
- Mucchielli A. (2007), *Les processus intellectuels fondamentaux sous-jacents aux techniques et méthodes qualitatives*, actes du colloque Bilan et perspectives de la recherche qualitative, Association pour la recherche qualitative, *Recherches Qualitatives*, hors série n°3, p.1-27.
- Orlean A., (2011) « L'empire de la valeur: Refonder l'économie », Seuil, Paris
- Passebois-Ducros J. (2008), « Le marketing artistique et culturel » in *Marketings contextuels*, Dunod, Paris, pp. 141-162
- Bergadaa et Del Bucchia, 2009
- Hérault-Fournier & al., 2010
- Dufeu & Ferrandi, 2012