L'entretien de recherche comme épisode narratif à quatre formes : la perspective du répondant

Meziani, Nora
ESCP Europe
nora.meziani2@edu.escpeurope.eu

Rieu Plichon, Caroline
ESCP Europe
caroline.rieu_plichon2@edu.escpeurope.eu

Résumé :

Dans cet article, nous étudions l'entretien de recherche. Cette technique de collecte de données a beaucoup été étudiée du point de vue du chercheur (i.e. comment mener un entretien, être réflexif, etc). Nous avons souhaité observer ce qui se passe durant un entretien du côté du répondant. Nous étudions cette question avec une approche narrative, sur deux terrains très distincts : la distribution spécialisée et la production cinématographique. Nous montrons que l'entretien va au-delà d'un outil de recueil de données, à caractère exclusivement informatif pour le chercheur, utilitariste et unilatéral. Il peut également être un moment narratif (parfois réflexif) à plusieurs formes pour le répondant : narration déclenchée par la situation d'entretien, narration sur les pratiques, narration sur le métier et l'identité professionnelle, et narration de soi. Les trois premières formes de réflexivité sont partagées par les deux populations étudiées, tandis que la quatrième forme n'apparaît que sur un terrain. Nous montrons que l'entretien, loin d'être un moment neutre, permet aux répondants de développer une réflexivité pouvant les amener à transformer leurs perspectives et à agir.

Mots-clés : Méthodologie, Recherche qualitative, Entretien, Narratives, Narratifs, Répondant

L'entretien de recherche comme épisode narratif à quatre formes : la perspective du répondant

INTRODUCTION

« En parlant aux gens, je m'attendais simplement à apprendre des choses qui puissent enrichir ma collection et qui me permettent d'affiner ma compréhension et mon analyse de la situation. Je voulais les placer en situation de dire un maximum de choses, notamment des choses auxquelles je n'avais pas pensé » écrivit Howard Becker (2002 ; p.108), au sujet de ses attentes de chercheur vis-à-vis de l'entretien.

L'entretien est une méthodologie beaucoup utilisée en recherche qualitative. Les chercheurs justifient l'emploi de cette méthodologie par la finesse et la richesse des informations qu'elle apporte, la capacité d'accès à des représentations (Miller & Glassner, 1997: 103) et à des informations rares et étonnantes (Boyatzis, 1998). De plus en plus, le propos se déplace : après s'être uniquement intéressés aux techniques d'entretien et à la nature des données que l'entretien permet d'obtenir, les chercheurs se sont également intéressés à leur propre place – celle de l'interviewer – dans l'entretien.

En effet, en recherche qualitative, l'entretien a été étudié sous plusieurs angles, le plus souvent celui du chercheur. Son rapport aux entretiens, à cette « rencontre sociale », à ses données ainsi qu'à sa réflexivité (Alvesson, 2003) font partie des préoccupations centrales de la littérature. Alvesson (2003) questionne ce rapport aux entretiens et invite les chercheurs à développer une compréhension plus fine de l'entretien, au-delà de l'entretien comme technique pour récupérer des données ou bien encore de l'entretien comme rencontre humaine menant à un partage de compréhensions.

Mais que se passe-t-il du côté des répondants ? Alors que les chercheurs prennent conscience que les entretiens ne sont pas que des outils et encore moins des outils neutres de récolte de données mais plutôt des « interactions entre deux personnes (ou plus) menant à des résultats négociés et contextuels » (Fontana & Frey, 2005, p.698), ils s'intéressent encore peu à ce qui se passe du côté de cet autre personne participant à l'entretien : le répondant. Fontana & Frey (2005, p.703), reprenant les propos de Kahn & Cannell (1957), encouragent les chercheurs à

investir la question du répondant : « Il n'est pas suffisant de comprendre les mécaniques de la conduite d'entretien ; il est aussi important de comprendre le monde et les forces du répondants ». La littérature reste pourtant lacunaire à ce sujet. Or il nous semble important d'investiguer la place de l'interviewé, son vécu de l'entretien afin de mieux comprendre ce que cet épisode narratif (celui de l'entretien) lui permet de produire.

Nous étudions cette question avec une approche narrative, sur deux terrains très distincts : la distribution spécialisée et la production cinématographique. Nous montrons que l'entretien va au-delà d'un outil de recueil de données, à caractère exclusivement informatif pour le chercheur, utilitariste et unilatéral. Il peut également être un moment narratif (parfois également réflexif) à plusieurs formes pour le répondant : narration déclenchée par la situation d'entretien, narration sur les pratiques, narration sur le métier et l'identité professionnelle, et narration de soi. Les trois premières formes de réflexivité sont partagées par les deux populations étudiées, tandis que la quatrième forme n'apparaît que sur un terrain.

1. ENTRETIENS DE RECHERCHE & NARRATIFS

« L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Il s'agit d'amener les sujets à vaincre ou à oublier les mécanismes de défense qu'ils mettent en place vis-à-vis du regard extérieur sur leur comportement ou leur pensée. L'entretien individuel est une situation de face à face entre un investigateur et un sujet. La notion d'entretien est fondée sur la pratique d'un questionnement du sujet avec une attitude plus ou moins marquée de non directivité de l'investigateur vis-à-vis du sujet » (Thietart et coll., 2007 : 241). Pour Labov & Fanshel (1977), un entretien est un « *speech event* », un événement de parole ou fait de parole, « dans lequel une personne A obtient une information d'une personne B, information qui était contenue dans la biographie de B ».

L'entretien de recherche a souvent été considéré comme un instrument, un outil, une technique de captation de connaissances, optimisée par une présence de biais minimale, lors d'un processus « caractérisé par l'objectivité et la neutralité » (Alvesson, 2003 : 16). Le terme « interview » vient d'ailleurs des méthodes quantitatives, et désigne alors le plus souvent dans la littérature américaine, « un questionnaire administré essentiellement composé de questions fermées, éventuellement complétées par quelques questions ouvertes » (Blanchet & Gotman,

2007 : 14). « Minimisant l'influence de l'interviewer, il est perçu comme un « canal de transmission de savoir » (Holstein & Gubrium, 1997 :113). Fontana & Frey (2005) proposent une analogie critique évocatrice : le répondant serait perçu comme une orange dont le chercheur voudrait extraire le jus (i.e., les réponses) en utilisant le meilleur pressoir possible (i.e., les techniques d'entretien).

Un autre courant provenant des sciences sociales, explique l'origine de l'entretien comme technique d'enquête par « la nécessité d'établir un rapport suffisamment égalitaire entre l'enquêteur et l'enquêté pour que ce dernier ne se sente pas, comme dans un interrogatoire, contraint de donner des informations. L'entretien qui modifie les rapports entre interviewer et interviewé modifie aussi la nature de l'information produite » (Blanchet & Gotman, 2007 : 7). Il est une situation sociale de rencontre et d'échange, « non pas un simple prélèvement d'information » (*ibid* : 15). « Les fondateurs de l'entretien appliqué à l'enquête (Roethlisberger et Dickson, 1943) mettaient l'accent sur l'écoute du discours de l'interviewé. L'attention de l'interviewer devait se détourner du niveau strictement informatif et s'intéresser particulièrement au niveau intentionnel du discours (…). Ces principes (…) relevaient du bon sens et de l'application d'un modèle clinique forgé pour un autre usage que le recueil de l'information » (*ibid*: 65).

Dans le même ordre d'idée, en caractérisant l'entretien comme « événement social complexe » et en positionnant l'entretien de recherche comme modalité de production de connaissance, Alvesson (2003, p.14) renforce l'interface entre méthode et théorie, et envisage l'entretien comme allant bien au-delà d'un « véhicule pour extraire des gens leur connaissance de leur réalité sociale ». En proposant une « vision pragmatique et réflexive de l'entretien » (p.14), il fait ainsi davantage cas de l'interviewé ou répondant qui selon lui « produit les données dont il a besoin pour révéler son « intérieur ». Il propose plusieurs approches de l'entretien, dont l'approche dite « localiste » : approche critique car elle bouscule « les hypothèses et les raisons de ceux qui souhaitent utiliser les entretiens de manière instrumentale » (Alvesson, 2003 :17), et considère l'entretien comme un « accomplissement situé » (Silverman, 1993 : 104). Cette approche localiste nous paraît pertinente puisqu'elle envisage l'interviewer ou répondant « non comme un simple canal de réponse mais plutôt comme profondément impliqué dans la production de réponse » (Schneider, 2000 : 162).

Dans cette recherche nous nous intéresserons plus particulièrement à un certain type d'entretien, dit compréhensif (Kaufmann, 2014), qui s'oppose notamment à l'entretien impersonnel dans lequel « à la non-personnalisation des questions fait écho la non-

personnalisation des réponses (…). L'entretien compréhensif s'inscrit dans une dynamique exactement inverse : l'enquêteur s'engage activement dans les questions, pour provoquer l'engagement de l'enquêté (*ibid* : 18-19) » Cette idée d'engagement, et même d'engagement double, est fondamentale dans l'entretien de type compréhensif, car « l'enquêteur qui reste sur sa réserve empêche l'informateur de se livrer. Ce n'est que dans la mesure où lui-même s'engage que l'autre à son tour pourra s'engager » (*ibid* : 52). « Le but de l'entretien compréhensif est de briser cette hiérarchie [qui peut s'instaurer entre l'enquêté et l'enquêteur, qui accepte ses catégories et attend sagement la question suivante], le ton est beaucoup plus proche de celui de la conversation entre deux individus égaux. Parfois, ce style conversationnel prend réellement corps, le cadre de l'entretien est comme oublié : on bavarde autour du sujet (…). L'informateur est surpris de se sentir écouté en profondeur et il se sent glisser, non sans plaisir, vers un rôle central (…). Et il comprend que s'il plonge plus profondément en lui-même (…), il renforce encore son pouvoir dans l'interaction » (*ibid* : 47).

En demandant aux répondants de revenir sur leur vécu professionnel, les chercheurs invitent les répondants à raconter, à décrire, à expliquer, à faire la narration de leur passé. En procédant ainsi, les répondants produisent des interprétations de ce qui a eu et a lieu (Boje, 2001). Notre recherche visant à explorer et à comprendre ce qui se passe du côté du répondant, c'est-à-dire quelle expérience celui-ci vit-il pendant un entretien, et ce que cette expérience lui permet de produire, l'approche narrative nous paraît pertinente. En effet, les narratifs sont des interprétations (Vaara, 2002) et des *accounts* sociaux et thématiques d'événements qui permettent aux individus de créer une signification (Barry & Elmes, 1997). Ainsi, l'approche narrative nous permet de puiser dans nos entretiens afin de mieux comprendre l'expérience qu'en font les répondants et, comme le dit Gergen (1994), d'explorer une part de la réalité et du sens vécu par les individus. L'approche narrative représente ainsi également une perspective pertinente afin d'en savoir plus sur ce que cet épisode narratif leur permet de produire. La section ci-après détaille la méthodologie utilisée pour étudier cette question.

2. METHODOLOGIE

2.1. CHOIX DU TERRAIN

Afin d'observer des répondants pendant un entretien de recherche, nous avons choisi de comparer deux terrains très éloignés dans lesquels les répondants avaient, a priori, un rapport différent à l'entretien (intérêt, attrait, projection), et par conséquent peut-être un rapport différent à la réflexivité : la production cinématographique et la distribution spécialisée. Chaque terrain avait au départ été ciblé dans le but de répondre à une question de recherche bien précise. La production cinématographique avait été investiguée dans le but d'étudier la capacité des individus à faire sens et à verbaliser leur intuition. La distribution spécialisée avait été observée dans l'intention d'analyser la construction de sens de différentes populations, suite à un changement organisationnel.

Afin d'observer les répondants pendant l'entretien, la production cinématographique nous semble un terrain intéressant dans la mesure où les émotions et les pensées ont davantage tendance à être exprimés librement dans l'industrie des loisirs (Bart & Guber, 2002), ce qui permet de connaître plus facilement les perceptions des répondants ainsi que d'obtenir des propos plus détaillés et moins superficiels. Ce critère était essentiel puisque nous souhaitions comparer deux terrains dont le rapport à l'entretien était, a priori, fondamentalement différent.

La distribution spécialisée, ici de meubles et d'articles d'aménagement intérieur, nous paraît intéressante pour étudier le rôle du répondant en entretien car elle présente des caractéristiques très différentes : les populations, travaillant dans des magasins dont l'objectif est d'être de véritables « machines à vendre », sont particulièrement « orientées résultats », pragmatiques et pressées. Elles ont tendance à avoir les « pieds sur terre » et à « être dans l'action ». Telles sont les expressions que ces populations emploient elles-mêmes pour se définir.

2.2. COLLECTE DES DONNEES

En cohérence avec l'objet de cette recherche, nous avons effectué des entretiens semi-directifs. Sur le terrain de la production cinématographique, nous avons mené 23 entretiens, dont 14 avec des réalisateurs. La production cinématographique étant un travail collectif et réunissant des professions artistiques et également techniques, nous avons étendu notre compréhension du rapport aux entretiens en menant à titre additionnel 9 autres entretiens avec une 1ère assistante-réalisateur, un directeur de la photographie, quatre producteurs, une

scripte, et deux monteuses. Tous les entretiens ont été enregistrés et retranscrits. Les entretiens ont duré de 34 minutes à 2h53.

Sur le terrain de la distribution spécialisée, 14 entretiens ont été réalisés auprès de directeurs de magasins, de managers, et d'employés de l'enseigne de distribution observée. Ils ont duré 47 minutes en moyenne chacun, de 28 minutes à 1h04.

Chacun des chercheurs a développé un répertoire de questions en cohérence avec ses intérêts théoriques, tout en gardant une posture ouverte à tout point pertinent qui serait évoqué pendant l'entretien.

2.3. ANALYSE DES DONNEES

Pour analyser les données de cette recherche, nous avons repris les celles de nos terrains respectifs initiaux, qui avaient été traitées par codage avec des objectifs de recherche différents. Nous les avons donc relues et retraitées dans une autre perspective : analyser cette question de ce qui se passe pendant un entretien du côté du répondant, et la réflexivité qu'il peut produire.

A la relecture de nos données, nous avons été particulièrement sensibles aux digressions en général. Nous les avons triées et n'avons retenu que les digressions réflexives.

3. RESULTATS

Lors de ces entretiens, nous avons pu constater et identifier quatre formes narratives possibles chez les répondants, que nous détaillons dans cette section.

3.1. L'ENTRETIEN COMME EPISODE NARRATIF

L'entretien de recherche dans sa globalité se pose comme un épisode de narration de la part du répondant : le dispositif-même de l'entretien, déclenché par la rencontre entre le chercheur et l'individu, encourage l'individu à investir la situation d'entretien et à revenir sur des situations précises de son vécu. Sur le terrain de la production cinématographique, un quart des répondants a demandé s'il était nécessaire de préparer « quelque chose » (pour reprendre leurs termes) pour l'entretien. Ils souhaitaient préparer « quelque chose » mais également *se* préparer, puisqu'ils entendaient bien que l'entretien serait le moment privilégié d'une récolte d'informations. Sur le terrain de la distribution spécialisée, cette proportion est également importante : un tiers des répondants émet une question ou une préoccupation similaire : « Il

faut que je me prépare avant ? » ou encore « Faut-il que je me replonge dans les KPIs (indicateurs de performance) de mon magasin avant ?».

Durant l'entretien et en réponse à notre demande, les répondants livrent une expérience et y réfléchissent également *in situ*. Ainsi, le début de l'entretien se pose comme déclencheur d'un épisode de narration qui va s'étendre sur toute la durée de l'entretien (cf. figure 1 et tableau 1). L'entretien comme épisode de narration est ainsi la toute première forme de narration que nous observons, forme qui contient les trois autres formes de narration qui se succèderont ou cohabiteront pendant l'entretien (cf figure 1). Nous en proposons une analyse dans les sections suivantes.

3.2. NARRATIVES SUR LES PRATIQUES

L'entretien invite le répondant à faire la narration de ses pratiques (cf figure 1 et tableau 1). Le répondant raconte ainsi sa manière de procéder dans la réalisation de ses actions. En effet, le chercheur déclenche une narration lorsqu'il pose des questions ciblant des thématiques précises, relatives au contexte professionnel du répondant et à ses pratiques. Les questions ont un enjeu double : (1) inviter le répondant à nous *livrer* un vécu, une réflexion préalablement élaborée au sujet de ses pratiques, mais également (2) l'inviter à *produire sur place* une narration inédite à ses propres yeux sur ses pratiques.

Le premier enjeu suppose que les questions posées par le chercheur aient déjà été pensées, réfléchies, voire discutées par le répondant. A titre d'exemple, Sophie occupe un poste d'employée dans l'un des magasins de l'enseigne de distribution spécialisée étudiée, et travaille au contact des clients dans son quotidien. Lorsqu'on lui a parlé du changement organisationnel, qui est l'arrivée d'une enquête de satisfaction clients, préalablement sous-traitée à l'extérieur de l'entreprise, dans l'organisation interne du magasin, Sophie a souhaité y prendre part en tant qu' « enquêtrice » auprès des clients. L'entretien fut l'occasion de revenir sur cette expérience :

> *« Chercheure B - Cette nouvelle enquête de satisfaction clients a-t-elle changé quelque chose pour toi ?*
> *Sophie - L'enquête m'aura apporté quelque chose de personnel dans ma relation au client. Là, c'est nous qui faisons l'étude alors que dans beaucoup d'entreprises, ce n'est pas le cas, ce sont des prestataires qui la font. Et au client*

qui nous a posé une question précise pendant qu'il fait son questionnaire, on peut répondre » (Sophie, employée)

Sophie avait déjà entamé ce processus réflexif avant l'entretien. Elle ne développe pas *in situ* un narratif réflexif. En revanche, son milieu professionnel laisse peu de temps à la réflexion et ne valorise pas la réflexivité. Ainsi, alors que d'elle-même elle avait commencé à être réflexive sur ses pratiques, l'entretien lui a permis d'affiner sa réflexivité. Dans ses pratiques professionnelles, Sophie avait tendance à effectuer des actions de façon mécanique et désincarnée : « gérer » le client, « client suivant ! ». Travailler avec le client était ce qu'elle faisait tous les jours, mais à l'occasion de notre entretien, elle a exprimé une réflexivité sur ses pratiques, en réfléchissant à comment le changement organisationnel les avait impactées, en les revoyant d'un œil neuf et réhumanisé. Elle livre pendant l'entretien une narration sur son changement de regard depuis sa participation à l'enquête.

Jean est le directeur d'un magasin de l'enseigne. Son travail est de fédérer, coordonner et motiver les employés de son magasin pour vendre davantage. Lorsque je lui demande ce que la nouvelle enquête de satisfaction clients a voulu dire pour lui, en tant que manager d'équipe, il me répond :

« Quand on a eu les résultats de l'enquête, ça a permis de faire travailler les gens en groupe, et d'inclure les collaborateurs du département, pour essayer de trouver des solutions» (Jean, directeur de magasin)

Jean développe un narratif sur ses pratiques de manager d'équipe, de « patron », à l'occasion de notre entretien, en réfléchissant sur sa pratique de directeur et son rôle de chef d'orchestre, et en incluant désormais, grâce à l'entretien, le changement organisationnel dans cette réflexion.

Le deuxième enjeu (i.e., inviter le répondant à *produire sur place* une narration inédite à ses propres yeux sur ses pratiques) est propre à la situation d'entretien. En effet, cet enjeu place l'entretien comme un moment de narration qui produit du neuf pour le répondant et qui, par conséquent, n'est pas sans impact sur le répondant lui-même. Certains mentionnent par exemple l'intérêt de certaines questions dans leur métier tout en dévoilant ne pas y avoir

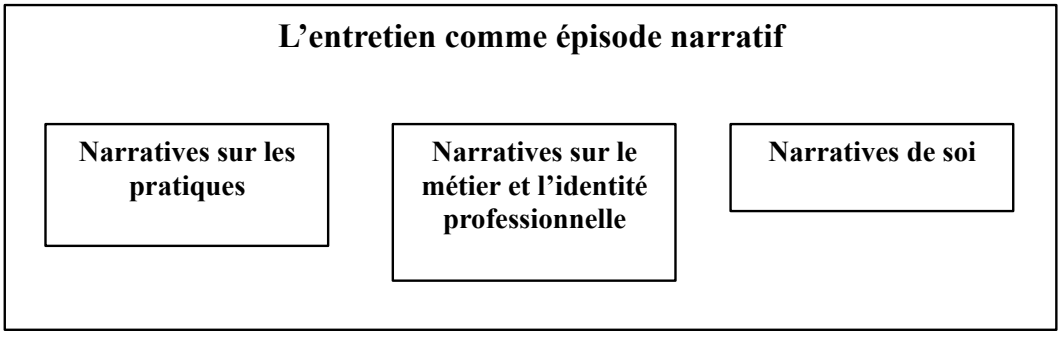
réfléchi auparavant. C'est le cas d'Oswaldo, producteur de films, auquel nous avons demandé comment ils faisaient ses choix d'accompagnement et d'investissement sur les propositions de films qu'il reçoit – sachant qu'il effectue ce choix sur la base d'un scénario :

> *« Ouais, oui, ça, c'est difficile comme question… c'est tout l'enjeu euh, mais j'y ai jamais vraiment euh… » (Oswaldo[1], producteur).*

Dans ces moments-là, les répondants ont l'occasion de réfléchir à leurs pratiques et de mettre en relation divers éléments de leur métier de manière nouvelle. Ainsi, faire la narration de ses pratiques ne consiste pas simplement à raconter, à livrer une expérience préalablement réfléchie, écrite et stockée dans la mémoire du répondant, il s'agit également de produire une narration présentant un angle inédit même pour le répondant puisqu'il dit « [n'y avoir] jamais vraiment [pensé] » avant. Ainsi, faire la narration de ses pratiques lui permet de poser un regard neuf sur celles-ci et de prendre conscience de son propre fonctionnement. Cette narration est donc productrice de réflexivité sur les pratiques.

L'entretien permet ainsi des épisodes de narration des pratiques des répondants, narrations qui peuvent s'avérer restitutives (descriptives ou explicatives), mais également réflexives et productrices de nouveaux savoirs. Le tableau 1 ci-dessous propose une synthèse des formes de narratifs.

Figure 1. Les quatre formes de narratifs



[1] Les prénoms des répondants ont été modifiés

3.3. NARRATIVES SUR LE METIER ET L'IDENTITE PROFESSIONNELLE

Certaines questions peuvent déclencher indirectement une narration à plus large ampleur, ne se concentrant pas uniquement sur les pratiques, mais allant jusqu'à produire une narration réflexive sur le métier et l'identité professionnelle des répondants. Ces situations présentent des marqueurs associés à une interruption au sein de l'entretien.

Le répondant fait alors une narration en lien avec son métier. Cette narration s'avère réflexive puisque le répondant manifeste le développement d'une pensée inédite. Parfois commencée par un silence, un regard qui recherche, une hésitation, cette narration génère une réflexion introspective, construisant un dialogue avec soi-même permis grâce à ce « pas de côté » par rapport au flux courant d'activité. A ce moment-là, le répondant manifeste verbalement et physiquement le déclic, la rupture, sous cette forme (ici générique) : « En fait, quand j'y pense… ». Le répondant arrête de regarder son interviewer pour regarder dans le vide et réfléchir. Cette situation de déclic n'intervient pas en réponse directe à nos questions. Elle se manifeste comme une parenthèse au sein de l'entretien, comme le montre une remarque d'un répondant qui a digressé : « euh… quelle était la question déjà ? » (Peter, réalisateur). Ce déclic correspond à une soudaine mise en lumière, aux yeux du répondant, des correspondances entre des éléments de son parcours, de son expérience, et de son métier :

> *« En fait, là, en t'en parlant, je me rends compte que je ne suis pas monteuse pour rien. J'aime bien quand c'est carré, organisé [point mentionné plus tôt au cours de l'entretien], et je t'ai dit en prépa je préférais les commentaires composés aux disserts [point abordé avant l'entretien], c'est plus carré, plus structuré, tu travailles une matière existante. C'est un peu ça mon métier. » (Marianna, monteuse)*

Le moment de l'entretien représente ainsi bien plus qu'un moment de récolte des informations par les chercheurs : non seulement le répondant est actif, mais en plus il produit une narration inédite qui lui permet de faire le point sur ses pratiques et, de manière plus générale, sur son métier, sur son rapport à son métier, sur son identité professionnelle. Ainsi, le répondant ne se contente pas de rendre compte de son métier en livrant des pensées déjà existantes (i.e., déjà en stock), il effectue une construction de sens *in situ*. Cette modalité de narration naît par et dans l'entretien, de telle sorte que chercheur et répondant le co-construisent.

Chez les personnes travaillant dans la distribution spécialisée, on a l'impression que le répondant s'excuse de ne plus être dans l'action mais de passer dans la réflexion et l'introspection. D'ailleurs ce niveau de réflexivité s'annonce timidement, par des formules telles que « maintenant que j'y pense », « je digresse peut-être mais » ou encore « je m'écarte peut-être du sujet mais… ». A ce moment-là, la personne interviewée parle pour elle-même, plus que pour répondre à la question. On observe un silence, un changement de rythme, le regard se tourne vers ailleurs, vers l'intérieur.

Pour Simon, manager dans un autre magasin de l'enseigne de distribution, et qui encadre une cinquantaine de personnes, les problématiques humaines et de recrutement sont fondamentales, et lui sont chères.

> *« C'est en t'en parlant que je m'en rends compte : je réalise que ceux qui sont les plus proches du client ça reste les employés du rayon accessoires, ce sont eux qui ont le plus voulu « faire » l'enquête. Et avec le recul je me dis qu'ils parlent pas beaucoup d'eux au quotidien. Or c'est à travers eux qu'on a eu les meilleurs enquêteurs, c'est ceux qui savent faire preuve de beaucoup d'humilité. Moi dans mon métier, tu sais que j'ai souvent voulu débaucher des gens de ce rayon ? Ils peuvent discuter une demi-heure d'une housse de couette avec un client. Pour faire ça, il faut être passionné, tu vois ce que je veux dire ? Alors que c'est plus facile de passer une demi-heure à vendre une armoire, tu vois ? Ce relationnel client il est encore plus important chez les personnes qui travaillent au rayon accessoires. Avec ces personnes, tu le ressens d'une façon vraie, d'une façon sincère. Ouais c'est vrai je n'y avais pas pensé, mais en parlant avec toi, je m'en rends compte » (Simon, manager)*

Grâce à cet entretien et à ce moment-là, Simon comprend enfin pourquoi il a recruté en interne à plusieurs reprises un certain type de profil et de personnes : les gens du rayon accessoires. Il pose un nouveau regard sur son métier, il réalise ce qu'il valorise chez ses recrues, et cela fait écho à sa sensibilité et à ses convictions profondes : des gens intrinsèquement humbles et orientés vers le client.

Paul est directeur de magasin, il lui importe de diffuser ses messages aux employés, et il le fait habituellement à travers son comité de direction, une dizaine de personnes, qui sont, avec lui, les seuls cadres du magasin, suivant ainsi une logique classique de communication « top-down » par paliers hiérarchiques.

> *« C'est en discutant que je réalise… on ne fait pas ce type de réunion avec les agents de maîtrise, pour les informer !(…) Avec le recul… cela me permet de guider le magasin dans le sens du client, et pas le contraire » (Paul, directeur de magasin)*

Paul a soudain un déclic qui va changer son mode de communication, pour le thème abordé : il va rajouter un forum de communication, l'équivalent du « co-dir », mais au niveau inférieur, celui des agents de maîtrise, pour informer et mobiliser cette population plus directement concernée par les résultats de l'enquête de satisfaction client, plutôt que de la laisser se faire informer par leurs managers respectifs. Ainsi le moment qui a lieu pendant les comités de direction pourra-t-il avoir lieu également dans ce nouveau forum d'agents de maîtrise.

Tableau 1. Les quatre formes de narratifs pendant l'entretien

Verbatim	Caractéristiques	Forme du narratif
-	- Inhérent à l'entretien - déclencheur des narratifs - englobe les quatre autres formes de narratifs	Narratif déclenché par le cadre de l'entretien
« Je dirais que l'enquête (de satisfaction clients) est une prise de conscience… des priorités du clients, mais incarnées dans ses propos… et pas dans ceux du management. Ça a déclenché quelque chose » (Philéas, manager dans un magasin de l'enseigne de distribution)	Retour sur les pratiques de manière descriptive, explicative ou réflexive	Narratif sur les pratiques
« Maintenant que j'y réfléchis… C'est une enquête internationale et c'est justement ce qui est compliqué. Peut-être qu'en fait on ne devrait pas l'utiliser de la même manière	Déclic pendant l'entretien	Narratif sur le métier et l'identité professionnelle

dans tous les pays. Notre magasin par exemple a un vrai problème d'accessibilité pour le client. Mais oui c'est ça, on devrait utiliser l'enquête, l'adapter pour obtenir les informations qui permettraient de faire un directionnel adapté au client ! » (Adeline, directrice d'un des magasins de l'enseigne de distribution)		
« Ils m'ont raconté comment ils avaient acheté leur champ, par une partie de belote, ils avaient gagné de l'argent et ils étaient allés l'acheter. 6 mois avant, ils étaient tous les deux, 6 mois après ils décèdent tous les deux à un mois d'intervalle l'un et l'autre. C'est souvent le cas, passé 80 ans, si l'autre qui a vécu 60 ans ensemble, l'un qui meurt, c'est souvent dans les petits villages, on se retrouve tout seul et c'est assez courant qu'ils meurent dans les jours qui suivent. Donc c'était, quelque part c'était beau, ils sont partis ensemble, c'est triste et beau. » (Julian, réalisateur-producteur)	Création libre, sortie de route	Narratif de soi, narratif introspectif

3.4. NARRATIVES DE SOI, NARRATIVES INTROSPECTIFS

Dans certains cas, l'entretien a donné lieu à une autre forme de narration : une narration de soi, une narration introspective. Cette autre forme de narration ne s'est manifestée que pendant les entretiens sur le terrain de la production cinématographique. Le terrain de la production cinématographique présente la particularité d'être assez enclin à l'expression des émotions et des pensées (Bart & Guber, 2002) et d'être assez familier avec la notion d' « interview ». Ainsi, certains répondants ont créé au sein de l'entretien des épisodes de création libre. Autrement dit, ils ont procédé à la narration d'un ou de plusieurs points qui leur tenaient particulièrement à cœur mais dont le chercheur ne leur demandait pas de faire la narration : vie privée, enfance, deuil, famille, sentiments. Ces épisodes de création libre ne sont pas simplement des parenthèses au sein de l'entretien, ils semblent se poser en dehors du temps de l'entretien, comme en témoigne cet extrait d'un entretien avec Julian (réalisateur-producteur) qui, alors que je pose la question suivante : « En tant que réalisateur, comment tu t'y prends pour partager ta vision ? », dévie à mi-parcours sur le décès de ses grands-parents :

> *« Ils m'ont raconté comment ils avaient acheté leur champ, par une partie de belote, ils avaient gagné de l'argent et ils étaient allés l'acheter. 6 mois avant, ils étaient tous les deux, 6 mois après ils décèdent tous les deux à un mois*

d'intervalle l'un et l'autre. C'est souvent le cas, passé 80 ans, si l'autre qui a vécu 60 ans ensemble, l'un qui meurt, c'est souvent dans les petits villages, on se retrouve tout seul et c'est assez courant qu'ils meurent dans les jours qui suivent. Donc c'était, quelque part c'était beau, ils sont partis ensemble, c'est triste et beau. » (Julian, réalisateur-producteur)

Ce verbatim fait partie des cas extrêmes, des paroxymes de ces narrations. Ces épisodes de création libre sont souvent inattendus et peuvent d'ailleurs dérouter le chercheur. En témoigne ce moment avec Julian qui, de toute évidence, s'est bien rendu compte de sa digression en m'avouant que, de fil en aiguille, il ne savait plus quelle était ma question. Il me l'a alors redemandée, j'ai répondu ceci : « Tu m'as emmenée *en dehors* », tout en pensant – sans oser le dire – qu'il m'avait perdue, et en relançant juste après la question que j'avais également fini par oublier.

Ces épisodes de décentrement, de « sortie de route », de création libre, lors desquels les individus engagent une narration intime sur l'objet de leur choix, se posent en rupture avec l'entretien.

4. DISCUSSION

4.1. AU-DELA DE L'ENTRETIEN COMME CO-CONSTRUCTION D'UNE COMPREHENSION

Le moment de l'entretien crée un rapport singulier entre le chercheur et le répondant puisque nous co-construisons une compréhension. L'entretien n'est d'ailleurs pas une situation naturelle, c'est au contraire un épisode artificiel inédit pour la plupart des répondants (sauf dans le cas des professions exposées aux interviews). C'est un moment pendant lequel le chercheur, par le biais du cadre de l'entretien, est autorisé à inviter le répondant à produire une narration (qui peut s'avérer réflexive) qu'il ne produirait peut-être pas en dehors de ce cadre. Ainsi, l'entretien permet également une prise de hauteur sur son travail. Il ne s'agit pas uniquement de délivrer des informations (le répondant comme informant, comme « canal d'informations »), il ne s'agit pas non plus uniquement de co-construire un sens et une compréhension, c'est également co-produire une élévation des deux intervenants – le chercheur et le répondant - sur le propre objet - de recherche pour l'un, de travail pour l'autre.

4.2. Statut de l'entretien au regard de la recherche-intervention

L'entretien est souvent représenté comme neutre, comme extérieur aux organisations, c'est ce moment de « pause », contrairement à la recherche-intervention qui jouerait un rôle perceptible, palpable, voire mesurable dans la vie des organisations. Cette recherche invite à penser les entretiens comme également détenteurs de ce pouvoir : celui de produire de la narration - parfois réflexive -, et de fait également celui de produire du savoir, de l'apprentissage, du changement, voire une narration thérapeutique. Les perspectives qu'apporte la littérature sur le sensemaking, montrant le lien entre les narratifs et la capacité d'action (Weick, 1995), sont en cohérence avec ce que nous encourageons : développer et comprendre davantage, par le biais des narratifs, ce que l'entretien permet au répondant de produire comme savoir, comme levier d'action, comme transformation de perspectives.

4.3. Ethique et Responsabilite : quelles perturbations l'entretien cause-t-il ?

Si l'entretien n'est pas neutre, s'il peut amener le répondant à une simple narration, à des réflexions, des changements, des actions – ce que nous percevons comme un atout de l'entretien -, peut-il présenter un versant moins bénéfique ou, en tout cas, plus délicat ? Inviter (voire encourager) les répondants à répondre à nos questions, à développer des narratifs, cela est-il neutre éthiquement ? Cela est-il sans conséquence ? Quelle(s) perturbation(s) puis-je causer ? Certaines thématiques et certains axes de recherche approchent de près l'intimité des répondants : le bien-être au travail, la santé au travail, le couple au travail, etc. Doit-on toujours considérer que les entretiens sont neutres et sans impact sur la vie des individus que nous rencontrons en entretien ?

4.4. De la reflexivite du repondant a la reflexivite du chercheur

Lorsque le chercheur a lui-même conscience de ce qu'il produit, il est réflexif, et cela enrichit immédiatement sa propre recherche. (à développer)

Bibliographie

Alvesson, M. (2003), « Beyond neopositivists, romantics, and localists: a reflexive approach to interviews in organizational research", *Academy of Management Review*, vol. 28, n°1, 13-33

Barry, D., M. Elmes. (1997). Strategy retold: Toward a narrative view of strategic discourse. *Academy of Management Review*. 22(2) 429–452.

Bart, P., & Guber, P. (2002). *Shoot out: Surviving fame and (mis)fortune in Hollywood*. New York: G.P. Putnam's Sons.

Becker, H., S. (2002), *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, La Découverte

Blanchet, A. & Gotman, A. (2007). *L'entretien* (seconde édition), L'enquête et ses méthodes, Armand Colin, Paris (première édition : 1992)

Bourdieu (1993), « Comprendre », dans *La Misère du monde*, Paris, Seuil

Dejours, C. (1990). « Nouveau regard sur la souffrance humaine dans les organisations » in Chanlat, J.-F., ed : *L'individu dans les organisations : les dimensions oubliées*, PUL

Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S.(Eds) (2005), The SAGE handbook of qualitative research, 3rd ed

Dreyfus, H. (1991), *Being-in-the-World*. Cambridge, MA : MIT Press.

Dumez, H. (2013), *Méthodologie de la recherche qualitative*, Vuibert, Paris

Flory, M., & Iglesias, O. (2010). "Once upon a time", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 23, 2 pp. 113 - 119

Gergen, K. 1994. Realities and Relationships Soundings in Social Construction. Harvard University Press, Boston.

Gioia, D. A & Mehra, A. (1996). « Sensemaking in organizations », *Academy of Management Review*, 21, 1226-31

Giordano, Y. (2003), *Conduire un projet de recherche, une perspective qualitative*, les essentiels de la gestion, éditions ems

Gotman, A. (1985), « La neutralité vue sous l'angle de l'E.N.D.R. », dans Blanchet A., dir., *L'Entretien dans les sciences sociales*, Paris, Dunod

Granick, J.L. (2005), « Reflective practice in a psychotherapy class ». Course paper (PuAd 6880), Department of Public Affairs and Administration, California State University, East Bay (28 April)

Holstein, J. A. & Gubrium, J. (1997). Active interviewing. In D. Silverman (Ed.), *Qualitative research*: 113-129. London: Sage

Kaufmann, J-C (2014). *L'entretien compréhensif* (troisième édition), L'enquête et ses méthodes, Armand Colin, Paris (première édition : 2011)

Labov, W. & Fanshel, D. (1977). *The Therapeutic Discourse*, New York, Academia Press

Sandberg & Tsoukas (2014), Making sense of the sensemaking perspective: its constituents, limitations, and opportunities for further development, *Journal of Organizational Behaviour*

Schneider, B. (2000) Managers as evaluators: invoking objectivity to achieve objectives. *Journal of Applied Behavioural Sciences*, 36: 159-173
Silverman, D. (1993), *Interpreting qualitative dates*. London: Sage

Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*, Sage, Thousand oaks, Californie, U.S.A.

Thietart, R.-A. et coll. (2007), *Méthodes de recherche en management*, Dunod, 3e édition