

LE ROLE DE L'INDIVIDUATION DANS L'EXPERIENCE : LE CAS D'UNE SECONDE RESIDENCE

Monica SCARANO ~ RIME Lab. ~ IAE Université de Lille

Introduction

L'objectif d'étude est d'explorer le processus d'individuation jungienne et ses éléments à partir de l'interprétation de son impact sur les dimensions de l'expérience et sur les pratiques de consommation associées.

Comment l'expérience de consommation peut participer au processus d'individuation?

Quels éléments du processus d'individuation peut-on repérer dans les dimensions de l'expérience de consommation?

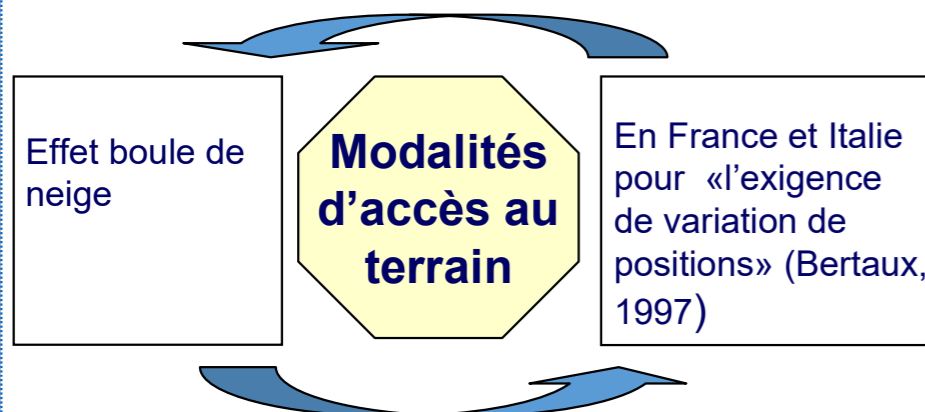
Quel est le sens des pratiques de consommation liées à l'expérience et leur partage avec des communautés?

Quelle proposition marketing peut favoriser des expériences individuantes?

Terrain

☐ Cas d'expérience d'une seconde résidence:

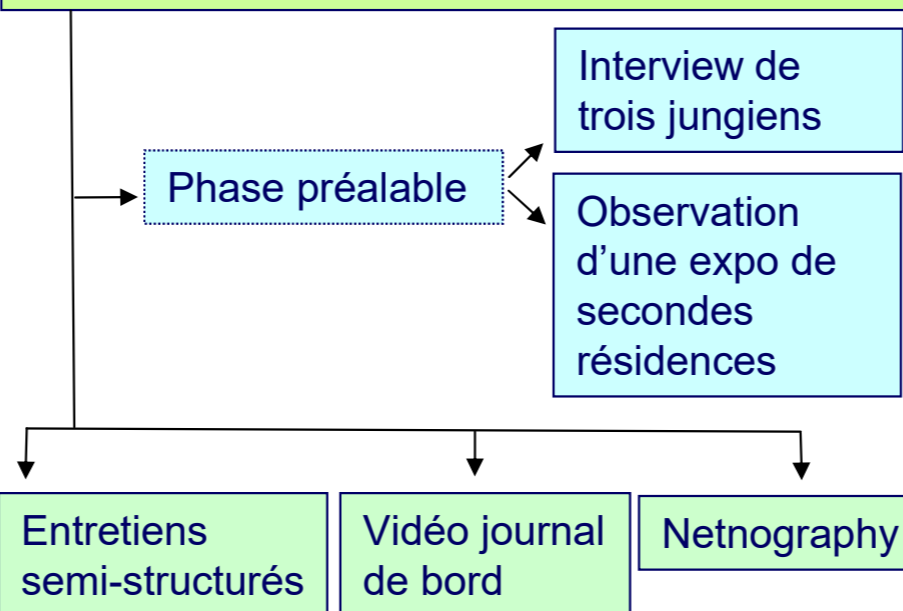
- dans toutes les situations d'accès à l'expérience (maison achetée, louée, partagée, prêtée)
- dans une autre région ou nation



Bertaux D. (1997), *Les récits de vie. Perspective ethnosociologique*, Nathan, Paris.

Méthode

Multi-méthode qualitative et triangulation des données pour complémentarité et validité de la recherche (Denzin, 1998)



Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1998), *Strategies of Qualitative Inquiry*, Sage, Thousand Oaks.

Analyse réflexive

☐ Comment comprendre la dynamique (ex. circulation d'objets, partage communautaire, expérience vécue) d'entre deux lieux?

→ «**Approche multisites**» (Marcus, 1995)

☐ Quel est la place du chercheur dans l'exploration de la dimension verticale et horizontale de l'individuation?

→ **Mix de techniques de recherche**

Marcus G. (1995), *Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography*, *Annual Review of Anthropology*, pp. 95-117, Palo Alto.