



HAL
open science

L'usage de l'art plastique dans une école de management

Dorina Coste

► **To cite this version:**

| Dorina Coste. L'usage de l'art plastique dans une école de management. 2008. halshs-00258362

HAL Id: halshs-00258362

<https://shs.hal.science/halshs-00258362v1>

Preprint submitted on 21 Feb 2008

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'usage de l'art plastique dans une école de management

Dorina COSTE¹

Résumé :

L'objet de cet article est de questionner et comprendre, à travers l'analyse du discours des étudiants, ce que l'usage des arts plastiques apporte dans un cadre pédagogique au sein d'une école de management. Notre recherche porte sur la façon dont l'activité dite « artistique » ou l'« œuvre artistique » engendre un intérêt par les mécanismes qu'elle met au service du management, en termes de développement ou renforcement de compétences.

Mots clés :

École de management, art plastique, discours, créativité, innovation.

Abstract:

This article, by analysing student feedback, aims to examine to what extent plastic arts contribute to the pedagogical context of a business school. Our research focuses on the way artistic activity or 'works of art' convey or support the mechanisms that underpin managerial development and skill-building.

Key words:

Business School, plastic arts, feedback, creativity, innovation.

INTRODUCTION

L'objet de cet article est d'analyser et de comprendre ce que l'usage des arts plastiques apporte dans un cadre pédagogique au sein d'une école de management.

Dans ce contexte — celui d'un public non artiste et ne souhaitant pas le devenir, étudiant dans un environnement non-artistique —, nous avons tenté de comprendre quelles peuvent être,

¹ Enseignante à Grenoble École de Management, et doctorante au Laboratoire Georges Friedman / CNRS, Université Paris 1

selon eux, la place, la pertinence, ou, au contraire, la non-pertinence d'un enseignement dans le domaine des arts plastiques, enseignement pouvant devenir un outil susceptible de développer l'imagination individuelle et collective, autant que le processus de créativité et de d'innovation.

La première approche consiste à savoir comment sont perçus les concepts de créativité, d'innovation dans la théorie. La seconde décrit le contexte de la recherche, le cadre d'une école de management, ainsi que les acteurs participants à cette expérience. Dans la continuité seront présentés les méthodes et les outils de la recherche. Pour créer le corpus de cette analyse, nous avons créé trois questions ouvertes, qui ont été posées à des étudiants ayant suivi 36 heures de cours d'art plastique sur la période de 2003 à 2005, à l'Ecole Supérieure de Commerce.

Au terme de cette recherche, nous proposons la restitution et l'analyse des résultats à travers une analyse du discours des acteurs, ainsi que les limites de cette recherche.

1. L'USAGE DES ARTS PLASTIQUES ET LA CREATIVITE

1.1 Hypothèses :

Dans le contexte d'un enseignement du management où « management technologique », « management interculturel », « système d'information » sont les mots clés, où la compétition et la performance deviennent indispensables à la réussite, l'intégration d'une activité artistique passant par le langage plastique peut stimuler le processus d'imagination créative et de l'imaginaire de l'étudiant. L'intérêt et l'objet de cette recherche sont d'aborder le processus d'intégration de cette activité et ses effets : comment, en effet, la connaissance des arts et la pratique des arts plastiques peuvent-elles développer chez l'individu la capacité de créer et d'optimiser les conditions d'émergence d'une culture du sensible, de l'émotionnel, de l'intuition, de la créativité, de la capacité d'innovation ?

Les Objectifs de la recherche : comprendre la place de l'art plastique dans une école de management à travers l'analyse du discours des récepteurs : les étudiants

La problématique qui s'ensuit est de trouver quel peut être l'impact d'une expérience « artistique » sur un public de jeunes étudiants dans un tel cadre ; sur un public non « artiste » et qui ne souhaite pas le devenir. Trouver comment ces acteurs ont vécu l'expérience, et quelles peuvent être les conséquences de cette expérience sur leur démarche personnelle dans la vie privée, dans le cadre de leur travail à l'école ou dans leur future entreprise.

Cette recherche a pris corps au cours des six années de « terrain » passées au sein d'une école de management à Grenoble. La difficulté a été de construire, à partir d'une expérience empirique, des théories venant argumenter une intuition qui, par définition, est un mode de connaissance indépendant de la raison². Comment pouvons-nous démontrer d'une manière épistémologique une notion qui fait appel à l'inconscient et qui procède de façon immédiate, même si cette intuition est issue de l'expérience du terrain ? Pour Bergson, « on appelle intuition cette espèce de sympathie intellectuelle par laquelle on se transporte à l'intérieur d'un objet pour coïncider avec ce qu'il a d'unique et d'inexprimable »³. Dans le cas de cette recherche, nous pensons avoir une intuition qu'il y a un impact de l'art plastique sur la manière d'être de l'étudiant. A travers l'expérience artistique menée auprès de ce public (sorti en majorité des écoles préparatoires HEC), nous souhaitons démontrer que l'information artistique associée à la pratique de l'art plastique est porteuse d'effets sur leur inconscient, et peut générer une confiance en soi, confiance qui donne l'accès au désir d'aller vers l'inconnu, vers la créativité, en utilisant davantage leur intuition. A travers l'expérience artistique menée auprès de ce public (sorti en majorité des écoles préparatoires HEC), nous souhaitons démontrer que l'information artistique associée à la pratique de l'art plastique est porteuse d'effets sur leur inconscient, et peut générer une confiance en soi, confiance qui donne l'accès au désir d'aller vers l'inconnu, vers la créativité, en utilisant davantage leur intuition.

L'idée que la créativité artistique appartient à chacun est défendue par des artistes et par des sociologues :

« Je suis bien persuadé qu'il y a dans tout être humain un immense fond de créations et d'interprétations mentales de la plus haute valeur qui soit, et bien plus qu'il n'en faut pour susciter dans le domaine artistique une œuvre d'immense ampleur, si les circonstances, si les conditions extérieures viennent par hasard à être réunies pour que cet individu s'éprenne d'œuvrer dans ce sens. Je crois fausses les idées, cependant fort répandues, et selon lesquelles de rares hommes, marqués par le destin, auraient le privilège d'un monde intérieur qui vaille la peine de l'extérioriser." dit Jean Dubuffet, inventeur du terme « Art Brut » pour désigner

² Intuition, nom féminin singulier, sentiment instinctif d'un événement à venir, connaissance directe et immédiate de la vérité sans l'aide du raisonnement (Encyclopédia Universalis 2007)

³ Henri Bergson: L'intuition philosophique, Revue de Métaphysique, 1911; repris dans « *La pensée et le mouvant* ». Paris 1934. Articles et conférences datant de 1903 à 1923. Presses universitaires de France, 1969, 79e édition, 294 pages. Collection Bibliothèque de philosophie contemporaine.

l'art produit par des non-professionnels travaillant en dehors des normes esthétiques convenues, ou restés à l'écart de l'enseignement traditionnel de l'art.

Pierre Francastel soutient l'idée⁴ que l'œuvre est un lien social, elle n'a pas de spécification propre, elle existe dans son contexte et la création est donnée à chacun de nous. « Non seulement l'œuvre d'art apparaît dans le champ de l'expérience humaine comme une donnée fondamentale, liée à l'existence d'un type d'objet de la création ; mais, en outre, comme la majorité des objets naturels, elle postule que tout homme possède la faculté de la saisir et de l'intégrer dans son expérience personnelle sans avoir recours à aucune technique particulière de compréhension. »

1.2 Les axes de recherche

La notion de créativité

Les études portant sur la créativité sont particulièrement nombreuses et variées. La créativité se retrouve dans l'ensemble des domaines de la recherche, certains journaux scientifiques y sont même exclusivement consacrés, tels « *Journal of Creative Behavior* », « *Creative Research Journal* », « *Gifted Child Quarterly* », « *Journal of Mental Imaginary* ». I. A. Taylor en 1959 recense cent définitions différentes de la créativité.

Jean Duvignaud, dans *Sociologie de l'art*, met en relation le processus créatif et la prise de conscience de l'homme devant la mort. Selon lui, l'espèce humaine s'arrache à la bestialité par des pratiques funéraires : « Le travail funéraire, parce qu'il répond en le bouleversant au défi naturel de la mort produit une métaphore, un déplacement de sens. Plus qu'une métaphore : une liaison arbitraire entre des éléments désunis et qui soude la communauté des vivants et des morts. Nous reconnaissons cette activité : c'est celle du symbolisme ». La notion de symbole est vue par Duvignaud comme un acte, un mouvement, quelque chose de dynamique et non pas comme une notion statique telle que nous pouvons la trouver dans le domaine de la linguistique ou de la sémiologie. « Ce principe dynamique de la création imaginaire se renouvelle inlassablement, n'est-ce pas jusque-là, trouver d'autres moyens de s'opposer à la mort ? »⁵ Cette transposition des pratiques funéraires dans d'autres domaines, nous pouvons l'appeler « imaginaire ou poésie. Ou créativité »⁶.

⁴ *Etudes de sociologie de l'art* (p. 9).

⁵ Jean Duvignaud, *Sociologie de l'art*, Paris, PUF, 1972, p. 11.

⁶ *Idem*, p. 10.

Plus récemment, dans l'histoire du savoir, la notion de créativité est construite sur une référence économique et se voit pensée comme processus de la production.

La notion d'innovation

Dans son article « Favoriser la créativité individuelle pour développer l'innovation »,⁷ Pascale Auger met en évidence le fait que la créativité est un concept central dans la caractérisation des processus d'innovation, de même que dans la littérature, les concepts de « créativité » et « innovation » étant souvent associés. Cette confusion est contraire au développement de la créativité comme à celui d'innovation, car cela conduit les entreprises à concentrer leur effort sur l'avancement de l'innovation, sans tenir compte de l'ajustement théorique et pratique de la créativité. Selon P. Auger, ne pas tenir compte théoriquement de la créativité et en pratique la réduire au processus d'innovation fait perdre le sens du processus d'innovation dans sa totalité. C'est seulement après avoir permis l'émergence des idées créatives que les critères liés à l'utilité, à la création des valeurs, à la faisabilité peuvent s'appliquer. L'étude de la personnalité de créatifs reste du domaine de la psychologie. Quant à l'étude de l'innovation, elle reste l'objet de disciplines telles que la sociologie, l'économie, la théorie de l'organisation.

Dans ce contexte de l'émergence des idées, l'innovation est l'étape de leur mise en œuvre, à savoir « l'ensemble du processus d'appropriation des idées, de leur utilisation initiale, l'utilisation régulière à leur institutionnalisation, les idées créatives à l'origine devenant finalement une pratique routière de l'organisation » (Auger 2003). Selon cette conception, la créativité fait donc partie du processus général d'innovation.

Selon Joseph Schumpeter (1883-1950), dans son sens le plus large, « innovation » peut désigner tout changement introduit sciemment dans l'économie par un agent quelconque et ayant pour but et résultat une utilisation plus efficiente ou plus satisfaisante des ressources. Schumpeter, économiste d'origine autrichienne, distinguait cinq cas d'innovations : la fabrication d'un bien nouveau, l'introduction d'une méthode de production nouvelle, la réalisation d'une nouvelle organisation, l'ouverture d'un débouché nouveau, la conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-ouvrés. Pour cet auteur, le trait commun de ces changements très disparates est qu'il s'agit de « l'exécution de combinaisons nouvelles » qualitativement importantes et introduites par des chefs d'entreprise dynamiques, les « entrepreneurs ».

⁷ Pascal Auger, « Favoriser la créativité individuelle pour développer l'innovation », publication présentée au Congrès AGRH, Grenoble, 2003.

L'acte de lecture et la créativité du lecteur

Dans *L'Acte de lecture*, Wolfgang Iser s'intéresse à la lecture dans une perspective d'acte simultané entre le texte et la conscience du lecteur. Il se centre sur l'acte de lecture et non sur son contexte. Il montre que « l'auteur et le lecteur prennent [...] une part égale au jeu de l'imagination, lequel n'aurait pas lieu si le texte prétendait être plus qu'une règle du jeu. » « Le lecteur est aussi auteur du texte ; la lecture est création. » W. Iser met en évidence les processus cognitifs mobilisés par le lecteur dans l'acte de lecture. Selon Iser, toute œuvre met en place une représentation de son lecteur et préoriente sa réception : elle organise et dirige la lecture ; le lecteur réagit aux parcours qu'elle lui impose.

W. Iser souligne l'importance des effets de lecture et montre que « la lecture ne devient plaisir que si la créativité entre en jeu, que si le texte nous offre une chance de mettre nos aptitudes à l'épreuve ». Se trouve ainsi posée la question essentielle du poids respectif du lecteur et du texte dans l'acte de lire : « La lecture est interaction dynamique entre le texte et le lecteur. Car les signes linguistiques du texte et ses combinaisons ne peuvent assumer leur fonction que s'ils déclenchent des actes qui mènent à la transposition du texte dans la conscience de son lecteur. Ceci veut dire que des actes provoqués par le texte échappent à un contrôle interne du texte. Ce hiatus fonde la créativité de la réception. »⁸

Pouvons-nous considérer que l'acte de lecture d'un texte littéraire peut s'appliquer aussi à l'acte de lecture d'une image ? Ernest Gombrich, dans *L'art et l'Illusion* met en évidence le rapport entre l'image matérielle et l'image mentale : dans quelle mesure l'image matérielle reflète les images mentales dans la représentation picturale ? Pourquoi y a-t-il des styles, Pourquoi y a-t-il plusieurs manières de représenter le monde ?

De même, la lecture d'une image picturale peut-elle déclencher un processus sur l'inconscient, un processus créatif ? W. Iser⁹ explique que Gombrich a d'abord étudié des textes pour élaborer sa théorie sur la lecture des images.

Nous avons constaté aussi que l'impact créatif de la lecture d'une image picturale peut se manifester quand nous sommes immergés dans les images, dans le contexte d'une exposition, d'un musée ou d'une galerie d'art. Durant la visite, nous sentons le désir de faire, de créer, désir qui peut cesser une fois sortis de cet environnement. Nous pouvons aussi appeler cela une « source d'inspiration ». De même, nos préférences musicales peuvent influencer notre

⁸ W. Iser, *L'acte de lecture*, p. 198.

⁹ *Idem*, p. 216.

imaginaire et nombreux sont les artistes qui ont mis en évidence dans leur travail la relation entre la forme, la couleur et la musique (Vallier, 1980) : Kandinski, Delaunay ; Mondrian (*Broadway Boogie Woogie*, 1942-43) le livre *Jazz*, publié par Matisse en 1947.

2. ETUDE EMPIRIQUE / ESSAI DE VALIDATION

2.1 Méthodologie de la recherche

Le terrain de recherche

Le terrain de recherche est Grenoble Ecole de Management, école créée en 1984.

Depuis sa création, l'école supérieure de commerce de Grenoble a misé sur le management technologique et interculturel comme axe de développement.

Grenoble Ecole de Management se dit « une entreprise au service des entreprises » avec sa culture spécifique. Pour comprendre mieux son positionnement, voici une partie de son discours :

« Grenoble Ecole de Management s'est positionnée, dès sa création, sur le Management Technologique et Interculturel, c'est-à-dire l'étude de l'impact des technologies de l'information et de la communication sur le management. Un positionnement qui lui permet aujourd'hui d'acquérir une véritable culture de l'initiative basée sur la pédagogie différenciée. »

Les cours dont il est question dans cet article ont eu lieu dans le cadre de l'électif « Création Artistique », une option de 36 heures, qui a comme objectif de « développer la créativité à travers le langage plastique ».

Cet électif est ainsi présenté aux étudiants :

« L'objet de l'expérience : travailler avec les étudiants pour essayer d'amener ceux-ci, par la pratique de l'expression plastique – par la découverte d'un langage spontané, non verbal, différent des savoirs et savoir-faire ordinairement mis en œuvre dans une École de Management – à développer une vraie démarche de recherche artistique pour la transposer dans une démarche managériale ».

Les étudiants « acteurs »

Cette étude porte sur 122 étudiants de ESC Grenoble, qui ont suivi l'électif au cours des années universitaires 2003 à 2005.

En étudiant les catégories socioprofessionnelles des parents, nous avons pu remarquer une forte dominante des cadres supérieurs, professions libérales et chefs d'entreprises pour la fonction du père. En ce qui concerne la profession de la mère, nous constatons une dominante

de cadres moyens, employées et sans emploi. Cela reste conforme au profil traditionnel des grandes écoles.

Cette constatation nous renvoie au concept de « reproduction » de Pierre Bourdieu, pour qui tout agent ayant acquis une position favorable en termes de volume de capital matériel et culturel tend à transmettre d'une manière consciente ou inconsciente cet héritage à ces descendants ; le plus souvent, c'est le père qui désire perpétuer sa condition sociale, tendance qui se retrouve dans toutes les civilisations. Selon P. Bourdieu¹⁰, ce rapport au père ou à l'héritage familial dans une perspective d'ascension sociale est perçu comme ce qu'il faut dépasser tout en s'y tenant. De même, il y a un lien étroit entre l'intention des parents et de leurs enfants à investir dans les institutions scolaires pour la reproduction de « leur patrimoine et de leur position sociale. »

Méthode

Une méthode multiple de manière à recueillir des avis multiples

L'intention, dans ce travail de recherche, a été l'observation participante et surtout « l'objectivation participante », car nous avons énoncé la difficulté de s'extraire du contexte pédagogique pour se positionner en tant qu'observateur neutre. Toutefois, cette proximité a donné l'occasion d'une observation directe sur les acteurs, une investigation pratique, même si la limite entre le travail pédagogique et celui d'observateur a été difficile à respecter. Il y a plutôt eu une tendance constante, une prédominance du rôle de pédagogue et cela, nous l'avons ressenti dans le discours des étudiants, ce que Dominique Maingueneau appelle « coopération » ou « un code de bonne manières »¹¹. Corrélativement, il a été fait une place centrale à l'improvisation et à l'observation méticuleuse du réel du fait de la proximité des acteurs. Toutefois, nous insistons sur la difficulté de jouer deux rôles à la fois, deux rôles qui nécessitent deux attitudes diamétralement opposées : l'une qui demande une implication et un désir de transmettre du savoir et l'autre, qui demande un retrait nécessaire à une observation objective. Le dessein de la recherche a été de comprendre « comment » l'art agit sur les acteurs. Howard Becker, dans son travail de recherche, privilégie aussi « le comment » par apport au « pourquoi ». Le sociologue américain donne une place importante aux coïncidences et à l'inédit dans les situations collectivement vécues. Il est le porteur contemporain de l'interactionnisme symbolique, une des formes de la sociologie

¹⁰ *La Misère du monde*, coll. dirigée par P. Bourdieu, Seuil, 1993, p. 711-718.

¹¹ Dominique Maingueneau, *Les thèmes clés de l'analyse du discours*, Mémo, Seuil, p. 25.

compréhensive issue de la sociologie américaine de l'École de Chicago. Aux théories et aux notions abstraites, ce courant privilégie une recherche sur le terrain, sur les relations interindividuelles ; son objectif est d'identifier le processus à l'œuvre dans une société en train de se faire. Il établit son domaine de recherche sur des relations concrètes interindividuelles et s'intéresse à ce qui se joue entre les acteurs dans l'intention de leur comportement.

L'échantillon des entretiens

Pour créer un support de recherche, un corpus de textes d'analyse, nous avons proposé trois questions ouvertes¹² à des étudiants en cours de l'électif et des étudiants qui ont suivi l'électif en 2003-2005. L'intention de ces trois questions est de trouver dans l'analyse du contenu des discours des acteurs, des réponses qui valident ou non l'hypothèse de départ.

Pour établir un échantillon représentatif de l'ensemble des acteurs, nous avons proposé des entretiens enregistrés pour les acteurs présents sur le terrain de recherche, et des réponses écrites par courrier électronique pour les acteurs qui ont fini leurs études. Dans les entretiens, nous avons constaté, dans la majorité des cas, l'utilisation spontanée de certaines expressions mises en évidence dans l'analyse de contenu pour chaque acteur. L'objectif a été de collecter des avis différents pour constituer le corpus à analyser. Le choix des acteurs s'est fait d'une manière aléatoire, qui rappelle la technique du sondage. Ceci dit, nous sommes conscients de la dimension subjective dans le choix des entretiens, car c'est l'enseignante qui fait le choix du corpus. Toutefois, dans la totalité des discours, nous avons constaté une trame commune à l'ensemble des témoignages, qui peut être due à la position des acteurs, à la relation enseignant /étudiant dans le contexte de cette école¹³.

L'objet de ce travail de recherche est l'analyse du contenu du discours des acteurs, le fait d'entendre, dans leurs paroles, la manière dont ils reçoivent cette activité pédagogique. Toutefois, cette proximité a donné l'occasion d'une observation directe sur les acteurs, une investigation pratique, même si la limite entre le travail pédagogique et celui de sociologue a

¹² 1. Comment qualifieriez-vous l'activité que je mène au sein du groupe Grenoble Ecole de Management ?

2. Quel est l'impact selon vous sur le savoir, savoir-faire et savoir-être des étudiants qui ont suivi l'électif ?

3. Est-ce que ce type d'enseignement est légitime dans une école de management ? Si oui, expliquez en quelques mots pourquoi ?

¹³ Pour D. Maingueneau, l'analyse de discours rapporte les énoncés à leur contexte. « Participants, le cadre et but s'articulent de manière stable à travers des institutions langagières définies en terme de contrats de parole ou de genre de discours ». *Les thèmes clés de l'analyse du discours*, Mémo, Seuil, p. 22.

été difficile à respecter. Il y a eu une tendance constante, une prédominance du rôle de pédagogue et cela, nous l'avons ressenti dans le discours des étudiants, ce que Dominique Maingueneau appelle « coopération » ou « un code de bonne manières »¹⁴.

Méthode d'analyse

Nous avons recueilli des entretiens par enregistrement oral et par courrier électronique. Leur déroulement a eu lieu dans le cadre de l'école, pendant les cours, entre 15 et 20 minutes par acteur. Une fois l'enregistrement fait, nous avons transcrit les entretiens sur ordinateur et avons ensuite procédé à une analyse de contenu selon la méthode compréhensive¹⁵. L'objectif n'est pas de faire une analyse du discours, car cela nécessite des compétences dans la domaine de la linguistique, mais une analyse du contenu du discours, plus proche de la méthode compréhensive, issue du structuralisme¹⁶, afin de voir quel est le message de la parole de l'interlocuteur. Pour cela, nous avons découpé chaque entretien en unités sémantiques par question. Dans un premier temps, nous avons essayé d'identifier plusieurs critères de découpage du discours qui ont permis par la suite de différencier des thèmes :

- Qui ? Dit quoi ? A qui ? Avec quels effets ? Verbes Expression ; Créativité ; Synthèse de discours par acteur.

Dans la synthèse de discours par acteur, chaque fois, nous avons dégagé des thèmes dominants par rapport au découpage. Pour mieux visualiser, nous avons procédé à une autre découpe, cette fois-ci par questions, et, toujours à partir des unités sémantiques, nous avons trouvé les mots-clés autour de chaque question et les avons visualisés en utilisant deux couleurs, car nous avons trouvé deux thèmes prédominants. Chaque thème dominant contient des sous-ensembles identifiés et rendus dans un tableau final. La découpe modulaire nous a permis de visualiser ces trois questions d'une manière individuelle par acteur, ensuite d'une manière globale par question pour tous les acteurs, et en final d'une manière générale pour les trois questions et tous les acteurs, c'est-à-dire la totalité des mots-clés employés. Pour cela, nous avons utilisé en transversal les logiciels Microsoft Word, Excel, Power Point. A l'origine de la recherche, nous avons pensé utiliser un logiciel spécifique de traitement des mots, mais finalement, nous avons trouvé que ce logiciel n'était pas adapté à ce travail.

¹⁴ *Idem*, p. 25.

¹⁵ J.-C. Kaufmann, *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan, coll. « Sociologie 128 », 1996.

¹⁶ Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, Paris, PUF, 1977.

Ci-dessous nous allons présenter une synthèse de cette analyse.

2.2 Restitution et analyse de résultats

Notre intuition de départ a supposé que l'intégration d'une activité dite « artistique » à travers le langage plastique dans une école de management, pouvait stimuler la capacité de créer et d'optimiser les conditions d'émergence d'une culture du sensible, de l'affectif, de l'intuition, de la créativité, et la capacité d'innovation des étudiants.

L'objet de l'analyse de contenu du discours a été d'identifier quels sont les effets de cette activité. En questionnant la parole des acteurs, nous avons dégagé au moyen des trois items : l'activité, le savoir, la légitimité, deux grands thèmes : la représentation de soi et la représentation en entreprise.

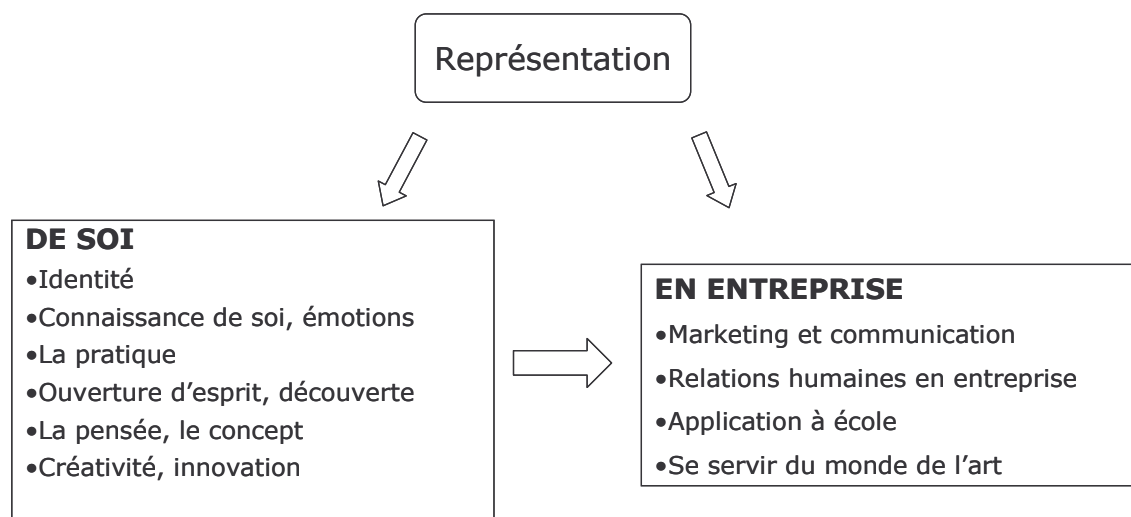


Figure 1

Nous allons évoquer ces thèmes avec des extraits des discours illustratifs tenus par les étudiants. Les thèmes traitent successivement de la représentation de soi et de la représentation en entreprise.

2.2.1. Représentation de soi :

Au sein de ce thème, les sept sujets suivants se sont dégagés :

- **L'expression de son identité ou le désir d'exprimer sa différence.**

« Ensuite c'est très enrichissant au niveau personnel, parce qu'on apprend à mieux se connaître, on apprend à mieux s'écouter, et à exprimer ce qu'on ressent par rapport... pour un thème particulier. »

- **L'expression des émotions, connaissances de soi, confiance en soi : l'effet cathartique du cours a été ressenti par la majorité des acteurs**

« Dans ce cours, on apprend à exprimer ses émotions par un langage non verbal et on se rend compte que c'est un moyen différent de s'extérioriser »

- La pratique ou la mise en forme d'une idée : la majorité des acteurs a parlé de l'importance de la pratique et du geste

« On passe à la pratique assez rapidement en matérialisant ses idées et sa propre créativité. »

- Ouverture d'esprit et découverte, ouverture vers l'inconnu

« ...cela nous permet d'avoir une vision un peu différente, une vision qui permet d'ouvrir l'esprit et d'avoir ensuite davantage de points critiques dans n'importe quelle matière »

- La pensée, le concept, les idées

« ... ensuite on peut utiliser tout ce qu'on a appris, en terme de concept, puisque c'est vrai que comme on n'a pas tous les capacités techniques à faire des beaux dessins, on apprend beaucoup à travailler les concepts et ça, c'est vraiment bien, puisque après, c'est ça qui compte finalement »

- La créativité, l'innovation

« Tant qu'on ne l'a pas fait une fois, on ne sait pas qu'on peut chercher très loin toutes ces idées et qu'en fait, on est tous des créatifs »

- L'idée, le pouvoir créatif et la confiance en soi

« Ce cours m'a fait comprendre qu'une idée ne naît jamais parfaite du premier coup et qu'être créatif, c'est savoir écouter son cœur d'une manière pure et ne pas en avoir peur ou honte puis la faire mûrir en construisant une réflexion autour de cette idée. Ce processus demande de croire en soi et en sa force créative, de persévérer et de se battre pour son idée et pour lui donner forme. »

« Ce type d'enseignement est plus que légitime dans une école de commerce, puisqu'elle nous sensibilise au lien évident qui existe entre l'art, le design et le marché, mais plus encore, il encourage à découvrir sa créativité souvent refoulée et inconsciente »

2.2.2. Représentation en entreprise :

Pour ce thème, nous avons dégagé quatre sujets :

- Concernant le domaine du marketing et de la communication

« Oui, c'est important de toucher à d'autres matières que celles enseignées habituellement en école, parce que nos modules visent à nous donner les compétences nécessaires utilisées entreprise, elles sont indispensables à notre formation, mais ils ne développent en aucun cas notre créativité et ne laissent pas libre cours à nos « gestes » sur le papier. D'autant plus que

maintenant, les entreprises exigent des personnes créatives, en marketing par exemple, et c'est ce qui nous manque le plus. »

- Application dans le domaine des ressources humaines : ils évoquent les notions de maturité, du contrôle des émotions, de la sensibilité et de la relativité, de la prise de conscience de la différence de l'autre

« ...et ça montre bien, même par rapport à après, quand on va être dans l'entreprise, que n'importe quel problème peut être perçu différemment finalement. »

- Application dans leur école

« Je pense que c'est super intéressant pour le marketing, pour la com, la pub, d'autres matières. Cela permet d'aller plus loin que ce qu'on croit. »

- L'utilisation de l'art pour l'entreprise en général, pour plus tard

« ...après, quand on va être dans l'entreprise, n'importe quel problème pourra être perçu différemment finalement. »

En analysant les thèmes dégagés, nous pouvons en déduire que la représentation de soi est là pour servir l'application en entreprise. Un seul acteur n'a jamais évoqué la représentation en entreprise. L'interprétation que nous en faisons est qu'il résulte de la réception de cette activité par les acteurs une représentation de soi qui va « servir » l'entreprise. La majorité des étudiants ressent, grâce à cette activité, la capacité de se découvrir, de prendre confiance en soi, de s'ouvrir vers l'inconnu, l'inconnu étant l'entreprise. La dimension du sensible a été peu mentionnée. Pour la majorité des acteurs, la créativité et l'innovation se manifestent dans le présent. Il existe cependant une dimension de projection dans le futur. Nous pouvons en conclure que ces acteurs ont ou bien, correctement choisi leur parcours scolaire, ou bien sont issus d'un milieu leur ayant permis de faire ce choix, car leur discours fait état des satisfactions qu'ils trouvent dans ce qu'ils font et de leur capacité à se projeter dans l'avenir.

Mieux encore, il est possible de déduire de leurs paroles que cette activité a un impact sur leur créativité et sur leur imaginaire, tout en constatant une instrumentalisation concernant leur futur « service » dans l'entreprise.

2.3 Limites de la recherche :

Et « moi » dans ce « paysage » : limites de la recherche

Cette recherche nous a montré la limite et la difficulté d'une approche sociologique, lorsqu'un des acteurs, en l'occurrence ici l'enseignante, doit jouer un double rôle, à la fois participatif et d'observation objective. Cette bipolarité a été d'autant plus complexe que la nature de l'enseignement met en jeu l'affectif d'une part, et de l'autre, l'interrelation

enseignante / étudiants. Nous avons ainsi été confrontées à la notion de *neutralité axiologique*, notion wébérienne indiquant la nécessaire suspension de tout jugement dans le cadre d'une démarche sociologique.

L'acte « d'objectivation participante », à ne pas confondre avec « l'observation participante » comme l'explique Bourdieu¹⁷ est extrêmement délicat, car il demande une rupture avec des adhésions profondes souvent de l'ordre de l'inconscient, qui peuvent toucher au narcissisme, d'autant plus que ces convictions peuvent être à l'origine de l'objet étudié. De ce fait, nous constatons une forte implication affective, liée à la nature même de l'objet de la recherche, une volonté et même, une nécessité de s'extraire, pour construire son objet de recherche. Cette question de la position de « l'observateur » et les effets de sa présence sur les comportements de ceux qu'il observe est récurrente dans les réflexions de méthodologie en sociologie¹⁸, ce que Labov nomme le « paradoxe de l'observateur », paradoxe que Olivier Schwartz énonce de cette manière : « Pour étudier un groupe social, il faut l'observer, mais l'observer, c'est le « perturber », donc rendre sa connaissance difficile ou impossible ». « Comment observer la façon dont les gens parlent, quand on ne les observe pas ? » (Labov, 1978)¹⁹. La difficulté a été d'autant plus importante qu'il y a eu analyse sur un objet issu d'un travail pédagogique, alors même que le dessein de tout travail pédagogique est de transmettre, si possible de bien transmettre, des connaissances. Dans la restitution des entretiens, le désir de « bien faire » de « bien répondre » de la part des acteurs est constant dans la majorité de leur discours, ce que nous pouvons appeler une « dynamique des situations participatives » (O. Schwartz, 1993 : 270), dimension que tout sociologue doit prendre en considération. Ne pas tenir compte de cette dimension affective est le plus difficile, car d'une part, elle renvoie à une remise en cause de soi, à un questionnement sur son travail, au fait d'être impliqué et de vouloir un retour positif sur sa pédagogie, et d'autre part, d'avoir une attente soi-disant objective avec des réponses « justes » impossibles à obtenir, du fait de la dimension hiérarchique existant entre le statut de professeur et celui d'étudiant.

Une donnée supplémentaire à prendre en compte est la notion de « contrat », concept que Dominique Maingueneau utilise pour souligner que « les participants d'une énonciation doivent accepter tacitement certaines règles pendant l'échange, un certain contrat garanti par

¹⁷ Pierre Bourdieu, *Réponses*, p. 244.

¹⁸ Nels Anderson, *Le Hobo. Sociologie du sans-abri* (1923), Paris, Nathan, coll. « Essais et Recherches », 1993, p. 271.

¹⁹ *Ibid.*

l'institution scolaire. Contrat d'échange qui répond à des questions du type : on est là pour dire quoi ? Pour jouer quel rôle ? Cela concerne en particulier les identités sociales (élèves, professeurs dans telle situation). »²⁰

Une autre limite est la prise en considération du fait que ce cours comporte 36 heures. Il est juste une approche du champ de l'art plastique. Nous ne pouvons pas savoir aujourd'hui quelles seront les conséquences à long terme. Le discours des acteurs dit cette préoccupation pour l'avenir, propre à la majorité des jeunes dans la société contemporaine, traduisant leur angoisse de l'inconnu, d'un avenir incertain.

CONCLUSION

Ce travail de recherche faisait l'hypothèse d'une éventuelle stimulation du processus d'imagination créative individuelle et collective, dans le cadre d'une école de management. Les acteurs — les étudiants — produisant un discours sensé porter la trace des effets qu'une activité artistique pouvait avoir sur eux, dans un cadre pédagogique n'offrant que 36 h de cours. Notre travail de terrain a été de vérifier cette hypothèse de départ en interrogeant un groupe d'étudiants sur la manière dont la connaissances des arts et la pratique des arts plastiques pouvait développer en eux de nouvelles capacités de créer et d'optimiser les conditions d'émergence d'une culture du sensible, de l'affectif, la créativité et la capacité d'innovation se développant sur la base de l'intuition.

Cette étude nous a permis d'approcher ce que ressentent les étudiants quant à l'impact de cet enseignement de l'art sur leur futur. Mais qu'en sera-t-il concrètement ? Comment réagissent des managers pris dans le tourbillon de leur travail quotidien ? Nous sommes convaincues que pour compléter ce travail sur les étudiants, pour connaître l'impact réel, une deuxième étape serait nécessaire, envisagée sous l'angle d'une enquête dans une entreprise faisant appel à une action artistique pour la formation de managers. C'est pourquoi, dans une future perspective de recherche sur la question de l'art et du management, nous pensons qu'il sera nécessaire que l'observateur se place en dehors de la scène, afin de pouvoir éliminer la dimension affective d'une forte implication dans les interactions des acteurs. De même, cette première approche dans le domaine du management ouvre la perspective sur un travail de recherche dans une entreprise, où le contact avec des artistes et des œuvres est présent, afin d'étudier cette fois, l'interaction entre artistes et managers.

²⁰ D. Maingueneau, *Les termes-clés de l'analyse du discours*, Mémo, Seuil, p. 23-24.

Il s'agira alors de savoir si le champ artistique et le champ managérial peuvent avoir autre chose en commun que la technicité.

Finalement ce travail de recherche est une suite logique des événements et des réflexions à la confluence du monde de l'art et de l'industrie, issue d'une expérience personnelle, expérience qui aboutit sur un questionnement de l'usage de l'art sur l'être qui n'est pas artiste et ne souhaite pas le devenir.

BIBLIOGRAPHIE

Pascal Auger, Favoriser la créativité individuelle pour développer l'innovation, publication présentée au Congrès AGRH, Grenoble 2003.

Bardin, Laurence L'analyse de contenu, Paris : Presses universitaires de France, 1977.

Luc Boltanski et Eve Chiapello, Le nouvel esprit du capitalisme, Editions Gallimard, 1999.

Howard S. Becker, Propos sur l'art, Broché, 2000.

Henri Bergson: L'intuition philosophique, Revue de Métaphysique, 1911; repris dans « La pensée et le mouvant ». Paris 1934. Articles et conférences datant de 1903 à 1923. Presses universitaires de France, 1969, 79^e édition, 294 pages. Collection Bibliothèque de philosophie contemporaine.

Pierre Bourdieu, Réponses, Broché, Seuil (3 janvier 1992).

Pierre Bourdieu, La Misère du monde, collection sur la direction de P. Bourdieu, aux éditions du Seuil (1993).

Anne Cauquelin, L'Art contemporain (15 octobre 2002) Que sais-je? – Poche.

Michel de Certeau, L'Invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire, Folio essai.

Michel de Certeau, La culture au pluriel, Folio essai.

Dorina Coste et Loick Roche, La place de l'art dans une école de management, *Humanisme & Entreprise* no 266 août 2004.

P. Charaudeau, Dominique Maingueneau (sous la direction de) Dictionnaire d'analyse du discours, Seuil, Paris, Février 2002.

Jean Dubuffet, Biographie au pas de course, Essai (broché). Paru en 10/2001.

Pierre Francastel, Etudes de sociologie de l'art, Denoël/Gonthier, Paris, 1970

Pierre Francastel, Art et technique au XIX^e et XX^e siècles, Gallimard, 1998.

Jean-Pierre Le Goff, La Barbarie douce : La Modernisation aveugle des entreprises et de l'école, La Découverte, Paris, 2003.

Gombrich, Ernst Hans, L'art et l'illusion : psychologie de la représentation picturale, Paris: Phaidon Broché, 2001.

Dorina COSTE, février 2008

A. Michale Huberman Matthew B. Miles, Analyse des données qualitatives, Méthodes en sciences humaines, De Boeck Université, 2003.

Wolfgang Iser, L'acte de lecture : théorie de l'effet esthétique (trad. de Der Akt des Lesens par Evelyne Sznycer), Bruxelles, Mardaga, coll. « Philosophie et langage », 1985.

Marc Jimenez, Qu'est-ce que l'esthétique ?, Paris, Gallimard/Folio essais, 1997.

Jean-Claude Kaufman, L'entretien compréhensif, 128, Nathan université, paris, 1996.

Ralph Linton, Le fondement culturel de la personnalité, Dunod, 1986.

Dominique Maingueneau, Les themes clés de l'analyse du discours, Mémo, Seuil, 1996.

Pierre-Michel Menger Portrait de l'artiste en travailleur Le Seuil, 2002.

Michel-Louis Rouquette, La Créativité ,Editeur : Puf ,Collection : Que Sais-Je, 1973

Thierry Sarfis, Maruszewska Ewa, Tomaszewski Henrik, graphismes et pédagogie, Éd. Somogy, 1995.

Raymond Quivy : Luc Van Campenhoudt, Manuel de recherche en sciences sociales, Dunod, 1995 - 2e édition.

Jean-Jacques Wunenburger, L'imaginaire, PUF, 2003.

Vallier, D., (1980), « Présentation », in Worringer, W., Abstraction et Einfühlung, L'esprit des formes, Klincksieck.