

Prof. : Janine Dahinden

Ass. : Giada de Coulon

Rapport final

Recherche dans un salon de coiffure : la négociation de la coupe de cheveux

TABLE DES MATIERES

1. Introduction.....	3
2. Problématique et questions de recherche.....	3
3. Ancrage théorique : interactionnisme et phénoménologie.....	3
4. Méthodologie et méthode : présentation et explication.....	5
5. Analyse.....	7
6. Lecture critique de la recherche.....	10
7. Conclusion.....	12
8. Bibliographie.....	13
9. Annexes.....	15
9.1. Grille d'entretien.....	15
9.2. Codage de l'entretien.....	16

1. Introduction

Ce travail est la synthèse théorique et méthodologique de mon terrain effectué dans un Salon de coiffure. Mon intérêt pour le sujet s'est confirmé lors d'un rendez-vous chez le coiffeur. J'avais été sensible aux interactions qui se déroulaient dans le salon, et au type de rapport que j'avais entretenu avec la coiffeuse. Celle-ci m'avait conseillé et appuyé mon choix de coupe et de coloration. Je m'étais sentie en confiance et supportée.

Ma motivation découle également du dernier colloque de la Société Suisse d'Ethnologie « Transformations »¹. Certaines interventions m'avaient rendue attentive au fait que tout était susceptible d'être analysé anthropologiquement. Les domaines relevant principalement du sens commun, les pratiques quotidiennes sont particulièrement pertinentes en ce qu'elles disent de notre contexte de vie. Cette approche permet un regard réflexif sur nos sociétés, ce qu'on appelle l'ethnologie du proche.

Lorsque j'interroge mon sens commun, il me semble que la visite chez le coiffeur condense des enjeux relatifs à l'image sociale de soi. Le salon de coiffure serait donc un lieu d'enjeux symboliques, qui se jouent particulièrement dans la relation entre coiffeuse et cliente. Ma connaissance éémique du sujet constitue une issue méthodologique clef que je développe ultérieurement dans le travail.

2. Problématique et questions de recherche

L'angle sous lequel j'examine le salon de coiffure est celui des interactions. Je me penche sur les relations entre coiffeuses et clientes, en me centrant particulièrement sur la perspective d'une coiffeuse. Lors de mon observation exploratoire, j'ai remarqué que les coiffeuses aménageaient un temps préalable de discussion concernant la coupe et explicitaient les démarches effectuées en faisant des ajustements selon les désirs de la cliente tout au long du processus. Cette étape de discussion préopératoire durant laquelle la coupe est décidée me semble être pertinente à l'analyse sociologique. Les coiffeuses mettent en jeu des capacités interpersonnelles de communication et de négociation pour arriver à un accord qui satisfasse les deux parties.

Mon étude a l'ambition d'examiner la manière dont la coiffeuse sur laquelle j'ai centré mon étude, Mme C., est engagée dans un processus de négociation de la coupe avec la cliente, et d'envisager comment Mme C. met en jeu des capacités d'interaction au cours du processus.

Face au questionnement de la centralité de la négociation de la coupe, plusieurs sous-questions émergent : Quelle est l'importance d'une telle étape pour la coiffeuse dans ses activités ? Comment la coiffeuse interagit avec la cliente, perçoit ses envies, et aboutit avec la cliente à un accord sur la coupe dans cette première étape de dialogue ? Quels savoirs sont mis en jeu de la part de la coiffeuse ? Sur quoi portent les négociations ?

3. Ancrage théorique : interactionnisme et phénoménologie

Dans ce travail, j'assume une position constructiviste, plus particulièrement orientée vers l'interactionnisme de l'Ecole de Chicago et la phénoménologie d'Alfred Schutz. Ces approches adoptant un focus individuel me semblent adéquates à opérationnaliser pour mon type de problématique : les interactions de négociation entre cliente et coiffeuse sont des processus interindividuels pertinemment analysables par une « microsociologie » (Winkin, 1981 : 93).

¹ Le Colloque a eu lieu le 13-14 novembre 2009 à Neuchâtel.

Commençons par une définition de l'interaction. Goffman décrit l'interaction comme « l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence physique immédiate les uns des autres » (1973 a: 23)¹. Les individus engagés dans une interaction agissent mutuellement l'un sur l'autre.

Cette dialectique se forge sur la base d'une définition de la situation relativement partagée, sans laquelle les individus ne peuvent communiquer. Cette définition de la situation est en même temps la base de l'interaction et son résultat. Chaque individu donne un sens différent aux phénomènes, c'est-à-dire, a une vision du monde subjective. Lors d'une interaction, les parties impliquées interprètent la situation des autres, ce qui influence en retour leur interprétation de la situation. Schutz l'explique ainsi: « Interpretations of my situation and mine of theirs codetermine the meaning this situation has for me » (Schutz in Rogers, 2000: 375).

Le psychologue social Wertsch (1988) parle de la création d'un troisième espace: les interprétations réciproques lors d'une interaction donnent naissance à une troisième situation, la situation d'interaction, qui a un sens partagé. Sur des observations d'interactions entre mères et enfants, il fonde une théorie selon laquelle la définition de la situation interpsychologique par les deux parties (chacune ayant une définition intrapsychologique) est la base de l'intersubjectivité.

Wertsch souligne qu'il y a différents niveaux d'intersubjectivité. La définition de la situation, le sens donné aux événements peut être plus ou moins partagé. En me référant à Schutz, à Wertsch et à Goffman, je pense que le niveau d'intersubjectivité dépend de la mobilisation différentielle du « stock de connaissance » (Schutz, cité dans Roger, 2000). Le « stock social de connaissance » fait appel, selon moi, à une interaction anonyme. Schutz nomme cette sphère de relation le « Mitwelt » (Isambert, 1989 : 311). Les individus interagissent de manière standardisée grâce à des types socialement construits. Autrui est objectifié selon une catégorie, un rôle social. Goffman définit ces relations d'« anonymes » (1973 b: 182) et basées sur une perception de la façade d'autrui qui se divisent en caractéristiques d'apparence (sexe, genre, âge, taille, etc.) et en rôle social (1974 : 29-33).

Les relations qui ont un niveau plus élevé d'intersubjectivité sont placées dans ce que Schutz nomme l'« Umwelt » (Isambert, 2009 : 311). Le type de connaissances mobilisé est un « stock subjectif de connaissance ». L'autre est conçu comme une personne unique dans une situation spécifique. L'interaction est moins médiatisée par les catégories sociales. Goffman parle de relation « ancrée » (1974 : 182). Mais il rend attentif au fait que les relations anonymes et ancrées ne peuvent pas se distinguer aussi aisément (1973 b: 182-3). Entre méconnaissance/intimité et anonyme/ ancrée, il n'y a pas de lien de causalité, les échanges sont une réalité plus complexe. Il souligne par exemple qu'il est possible d'avoir des relations agréables et personnelles avec un inconnu.

Le processus qui conduit à une définition de la situation partagée est la négociation : les deux parties abandonnent leur propre définition de la situation temporairement pour en adopter une troisième propice à la communication. Rommetveit souligne que le langage est un outil plastique permettant la négociation d'une situation d'intersubjectivité :

Le problème basique de l'intersubjectivité humaine se traduit par la question du sens et des conditions selon lesquelles deux personnes qui initient un dialogue peuvent dépasser leurs différents mondes privés. Les bases linguistiques de cette entreprise ne constituent pas un répertoire fixe de signifiés « littéraux » partagés, mais des brouilleurs contractuels, de caractère très général et partiellement négociés. (Rommetveit, in Wertsch 1988: 7)²

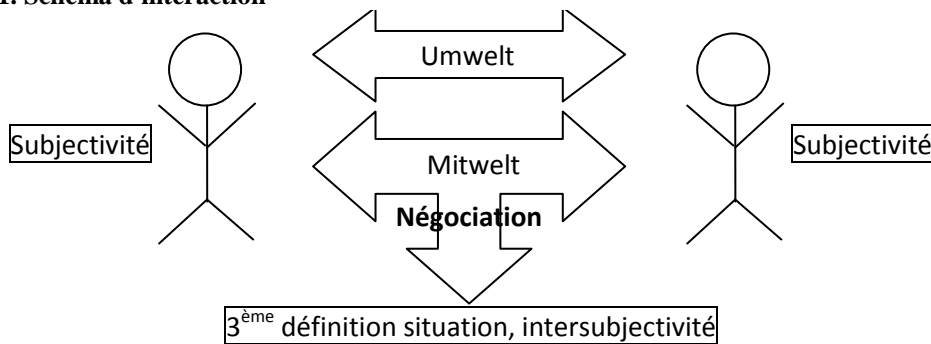
¹ La présence simultanée n'est aujourd'hui plus nécessaire grâce aux moyens de communication tels qu'internet, avec skype, par exemple, ou les téléphones portables.

² Traduit de l'espagnol: "El problema básico de la intersubjetividad humana se convierte en la cuestión sobre qué sentido y bajo qué condiciones dos personas que inician un diálogo pueden exceder sus diferentes mundos privados. Las bases

La négociation a lieu car il y a multiplicité d'objectifs (Strauss, 1992 : 97), de subjectivités. Les résultats de la négociation sont limités temporellement, « ils seront à l'occasion revus, réévalués, révisés, révoqués ou renouvelés » (1992 : 250).

En bref, deux individus en interaction situés dans le « Mitwelt » cherchent un terrain d'entente commun. Ils évaluent mutuellement leur subjectivité, ils négocient une troisième définition de la situation. Cet accord, cette intersubjectivité est le substrat temporaire à la base duquel les individus communiquent (figure 1.).

Figure 1. Schéma d'interaction



4. Méthodologie et méthode : présentation et explicitation

Méthodologie : La méthodologie que j'ai choisie est la Grounded Theory, ou théorie ancrée : je tente de construire une analyse sur la base des données empiriques recueillies. Comme Strauss et Corbin la définissent,

une théorie fondée est une théorie qui découle inductivement de l'étude du phénomène qu'elle présente. C'est-à-dire qu'elle est découverte, développée et vérifiée de façon provisoire à travers une collecte systématique des données et une analyse des données relatives à ce phénomène. Donc, collectes de données, analyse et théorie sont en rapports réciproques étroits. (Baszanger, 1992 : 53)

Le propre d'une perspective ancrée est de concevoir la recherche comme un dispositif permettant le mouvement entre les phases et les textes produits. Le chercheur est engagé dans un processus circulaire de comparaison entre les différents produits de la recherche. Ces textes¹ et le terrain dialoguent et fonctionnent comme une validation/ contre-validation constante des hypothèses avancées (Strauss, 1992 : 284-7). La littérature scientifique, comme d'autres types de données, est intégrée de la sorte qu'elle facilite l'émergence de la théorie du terrain et qu'elle la mesure. Corbin et Strauss continuent ainsi : « On ne commence pas avec une théorie pour la prouver, mais bien plutôt avec un domaine d'étude et on permet à ce qui est pertinent pour ce domaine d'émerger. » (1992 : 53).

Echantillon : Lors du processus de recherche, je me suis concentrée sur une seule personne (Focus Group excepté). Mon choix s'explique par de nombreuses raisons. Premièrement, comme je disposais de moyens limités, l'étude d'une personne m'a permis de récolter suffisamment de données pour les exigences posées.

Deuxièmement, comme j'adhère aux postulats de la théorie ancrée et féministes je considère qu'il existe autant de réalités que d'individus et de situations : chaque personne, dans une situation spécifique, construit du sens, à partir de ses connaissances sociales et biographiques.

lingüísticas para esta empresa no constituyen un repertorio fijo de significados "literales" compartidos, sino unos borradores contractuales, de carácter muy general y parcialmente negociados"

¹ (transcription des différentes méthodes de récolte de données, codages, littérature scientifique, littérature grise, etc.)

Patricia Hill Collins soutient que « no two individuals occupy the same social space ; thus no two biographies are identical » (Hill Collins, 1991 : 227). Un phénomène n'existe pas par essence, comme le postule le positivisme (Poupart, 1997: 181). Ainsi, me centrer sur un individu est justifié, car la représentativité et la généralisation des données n'ont pas de sens dans ma recherche : « theoretical sampling- that is, sampling to develop the researcher's theory, not to represent the population » (Charmaz, 2001: 689), pour autant que la recherche soit méthodologiquement bien menée. Clifford parle de « partial truth » pour désigner deux postulats (Clifford, 1986): il n'existe pas un corpus complet de la connaissance d'une société, quand bien même l'ethnologue tenterait de multiplier au maximum les interlocuteurs. La société serait, comme il le qualifie, « full of holes » (1986 : 7). En deuxième lieu, l'ethnologue ne peut pas rendre compte de la société de l'Autre comme un tout cohérent et exhaustif car cette dernière elle-même contradictoire serait alors essentialisée.

Troisièmement, l'échantillon unique constitue une piste méthodologique qui m'intéresse et que je désire continuer lors d'autres recherches. Pour cette étude, l'échantillon d'une seule personne convient particulièrement à mon approche microsociologique. De plus, j'ai constaté la richesse des propos et des connaissances de mon interlocutrice. Cela m'a donné envie d'approfondir mes échanges avec elle. J'avais d'abord choisi cette interlocutrice (Mme C.) car elle était la patronne de l'entreprise en question. Je m'étais tournée vers elle pour débiter mon terrain. J'ai décidé de continuer de travailler avec elle après l'entretien pour la qualité des informations explicitées, ainsi que pour la relation de confiance entamée entre nous.

Entretien : Je centre mon analyse sur un seul entretien mené avec mon interlocutrice. Il se situe en aval de l'observation exploratoire effectué dans le Salon de coiffure et en amont d'un Focus Group et d'une analyse de réseau. Je me concentre uniquement sur cet entretien pour plusieurs raisons : l'analyse de réseau que j'ai effectué n'est pas d'assez bonne qualité méthodologique pour être analysée. Je n'avais pas bien saisi la démarche et n'avais pas eu suffisamment le temps de préparer ma grille d'entretien. J'aurais pu intégrer le focus group dans le travail, mais je pense qu'une analyse approfondie de l'entretien m'apporte qualitativement plus à niveau méthodologique. L'entretien s'insère bien dans la méthodologie de la Ground Theory (Charmaz, 2001 : 676), ainsi que dans mon type de problématique.

Mon choix d'univocalité des données théoriques pose cependant des questions de viabilité de mes propositions théoriques. Je ne fais pas complètement appel à ce que Flick appelle la « triangulation » des perspectives (Denzin & Lincoln, 2005 : 5). Ce dernier considère essentiel de faire dialoguer entre elles les données empiriques, les observateurs et les méthodologies.

L'entretien mené avec la cheffe des coiffeuses est un entretien semi-directif, ce qui me m'a permis un contrôle général tout en pourvoyant le dialogue d'une certaine fluidité (Charmaz, 1997 : 676). Il a eu lieu dans l'arrière salle du salon de coiffure. Mon ambition était d'explorer les premières pistes d'analyse soulevées lors de l'observation, d'approfondir mes questionnements et d'ouvrir de nouvelles voies interprétatives.

Après avoir demandé la permission à mon interlocutrice, j'ai enregistré l'entretien que j'ai ensuite retranscrit mot à mot. Ce type de transcription m'a permis de rester le plus proche du dialogue d'entretien, alors qu'un résumé m'introduisait déjà trop dans l'interprétation. Une transcription selon les conventions n'apportait pas beaucoup et aurait été davantage utile dans une analyse séquentielle du récit de vie de mon interlocutrice, ou d'une interaction entre plusieurs informateurs (focus group, observation, etc.).

Codage: J'ai d'abord procédé à une lecture générale de l'entretien (Flick, 2006: 315-17). Cette démarche introductive au document m'a permis d'avoir une idée d'ensemble de l'entretien et d'en relever quelques idées analytiques. J'ai également pu dégager les passages pertinents à ma problématique. Cette phase m'a facilité l'étape suivante d'open coding.

J'ai ensuite poursuivi en codant théoriquement les données (Charmaz, 2001): j'ai dégagé après trois lectures, différents codes qui se divisent en trois niveaux d'abstraction différents. L'open coding est le plus proche des données. Il reprend des termes employés par mon interlocutrice. L'axial coding se base sur l'open coding. C'est un type de code faisant entrer des termes étiques de la problématique. Il est plus analytique et théorique que le précédent. Le focused coding est un nom générique contractant, résumant les autres codes. Il n'est pas autosuffisant mais a besoin des autres codes pour être compris. Il reprend soit les mots de mon interlocutrice ou des termes étiques. Ainsi, j'ai effectué un processus de généralisation progressif avec des catégories résumant les précédentes:

They [the codes] are formulated first as closely as possible to the text and later more and more abstractly. Categorizing in this procedure refers to the summary of such concepts into generic concepts and to the elaboration of the relations between the concepts and the generic concepts or categories and superior concepts. (Flick, 2006: 296).

Je dois préciser que je n'ai pas codé la totalité des données. J'ai uniquement apposé des codes aux données faisant échos à ma problématique.

J'ai insérés les trois types de codes dans un tableau à 4 entrées. La quatrième colonne était destinée au nom du code (C1, C2, etc.). J'ai surligné l'extrait d'entretien à partir duquel j'avais créé le code en y insérant un commentaire (Word) portant le nom du code (voire point 9.2.). Je me suis inspirée du programme informatique de traitement des données Atlas-ti en marquant le texte¹.

Le codage thématique n'avait ici pas de sens, car je n'avais pas de matériel à comparer, me basant sur un unique entretien. Comme les données dont je disposais étaient passablement rythmées par mes interventions, je ne pouvais pas mener une analyse séquentielle. L'étude de la manière dont mon interlocutrice passait d'une thématique à l'autre n'était pas possible.

Terminologie : Une grande faille de ma recherche concerne la non prise en compte du concept de genre. J'ai que très peu questionné les catégories genrées, tant au niveau de ma problématique (est-ce que la phase de dialogue diffère pour les hommes et les femmes et si oui, comment ?) que de la terminologie employée. Etant partie d'un présupposé que les clientes étaient des femmes, bien que ce Salon coiffe également les hommes, j'ai uniquement posé mes questions d'entretien par rapport aux clientes et pas aux clients. La coiffeuse m'ayant répondu concernant les clientes, je n'ai pas généralisé aux hommes et ai utilisé la même terminologie pour le développement de mon analyse : je parlerai donc des clientes.

5. Analyse

Je commencerai l'analyse par une phrase de James Bay: "I'm not sure I can tell the truth...I can only tell you what I know" (in Clifford, 1986: 8). L'interprétation que je construis est non seulement empreinte des conventions rhétoriques académiques mais contient différents niveaux allégoriques (1986: 98-121). Je ne peux raconter les données d'entretiens que relativement empreints de mes systèmes symboliques et au moyen d'un réseau de symboles communs à la société occidentale. Ainsi, la vérité au sens objectif du terme n'a pas de sens aux vues de médiations subjectives (symboliques et rhétoriques) inexorables à toute recherche (cependant à niveaux très différents).

J'ajouterais un troisième élément inhérent à la construction des interprétations: le contexte d'énonciation, les « conditions de production de discours » (Poupart, 1997: 202). La situation

¹ (bien que word n'offre pas les possibilités d'Atlas-ti, comme la liaison des catégories entre elles, le changement des codes, etc.)

d'entretien, les conditions et les enjeux de la recherche, le contexte socio-historique sont des éléments pertinents à prendre en compte lors de l'analyse des données d'une recherche. Dans mon cas, il est intéressant d'analyser le contexte particulier d'entretien : le contexte professionnel (salon de coiffure), l'endroit (arrière-salle du salon) caché à l'écoute et aux regards des employées, la personne interviewée (patronne du salon), son statut d'interviewée par rapport aux autres coiffeuses, etc. Je ne m'attarderai pas sur ce dernier point car il nécessiterait une recherche plus poussée.

Mme C. a confirmé mes observations au sujet de la centralité de l'étape première de dialogue entre coiffeuse et cliente. C'est le moment le plus difficile et auquel elle accorde beaucoup d'importance. A ma question, qui traitait de la manière dont elle faisait une coupe à une cliente, sa réponse portant uniquement sur cette phase de dialogue est un élément révélateur de l'aspect crucial de cette étape. A propos de la dite phase, Mme C. raconte :

Moi personnellement je pense que... c'est 70% du travail qui est fait si ce point-là est réussi. (Mme C.)

La réussite dont parle Mme C. est le résultat d'un processus de négociation entre elle et la cliente pour arriver à un accord qui satisfasse les deux parties. La négociation est le processus qui mènerait à la définition d'une troisième situation commune, l'intersubjectivité. Je vais décrire maintenant ce processus. Je dois tout d'abord signaler que le processus ainsi décrit concerne les clientes qui viennent la première fois chez Mme C. Je reviendrai plus tard dans l'analyse sur ce point.

La négociation s'ancre dans les capacités de perception de Mme C. Je pense que sa profession stimule cette acuité qu'elle a particulièrement développée. Mon interlocutrice fait appel à plusieurs catégories de connaissances. Premièrement, elle capte la façade personnelle de la cliente grâce à son stock social de connaissance. La coiffeuse essaie de juger de la « personnalité » de la cliente, du « style entièrement de la beauté de la personne », elle voit sa « mobilité » (référence peut-être à l'âge de la cliente). Ensuite au fur et à mesure du dialogue qu'elle motive, elle va utiliser un stock subjectif de connaissance. Les deux moyens d'envisager la cliente sont : l'écoute et le ressenti. L'écoute fait d'avantage allusion à la perception d'attentes explicites de la part de la cliente. Le ressenti se base sur le décryptage des implicites. Cette capacité est majoritairement mobilisée, car même en parlant de désirs explicites des clientes, mon interlocutrice utilise le mot « sentir » :

Donc si je sens qu'elle a une idée très précise sur ce qu'elle aimerait comme longueur, comme forme, comme style, je commence par l'écouter en lui posant des questions ouvertes. Ensuite si par contre je sens qu'elle a besoin d'être guidée, moi je vais peut-être appuyer aussi sa décision par des conseils, si je sens qu'il y a quelque chose que je peux renforcer ou harmoniser selon... (Mme C.)

Je pourrais postuler qu'il y a une grande part d'implicites dans les attentes explicitées par la cliente. Ainsi, le ressenti est l'outil principal de la coiffeuse pour décoder la cliente et s'en former une représentation :

Mais c'est ce qu'il y a de plus difficile, disons de ressentir le style de la personne et ses attentes, donc là j'y accorde beaucoup d'importance. (Mme C.)

Elle qualifie même cette phase de « psychologique ». Je propose qu'une grande quantité d'informations est communiquée implicitement par la cliente. La coiffeuse doit se créer mentalement une représentation de celle-ci à partir des échanges à dominante implicite, qu'elle canalise ensuite dans une coupe de cheveux. C'est une étape holiste, c'est-à-dire où elle essaie de saisir la personne dans sa totalité afin de concevoir au mieux la coupe convenant aux désirs

de la cliente. Ainsi, elle « incorpore tout, toutes les questions sur le style entièrement de la beauté » (Mme C.).

Si elle doute de sa représentation, elle utilise alors des outils qui l'aident à matérialiser sa pensée et à la confronter à la représentation de la cliente :

J'essaie toujours de représenter ça en image, donc ça enlève pas mal de flou de représentation personnelle. Si dans le conseil je ne suis pas certaine de ce qu'on me demande, je vais essayer de trouver des images en rapport pour conforter sa décision. (Mme C.)

Afin d'optimiser les conditions d'interaction favorisant la construction d'une compréhension commune, la coiffeuse s'assoit « à côté d'elle pour que le dialogue soit au même niveau, et qu'elle [la cliente] se sente à l'aise » (Mme C.). Elle privilégie également un regard direct entre elle et la cliente. C'est l'unique phase, avec la finalisation de la coupe, pendant laquelle elle ne regarde pas la cliente à travers un miroir.

Grâce à ses connaissances professionnelles, Mme C. peut anticiper le résultat d'une coupe chez une cliente. Des critères tels que « la texture des cheveux, leur structure, ce qu'elle en fait elle-même, comment elle se coiffe, comment elle envisage l'avenir avec ses cheveux, et selon la forme » sont des points qu'elle prend en compte dans la négociation de la coupe, additionnés aux éléments ressentis. Si la coiffeuse se rend compte d'un écart entre la représentation de la cliente et la sienne, qui s'enrichit de connaissances professionnelles sur la physionomie, elle signale diplomatiquement cette différence à la cliente :

Oui alors je la rends attentive aux différences dans ses choix. Si elle a une image, alors je, comme j'arrive un peu à anticiper le résultat par rapport à la demande, s'il y a une trop grande différence de texture ou de style, je vais un peu soulever ce point-là pour créer un peu en elle peut-être une réflexion. (Mme C.)

La coiffeuse accorde beaucoup d'attention à l'établissement d'un contrat préalable partagé. Elle ne dit y prêter d'autant plus de soin pour éviter un changement dans la définition de la coupe, qui occasionne l'inconfort des deux parties. La cliente peut se sentir angoissée par l'insécurité du changement et la coiffeuse déstabilisée dans son travail :

Mais c'est vrai que j'aime accorder le plus d'importance à ce premier temps pour que ça [changement] arrive le moins possible. Parce que ça crée un inconfort, enfin des deux côtés. Dans le travail, et puis même pour la cliente j'imagine qu'elle, en sachant qu'elle n'est pas sûre de ce pas, ça lui crée une angoisse. (Mme C.)

De même, si la Mme C. et sa cliente n'arrivent pas à créer un espace d'intersubjectivité, Mme C. est dans l'impossibilité de coiffer et est obligée de revenir à la phase de dialogue pour préciser ses représentations :

Mais ça arrive que dans cette étape heu, voilà il y a une barrière qui est infranchissable. Ben voilà, ça m'est déjà arrivé de commencer un travail et puis de m'arrêter et de me rasseoir et puis de dire « ben voilà, il faut que vous expliquiez là, je suis partie dans le mauvais sens ». Ça m'est arrivé une fois. De dire aussi « vraiment je ne sais pas où je vais » ben c'est très déstabilisant. (Mme C.)

Ces relations au départ entre inconnu s'approfondissent, la discussion s'amorce. Le niveau d'intersubjectivité change au fur et à mesure de l'interaction. Les deux personnes construisent une nouvelle définition de la situation partagée, à partir d'échanges explicites et implicites, de mise en œuvre de leur stock subjectif de connaissance. Je ne pense pas que le stock social de connaissance ne soit plus mobilisé, mais le dialogue me paraît être dominé par le stock subjectif de connaissance. La négociation est donc une construction réciproque d'une représentation partagée par la cliente et la coiffeuse. La cliente fait part de ses envies, qu'elle n'a pas forcément matérialisée en une représentation précise, par des voies diverses (implicite, explicite). La coiffeuse mettra en jeu ses connaissances sociales et ses capacités de perception, principalement

le ressenti pour se représenter la cliente, en s'aidant parfois de photos. La coupe, l'objet de négociation, sera le résultat de la confrontation entre la représentation de la cliente et de la coiffeuse. A travers la négociation s'établit une relation de confiance, une intersubjectivité. La coiffeuse m'a dit qu'elle n'effectuait pas de la même manière le premier dialogue si elle avait déjà coiffé la cliente. Dans ce cas, elle peut faire l'économie de la première phase en se référant au rendez-vous précédent. L'intersubjectivité passée constitue la base de la nouvelle définition de la situation. La coiffeuse actualise les représentations de la cliente pour la visite suivante.

6. Lecture critique de la recherche

Dans ce chapitre, je vais porter un regard critique sur la conception de la recherche et sur l'entretien que j'ai mené.

Epistémologie : Le point faible majeur de ma recherche est le manque de problématisation du genre. Comme je l'ai mentionné plus haut, mes préjugés (les femmes vont plus souvent chez le coiffeur) se sont matérialisés dans la conception de ma grille d'entretien. Peut-être ais-je généralisé à partir de l'observation préalable menée dans le salon, au cours de laquelle il n'y avait que des clientes. Dans le cadre d'une recherche plus poussée, j'explorerais cet aspect de la sorte: quel est le public du salon de coiffure ? Est-ce que la phase préliminaire de dialogue est-elle également présente pour les hommes ? Si oui, comment prend-t-elle forme ?, etc.

Je n'ai également pas questionné mon positionnement en tant que chercheuse. En quoi mon statut, ma classe sociale, mon genre, ma couleur de peau, mon éducation ont influencé ma relation avec la coiffeuse et biaisé les résultats de ma recherche ? Les approches féministes auraient été un apport nécessaire dans la conception de mon étude. Nancy Naples souligne l'importance de la conscientisation du positionnement du/ de la chercheur-se pour se distancier au sujet et éviter ainsi d'y surimposer ses propres interprétations :

[...] if researchers fail to explore how their personal, professional, and structural positions frame social scientific investigations, researchers inevitably reproduce dominant gender, race, and class biases. (2003: 3)

L'ethnologie du proche est peut-être d'avantage encline aux entrecroisements des données ethnographiques et interprétations du/ de la chercheur-se car il/ elle puise dans son sens commun de manière plus ou moins consciente pour construire son sujet d'étude.

Problématique : Ma problématique est trop imprécise. Elle focalise bien le moment que je considère pertinent d'analyser, mais n'ouvre pas la « boîte noire ». Je n'arrive pas à développer un angle qui tente de lier les éléments entre eux. Mes interprétations ne donnent donc pas une vision unitaire du phénomène étudié. Je pense, entre autres, que le manque de centration sur la coiffeuse dans la formulation de ma problématique joue un rôle dans son indétermination. Je n'ai pas assumé la partialité de mon échantillonnage et ai voulu dépeindre un tableau général. Je sentais que les clientes étaient importantes dans le processus, et ai voulu les inclure dans la problématique tout en les excluant de mon échantillon. J'ai peut-être inconsciemment adhéré à l'idéologie positiviste qu'il était possible de tirer d'un exemple un modèle généralisable et universel.

La conception de ma problématique est relativement formatée par mes pré-constructions : j'ai orienté ma problématique en fonction de perceptions subjectives, qui n'étaient pas forcément partagées par Mme C. La problématique que j'ai adoptée est de ce point de vue questionnable. Découle-t-elle d'une distorsion de la réalité ? Est-ce que j'ai excessivement construit le dit

processus de négociation ? En mettant l'emphasis sur cette phase, j'ai peut-être oublié d'autres temps-forts de la relation entre coiffeuse et cliente.

Méthodologie : J'aurais également dû m'appuyer sur des lectures théoriques sur le thème bien plus tôt dans le processus de recherche. J'aurais pu m'inspirer des concepts développés pour rediriger mes pistes d'analyse et explorer de nouvelles questions. D'une autre manière, cette méthodologie m'a peut-être permis de construire l'étude à partir de données, bien que les interprétations individuelles modulent la recherche de la même façon que la littérature scientifique.

Entretien : Mes questions d'entretien couvrent de manière satisfaisante l'avancement théorique que j'avais au moment de conceptualiser la grille (voire point 9.1.). Je les ai majoritairement toutes posées lors de l'entretien, pas forcément dans leur énonciation d'origine. Les questions formulées sur le vif sont plus nombreuses que les questions de la grille. C'est peut-être une preuve de la semi-directivité de l'entretien que j'ai mené : j'ai interagi de manière flexible en posant des questions relatives à ma problématique. Mais cette fluidité m'a induite à faire des formulations fermées, de type « est-ce que » qui ont provoqué des réponses courtes et analytiquement pauvres. Sur 10 questions non préparées, seules 4 sont ouvertes.

J'ai essayé pour certaines questions de mettre en situation par des exemples que je considérais concrets, mais qui a posteriori ne l'étaient pas. En voici une :

Et donc est-ce qu'il y a aussi des mécompréhensions pendant cette première phase où vous discutez, est-ce que par exemple pendant le processus, quand vous êtes en train de couper, est-ce que la cliente vous redirige, ou par exemple elle dit « ah ben vous pouvez couper la frange plus court »... ?

Je pense qu'il serait plus intéressant de préparer des questions mettant en jeu des exemples au sein de la grille d'entretien pour obtenir une réponse optimale.

Dans la formulation des questions, j'ai remarqué beaucoup d'hésitation de ma part, avec des questions ne se finissant pas ou se perdant. Je pense qu'affirmer plus fermement ma position de chercheuse, des implications que cela a pour l'interviewé, va m'aider à obtenir des réponses plus riches en contenu. De même, j'ai remarqué que je posais plusieurs questions en même temps. Je gagnerais à les poser l'une après l'autre.

J'ai tenté lors d'une question de m'impliquer en tant que personne dans le but de diminuer la distance entre mon interlocutrice et moi :

Parce que c'est quand même, d'être allée aussi comme cliente, de mon expérience, je sais que c'est assez, enfin ça demande, c'est beaucoup basé sur la confiance la relation pour la coiffeuse. Et c'est vrai que les cheveux, enfin l'image de soi en tant que cliente, en tant que personne, c'est hyper important. Donc je pense que la relation de confiance, ben vous en avez parlé aussi c'est assez basique. Donc vous prenez beaucoup de soin à la créer, à la maintenir...

Cette question n'en est pas une par définition, car elle ne comporte pas de marque interrogative. De plus, elle visibilise une grande quantité de mes présupposés : l'importance de l'image de soi, les cheveux comme un élément majeur de l'image de soi, la coiffeuse impliquée dans l'image personnelle de la cliente, l'importance de la relation de confiance, etc.

Je distingue donc une certaine surinterprétation dans mes questions d'entretien, surtout celles découlant relatives au dispositif matériel (miroir, meubles, espace). Elles n'ont pas suscité de réponses pertinentes. Je pense que la thématique n'était pas relevant pour mon interlocutrice, elle m'a parlé de logique économique et de relation avec les clientes dans sa réponse. Je dois encore travailler ma propre distanciation au sens commun, d'avantage que le sujet porte sur ma propre société.

Je n'ai pas demandé suffisamment d'explicitation des termes employés par Mme C., comme la *personnalité*, le *point psychologique*, le *rayonnement*, etc. Cette démarche me paraît a posteriori cruciale pour une interprétation émique des propos.

Codage : Le codage que j'ai adopté sur lequel j'ai basé l'analyse me paraît encore excessivement ancré dans les données d'entretiens. L'open coding est souvent une paraphrase ou une reprise identique des termes émiques employés par Mme C. Un travail « d'extraction » de l'analytique est encore nécessaire au codage.

Je constate également que la distinction entre les différents types de codage est floue. Je pense que l'élaboration continue des codes vers un degré d'abstraction plus élevé est l'un des mécanismes de non différenciation des codes.

7. Conclusion

L'interprétation des données récoltées lors de l'entretien me permet de postuler la phase première de dialogue comme une étape centrale dans le processus de coupe. La coiffeuse, grâce à ses capacités de perception, ressent les désirs de la cliente. Elles établissent ensemble une représentation du résultat du travail de la coiffeuse. Ainsi, pour Mme C., faire une coupe c'est avant tout créer un produit imaginé. Cela construit un espace d'intersubjectivité entre elle et sa cliente au travers de la négociation. Ce chemin, grâce à ses capacités de perception et de représentation, aboutit à l'accord et construit l'intersubjectivité.

Ces hypothèses sont le résultat d'une série de choix méthodologiques, que j'ai tenté de justifier au long de l'écrit. Les décisions méthodologiques se sont constamment interpénétrées dans le processus de recherche, passant de la transcription aux lectures théoriques, revenant à la grille d'entretien en passant par le codage.

Je finirai par deux prises de conscience méthodologiques majeures qui sont nées de mes expériences de terrains durant cette année. J'ai réalisé la nécessité de problématiser ma position de chercheuse, tant dans le terrain que dans l'écriture. J'ai fait le deuil de l'objectivité au sens positiviste du terme, ce qui m'octroie à parler en mon nom tout en distinguant ma position des lectures théoriques et du terrain.

Je me suis également aperçue de la nécessité d'explicitation de tous les choix faits lors d'une recherche. Je me suis rendu compte que cela m'oblige à davantage de transparence, mais aussi m'aide à cultiver la réflexivité de mon regard grâce à la mise à jour des raisons motivant mes décisions.

8. Bibliographie

BECKER Howard S.

2002. *Les Ficelles du métier : comment conduire sa recherche en sciences sociales*. Paris: Ed. la Découverte. 352 pp.

CHARMAZ Kathy

2001. « Qualitative Interviewing and Grounded Theory Analysis » in Jaber F. Gubrium et James A. Holstein (ed.) *Handbook of Interview Research: Context and Methods*. Thousand Oaks: SAGE, pp. 675-694.

CLIFFORD James, MARCUS Georges E. (ed.)

1986. *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley/ Los Angeles: University of California Press. 266 pp.

DENZIN Norman K., LINCOLN Yvonna S.

2005. "Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research", in Norman K. Denzin et Yvonna S. Lincoln (ed.) *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. London: SAGE, pp. 1-32. (3^e ed.)

FLICK Uwe

2006. *An Introduction to Qualitative Research*. London: SAGE. pp. 45-86 [4^{ème} ed.]

GOFFMAN Erving

1973. *La Mise en scène de la vie quotidienne : 1. La présentation de soi*. Paris : Ed. de Minuit. 241 pp.

1973. *La Mise en scène de la vie quotidienne : 2. Les relations en public*. Paris : Ed. de Minuit. 227 pp.

1974. *Les Rites d'interaction*. Paris : Ed. de Minuit. 230 pp.

HILL COLLINS Patricia

1991. « Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment » in *Black Feminist Thought : Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment* pp. 221-238. New York : Routledge.

ISAMBERT François-André

1989. « Alfred Schutz entre Weber et Husserl » in *Revue française de sociologie*, Vol. 30, N° 2, pp. 299-319.

NAPLES Nancy

2003. *Feminism and Method : Ethnography, Discourse Analysis, and Activist Research*. New York/ London : Routledge. 268 pp.

LEMERT Charles, BRANAMAN Ann (ed.)

1997. *The Goffman reader*. Malden: Blackwell Publishing. 285 pp.

POUPART Jean

1997. "L'entretien de type qualitatif: considérations épistémologiques, théoriques et méthodologiques" in Jean Poupart et al. (ed.) *La Recherche qualitative: Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal: Gaetan Morin éditeur, pp. 173-210.

ROGERS Mary

2000. "Alfred Schutz" in Georges Ritzer (ed.) *The Blackwell companion to major social anthropologists*. Malden: Blackweel Publishing, pp. 367-387.

STRAUSS Anselm L., Baszanger Isabelle

1992. *La Trame de la négociation: sociologie qualitative et interactionnisme*. Paris: Ed. L'Harmattan. 319 pp.

WERTSCH, James V.

1988. *Vygotsky: La formación social de la mente*. Barcelona: Paidós.

WINKIN Yves (dir.)

1981. *La Nouvelle Communication*. Paris: Ed. du Seuil. 390 pp.

9. Annexes

9.1. Grille d'entretien

Dispositif pour la coupe

- ➔ Description d'une coupe chez un/e client/e (de l'accueil au paiement). Comment bougez-vous dans l'espace ?
- ➔ 1 coiffeuse pour un/e client/e ?
- ➔ Comment pensez-vous qu'un salon doit être ? Existe-t-il règles ?
Ou Quel est le salon de coiffure idéal pour vous (à tous les niveaux) ?
- ➔ Lors du dialogue, où vont les regards : de la coiffeuse ? de le/la client/e ?

Relation entre coiffeuses et clientes

- ➔ Vous parlent-elles de leurs envies ? Comment arrivez-vous à un accord sur la coupe, un compromis ?
- ➔ La demande vient des client(e)s en général ou de vous ? Y a-t-il des mécompréhensions ?
- ➔ Faites-vous aussi des choses que vous n'aimez pas ?
- ➔ Parlez-vous avec le/la client/e durant la coupe ? Quels sont les thèmes de discussion ?
- ➔ Comment percevez-vous votre action sur le/la client/e ?
- ➔ Que vous raconte le/la client/e à propos de vos interventions sur leurs cheveux ?
Comment le/la client/e vous redirige dans vos démarches ? (regards, parole, etc.) ?
Comment percevez-vous le résultat final chez le/la client/e ? (contente de vous-même mécontente, etc.) Comment savez-vous si vous avez bien réussi ou pas ?

Questions démographiques

- ➔ Depuis combien de temps exercez-vous la profession de coiffeuse ?
- ➔ Quel âge avez-vous
- ➔ Etes-vous mariée ?
- ➔ Avez-vous des enfants ?

9.2. Codage de l'entretien

Focused coding	Axial coding	Open coding	Exemple
REPRESENTATION (à partir capacités perception de la cliente)	- Holisme	Incorporer toutes les dimensions de la personne	C1.1
	- Capacités de perception des explicites et des implicites	Importance de l'écoute et du ressenti	C1.2
	- Optimiser les conditions de perception et d'intersubjectivité	Création de conditions de dialogue égalitaire (pas de médiation du miroir et être assis au même niveau)	C1.3
	« Anticiper le résultat »	Choque entre la représentation de la coiffeuse, plus réaliste et la représentation de la cliente	C1.4
	« Créer en elle [...] une réflexion »	Face à réalité du cheveu, revoir attentes cliente et lui inculquer une réflexion	C1.5
	Adaptation	Deviner les attentes de la cliente	C1.6
NEGOCIATION = Négocier une 3 ^{ème} représentation de la réalité (1 ^{ère} =coiffeuse ; 2 ^{ème} = cliente, 3 ^{ème} = fruit de l'interaction)	Action différentielle	- écoute, questions → moins d'action - « renforcer », « harmoniser » → plus d'action	C2.1
	Stabilité de l'accord de base pour un sentiment de sécurité.	Angoisse, déstabilisant pour la coiffeuse et la cliente → pour cette raison qu'autant de soin accordé à la meilleure définition de la situation possible	C2.2
	Incapacité à créer l'intersubjectivité (3 ^e définition de la situation)	« Barrière infranchissable » car mauvaise perception de l'autre	C2.3
RESULTATS négociation	Relation de confiance	Accord obtenu à travers la discussion (écoute des attentes et décodage des envies, tout en étant attentive aux différences des résultats)	C3

Premier dialogue différentiel	Economie première phase si intersubjectivité antérieure	Si relation antérieure : « pas tout recommencer à zéro » Si première visite : tout incorporer	C4
--------------------------------------	---	--	----