

# LE SUCCES D'UNE REPRESENTATION CULTURELLE : VERS UN FACTEUR EXPLICATIF ?

Karine BERNARDON

Doctorante en Sciences de Gestion  
IAE de Paris - GREGOR  
Université de Paris 1 – Panthéon Sorbonne

ATER à l'Université d'Auvergne

E-Mail : [KARINE.BERNARDON@laposte.net](mailto:KARINE.BERNARDON@laposte.net)

## Résumé

Cet article propose une comparaison des réponses expérientielles des spectateurs et des interprètes d'une comédie musicale.

La recherche qui se situe dans un contexte de découverte constitue la deuxième étape d'un processus dont l'objectif est d'appréhender précisément l'expérience de consommation culturelle et de mettre en évidence un facteur explicatif du succès d'une représentation d'un spectacle vivant. Elle s'attache notamment à déterminer si des échanges effectifs s'établissent entre spectateurs et interprètes lors d'une séance et si les individus (spectateurs ou artistes) animés de motivations similaires ont une réponse expérientielle semblable.

## Abstract

This article offers a comparison between the experiential responses of the audience and the performers of a musical comedy.

The research which is to be seen in the context of discovery is the second stage of a process which objective is to comprehend precisely what cultural consumption experience is and to discover an explanatory factor of the success of a live show performance. It sets out to determine if real exchanges occur, during one performance, between the audience and the performers and if persons who have the same motivations have a similar experiential response.

## LE SUCCES D'UNE REPRESENTATION CULTURELLE : VERS UN FACTEUR EXPLICATIF ?

### Introduction

Un certain nombre d'interrogations sont communes à de nombreux artistes, à savoir : lors de différentes représentations d'un même spectacle vivant, pourquoi l'échange qui s'établit entre le public et les artistes est-il différent ? pourquoi l'ambiance varie-t-elle ? quels sont les éléments de nature à influencer la satisfaction ressentie par chaque individu ? quelles sont les conditions d'une expérience culturelle idéale, c'est-à-dire, d'une satisfaction partagée par les interprètes et les spectateurs ?

La prise en compte de celles-ci conduit à l'élaboration d'une recherche visant à l'amélioration de la compréhension de l'expérience de consommation culturelle, ce en analysant la nature de l'échange susceptible de se réaliser, lors d'une représentation particulière, entre les consommateurs et les interprètes d'un spectacle vivant populaire. La comédie musicale qui mêle différentes formes d'art et qui nécessite la présence, sur scène, de plusieurs interprètes, de diverses individualités, est retenue comme terrain d'étude.

Le processus de recherche mis en œuvre afin de répondre aux différentes interrogations ci-dessus énoncées comporte plusieurs étapes. La première s'attache à révéler le réseau de significations associé à la consommation et à l'interprétation de la comédie musicale choisie pour terrain et à relier ces significations à la structure cognitive des individus. Elle débouche sur une comparaison des motivations des comédiens chanteurs et celles des consommateurs. La deuxième consiste à appréhender l'expérience vécue par chacun (public et artistes) au travers de la réponse globale, multidimensionnelle suscitée par le spectacle. Elle réside donc en la collecte et la confrontation des réactions du public et des interprètes, soit de leur réponse expérientielle respective. La troisième réside en l'analyse et la mise en parallèle de la nature de la satisfaction et des sources de satisfaction (ou d'insatisfaction) chez le récepteur et ceux qui partagent et créent l'expérience (les artistes). Enfin, la quatrième consiste à recueillir, étudier et comparer les impressions de chacun sur l'ambiance régnant dans la salle lors de la séance.

Réunies, ces étapes permettront d'appréhender précisément l'expérience de consommation culturelle. Il s'agit, en fait, de déterminer si les individus animés de motivations similaires ont une réponse esthétique semblable, s'ils éprouvent une satisfaction de même nature et enfin, s'ils vivent et perçoivent de façon identique l'ambiance qui règne dans la salle lors de la manifestation. La question qui apparaît en filigrane au cours de cette recherche est la suivante : la rencontre de motivations similaires chez les spectateurs et les interprètes ne conduit-elle pas à une réponse esthétique du même ordre et à une satisfaction partagée, synonyme de succès d'une représentation ? ou encore, la rencontre de motivations similaires chez les spectateurs et les interprètes n'est-elle pas un facteur explicatif du succès d'une représentation ?

Le déroulement de la première étape de ce processus de recherche (les populations sélectionnées, les méthodes de collecte de données, la méthode d'analyse de ces dernières, à savoir, celle de la « théorie enracinée ») et les résultats obtenus suite à celle-ci ont été exposés dans une communication antérieure (Bernardon 2005). Cette communication présente la deuxième étape de ce processus de recherche, à savoir, l'appréhension du vécu de l'expérience que constitue une représentation d'une comédie musicale, et ce auprès des deux entités en présence lors de la séance. Elle propose une analyse qualitative comparée des réponses expérientielles des artistes et des membres du public.

Un rappel des résultats obtenus suite à la réalisation de la première étape du processus de recherche est effectué, en premier lieu, dans cet article. La réponse développée par l'individu en situation de consommation, qualifiée de réponse expérientielle en fonction de la nature de

l'évènement auquel il prend part, est complexe et présente de multiples facettes. Une revue de la littérature sur la réponse à la musique, au théâtre et à d'autres activités de loisirs, permet d'identifier, dans un second temps, les diverses dimensions de cette réponse globale. Puis, sont justifiées et exposées les questions de recherche relatives à ce concept. Les résultats font suite. L'article s'achève sur une discussion émanant de la comparaison des réponses expérientielles des artistes et des spectateurs de cette comédie musicale.

1. L'analyse qualitative comparée des motivations des consommateurs et des interprètes d'une comédie musicale : rappel

La méthodologie employée lors de cette précédente étude est exposée dans un premier temps dans la mesure où, s'agissant de deux étapes différentes d'un même processus de recherche, la présente est menée à l'identique (mêmes échantillons, mêmes procédures d'investigation et d'analyse). Suivent les résultats de cette analyse qualitative des motivations des spectateurs et des interprètes qui seront ultérieurement comparés à ceux émanant de la confrontation des réponses expérientielles respectives de ces deux entités.

### 1.1. La méthodologie

L'étude qui vise à comprendre la nature des motivations des artistes et des spectateurs se situe dans un contexte de découverte. Le processus de recherche est de nature qualitative. Ce type d'approche est le plus pertinent lorsque l'étude porte sur les activités hédoniques et expérientielles (Hirschman et Holbrook 1982 ; Holbrook et Hirschman 1982).

#### ► Echantillon des interprètes et procédure d'investigation :

Des entretiens semi-directifs, d'une durée approximative de 35 à 60 minutes, ont été menés auprès de onze interprètes de la comédie musicale « Notre Dame de Paris ». Ils ont fait l'objet d'un enregistrement et ont été retranscrits mot à mot en vue de leur analyse.

Tableau 1 – Artistes chanteurs de la troupe « Notre Dame de Paris » interviewés

Artiste N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sexe (M pour masculin, F pour féminin)	M	M	F	M	M	M	F	M	M	F
Age (en 2002)	28	32	25	51	30	52	22	39	28	25
Rôle(s) interprété(s)	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Nouvel arrivant dans la troupe	Oui	Non	Oui	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Non

#### ► Echantillon des spectateurs et procédure d'investigation :

Les données sont recueillies auprès des spectateurs du parc des expositions de Chalon-sur-Saône (1600 places), le 14 mai 2002. Ce soir là, 800 questionnaires sont déposés sur les sièges avant l'entrée des spectateurs à raison d'une place sur deux. Des personnes sont présentes uniquement en tant qu'accompagnatrices, des enfants qui ne peuvent répondre aux questions formulées assistent au spectacle : autant de raisons pour ne cibler en moyenne qu'un spectateur sur deux. Au total, 129 questionnaires sont retournés, 101 sont exploitables.

#### ► Procédure d'analyse :

Notre problématique nécessitant une analyse qualitative des données (analyse en profondeur ; quête de sens), la théorie enracinée, particulièrement adaptée dans le cadre de travaux exploratoires, est la méthode retenue. La méthode appliquée est celle développée par Strauss et Corbin (1990). Les sept étapes itératives de cette procédure (Usunier, Easterby-Smith et Thorpe 2000) ont été parcourues. Qu'il s'agisse des entretiens ou des questionnaires, leur analyse est notamment réalisée à l'aide de la construction de matrices à groupements conceptuels. La

classification des réponses types préalable à la construction de ce type de matrice suit le cheminement suivant : repérer et souligner les termes clefs des réponses, énoncer de nouveau les phrases clefs en restant aussi descriptif et littéral que possible, réduire les phrases et créer des regroupements, réduire les groupes et attribuer des intitulés et opérer des généralisations à partir des expressions des groupes. Chaque interview et chaque questionnaire est ensuite ré-analysé afin de s'assurer que ces généralisations sont explicites et conformes aux idées émises à l'intérieur de chaque thème.

## 1.2. Les résultats

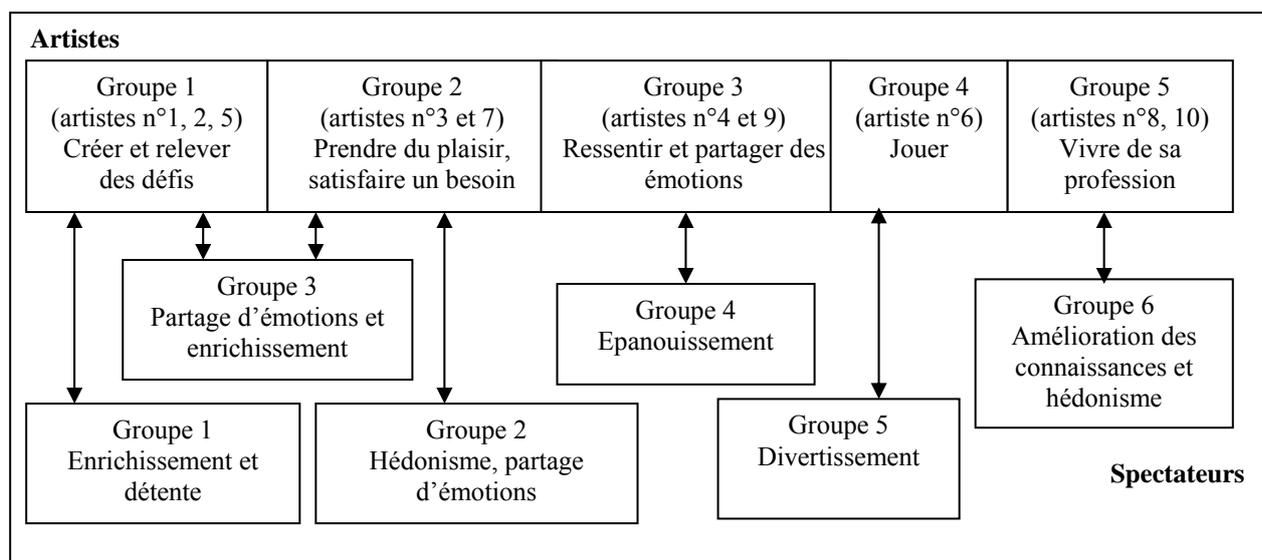
► Les résultats des artistes : l'analyse conduit à l'identification de cinq groupes d'artistes (cf. figure 1) sur la base principale des motivations qu'ils associent à leur travail et à la comédie musicale, mais aussi des significations qu'ils accordent aux différents thèmes abordés (à savoir : les motivations à l'égard des loisirs, de « Notre Dame de Paris », de la culture et l'organisation cognitive de l'individu).

► Les résultats des spectateurs : l'analyse permet de dégager six groupes de spectateurs (cf. figure 1) qui accordent des significations identiques aux différents thèmes abordés (la conception du métier d'artiste, les motivations à l'égard des loisirs, de « Notre Dame de Paris », de la culture, les attitudes envers la comédie musicale et l'organisation cognitive de l'individu). Leur intitulé est fonction de leurs motivations par rapport à la comédie musicale.

► La comparaison des résultats :

L'analyse des motivations de chacun fait ressortir des similitudes entre les catégories d'artistes et de spectateurs. La figure 1 répertorie ces différents groupes et propose leur mise en parallèle en fonction de la signification accordée à la comédie musicale, de la conception du métier d'artiste et du style de vie qu'ils partagent. Des paires sont ainsi obtenues.

Figure 1 – Les groupes d'artistes et de spectateurs



La deuxième étape du processus de recherche, ci-après présentée, vise à l'identification de groupes d'artistes et de spectateurs en fonction de leur réponse expérientielle. Elle a pour objectif de déterminer si les groupes d'artistes et de spectateurs découverts lors de la première étape se retrouvent et sont composés des mêmes individus lorsque est abordée la réponse expérientielle de

chacun et, si un échange exclusif s'établit entre les paires artistes-spectateurs mentionnées dans la figure 1. C'est ainsi que va être précisé, dès à présent, le concept de réponse expérientielle.

## 2. La réponse expérientielle

La réponse développée par l'individu en situation de consommation, qualifiée de réponse expérientielle en fonction de la nature de l'événement auquel il prend part (soit de l'expérience constituée par le fait d'assister à une représentation d'une comédie musicale), est complexe et présente de multiples facettes. Une revue de la littérature sur la réponse à la musique, au théâtre et à d'autres activités de loisirs, permet d'identifier les diverses dimensions de cette réponse globale. Dans une étude visant à expliquer le comportement de fréquentation du concert de musique classique, Mann (2000) répertorie six dimensions qui représentent les diverses facettes de la « réponse esthétique » à la musique. C'est en se référant à cette étude et à divers travaux sur la réponse expérientielle que sont développées et analysées les dimensions de cette réponse.

Le produit culturel, dont la comédie musicale, s'adresse aux sens de l'individu. Lors de l'expérience de consommation, celui-ci est susceptible de ressentir des émotions ou encore de procéder à une tentative de discernement cognitif, d'analyse et d'assimilation de ce qu'il voit, entend et comprend. Parallèlement, il peut se construire une réalité imaginaire (Bergadaà et Nyeck 1995) soumise à l'ensemble des images, des souvenirs et des situations que l'objet culturel éveille en lui. La consommation du produit culturel peut également provoquer chez l'individu un oubli, une évasion du quotidien. Enfin, le consommateur peut vouloir posséder un souvenir de cet événement qu'il juge exceptionnel. Sont ainsi retracées les diverses dimensions (au nombre de six) de cette réponse qui font l'objet, dès à présent, d'un développement.

### 2.1. La dimension sensorielle

La réaction sensorielle est la première réaction à l'écoute de la musique soulignée par Lacher (1989). Pour Lacher (1989) et Lacher et Mizerski (1995), il s'agit de la réaction la plus primitive qui se manifeste sous la forme de mouvements physiques tels que taper du pied pendant l'écoute. Ils la décrivent comme la conscience d'un besoin de rapprochement ou d'éloignement de la source musicale ou de la source de tension associée à la musique.

### 2.2. La dimension imaginaire

Cette dimension est mise en évidence, pour la première fois, par Hirschman et Holbrook (1982). Ils soulignent que le produit esthétique peut entraîner, chez le consommateur, la formation d'images internes multisensorielles. Celles-ci peuvent être imaginaires (fantasy imagery) et sont alors issues de l'imagination de l'individu. Elles peuvent aussi être historiques (historic imagery) et rappellent, dans ce cas, un événement vécu ou des expériences sensorielles passées. C'est ce que Duhaime, Colbert et Giguère (1991) nomment « retour sur le familier ». La réflexion de Lalo (1912) selon laquelle l'œuvre d'art répond à un besoin d'insistance sur ce qui a frappé l'individu dans l'expérience de sa vie, s'inscrit dans cette notion d'imagerie historique.

L'imagerie historique est proche de la dimension nostalgique évoquée par certains auteurs. Cette dimension reflète la tendance à reporter des sensations, des émotions et significations liées à une expérience passée de l'individu sur le produit esthétique. Holbrook et Schindler (1989) précisent, à ce sujet, que les goûts musicaux s'établissent lors d'une période assez courte et que les préférences musicales pourraient refléter des périodes d'implication de l'individu. L'adolescence et les premières années de l'âge adulte est une période relativement fertile en événements mémorables sur le plan émotionnel (aventures sentimentales, sorties entre amis, etc.), une époque marquée par des discontinuités et des événements majeurs dans le cycle de vie (Havlena et Holak

1991) qui a, notamment, pour conséquence que les stimuli auxquels les individus sont confrontés durant ces années, marquent à jamais leurs préférences en matière de goûts esthétiques (Holbrook et Schindler 1989). Une étude ultérieure menée par Holbrook et Schindler (1994) vient corroborer ce résultat et le généraliser au contexte des préférences pour les stars de cinéma. Elle introduit, par ailleurs, une disposition individuelle stable que certaines personnes développent tôt dans leur vie, « l'attitude envers le passé », susceptible de modérer l'effet de l'âge dans la formation des préférences. Lacher et Mizerski (1995) évoquent eux aussi cette dimension de la réponse expérientielle. La réponse imaginaire correspond aux images, souvenirs et situations que la musique évoque. Ils distinguent également deux dimensions à cette réponse : une dimension associative (couplage d'un évènement musical et d'un objet extra-musical qui entraînera, lors d'une nouvelle expérience de la même musique, l'activation du souvenir des images liées à l'expérience) et une dimension fantasmatique (images issues de l'imagination de l'individu provoquées par l'écoute de la musique).

### 2.3. La dimension émotionnelle ou émotive ou hédoniste

La dimension dont il est ici question, est susceptible d'être indifféremment qualifiée d'émotionnelle (Lacher 1989 ; Gallopel 2000), d'émotive (Duhaime, Colbert et Giguère 1991) ou encore d'hédoniste (Holbrook 1980) en fonction de la terminologie employée par les différents auteurs qui ont souligné et étudié cette réaction.

Cette réaction correspond aux sentiments et émotions éprouvés lors de l'expérience de consommation. Ceux-ci s'avèrent essentiels dans l'appréciation portée sur l'expérience.

Holbrook (1980) envisage deux niveaux de réponse esthétique. Il s'agit de la valeur hédoniste et des expériences profondes. La valeur hédoniste recouvre le plaisir, la joie, le bien-être qu'un individu ressent en regardant ou en écoutant une œuvre esthétique. Les expériences profondes font, pour leur part, référence aux émotions fortes et aux sensations intenses éprouvées.

### 2.4. La dimension analytique ou cognitive

Dans le champ musical, la réaction analytique traduit le besoin de l'auditeur de discerner et d'assimiler les éléments musicaux (Lacher et Mizerski 1995). Celui-ci s'engage, de ce fait, dans un examen objectif et logique de ce qu'il entend. Cette recherche de stimulation cognitive est significative du comportement hédonique du consommateur en quête de plaisir par l'identification de relations de cause à effet (Lacher 1994).

Duhaime, Colbert et Giguère (1991) parlent, quant à eux, de dimension cognitive : l'individu s'efforce de relier l'époque à l'œuvre et se soucie du « comment » l'artiste a réalisé son œuvre.

### 2.5. La dimension « évasion »

Holbrook (1980) souligne que l'individu peut éprouver une sensation de bien-être lors de la consommation d'objets esthétiques. Le spectateur oublie alors ses soucis, se détend, s'évade du monde quotidien. Dès 1912, Lalo fait apparaître cette dimension en révélant que l'œuvre d'art répond à un besoin d'évasion, de détente, de rêve, d'oubli de la vie quotidienne.

Plus récemment, Dampérat, Drago et Larivet (2002) développent l'idée que la consommation peut procurer, au consommateur, une expérience « d'un autre moi ». « L'expérience d'un autre moi » correspond à un moment durant lequel l'individu est plongé dans un univers réel ou imaginaire différent de son quotidien, lui permettant d'explorer une autre manière d'être et de réagir. Les produits esthétiques (cinéma, théâtre, etc.) constituent, pour l'individu, une occasion privilégiée d'en faire l'expérimentation. Il peut s'agir de l'identification à un individu ou de

l'immersion dans un univers différent, qui peuvent être rapproché des processus dégagés par Morin (1956) dans le cas particulier du cinéma (identification et projection dans un autre monde).

## 2.6. La dimension conative

Cette dimension a été soulignée dans le domaine culturel par Duhaime, Colbert et Giguère (1991). Elle s'extériorise par la volonté de toucher un objet exposé ou de rapporter un souvenir. Le consommateur peut, en effet, parfois chercher à posséder des traces matérielles qui lui permettent d'entretenir le souvenir de ce qu'il a vécu (Wallendorf et Arnould 1988). Cette quête d'objets de souvenirs concerne uniquement les expériences que le consommateur juge extraordinaires, c'est-à-dire celles relatives aux événements qui ne s'inscrivent pas dans la continuité linéaire de la vie de tous les jours. Ainsi, selon Petr (2002), l'expérience qui fait l'objet d'une quête de souvenirs se rapporte à un événement exceptionnel selon des référentiels individuels, temporel ou spatial.

Les différentes dimensions de la réponse expérientielle viennent d'être abordées : le consommateur peut être absorbé dans une réaction émotionnelle, analytique ou bien imaginaire (Goueron, 1998), il peut développer une réaction sensorielle, s'évader de son quotidien et manifester la volonté de rapporter un souvenir de cette expérience.

## 3. Les questions de recherche :

Ces questions portent sur les six dimensions de la réponse expérientielle. Viennent s'y adjoindre des questions complémentaires (apparaissant dans le tableau 2 sous la catégorie « Autres ») amenant l'individu à s'interroger sur la dimension hédonique de l'expérience vécue et sur les raisons, intimement liées à la réponse expérientielle, qui le poussent, par exemple, à préférer tel ou tel élément du spectacle, tel ou tel personnage. Enfin, viennent s'y greffer trois questions permettant de récolter des données relatives à l'âge, au sexe et aux conditions sociales de l'individu (variables individuelles susceptibles d'influer sur cette réponse).

Rappelons que cette étude se situe dans un contexte de découverte, que le processus de recherche est de nature qualitative et que les données, tout comme celles relatives aux motivations des interprètes et du public, sont recueillies par entretien semi-directif auprès des artistes et par questionnaire auprès des spectateurs et ce, lors d'une seule et même représentation. La méthode de la « théorie enracinée » est utilisée pour analyser toutes les réponses.

## 4. Les résultats :

L'analyse, conduite indépendamment des résultats auparavant obtenus, aboutit au dénombrement de cinq groupes d'artistes et de six groupes de spectateurs. Ceux-ci sont respectivement constitués des mêmes individus que les cinq groupes d'interprètes et les six groupes de spectateurs distingués lors de la première étape. Ainsi, il apparaît que les artistes et les spectateurs animés de motivations similaires ont une réponse expérientielle semblable. L'ordre et la dénomination des groupes identifiés lors de l'étape précédente sont conservés.

Tableau 2 – Les questions de recherche

Les questions de recherche relatives à la réponse expérientielle destinées aux interprètes

- *Dimension sensorielle* : Quand vous regardez, des coulisses, vos collègues sur scène, vous êtes-vous déjà surpris en train de taper des mains, de chanter leurs chansons ?
- *Dimension évasion* : Lors d'une représentation, vous mettez-vous dans la peau d'un personnage au point de ressentir finalement les mêmes émotions que ce personnage ?
- *Dimension émotionnelle* : Quels sentiments, émotions fortes ou sensations physiques intenses ressentez-vous quand vous jouez un rôle dans « Notre Dame de Paris » ?
- *Dimension analytique* : Quels sens attribuez-vous à cette œuvre (ou encore, pour vous, qu'est-ce que « Notre Dame de Paris ») ?
- *Dimension conative* : Gardez-vous des souvenirs matériels de « Notre Dame de Paris » (cadeau donné par le public, le programme où figure votre nom, l'espoir de garder votre costume de scène, ...) ?
- *Autres* :  
 Quel est le tableau qui vous a le plus plu dans cette comédie musicale ? Pourquoi ?  
 Quelle est la chanson qui vous a le plus plu dans cette comédie musicale ? Pourquoi ?  
 Quel personnage vous a le plus marqué ? (ou quel est le personnage qui vous a le plu touché ?) Pourquoi ?  
 A quel autre plaisir pouvez-vous comparer celui que vous a procuré le fait d'interpréter un rôle dans « Notre Dame de Paris » ?  
 Qu'est-ce qui vous plaît dans cette comédie musicale ?
- Etes-vous un homme ou une femme ?
- Quel est votre âge ?

Les questions de recherche relatives à la réponse expérientielle destinées aux spectateurs

- *Dimension sensorielle* : Vous êtes-vous surpris en train de battre la mesure du pied ou de la main, de chanter une chanson durant la représentation ?
- *Dimension imaginaire* : Cette comédie musicale vous a-t-elle remémoré des expériences vécues dans votre vie passée ?
- *Dimension évasion* : Vous êtes-vous surpris en train de vous mettre dans la peau d'un personnage lors de la représentation, de ressentir les mêmes émotions qu'un personnage ? Si oui, comment expliquez-vous cette manifestation ?
- *Dimension émotionnelle* :  
 Quels sentiments et émotions fortes avez-vous ressentis lors de cette comédie musicale (pitié, compassion, haine,...) ?  
 Quelles sensations physiques intenses avez-vous ressenties (frissons, pleurs, etc.) ?
- *Dimension analytique* : Quel sens attribuez-vous à cette œuvre (ou encore, pour vous, qu'est-ce que « Notre Dame de Paris ») ?
- *Dimension conative* :  
 Avez-vous rapporté un souvenir de cette soirée (un CD ou une cassette enregistrés par les artistes, le programme, une dédicace, une photo,...) ?  
 Avez-vous attendu les artistes à la sortie du spectacle pour leur faire dédicacer le programme ? Pourquoi ?
- *Autres* :  
 Quel est le tableau qui vous a le plus plu dans cette comédie musicale ? Pourquoi ?  
 Quelle est la chanson qui vous a le plus plu dans cette comédie musicale ? Pourquoi ?  
 Quel personnage vous a le plus marqué ? (ou quel est le personnage qui vous a le plu touché ?) Pourquoi ?  
 Avez-vous eu une préférence pour un artiste lors de la représentation ? Pourquoi ?  
 A quel autre plaisir pouvez-vous comparer celui que vous a procuré cette comédie musicale ?  
 Qu'est-ce qui vous plaît dans cette comédie musicale ?
- Etes-vous un homme ou une femme ?
- Quel est votre âge ?
- Votre situation professionnelle ?

## 4.1. Les résultats des artistes :

## ► Groupe 1 (artistes n°1, 2 et 5) – Créer, relever des défis

- *Dimension hédonique de l'expérience vécue* : Le tableau qu'ils préfèrent dans le spectacle en question est un moment clef de ce dernier dont la réussite est primordiale.

Interprètes de celui-ci, son succès qui passe par la réalisation d'une performance (prouesse vocale, d'interprétation, etc.) leur incombe. Il en va de même de leur chanson favorite qui, si elle n'est pas choisie en raison des souvenirs personnels qu'elle leur évoque, l'est pour sa difficulté technique d'interprétation ou l'intensité du jeu requis. Leur personnage préféré est aussi fonction des performances réalisées par les interprètes ou de celles qu'il permet de mettre en évidence chez l'artiste qui l'incarne (artiste n°1 : « *Gringoire pour les chansons et les possibilités de variations vocales et physiques, c'est un rôle qui laisse beaucoup de place à l'improvisation* »). Faire partie de cette comédie musicale est un plaisir professionnel unique, particulier dans la mesure où ce spectacle est une référence et qu'il leur permet de travailler auprès de professionnels chevronnés (artiste n°2 : « *...ma principale ambition c'est de faire partie d'un truc connu et d'être entouré de peintures, de gens dont les capacités sont très développées...* »).

- Dimension sensorielle : Dans les coulisses, libérés des impératifs liés au rôle qu'ils interprètent, ils prennent du plaisir à chanter simultanément avec celui ou ceux de ses collègues qui se trouvent en scène et, le plus souvent, affectionnent écouter leur prestation.

La dimension sensorielle de la réponse expérientielle se traduit, pour ces artistes, par le fait qu'ils chantent fréquemment et ceci de manière plus ou moins inconsciente.

- Dimension évasion et dimension émotionnelle : Ils aiment l'expression, le jeu et tirent leur motivation des échanges avec les autres comédiens qui peuvent en découler. Sur scène, ils jouent la comédie, en sont conscients et ne s'identifient pas à leur personnage au point de ressentir les mêmes émotions que ce dernier. Les interactions avec leurs collègues peuvent leur procurer du plaisir, mais, cependant, ils n'éprouvent pas d'émotions fortes.

- Dimension analytique : Cette œuvre est très actuelle, elle dépeint la vie, le bien et le mal qui s'affrontent au sein de chaque individu. De plus, ce spectacle est « *une ouverture [...], il a ouvert l'esprit, donc les gens maintenant en France ont envie d'aller voir des spectacles chantés sur scène [...] les gens n'avaient pas du tout cet esprit d'avoir envie d'aller voir ce genre de spectacle. Maintenant, grâce à Notre Dame, cela a avancé* » (artiste n°1).

- Dimension conative : De cette comédie musicale, ils gardent de nombreux souvenirs matériels personnels qui sont, pour l'essentiel, de leur création ou de création d'amis. Ils servent à faire partager leur vécu, leurs découvertes. Ils sont synonymes de partage et d'amusement (artiste n°2 : « *... il y a des choses que j'ai envie de faire découvrir à mes proches par la suite donc j'ai pris une quantité énorme d'images...* »).

#### ► Groupe 2 (artistes n°3 et 7) – Prendre du plaisir, satisfaire un besoin

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Leur tableau préféré est un des moments du spectacle les plus forts à vivre. L'intensité des émotions ressenties lors de ce passage tient notamment au fait que toute la troupe (chanteurs, danseurs) se trouve sur scène, que tous partagent, vivent ensemble ce moment (artiste n°3 : « *J'aime la mort de Clopin, c'est l'endroit le plus fort pour moi, ... je dis avec haine « nous sommes des étrangers, des sans-papiers » ... il y a tout le monde, les danseurs...* »). L'émotion prime encore lors du choix de leur chanson favorite. Cette dernière est sélectionnée parce ce qu'elle les touche profondément. Tous les personnages sont émouvants. Leur préférence se dirige vers celui par lequel ils se sentent les plus émus.

Unique plaisir de leur vie professionnelle débutante, faire partie de cette distribution est avant tout un plaisir relationnel (artiste n°3 : « *la troupe cela devient une famille* », artiste n°7 : « *[...] on s'amuse comme des fous, on est des vrais gamins tous ensemble* »).

- Dimension sensorielle : Dans les coulisses, ils chantent pour s'échauffer la voix, mais ils préfèrent écouter ou regarder leurs collègues parce qu'ils sont émus par l'histoire et désirent vivre, partager avec eux leurs moments. Ces artistes n'ont donc pas de réaction sensorielle au sens de réaction primitive qui se traduit sous la forme de mouvements physiques (chanter, etc.).

- Dimension évasion et dimension émotionnelle : Sur scène, ils se confondent avec leur personnage. Ils transposent, adaptent ce qu'ils ont ressenti dans des situations, des états similaires

au personnage pour pouvoir crier les sentiments de ce dernier, pour ne faire plus qu'un avec lui et ainsi se sentir, être ce personnage sur scène (artiste n°3 : « *Je me sens complètement Esméralda* »). Dès lors, ils ressentent des émotions fortes : celles de leur personnage.

- Dimension analytique : Cette œuvre retrace une histoire qui est éternelle, l'histoire de la vie. Les auteurs de ce spectacle l'ont cependant rendue encore davantage d'actualité en faisant référence à des événements contemporains.

- Dimension conative : De cette comédie musicale, ils conservent un maximum de souvenirs matériels, notamment des personnels. Très attachés au passé, sentimentaux et nostalgiques, il s'agit pour eux d'une nécessité, d'un besoin.

► Groupe 3 (artistes n°4 et 9) – Ressentir et partager des émotions

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Qu'il s'agisse des tableaux ou des chansons, leur préférence s'oriente vers les passages les plus intenses à vivre. Ces moments du spectacle dont ils sont les principaux voire les uniques acteurs, sont ceux, chargés de sens, par lesquels ils sont les plus inspirés et les plus touchés. L'intensité des émotions ressenties tient au fait qu'à cet instant, ils se sentent eux-mêmes, n'ont rien de différent avec le rôle qu'ils interprètent, partagent les mêmes combats, les mêmes souffrances.

Bien que tous les personnages aient un moment de sensibilité intense, celui qui les émeut le plus est le leur. Respectivement proches de celui-ci, porteurs de sentiments et d'émotions similaires, ils l'interprètent naturellement et vivent pleinement leur histoire.

Faire partie de cette comédie musicale est un véritable plaisir des sens (artiste n°4 : « *c'est un plaisir gustatif, un plaisir sensuel... c'est un mélange de sensualité, d'odeurs...* »).

- Dimension sensorielle : Ils déclarent ne pas chanter, ni battre la mesure (instinctivement ou non) lorsqu'ils sont dans les coulisses et que leurs collègues se trouvent sur scène : « *je n'ai pas le temps et, surtout, je suis moi, enfin mon personnage* » (artiste n°9).

- Dimension évasion et dimension émotionnelle : Sur scène, ils sont totalement habités par leur personnage et vivent leur histoire. Comme ils l'ont indiqué en répondant aux questions portant sur la « dimension hédonique de l'expérience vécue », ils ressentent de multiples émotions fortes (ils en viennent parfois à pleurer) qui sont celles de leur rôle puisque, une fois sur scène, ils ne font plus qu'un avec celui-ci (artiste n°9 : « *Je me mets à sa place, je me sens à sa place, je suis à sa place [...] je suis lui* »).

- Dimension analytique : Cette œuvre est actuelle, une histoire de tout temps, un drame intemporel qui retrace la détresse d'un homme et celle de tout un peuple.

- Dimension conative : De ce spectacle, ils possèdent des souvenirs matériels, mais l'essentiel de leurs souvenirs sont d'ordre affectif et sensuel (artiste n°4 : « *... mes souvenirs sont là dans ma tête, dans mes yeux, dans mon corps, dans mon cœur...* »).

► Groupe 4 (artiste n°6) – Jouer

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Ses tableaux préférés dont il n'est pas forcément acteur, le sont pour l'intensité du jeu qu'ils requièrent. De même, le personnage par lequel il est le plus touché n'est pas le sien, mais celui qu'il estime être le plus complet, dont le jeu est le plus intense et varié : « *Le personnage, c'est Quasimodo. C'est celui dont le jeu est le plus important, il passe par toutes les émotions jusqu'à la folie... le rôle le plus complet* ».

Il porte peu d'attention aux textes : sa chanson favorite est jugée la plus mélodieuse.

- Dimension sensorielle : Des coulisses, il n'est aucunement intéressé par les chansons interprétées par ses collègues, mais se montre, en revanche, très attentif à leur jeu qui diffère à chaque représentation. Cet artiste n'a donc pas de réaction sensorielle au sens de réaction primitive qui se traduit sous la forme de mouvements physiques (battre la mesure, chanter, etc.).

- Dimension évasion et dimension émotionnelle : Sur scène, il fait totalement abstraction de sa personnalité et devient le personnage, le joue d'une manière complètement détachée c'est-

à-dire sans ressentir les mêmes émotions que ce dernier. Son esprit s'évade, il joue tel un enfant, mais il ne ressent pas d'émotions fortes. « *Je suis complètement détaché, moi quand je rentre sur scène ce n'est plus moi [...] c'est jouer, c'est être un enfant et s'amuser* ».

- Dimension analytique : Cette dimension n'a pas été abordée avec cet artiste.
- Dimension conative : De cette comédie musicale, il ne garde aucun souvenir matériel excepté son costume de scène. Il justifie cette attitude avec son orientation naturelle vers le futur : « *Je ne garde rien... ce n'est pas utile, je vis dans le futur [...]* ».

► Groupe 5 (artistes n°8 et 10) – Vivre de sa profession

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Leur tableau préféré est de leur interprétation. A ce moment là du spectacle, ils ont la possibilité de s'exprimer librement et éprouvent dès lors une sensation de bien-être (artiste n°8 : « *[...] c'est là où je me sens à l'aise, où je suis vraiment libre de mes mouvements, il n'y a pas vraiment de directives concernant cette scène donc je m'exprime librement [...] c'est ce qui me plaît* »). Leurs chansons favorites appartiennent aussi à leur personnage respectif. Le choix résulte ici du fait qu'il s'agit pour eux de moments forts où ils se sentent transportés soit par la musique, soit par les paroles. Quant aux personnages, leur préférence ne se dirige pas vers celui qu'ils incarnent. Ils ont des traits de caractère communs avec celui qui les émeut en priorité. Et, ils estiment qu'interpréter ce rôle est une tâche difficile.

Faire partie de « Notre Dame de Paris » est une expérience professionnelle unique, un plaisir professionnel comparable à aucun autre. Il s'agit pour eux d'une première expérience soit dans un tel type de spectacle, soit au sein d'une production à budget si conséquent.

- Dimension sensorielle : Des coulisses, ils chantent très souvent avec leurs collègues en scène, attitude dont ils ne sont pas toujours conscients.
- Dimension évasion et dimension émotionnelle : Sur scène, ils arrivent à se confondre avec le personnage joué et à ressentir les mêmes émotions lorsqu'ils ont eux-mêmes vécu des situations similaires ou encore lorsqu'ils partagent les mêmes idées, le même combat. Le reste du temps, ils ont conscience d'incarner un personnage et, même s'ils sont émus, leurs émotions sont de moindre intensité.
- Dimension analytique : Ce spectacle retrace des faits réels, il est le reflet de la vie.
- Dimension conative : Ils gardent des souvenirs matériels, essentiellement des photos des membres de la troupe entre lesquels règne une très bonne entente. C'est ainsi qu'ils souhaitent vivement conserver des relations avec ceux-ci une fois que s'achèvera leur participation à ce spectacle. Néanmoins, cette volonté de rester en contact est aussi intéressée : ils désirent construire et entretenir un réseau de relations fort utile dans ce métier, notamment lorsqu'un artiste est en quête d'un contrat de travail.

Ces divers résultats indiquent que les artistes animés de motivations similaires ont une réponse expérientielle semblable et ce, sous toutes ses dimensions. De plus, l'âge et le sexe ne semblent, sur cette population, pas influencer la réponse expérientielle.

La dimension hédonique de l'expérience vécue met en évidence que les raisons qui poussent l'artiste, lors de son interprétation, à préférer tel ou tel élément du spectacle, tel ou tel personnage sont diverses et donc que le plaisir éprouvé émane de différentes sources : la réalisation d'une performance, l'intensité des émotions ressenties, la fusion avec le personnage (mêmes combats, mêmes souffrances), l'intensité du jeu, la possibilité de s'exprimer librement.

Les artistes qui s'identifient au personnage qu'ils incarnent ou qui, sur scène, jouent tels des enfants (leur esprit s'évade, ils privilégient le jeu) n'ont pas de réaction sensorielle. Seuls ceux qui jouent la comédie et ont conscience d'incarner un personnage durant leur prestation, ont une réaction sensorielle (ils battent la mesure ou chantent lorsqu'ils regardent leurs collègues).

La dimension conative de la réponse expérientielle est naturellement liée à l'orientation temporelle de l'individu. En effet et par exemple : les artistes appartenant au groupe n°1 qui déclarent vivre dans le futur, mais faire des efforts pour profiter de l'instant présent, conservent de nombreux souvenirs matériels (de leur propre création ou de création d'amis) dans le but de partager ultérieurement l'expérience vécue et ainsi de s'amuser ; le comédien chanteur, seul membre du groupe n°4, qui annonce ne vivre que dans le futur, ne désire garder aucun souvenir excepté son costume de scène.

#### 4.2. Les résultats des spectateurs :

##### ► Groupe 1 - Enrichissement et détente

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Tableau et chanson préférés le sont pour leur qualité. Celle-ci est jugée comme inhérente aux scènes en question (mélodie, mise en scène, variations de tonalité) et découle aussi de la performance réalisée par les acteurs (interprétation globale, jeu, voix, performances physiques des danseurs et acrobates).

Leur(s) personnage(s) favori(s) n'est (ne sont) pas nécessairement détenteur(s) des morceaux qu'ils affectionnent. La performance réalisée tout au long du spectacle par celui ou ceux qui les incarnent constitue leur critère de sélection.

En toute logique, lorsqu'ils ne sont pas qualifiés tous d'excellents (sujet n°40 : « ... *spectacle réussi grâce à tous les talents des artistes. Le résultat obtenu est un travail de groupe* »), le choix effectué parmi les interprètes est fonction de l'estimation de sa performance. Par conséquent, le ou les intervenants qu'ils affectionnent jouent le ou les personnages précédemment mentionnés.

Ce qu'ils ont le plus apprécié dans ce spectacle est sa qualité : qualité des chanteurs, danseurs, acrobates, paroles, mélodies, lumières, chorégraphies, décors, costumes, de l'histoire, de la sonorisation, d'enchaînement des tableaux qui n'autorise pas de temps mort et de l'ambiance sur scène. C'est ainsi qu'ils comparent cette soirée au plaisir procuré par un spectacle grandiose (« *Starmania* », « *spectacle du Puy-du-Fou* », « *spectacle de Robert Hossein* », etc.) ou à celui de se délecter lors de la découverte d'une œuvre (livre, peinture, etc.) ou de nouveaux horizons.

- Dimensions émotionnelle, sensorielle, évasion et imaginaire : Cette comédie musicale éveille chez ces spectateurs des émotions d'intensité moyenne (compassion, tristesse, tendresse). Ils mettent davantage en avant l'admiration suscitée par ce spectacle. Elle peut être des artistes pour leurs prouesses physiques, vocales et scéniques, des mélodies pour leur diversité et leur qualité ou encore des personnages pour leur détermination.

Lors de cette représentation, des sensations physiques intenses, en l'occurrence, des frissons, se font cependant ressentir chez chacun d'entre eux. De même, tous se surprennent à chanter ou battre la mesure (ou encore les deux) durant le spectacle.

En revanche, très rares sont ceux qui se glissent furtivement dans la peau d'un personnage et ressentent, l'espace d'un instant, les mêmes émotions que ce dernier. Les concernés expliquent cette manifestation par l'interprétation « *éblouissante* » (sujet n°41) réalisée à cet instant par l'artiste présent sur scène. L'histoire narrée dans cette comédie musicale ne remémore à aucun des expériences de sa vie passée.

- Dimension analytique : Cette œuvre est le reflet de notre société.

- Dimension conative : De cette représentation, ils ne conservent pas de souvenir matériel. Seule une minorité acquiert un programme afin de prendre connaissance du nom et d'une biographie sommaire des interprètes qui ne leur sont pas présentés sur scène. Nul n'attend les artistes à l'issue de la représentation : ils n'émettent pas le souhait de les rencontrer et ceux détenteurs du programme estiment et jugent l'attente trop longue pour une simple dédicace à laquelle ils accordent finalement peu d'importance.

► Groupe 2 : Hédonisme, partage d'émotions

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Qu'il s'agisse du tableau ou de la chanson, leur préférence s'oriente vers ceux qui leur ont procuré le plus d'émotions (sujets n°32, n°35 et n°51 : la chanson « *prend aux tripes* »). L'interprétation émouvante de l'artiste mêlée aux paroles réalistes qui dépeignent la vie, ses problèmes et ses détresses, est la raison de leur choix de chanson. En ce qui concerne leur tableau favori, leur critère de sélection est aussi le jeu bouleversant des interprètes mais renforcé cette fois-ci par la mise en scène, l'osmose ressentie entre chanteurs et danseurs.

Le personnage qu'ils préfèrent est détenteur de la chanson ou du tableau (parfois des deux) précédemment cités. L'émotion procurée par l'interprétation du chanteur qui l'incarne ou par la pureté et la sincérité du personnage est à la base de cette préférence.

Lorsque tous ne sont pas qualifiés d'excellents, l'intervenant qui remporte leur faveur est celui qui leur a fait ressentir la plus grande émotion tout au long de la représentation. En toute logique, il est l'interprète d'au moins un des morceaux auparavant cités.

Tout leur plait dans cette comédie musicale. Néanmoins, ils marquent une préférence pour les chanteurs qui, avec l'usage habile et talentueux de leurs divers moyens d'expression (jeu, chant, expression corporelle, danse), les ont fait maintes fois vibrer (sujet n°51 : « *Tout, les chanteurs, le décor, les danseurs... tout est plus que parfait. Encore bravo aux chanteurs qui nous ont fait ressentir de belles émotions !* »). Ils apprécient aussi les thèmes abordés et l'alternance de moments dynamiques collectifs (chanteurs, danseurs, acrobates sont présents sur scène et accompagnés d'une musique rythmée) et de moments calmes, intimistes, individualisés (le nombre d'intervenants est réduit) qui est du plus bel effet en terme d'émotions ressenties.

Assister à cette séance leur procure un plaisir unique, non comparable. Les quelques-uns qui établissent une similarité se réfèrent à un plaisir affectif intense : « *une naissance d'enfant* » (sujet n°67), « *une amourette de vacances, on s'aime et la séparation déchire* » (sujet n°22), « *mon mariage* » (sujet n°43).

- Dimensions émotionnelle, sensorielle, évasion et imaginaire : Cette comédie musicale leur procure de vives émotions. Les termes employés permettent d'appréhender l'intensité de celles-ci : certains mentionnent la haine, d'autres l'injustice, d'autres encore la stupéfaction devant la force des sentiments éprouvés par chacun des personnages de la comédie. Enfin, face à la difficulté de décrire ce qu'ils ont ressenti, nombreux sont ceux qui ont recours à des formules du type « *ça remue les tripes* » (sujets n°16, n°22), « *de très grandes émotions* » (sujet n°51), « *beaucoup d'émotions* » (sujet n°28).

Des sensations physiques intenses (frissons et ou pleurs, serrement de cœur) se manifestent chez chacun d'eux. De même, tous se surprennent à chanter durant le spectacle et une grande majorité à battre la mesure du pied ou de la main.

Les spectateurs qui s'identifient furtivement à un personnage expliquent cette manifestation par le fait qu'ils connaissent, pour les avoir ressentis, les sentiments éprouvés par celui-ci à cet instant précis. Cette comédie musicale leur remémore par conséquent des expériences de leur vie passée. Les autres confient vivre l'instant présent avec les artistes et les personnages qu'ils incarnent mais demeurent spectateurs et ne font pas directement référence à leur propre vécu, à leur propre passé.

- Dimension analytique : Ils qualifient ce spectacle de chef d'œuvre. Représentatif de la société actuelle, il reprend tous les combats humains et retrace à la fois admirablement la vie de l'époque, la fin du quinzième siècle.

- Dimension conative : Avant d'assister à cette représentation, la quasi-totalité de ces spectateurs possède déjà un enregistrement audio ou vidéo du spectacle. Ainsi, le seul souvenir matériel plus spécifique à cette soirée qu'ils acquièrent est le programme.

La séance achevée, malgré un réel désir d'aller à la rencontre des artistes, nul ne franchit le pas. La possibilité en est exclue pour certains : ils sont soumis à des contraintes de temps (venue avec

d'autres personnes en autocar, trajet plus ou moins long à effectuer avant le retour à domicile et la reprise du travail tôt le lendemain). D'autres, timides, ne savent pas comment aborder les interprètes. Et enfin, les derniers, par peur de déception, préfèrent rester sur une bonne impression et garder le souvenir de ce que les artistes représentent, de ce qu'ils donnent sur scène, plutôt que d'appréhender ce qu'ils sont réellement dans la vie.

► Groupe 3 : Partage d'émotions et enrichissement

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : En ce qui concerne leur tableau et leur chanson préférés, si l'un est choisi en raison de sa qualité, l'autre l'est systématiquement pour l'émotion suscitée. La qualité découle de la performance réalisée par les acteurs (voix exceptionnelles, performances physiques des danseurs et acrobates). L'émotion ressentie provient de l'interprétation de l'artiste (voix émouvante, sensibilité, jeu de scène) mêlée aux paroles qui dépeignent la souffrance de son personnage. Leur personnage favori est détenteur du tableau ou de la chanson précédemment cités. L'émotion procurée par le détenteur du rôle ou la qualité d'interprétation (voix, charisme, prestance, jeu) est à la base de ce choix.

L'intervenant qui remporte leur faveur est celui qui les a le plus ému ou celui qui a réalisé à leurs yeux la plus belle performance. En toute logique, il incarne le personnage auparavant mentionné. Tout leur plaît dans ce spectacle : la qualité est omniprésente avec, entre autres, des artistes compétents qui savent si bien transmettre leurs émotions. Assister à cette séance leur procure un plaisir unique, incomparable ; c'est un plaisir qui mêle évasion du quotidien, émotions et partage.

- Dimensions émotionnelle, sensorielle, évasion et imaginaire : Cette comédie musicale éveille chez ce groupe de spectateurs des émotions d'intensité moyenne (compassion, tristesse). Ils soulignent l'admiration suscitée par ce spectacle. Elle peut être des artistes pour leurs prouesses vocales, scéniques et physiques ou des mélodies pour leur qualité.

Lors de cette représentation, chacun ressent des frissons et un plaisir, un contentement général. De même, tous se surprennent à chanter et battre la mesure durant la séance.

En revanche, nul (ou presque) ne s'identifie furtivement à un personnage. Seul un individu indique avoir éprouvé cette sensation lorsque, à cet instant précis, il estime que dans la situation du personnage il aurait réagi différemment (sujet n°29 : « *Oui, je me suis surpris dans la peau d'un personnage, du moins quand les réactions n'étaient pas celles que j'avais voulues, par ex, quand Phoebus emprisonne Esméralda, j'aurais voulu qu'il la défende...* »).

Les rares auxquels cette comédie musicale remémore des expériences passées font référence à une actualité proche mais jamais à leur vie personnelle et privée (exemple du sujet n°3 : « *Cette comédie musicale m'a rappelé l'actualité concernant les sans-abri, les sans-papier* »).

- Dimension analytique : Ce spectacle retrace non seulement la vie du peuple de Paris au quinzième siècle, mais aussi celle intemporelle d'un peuple. L'histoire mise en scène est moralisatrice, elle conduit à s'interroger sur la place occupée par chacun dans la société (en fonction de son statut social, de sa couleur de peau, de son éventuel handicap physique, de son appartenance religieuse, etc.), elle est une leçon de tolérance.

- Dimension conative : De cette représentation, ils ne gardent pas de souvenir matériel. Certains font l'acquisition du programme dans l'unique objectif d'obtenir quelques renseignements sur les interprètes ci-présents. La séance achevée, nul n'attend les artistes. Ils estiment qu'il s'agit d'une question de respect : leur métier et leur vie publique s'achèvent lorsque le rideau tombe (sujet n°11 : « *une fois qu'ils ne sont plus sur scène, on doit les laisser tranquilles, ils le méritent* »).

► Groupe 4 – Epanouissement

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Les tableaux qu'ils préfèrent sont des moments intenses, forts en émotions avec la présence d'un grand nombre de danseurs sur les planches et une mise en scène impressionnante (jeux de lumières, décor, déplacements des

artistes). La chanson qu'ils affectionnent tout particulièrement est, elle aussi, un passage fort du spectacle, très émouvant, pendant lequel certains ont ressenti des frissons. Mais cette fois, cette force provient essentiellement de la remarquable prestation des chanteurs hautement charismatiques. Leur personnage favori est soit celui incarné par l'artiste qu'ils estiment le plus expressif, le plus doué pour transmettre des émotions, soit celui qui se trouve dans la situation de détresse la plus émouvante de la comédie ou enfin, celui porteur du message qu'ils ont retenu de ce spectacle. Leur interprète préféré est le plus expressif, celui qui a le plus de présence sur scène et qui a su les faire vibrer, par conséquent, celui qui a réalisé à leurs yeux la meilleure prestation de la soirée.

Tout leur plaît dans cette comédie musicale : les chansons, la mise en scène, le jeu de lumières, la diversité des personnages et interprètes. Néanmoins, ils apprécient principalement l'actualisation de l'œuvre de Victor Hugo qui ne fait que renforcer l'universalité et le réalisme de cette histoire.

Cette séance les a émerveillés. C'est ainsi qu'ils comparent le plaisir d'y assister à celui éprouvé par un enfant qui découvre avec enchantement une nouveauté (« *plaisir d'un enfant allant au cinéma pour la première fois voir un film de Walt Disney* » (sujet n°20) ; « *la joie d'un enfant devant un feu d'artifice ou un sapin de Noël scintillant* » (sujet n°53)) ou encore à un plaisir des sens (« *un baiser d'enfant sur la joue* » (sujet n°83) ; « *à deux choses : un livre, on s'évade, on rêve ; une balade en montagne, on voit des paysages magnifiques, on respire à pleins poumons le bon air pur... c'est merveilleux !* » (sujet n°69)).

- Dimensions émotionnelle, sensorielle, évasion et imaginaire : Cette comédie musicale éveille chez ces spectateurs de vives émotions. Les termes employés par certains permettent d'apprécier l'intensité de celles-ci : révolte, colère, injustice, haine, mépris. D'autres font part d'émotions toutes aussi fortes mais positives : bonheur, joie, émerveillement, extase procurés par ce qui se déroule sous leurs yeux. Des sensations physiques intenses (frissons et ou larmes) se manifestent chez tous les individus de ce groupe. De même, tous se surprennent à chanter ou à battre la mesure (pour une grande majorité, les deux) durant ce spectacle.

Les spectateurs qui s'identifient furtivement à un rôle expliquent cette manifestation par le fait qu'ils ont, dans leur propre vie, ressenti des sentiments similaires, vécu des expériences comparables. Les autres confient se confondre en pensée avec plusieurs personnages pour la simple raison qu'ils sont prenants et que « *dans la vie, on peut être à un moment ou à un autre n'importe quel personnage* » (sujet n°12). A tous, cette comédie musicale remémore, par conséquent, des expériences de leur vie passée ou présente.

- Dimension analytique : Pour ce groupe de spectateurs, « Notre Dame de Paris » est un mythe, une peinture de la société qui souligne l'éternelle intolérance et les différentes tares de l'être humain, mais aussi le combat mené par certains pour faire accepter leurs différences, et enfin la détresse et la pureté d'autres êtres humains.

- Dimension conative : Seule une minorité acquiert un programme en tant que souvenir matériel. Ils ne semblent pas spécialement attachés à ceux-ci. Nul ne désire aller à la rencontre des artistes à l'issue de la représentation : « *Les dédicaces ne sont que des signatures. Je préfère rester sur la magie du spectacle* » (sujet n°8).

#### ► Groupe 5 – Divertissement

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Leur tableau préféré l'est pour son réalisme et sa poésie, le message qu'il véhicule et la réflexion subséquente qu'il suscite chez eux (sujet n°34 : « *Cette scène nous amène à nous interroger sur la beauté du sentiment amoureux qui peut mener à la mort par naïveté, excès, détresse, rejet de l'autre* »). Leur chanson favorite, mélodieuse, grandement médiatisée et succès commercial (lorsqu'elle diffère du tableau choisi), met à jour les ambitions humaines, l'intensité des sentiments que tout être est susceptible de ressentir. Le plus souvent identiques, tableau et chanson sélectionnés assouvissent leur quête d'un message, d'une source de réflexion.

Le personnage qu'ils affectionnent tout particulièrement est celui dont le jeu est le plus intense et le plus varié. (sujet n°34 : « ... *personnage très intéressant à jouer, à multiples facettes* »). Il s'avère donc être le plus difficile à incarner. Personnage et morceaux choisis ne sont pas liés.

Le chanteur qui remporte leur faveur n'est ni forcément interprète des morceaux, ni nécessairement détenteur du rôle précédemment avancés. Il s'agit de celui qui a joué son rôle avec le plus de réalisme, qui a su lui donner une certaine envergure, une certaine consistance.

Cette comédie musicale dans son ensemble leur a grandement plu. Ils apprécient particulièrement la magie née de l'harmonie entre musique, décors et lumières ainsi que le dynamisme suscité par la rapidité d'enchaînement des scènes associée à la vitalité de chacun des acteurs. La combinaison de ces différents éléments les invite au rêve, les conduit à pénétrer dans l'histoire.

Ils comparent, en effet, ce plaisir à celui éprouvé lorsqu'ils assistent à la projection d'un très bon film, au concert de leur artiste préféré ou au déroulement d'un feu d'artifice, ou encore, à celui ressenti lorsqu'ils partagent un moment de convivialité entre amis ou membres de la famille. Il s'agit d'un moment de détente et de bonheur comme bien d'autres.

- Dimensions émotionnelle, sensorielle, évasion et imaginaire : Cette comédie musicale procure à ces spectateurs des émotions d'intensité moyenne (compassion, pitié, tristesse). Tous ressentent des sensations physiques intenses, en l'occurrence des frissons. De même, chacun se surprend à chanter et battre la mesure durant le spectacle.

Ceux qui s'identifient à un personnage expliquent cette manifestation par le fait qu'ils se laissent emporter par la musique (sujet n°33 : « ... *j'aime la musique et je suis le ou les chemins où elle m'emmène* ») ou par le jeu des acteurs (sujet n° 47 : « *Les acteurs vivent tellement leur rôle que l'on en oublie que c'est un spectacle que l'on voit, aussi a-t-on l'impression de proximité avec eux et de vivre nous-mêmes les différents tableaux comme notre quotidien* »).

Les rares auxquels cette comédie musicale remémore des expériences vécues font référence à des faits qui appartiennent à l'histoire du pays, à l'histoire d'une société mais jamais à leur vie personnelle et privée (Sujet n°83 : « *Cela me fait penser à la révolte de la rue à laquelle on a pu assister avec le problème des sans-papiers* »).

- Dimension analytique : « Notre Dame de Paris » est un chef-d'œuvre, un plaidoyer contre l'intolérance et le reflet de la société actuelle.

- Dimension conative : De cette représentation, seuls certains acquièrent le programme. Ce dernier ne constitue pas à leurs yeux un souvenir matériel : il s'avère être le seul moyen d'obtenir quelques renseignements sur les artistes ci-présents. A l'issue de la séance, aucun ne va à la rencontre des interprètes. Ils n'en ressentent nullement le besoin ou l'envie et, quelque que soit le spectacle en question, ils ne se livrent jamais à cette pratique.

#### ► Groupe 6 – Amélioration des connaissances et hédonisme

- Dimension hédonique de l'expérience vécue : Leur tableau préféré est très visuel : soit le décor, la mise en scène et le jeu de lumières sont impressionnants et inattendus, soit ils illustrent à merveille le texte et la musique et laissent l'image ainsi produite gravée dans la mémoire des gens. Leur chanson favorite l'est en raison de sa musique très mélodieuse et ou de ses paroles travaillées qui, entre autres, reflètent parfaitement les sentiments de chacun. Pendant celle-ci, ils se sentent transportés au cœur de l'histoire. Quant aux personnages, leur préférence se porte sur un seul et unique. Ils sont séduits par ce dernier en raison de son caractère imposant et de son omniprésence du début à la fin de la représentation.

Ils estiment que le résultat de ce spectacle est celui d'un travail d'équipe. Par conséquent, si un ou des intervenants remportent leur faveur, c'est uniquement en fonction de son (ou leur) timbre de voix auquel ils s'avèrent plus sensibles.

De ce spectacle, ils apprécient particulièrement ses mélodies, son rythme et sa mise en scène. C'est ainsi qu'ils comparent le plaisir éprouvé lors de cette séance à celui procuré par l'écoute d'une très bonne musique qui incite au rêve ou par « *la lecture d'un bon roman dans lequel on*

« *pénètre* » et *qu'on vit de l'intérieur* » (sujet n°4). Bien d'autres activités sont susceptibles de leur procurer des sensations similaires.

- Dimensions émotionnelle, sensorielle, évocation et imaginaire : Cette comédie musicale éveille chez ces spectateurs des émotions d'intensité moyenne (compassion pour l'essentiel, tristesse). Ils soulignent le « *plaisir des yeux et des oreilles* » (sujet n°13) procuré par cette séance. Chacun ressent momentanément des frissons ou une « *émotion qui serre la gorge* » (sujet n°4). De même, tous se surprennent à chanter et ou battre la mesure durant la représentation. En revanche, nul ne s'identifie furtivement à un personnage et cette comédie ne remémore à aucun des expériences de sa vie passée.

- Dimension analytique : Ce spectacle est une oeuvre dont l'histoire est intemporelle.

- Dimension conative : De cette représentation musicale, ils ne conservent aucun souvenir matériel. A son issue, nul ne va à la rencontre des interprètes : ils considèrent qu'il s'agit d'une question de respect de leur vie privée.

Ces divers résultats indiquent, à l'image de ceux obtenus à propos des artistes, que les spectateurs animés de motivations similaires ont une réponse expérientielle semblable et ce, sous toutes ses dimensions. L'âge ne semble, sur cette population, pas être de nature à influencer la réponse expérientielle (les âges des répondants sont très divers à l'intérieur d'un même groupe). Le sexe n'apparaît pas non plus être un critère discriminatoire (notons, cependant, que la population de répondants ne comprend que quatorze hommes). Enfin, la situation professionnelle, elle non plus, n'influence pas cette réponse. A cet égard, il convient de souligner que ces résultats émanent d'une étude réalisée sur un spectacle grand public.

La dimension hédonique de l'expérience vécue met en évidence que les raisons qui conduisent le spectateur à préférer tel ou tel élément du spectacle, tel ou tel personnage, tel ou tel interprète, sont diverses et que le plaisir éprouvé émane, par conséquent, de différentes sources. Il peut s'agir : de la qualité, et plus spécifiquement, de celle des artistes qui réalisent une performance ; de l'intensité des émotions ressenties ; de la qualité d'interprétation et des émotions ressenties ; de l'intensité des émotions ressenties, mais qui est, cette fois-ci, due non seulement à l'interprétation de l'artiste, mais aussi à la situation de détresse du personnage qu'il incarne et au message qu'il véhicule ; de l'harmonie du spectacle (chanson mélodieuse, tableau poétique et réaliste qui véhiculent des messages) et du jeu de scène des chanteurs ; de la mise en scène, de la musique mélodieuse et des paroles du spectacle grâce auxquelles ils se sentent transportés au cœur de l'histoire narrée (dans ce cas, aucune préférence manifeste n'est affichée pour un artiste : il s'agit d'un travail d'équipe).

Tous les spectateurs ont une réaction sensorielle, à savoir, qu'ils battent la mesure ou chantent pendant la représentation. De la même manière, tous ressentent des sensations physiques intenses : tous mentionnent avoir eu des frissons à un moment ou à un autre du spectacle. En revanche, si les émotions s'avèrent vives pour certains groupes (n°2 et n°4), elles se révèlent d'intensité moyenne pour d'autres (n°1, 3, 5 et 6). Ceux pour qui ces émotions sont des plus vives (haine, « ça remue les tripes », révolte, extase, etc.) sont également les spectateurs qui se sont glissés dans la peau d'un personnage durant la représentation et qui expliquent cette manifestation par le fait qu'ils vivent pleinement l'instant avec les artistes dont les rôles sont prenants et réalistes ou, très majoritairement, par le fait qu'ils ont déjà ressentis des sentiments similaires dans leur propre vie. Ainsi, cette comédie musicale leur remémore des expériences qu'ils ont pu vivre.

Parmi les spectateurs des groupes n°1, 3, 5 et 6, seules quelques rares personnes des groupes n°1 et n°5 mentionnent s'être glissées furtivement dans la peau d'un personnage en raison de l'interprétation éblouissante de l'artiste ou de la musique envoûtante à cet instant précis, mais, pour chacun d'eux, cette comédie musicale n'a suscité aucun rappel d'expériences personnellement vécues.

Seuls les spectateurs du groupe n°2 qui déclarent vivre dans le passé ou dans le présent mais en faisant du passé une référence, s'avèrent réellement attachés au souvenir matériel (le programme) qu'ils acquièrent à l'issue de cette soirée. De même, ce sont les seuls à émettre un véritable désir de rencontrer les artistes suite au spectacle bien que diverses contraintes (contrainte temporelle, timidité, peur d'être déçus) les en empêchent.

#### 5. La comparaison des résultats :

Artistes ou spectateurs, tous accordent le même sens à cette comédie musicale.

Ces résultats mettent en évidence que les individus animés de motivations similaires ont une réponse expérientielle semblable. Dès lors, les paires établies lors de la comparaison des résultats relatifs à la motivation (cf. figure 1) se retrouvent naturellement lors de la comparaison des résultats relatifs à la réponse expérientielle. Cependant, ces paires se concrétisent-elles par la réalisation d'un véritable échange lors de la représentation ? Des interactions se produisent-elles uniquement entre les groupes d'artistes et de spectateurs qui ont une conception commune du métier d'artiste, qui attribuent le même sens à la comédie musicale (en général) et qui partagent un style de vie identique ? En effet, motivations et réponse expérientielle similaires ne signifient pas forcément échange effectif et exclusif entre les paires établies. Seule la réponse à la question « Avez-vous eu une préférence pour un artiste lors de la représentation ? Pourquoi ? » permet de vérifier la réalisation de cet échange. Les réponses relatives à cette question nous permettent de dresser les constats suivants :

- Si les spectateurs du groupe n°1 émettent une préférence pour un artiste, ils le font pour celui qu'ils estiment avoir réalisé la plus belle performance tout au long du spectacle. Dans tous les cas, il s'agit d'un artiste qui appartient au groupe d'artiste n°1, ce qui tend à confirmer la véracité de l'échange intervenu, lors de cette représentation, au sein de cette paire.

Dans le cas où ces spectateurs qualifient tous les artistes de la troupe d'excellents, leur(s) personnage(s) préféré(s) l'est (le sont) en fonction de la performance réalisée par celui ou ceux qui les incarnent. Or, les interprètes qui jouent ces rôles sont membres du groupe n°1 d'artistes. La paire groupe n°1 de spectateurs et groupe n°1 d'artistes semble donc ainsi bien confirmée et avoir donné lieu à un échange lors de la séance.

- Lorsque tous ne sont pas qualifiés d'excellents, l'intervenant qui remporte la faveur des spectateurs du groupe n°2 est un artiste du groupe n°2. Si aucune préférence pour un chanteur en particulier n'est affichée, le personnage qu'ils affectionnent tout particulièrement est interprété par un artiste appartenant au groupe n°2. Pour cette paire (spectateurs du groupe n°2 et artistes du groupe n°2), les mêmes constatations que pour la paire précédente sont donc effectuées.

- En ce qui concerne le groupe de spectateurs n°3, l'artiste qu'ils préfèrent est celui qui les a le plus émus ou qui a, à leurs yeux, réalisé la plus belle performance, il s'agit également du détenteur du rôle qui les a le plus marqué. Cet interprète préféré appartient tantôt au groupe d'artiste n°1, tantôt au groupe d'artiste n°2. Là encore, nous retrouvons, pour ce groupe de spectateurs, la réalisation d'échanges avec les artistes des deux groupes, n°1 et n°2.

- Les spectateurs du groupe n°4 ont un artiste préféré : il s'agit du plus expressif, de celui qui a le plus de présence sur scène et qui a su les faire vibrer. Celui-ci est invariablement l'artiste du groupe n°3 (le seul présent de ce groupe lors de cette représentation du 14 mai 2002).

- Le chanteur préféré du groupe de spectateurs n°5 est celui qui a joué son rôle avec le plus de réalisme, qui a su lui donner une certaine envergure, une certaine consistance : il s'agit de l'artiste, seul membre du groupe n°4.

- Enfin, les spectateurs du groupe n°6 indiquent que le résultat de ce spectacle est un travail d'équipe. Par conséquent, si, sans grande conviction, ils mentionnent avoir une légère préférence pour un ou plusieurs intervenants, c'est uniquement en raison de son (leur) timbre de voix auquel

ils s'avèrent plus sensibles. Il convient de noter, en ce qui concerne ce groupe de spectateurs, qu'aucun individu membre du groupe d'artistes avec lequel il formait une paire n'était présent sur scène le jour de la réalisation de l'étude.

Les hypothèses émises quant à la réalisation d'un échange exclusif entre groupes de spectateurs et d'interprètes ayant des motivations similaires et une réponse expérientielle semblable sont ainsi confirmées. Les spectateurs des groupes n°1, 2, 3 qui indiquent ne pas avoir de préférences pour un artiste en particulier, ont néanmoins un personnage qu'ils affectionnent tout particulièrement en raison de l'artiste qui l'incarne qui, lui, est membre du groupe avec lequel le groupe du spectateur concerné forme une paire. En ce qui concerne le groupe de spectateurs n°6 (4 individus), il apparaît cohérent qu'aucune préférence significative pour un interprète n'émerge chez eux, le groupe d'artistes n°5 qui constituait avec eux une paire étant absent le 14 mai 2002.

## Conclusion

Cette étude, deuxième étape du processus de recherche, permet donc de confirmer les paires artistes-spectateurs établies lors de la comparaison de leurs motivations respectives ainsi que d'établir l'existence d'une interaction exclusive entre ces dernières. Les étapes suivantes permettront de vérifier la constance de ces paires en prenant en compte les sources de satisfaction et la perception de l'ambiance de chacun. Cependant, ces résultats permettent déjà, dans le cadre d'un spectacle populaire où l'échange entre artiste(s) et spectateurs s'avère nécessaire quant à la réussite de la soirée, d'émettre certaines préconisations aux producteurs de ce type de spectacle. Par exemple, recruter des interprètes aux motivations diverses afin que, pour chaque spectateur, s'établisse une interaction au cours de l'expérience de consommation. Ou encore, adopter une politique de communication centrée sur les bénéfices recherchés par les consommateurs potentiels et, par conséquent, appropriée aux logiques de consommation identifiées (celles-ci pouvant être rapprochées de logiques d'interprétation) : ainsi, il peut être préconisé de sélectionner tel artiste de la troupe avec telles motivations pour promouvoir tel attribut du spectacle. Par exemple, une fois considérée la capacité de l'artiste à la chanter, une chanson d'un spectacle promue dans les médias et difficile techniquement à interpréter devrait l'être par un chanteur recherchant la réalisation de prouesses (vocales, notamment) afin d'attirer les spectateurs en quête d'esthétisme, d'enrichissement. Le choix de la promotion d'une autre chanson de ce même spectacle devrait passer par une mélodie émouvante (le cas échéant) interprétée par un artiste valorisant le partage d'émotions afin de toucher, cette fois, les spectateurs recherchant ce type d'expérience.

La recherche exposée contribue à la compréhension du comportement du consommateur dans un champ d'investigation qui n'a suscité jusqu'alors aucune recherche en marketing.

Afin de renforcer sa validité externe, il conviendrait de réaliser une étude similaire sur d'autres types de spectacle, par exemple, le concert d'un chanteur de variétés.

## Références bibliographiques

- Bergadaà Michelle et Simon Nyeck (1995), "Quel marketing pour les activités artistiques : une analyse qualitative comparée des motivations des consommateurs et producteurs de théâtre", *Recherche et Application en Marketing*, vol.10, 4, pp.27-45.
- Bernardon Karine (2005), "Vers une meilleure compréhension de l'expérience de consommation culturelle : une analyse qualitative comparée des motivations des consommateurs et des interprètes d'une comédie musicale", *Actes des 10èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, session 4, pp. 31-50.

- Damperat M., Drago P. et S. Larivet (2002), "Vendre l'expérience d'un autre que moi", *Décisions Marketing*, vol.28, Octobre-Décembre, pp.23-32.
- Duhaime C., Colbert F. et Giguère L. (1991), "La réponse esthétique du public des musées d'art", *Actes de la 1<sup>ère</sup> Conférence Internationale sur la Gestion des Arts*, 22-23 et 24 août, Montréal, Canada, pp.99-110.
- Gallopel K. (2000), "Contributions affective et symbolique de la musique publicitaire : une étude empirique", *Recherche et Applications en Marketing*, vol.15, 1, pp.3-19.
- Goueron J.(1998), "Causes et effets des réactions hédoniques dans le domaine du cinéma", *Revue Française du Marketing*, vol.166, 1, pp.77-90.
- Halvena W.J. et S.L. Holak (1991), "The good old days : observations on nostalgia and its role in consumer behavior", *Advances in Consumer Research*, 18, eds. R.H. Holman et M.R. Salomon, Provo, Utah, Association for Consumer Research, pp.323-329.
- Hirschman Elizabeth C. et Morris B. Holbrook (1982), "Hedonic consumption : emerging concepts, methods, and propositions", *Journal of Marketing*, vol. 46, 3, pp.92-101.
- Holbrook Morris B. (1980), "Some preliminary notes on research in consumer esthetics", *Advances in Consumer Research*, Olson J.C. ed, Ann Arbor : Association for Consumer Research, 7, pp.104-108.
- Holbrook Morris B. et Robert M. Schindler (1994), "Age, sex, and attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products", *Journal of Marketing Research*, vol. 31 (August), pp.412-422.
- Holbrook Morris B. et Robert M. Schindler (1989), "Some exploratory findings on the development of musical tastes", *Journal of Consumer Research*, vol.16, 1, pp.119-125.
- Holbrook Morris B. et Elizabeth C. Hirschman (1982), "The Experiential Aspects of Consumption : Consumer Fantasies, Feelings, and Fun", *Journal of Consumer Research*, vol. 9, september, pp.132-140.
- Lacher Kathleen T. (1994), "An investigation of the influence of gender on the hedonic responses created by listening to music", *Advances in Consumer Research*, eds C.T. Allen et D.R. John, Provo, UT : Association for Consumer Research, 21, pp.354-358.
- Lacher Kathleen T. (1989), "Hedonic Consumption : Music as a Product", *Advances in Consumer Research*, 16, ed. T.R. Srull, Provo, Utah, Association for Consumer Research, pp.367-373.
- Lacher Kathleen T. et R Mizerski (1995), "Une étude exploratoire des réactions et des relations associées à l'évaluation et l'intention d'achat de la musique rock", *Recherche et Applications en Marketing*, vol.10, 4, pp.77-96.
- Lalo Charles (1912), *Introduction à l'esthétique*, Alcan, Paris, 343p.
- Mann Patricia (2000), "La sensibilité esthétique et la sensibilité à l'interaction sociale : deux nouvelles variables pour expliquer le comportement de fréquentation des concerts de musique classique", Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Bourgogne, Dijon.
- Morin E. (1956), *Le cinéma ou l'homme imaginaire : Essais d'anthropologie sociologique*, Editions de Minuit, 255p.
- Petr C. (2002), "La gestion de l'expérience : de la recherche au contrôle", *Décisions Marketing*, vol.28, Octobre-Décembre, pp.77-84.
- Strauss Anselm L. et Juliet Corbin (1990), *Basics of Qualitative Research : Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage Publications, 270p.
- Usunier Jean-Claude, Mark Easterby-Smith, Richard Thorpe (2000), *Introduction à la recherche en gestion*, Economica, Paris, 2<sup>ème</sup> Edition, 233p.
- Wallendorf M. et E.J. Arnould (1988), "My favourite things : a cross-cultural inquiry into object attachment, possessiveness, and social linkage", *Journal of Consumer Research*, vol.14, pp.531-547.