

34 TECHNIQUES POUR FAIRE DE LA RECHERCHE DE TERRAIN PENDANT (ET APRÈS) LA PANDÉMIE



Avertissement des traducteurs

Le présent document s'adresse à toutes celles et tous ceux qui doivent mener des interviews, études et enquêtes de terrain auprès d'utilisateurs, habitants, salariés, fonctionnaires, citoyens...alors même que le confinement dû à la pandémie du COVID-19 empêche de le faire, et que la pratique de la recherche risque d'être durablement bouleversée à moyen et long terme.

Au total, 34 techniques d'enquête y sont décrites de façon simple : objectifs, fonctionnement, trucs et astuces, précautions et rappels d'ordre éthique, mais aussi des références issues de la recherche en sciences sociales... Certaines sont bien connues des praticiens, d'autres sont plus originales et inspirantes. Même hors contexte de pandémie, ce document constitue une ressource extrêmement riche pour tous les praticiens, qu'ils soient étudiants, débutants ou confirmés. Le document se termine par des conseils pour les enseignants et formateurs souhaitant construire un programme éducatif autour de ces techniques.

Ce document est la traduction française d'un travail de compilation réalisé dès le début de la crise par la professeure Deborah Lupton, qui travaille en Australie pour le Centre for Social Research in Health et le Social Policy Research Centre, ainsi que pour le Vitalities Lab. Le document d'origine est accessible ici : <https://docs.google.com/document/d/1cIGjGABB2h2qbduTgfqribHmog9B6P0NvMgVuiHZCI8/edit>

A partir d'un appel à volontaires sur un réseau social, la traduction a été réalisée de façon collaborative par Stéphane Vincent (La 27e Région, à l'initiative de la traduction), Emilie Ruin (Pôle Aménagement du Département du Vaucluse), Mealdey Duong (Direction régionale Ile-de-France de la Caisse des Dépôts), et Azza Rajhi (Accelerator Lab de l'UNDP à Tunis). Une relecture finale a été réalisée par Knut Pinto Delas (responsable aménagement et mobilité durable de la Ville de Montreuil) et Marie Coirié (co-responsable du laboratoire d'innovation du lab-ah, design lab du GHU Paris psychiatrie et neurosciences).

Merci à Deborah Lupton pour ce formidable travail, à tous les contributeurs qui l'ont aidé, et à tous les traducteurs bénévoles !

Présentation du document par Deborah Lupton

Du fait des mesures de confinements prises pour réduire la propagation du COVID-19, les chercheurs en sciences sociales doivent trouver des idées pour éviter les interactions physiques au cours de leurs recherches, et ce en mobilisant des formats permettant d'atteindre des finalités similaires.

Bien entendu, il y a longtemps que la recherche sociale est menée en ligne. Il existe de nombreux exemples d'utilisation d'outils d'enquête en ligne ou d'analyse de contenu ou de travaux ethnographiques utilisant les interactions en ligne comme matériau de recherche. De même, on conduit depuis longtemps des entretiens par téléphone ou par Skype. A l'origine, le présent document visait à transformer le travail de terrain en face à face traditionnel, en un mode plus "mains libres". Cependant, des propositions ont été ajoutées pour pouvoir collecter des données proprement numériques (du contenu généré automatiquement par des interactions en ligne), fournissant une source alternative de données de recherche sociale dont les chercheurs pourraient ressentir le besoin.

Lupton, D. (éditeur) (2020) Faire de la recherche de terrain dans une pandémie (document crowd-sourcé). Disponible sur:

<https://docs.google.com/document/d/1cIGjGABB2h2qbduTgfqribHmog9B6P0NvMgVuiHZCl8/edit?ts=5e88ae0a#>

NB: Deborah anime également une page Facebook communautaire «Innovative Social Research Methods» qui peut être intéressante pour ceux qui souhaitent réfléchir à de nouvelles façons créatives de faire de la recherche sociale: [Innovative Social Research Methods Public Group](#)

Si vous êtes intéressé par les sujets liés au COVID (et avouons-le, nous recherchons tous dans un monde COVID maintenant), voir le billet de Deborah sur un programme de recherche initial pour la recherche sociale: [la recherche sociale pour un monde COVID et le post-COVID: un programme initial.](#)

TABLE DES MATIÈRES

1. Auto-collecte photo / vidéo / voix	5
2. Carnet de notes / journal	6
3. Conduite d'entretiens en ligne	9
4. Captation vidéo	12
5. Caméras portables et autres technologies à usage individuel	13
6. Entretiens épistolaires asynchrones	14
7. Plateformes de discussion en ligne	15
8. Entretiens en ligne de groupes de discussion, synchrones et basés sur la vidéo	16
9. Les instantanés de la vie quotidienne	18
10. Le "complément d'histoire"	19
11. Méthodes basées sur des applications mobiles	20
13. Utilisation des groupes Facebook	21
14. Utilisation de formulaires en ligne pour la collecte de données	22
15. Les enjeux éthiques d'un terrain sans face-à-face	23
16. Livres sur des méthodes innovantes et créatives	24
17. Auto-ethnographie	25
18. Duo-ethnographie	26
19. Design autobiographique et recherche par le Design	26
20. Netnographie / méthodes virtuelles	27
21. Analyse quali-quantitative de données	28
22. YouTube comme fenêtre sur le monde	29
23. Utilisation de podcasts pour étudier la culture	31
24. Observations en format Big Brother	32
25. Expérimentation du jeu de rôle en ligne (O-LARPs)	32
LSE Digital Ethnography Collective Reading List	33
26. Projet artistique combiné avec des interviews sur Skype	33
27. Création de plateformes de média sociaux / Groupes de Recherche et de recherches de plateformes de média sociaux	34

28. Questionnaires en ligne, entretiens virtuels et captures d'écran de réseaux sociaux	34
29. Cartographie numérique et technologies géospatiales	36
30. Conversation en direct	37
31. Photojournalisme et photographie documentaire	37
32. Projets photographiques participatifs	38
33. Utilisations des appels vidéo sur internet et du partage de bureau comme méthode de recherche discrète	39
34. Comment enseigner la “net-nographie” ?	40

1. Auto-collecte photo / vidéo / voix

Cette méthode consiste à demander aux personnes participant à une recherche d'utiliser une caméra ou une application d'enregistrement vocal (souvent avec leur smartphone) pour prendre des photos, faire des vidéos ou des mémos vocaux sur leurs pratiques et interactions quotidiennes, pour pouvoir ensuite les partager avec les chercheurs. Les chercheurs peuvent leur fournir des questions ou des relances pour diriger leurs enregistrements et documentations.

Références

Ahlin, Tanja, and Fangfang Li (2019). From Field Sites to Field Events: Creating the field with information and communication technologies (ICTs). *Medicine, Anthropology and Theory* 6(2): 1-24.doi.org/10.17157/mat.6.2.655
<http://www.medanthrotheory.org/read/11334/from-field-sites-to-field-events>

Harper, D. (2002) 'Talking about pictures: a case for photo-elicitation', *Visual Studies*, 17(1): 13–26.

Bates, E. A., McCann, J. J., Kaye, L. K., & Taylor, J. C. (2017). "Beyond words": a researcher's guide to using photo-elicitation in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 14(4), 459-481.

Copes, H., Tchoula, W., Brookman, F., & Ragland, J. (2018). Photo-elicitation interviews with vulnerable populations: practical and ethical considerations. *Deviant Behavior*, 39(4), 475-494.

Steenfeldt, V.O., Therkildsen, M. & Lind, J. (2019). Nursing students' experiences of a challenging course: A photo-elicitation study. *Nurse Education Today* 76:31-37.

2. Carnet de notes / journal

Les méthodes précédentes peuvent également être combinées avec une demande aux participants de tenir à jour un journal personnel ou un carnet de notes en utilisant un stylo et du papier, des enregistrements audios sur smartphone, ou via des plateformes ou des applications en ligne.

Les journaux personnels peuvent également être combinés avec des entretiens et d'autres méthodes, mais à l'inverse ils peuvent aussi servir à approfondir une conversation. Les carnets de notes peuvent être structurés (comme un questionnaire) et viser une analyse quantitative, semi-structurée ou non-structurée invitant à une réflexion plus fluide.

Il est très important de rester en contact avec les participants, en particulier pour les études à plus long terme, car c'est ce qui permet de maintenir un degré suffisant de participation et d'éviter les effets d'usure. Susciter des premiers retours et y réagir dès le début du processus peut être utile, par exemple pour corriger rapidement des retours peu pertinents.

Les carnets de note peuvent être utilisés durant plusieurs mois comme plusieurs heures, selon l'objectif de l'étude. Ils peuvent se baser sur des extraits pris à intervalles réguliers (par exemple effectuer un enregistrement toutes les heures ou tous les jours) ou à l'occasion d'événements précis (c'est-à-dire effectuer un enregistrement dans des situations particulières, ce qui peut être plus irrégulier).

Les journaux personnels peuvent prendre de nombreuses formes, y compris visuelles, collages, photographiques, écrits ou parlés - il est important de se mettre dans la peau des participants pour leur proposer le plus facile à utiliser (il faut leur demander - le pilotage est essentiel) et aussi choisir la méthode que vous serez le mieux en mesure d'exploiter, en fonction du type d'analyse que vous avez choisie.

Références

Sur l'utilisation du «Journal numérique»:

Ahlin, Tanja, and Fangfang Li (2019). From Field Sites to Field Events: Creating the field with information and communication technologies (ICTs). *Medicine, Anthropology and Theory* 6(2): 1-24.doi.org/10.17157/mat.6.2.6n55
<http://www.medanthrotheory.org/read/11334/from-field-sites-to-field-events>

Crozier, S. E., & Cassell, C. M. (2016). Methodological considerations in the use of audio diaries in work psychology: Adding to the qualitative toolkit. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(2), 396-419.

Kaur, H., Saukko, P., & Lumsden, K. (2018). Rhythms of moving in and between digital media: a study on video diaries of young people with physical disabilities. *Mobilities*, 13(3), 397-410.

[If it's ok to add some things to this - here's some more diary research suggestions - suggestions/annotations by Emily Henderson @EmilyFrascatore - feel free to contact me about diary research!]:

- Alaszewski, A. (2006). *Using diaries for social research*. London: Sage.
- Bartlett, R., & Milligan, C. (2015). *What is diary method?* London: Bloomsbury.
- Hyers, L. L. (2018). *Diary methods*. New York, NY: Oxford University Press.

Day, M., & Thatcher, J. (2009). "I'm Really Embarrassed That You're Going to Read This ...": Reflections on Using Diaries in Qualitative Research. *Qualitative Research in Psychology*, 6(4), 249-259. doi:10.1080/14780880802070583 [A useful paper on how diaries can be used - advantages as well as challenges]

Eidse, N., & Turner, S. (2014). Doing resistance their own way: counter-narratives of street vending in Hanoi, Vietnam through solicited journaling. *Area*, 46(3), 242-248. Retrieved from www.jstor.org/stable/24029993 [This one picks up the complexities of both living and recording lives, particularly when on the move/living precariously]

Harvey, L. (2011). Intimate reflections: private diaries in qualitative research. *Qualitative Research*, 11(6), 664-682. doi:10.1177/1468794111415959 [Une méthode fascinante où les participants tiennent des journaux mais ne les montrent pas au chercheur - les journaux agissent comme des instructions]

Dans le même esprit, Markham a effectué une étude ethnographique des jeunes qui utilisent toute une variété d'outils, y compris des journaux intimes, qu'ils ne montrent pas au chercheur, mais utilisent comme instructions. Repris ici: Markham, A. N. (2018). Critical pedagogy as a response to datafication. *Qualitative Inquiry*, Online First edition at <https://doi.org/10.1177/1077800418809470> (copie personnelle partagée ici)

Waddington, K. (2005). Using diaries to explore the characteristics of work-related gossip: Methodological considerations from exploratory multimethod research. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(2), 221-236. doi:10.1348/096317905X40817 [Celui-ci étudie très bien comment les carnets de note peuvent aider à enregistrer des données à partir de scénarios qui ne seraient pas faciles à rechercher en utilisant par exemple la simple observation]

Williamson, I., Leeming, D., Lyttle, S., et Johnson, S. (2012). «Ce devrait être la chose la plus naturelle au monde»: explorer les difficultés d'allaitement maternel des mères pour la première fois au Royaume-Uni à l'aide de carnets audio et d'interviews. *Maternal & Child Nutrition*, 8(4), 434-447. doi:10.1111/j.1740-8709.2011.00328.x [Celui-ci est intéressant car il montre comment le suivi des expériences quotidiennes sur une période de temps relativement courte révèle de nombreuses émotions et pratiques différentes]

Zimmerman, D. H., & Wieder, D. L. (1977). The Diary: Diary-Interview Method. *Urban Life*, 5(4), 479-498. doi:10.1177/089124167700500406 [Papier classique présentant cette méthode]

Bartlett, R. (2012). Modifying the Diary Interview Method to Research the Lives of People With Dementia. *Qualitative Health Research*, 22(12), 1717-1726.

doi:10.1177/1049732312462240 [Celui-ci est génial car il s'agit d'adapter la méthode de différentes manières pour différents participants, par ex. en utilisant le collage]

3. Conduite d'entretiens en ligne

Ajouté par Alexia Maddox.

Une interview en ligne est une conversation structurée, composée d'un ensemble de questions, de l'intervieweur, d'une personne interrogée et de la technologie utilisée pour mener et enregistrer l'interview.

Ce qui les différencie d'une entrevue en personne, c'est : le rôle de la technologie pour faciliter la co-présence et l'interactivité en temps réel ; L'approche adoptée par l'enquêteur pour établir des relations et organiser la conversation.

Il existe maintenant une série de recherches sur la façon de mener une interview en ligne, y compris ce premier article de Hinchcliffe et Gavin (2009) étudiant l'utilisation de la messagerie instantanée pour les interviews synchrones. Les premières études se sont concentrées sur la comparaison des pratiques hors ligne (en personne) avec les résultats de pratiques à distance telles que les entretiens téléphoniques (Irvine 2011).

Un rapide coup d'œil à la technologie disponible aujourd'hui suggère que l'interview en ligne peut se faire à travers des pratiques et des objets de communication quotidiens banals. Une interview en ligne peut être réalisée avec votre téléphone mobile ou via votre ordinateur portable à l'aide d'interfaces audio-visuelles telles que Skype (Janghorban et al 2014), ou Zoom, ou par chat textuel via IRC par exemple (Barratt & Maddox 2016). Cela signifie qu'ils peuvent être conduits avec une interactivité audiovisuelle et une synchronicité textuelle.

L'interview asynchrone, par e-mail par exemple, est également possible et peut être plus pratique pour certains mais il manque d'interaction et dépend du fait que le participant prenne le temps d'écrire ses réponses (Bampton, R., Cowton, C., & Downs, Y. 2013; Burns 2010). Pour certains, c'est trop de travail.

À quoi servent-ils tout particulièrement ?

- Les entretiens en ligne et en direct permettent à l'intervieweur de demander plus facilement des éclaircissements et de mieux suivre le fil de la conversation.
- Ils permettent également à l'enquêteur de vérifier qu'il comprend bien le sens des mots employés par le participant. .

- Mener des entretiens en ligne signifie que vous pouvez mener un entretien en temps réel, avec une autre personne, dans un format conversationnel, mais dans des lieux et des contextes spatiaux différents.
- Il est possible de mener des entretiens anonymes en utilisant le chat texte IRC et certaines autres interfaces de site Web.

Comment concevoir mes questions?

- Commencez pas une première question facile qui a) s'appuie sur les connaissances spécialisées ou l'expérience de vie de votre participant à l'entretien et b) est pertinente pour les objectifs de l'entretien.
- Continuez avec des questions plus complexes et terminez par une question porteuse de sens mais «agréable» qui permet à votre participant de dire ce qu'il pense.
- Assurez-vous de poser des questions clés, sur les thèmes sur lesquels vous avez le plus besoin de données, et qui mettent le plus l'accent sur l'opinion et l'expérience vécues par les participants.
- Assurez-vous que vos questions sont simples, clairement formulées , et pertinentes.

Comment préparer un entretien en ligne?

Planifier :

Il est important de bien préparer un entretien en ligne. Vous devez notamment vous demander par quoi vous débiter l'entretien, comment gérer au mieux le temps et de quelle façon intégrer le dispositif technique dans le processus d'interview. Rédigez toutes vos questions avant de faire l'entretien, et testez-les d'abord sur un ami.

Coordonner:

Pour coordonner des interviews entre des zones présentant un décalage horaire, vous pouvez utiliser ce site Internet qui détermine le décalage entre vous et votre interviewé: <https://www.timeanddate.com/worldclock/meeting.html>

Certains utilisent leur calendrier en ligne pour rendre visibles les créneaux disponibles, voire activer l'invitation automatique pour confirmer l'entretien, en lieu et place du courrier électronique habituel. Voici quelques options : <https://zapier.com/blog/best-meeting-scheduler-apps/>

Tester:

Vous devez tester votre outil d'interview pour vous assurer qu'il fonctionne. Vérifiez votre micro, votre logiciel et assurez vous que la qualité d'enregistrement est bonne ou que les notes seront exploitables.

Réaliser l'entretien

Installation et réglages

Trouvez un endroit calme pour mener l'entretien. C'est la garantie de pouvoir vous concentrer sur ce que dit la personne, et de profiter au mieux de la conversation.

Collecter les réponses

Vous pouvez soit enregistrer l'entretien via le logiciel utilisé pour mener l'entretien, soit sur votre smartphone ou tablette. Vérifiez avec votre participant s'il est d'accord et quelle option il préfère.

Assurez-vous d'avoir sous la main un stylo et un bloc-notes en cas de panne informatique. Vous pouvez y noter vos questions et prendre des notes. Il est toujours utile de prendre des notes pendant que vous faites l'entretien pour garder une trace des questions que vous souhaitez poser au fil de la conversation.

Durée de l'entretien

Pour les personnes occupées ou en situation de travail, 20 minutes peut être considéré comme le maximum. Assurez-vous préalablement du temps dont ils disposent et faites en sorte que toutes vos questions clés tiennent dans ce délai.

Introduction

Commencez l'entretien par une brève présentation de l'objet de l'étude et en demandant à la personne si elle est d'accord pour y participer. Avant l'entretien, un email aura été adressé, contenant tous les informations de base ainsi que la durée indicative de l'entretien, le type de questions et les modalités de l'interview.

Pendant l'entretien

Posez votre première question et prenez soin de bien écouter la réponse. L'écoute est la clé, c'est l'opinion de l'interviewé qui vous intéresse. Demandez des éclaircissements sur tout ce qui ne vous paraît pas clair, ou lorsque vous éprouvez le besoin d'en savoir plus. Si la personne interrogée se trompe, ramenez-la poliment à la question initiale et gardez l'heure à l'esprit.

Reformulez les idées telles que vous les avez comprises pour confirmer votre bonne compréhension des propos tenus.

Clôture de l'entretien

Après la dernière question, demandez à la personne si elle souhaite ajouter quelque chose. Une fois la conversation terminée, remerciez-la pour le temps consacré et faites-lui savoir ce que vous ferez des données issues de l'entretien (faites-en un élément d'évaluation et d'amélioration de votre propre méthode d'enquête).

Consentement

Demandez explicitement à votre interlocuteur la permission de pouvoir utiliser le contenu de l'entretien dans votre étude, et incluez cette autorisation en annexe de votre questionnaire. Fournissez un résumé de l'entretien d'une page maximum, avec le nom de la personne ainsi qu'une mention de ce type : «Je consens à ce que les informations que j'ai fournies dans cet entretien soient utilisées à des fins d'étude », un emplacement pour la date, le lieu et une signature de la personne.

Références

Barratt, M. J., & Maddox, A. (2016). Active engagement with stigmatised communities through digital ethnography. *Qualitative Research*, 16(6), 701–719. <https://doi.org/10.1177/1468794116648766>

Bampton, R., Cowton, C., & Downs, Y. (2013). The e-interview in qualitative research. In *Advancing research methods with new technologies* (pp. 329-343): IGI Global.

Burns, E. (2010). Developing Email Interview Practices in Qualitative Research. *Sociological Research Online*, 15(4), 24–35. <https://doi.org/10.5153/sro.2232>

Hinchcliffe, Vanessa, and Helen Gavin. "Social and virtual networks: evaluating synchronous online interviewing using instant messenger." *The Qualitative Report*, vol. 14, no. 2, 2009, p. 318

Janghorban, R., Latifnejad Roudsari, R., & Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: the new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal Of Qualitative Studies On Health And Well-Being*, 9, 24152. <https://doi-org.ezproxy-b.deakin.edu.au/10.3402/qhw.v9.24152>

Irvine, A. (2011). Duration, Dominance and Depth in Telephone and Face-to-Face Interviews: A Comparative Exploration. *International Journal of Qualitative Methods*, 202–220. <https://doi.org/10.1177/160940691101000302>

4. Captation vidéo

Ce format est souvent utilisé pour documenter les pratiques quotidiennes des personnes sur le terrain (notamment à la maison). Les chercheurs réalisent généralement la vidéo en suivant les participants, et en leur posant des questions au fur et à mesure. Cette méthode peut être modifiée, notamment en demandant aux participants de réaliser leurs propres vidéos, en utilisant leur téléphone ou éventuellement une caméra vidéo portable, par exemple une caméra GoPro (voir plus ci-dessous), puis de partager les vidéos en ligne avec les chercheurs.

Références

Pink, S., & Leder Mackley, K. (2016). Moving, making and atmosphere: routines of home as sites for mundane improvisation. *Mobilities*, 11(2), 171-187.

Pink, S. and K. Leder Mackley (2014) 'Reenactment Methodologies for Everyday Life Research: Art Therapy Insights for Video Ethnography' *Visual Studies* 29(2), pp.146-154

Pink, S. (2014) 'Digital-Visual-Sensory-Design Anthropology: ethnography, imagination and intervention' *Arts and Humanities in Higher Education*, 13(4): 412-427

Pink, S., V. Fors and M. Glöss (2017) 'Automated Futures and the Mobile Present: in-car video ethnographies' *Ethnography*.
<https://doi.org/10.1177/1466138117735621>

5. Caméras portables et autres technologies à usage individuel

L'utilisation de petites caméras portables telles que les caméras d'action GoPro (souvent utilisées par les sportifs) peut être une façon d'effectuer des "promenades" - ou dans le cas du projet de Pink, Sumartojo et ses collègues cités ci-dessous, « des accompagnements ». Dans ce projet une GoPro a été fournie aux cyclistes pour qu'ils la portent sur leur casque lors de l'un de leurs déplacements réguliers pour le travail. Chaque cycliste était invité à actionner la GoPro au moment de partir au travail, à enregistrer son trajet puis à l'éteindre à destination. En même temps que les vidéos étaient visionnées par les chercheurs et les participants, des questions étaient posées aux cyclistes pour approfondir des points soulevés par le visionnage. Cette interview post-vidéo aurait également pu être réalisée en utilisant Skype ou un système équivalent, ou être combinée avec des sondages culturels, des journaux intimes ou du même ordre.

Pensez aux nombreuses possibilités offertes par ce type d'appareil ultra-portable pour la recherche ethnographique - danser, manger, chanter....

Références

Fors, V., M. Berg and S. Pink (2016) 'Capturing the ordinary. Imagining the user in designing and using automatic photographic lifelogging technologies' in S. Selke (ed) *Lifelogging: Theoretical Approaches and Case Studies about Self-Tracking*, Springer VS.

Pink, S. (2015) 'Going forward through the world: thinking about first-person perspective digital ethnography between theoretical scholarship and applied practice' *Integrative Psychological and Behavioral Science*. 49(2): 239-252

Pink, S., Sumartojo, S., Lupton, D., & Heyes LaBond, C. (2017). Empathetic technologies: digital materiality and video ethnography. *Visual Studies*, 32(4), 371-381.

Pink, S., A. Gomes, R. Zilse, R. Lucena, J. Pinto, A. Porto, C. Caminha, G. M. de Siqueira, M. Duarte de Oliveira (2018) 'Automated and Connected?: Smartphones and Automobility through the Global South' *Applied Mobilities* DOI: [10.1080/23800127.2018.1505263](https://doi.org/10.1080/23800127.2018.1505263)

Pizza, S., Brown, B., McMillan, D., & Lampinen, A. (2016). [Smartwatch in vivo](#). In Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '16). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 5456–5469. DOI: <https://doi.org/10.1145/2858036.2858522>

6. Entretiens épistolaires asynchrones

Les entretiens épistolaires, décrits pour la première fois par Debenham (2001), sont des interviews individuels asynchrones fondés sur l'usage de la technologie - une version numérique de la correspondance par courrier entre deux correspondants.

Cette méthode permet à l'intervieweur et au répondant de s'accorder sur des créneaux d'entretiens, donne le temps d'examiner les questions et les réponses et élimine le besoin de transcription. L'enquêteur définit le protocole de l'entretien, s'assure que le format en ligne est utilisé pour organiser et faciliter la conversation plutôt que de la contraindre (Ferguson, 2009). La durée, les objectifs et le format de l'entretien, la nécessité de fournir des réponses spontanées ou au contraire plus approfondies et la possibilité de faire référence à du matériel externe doivent être établis dès le départ.

Comme l'enquêteur et le répondant n'ont pas besoin d'être présents au même moment, les répondants ont la possibilité de choisir quand répondre. Ils ont le temps de réfléchir à leurs réponses et peuvent, s'ils le souhaitent, faire référence à des documents fournis ou des matériaux externes. La méthode permet également à un chercheur de mener plusieurs entretiens simultanément, de sorte que les données d'un entretien peuvent être testées ou utilisées pour développer d'autres entretiens.

La nature épistolaire de ces entretiens signifie que, comme dans une suite d'échanges par lettres interposées, il est possible d'établir et de développer une relation sur la durée entre les correspondants. Cela peut produire des échanges

réfléchis, approfondis dans lesquels l'intervieweur et le répondant ont la possibilité de réfléchir, de clarifier et d'élargir petit à petit le sens de leur échange.

La méthode ne vise pas la neutralité mais établit une relation entre le chercheur et le répondant qui soutient l'interprétation des données. Pour donner de la cohérence aux données, les principales questions peuvent être formulées de la même manière chaque fois qu'elles sont présentées.

Certains chercheurs ont expérimenté des applications de messagerie, telles que WhatsApp, pour mener ce type d'entrevues (voir la section sur les méthodes basées sur les applications ci-dessous).

Références

Ferguson, Rebecca (2009). [*The Construction of Shared Knowledge through Asynchronous Dialogue*](#). PhD thesis. The Open University.

[Debenham, Margaret \(2001\). *Computer mediated communication and disability support: addressing barriers to study for undergraduate distance learners with long-term health problems*](#). PhD thesis. The Open University.

Debenham, M. (2007). [*Epistolary Interviews On-Line: A Novel Addition to the Researcher's Palette*](#).

7. Plateformes de discussion en ligne

Plutôt que d'animer des groupes de discussion en présentiel, il existe des plateformes qui permettent de conduire une discussion de groupe en ligne modérée en temps réel. Les sociétés d'études de marché proposent souvent de telles plateformes. Vous pouvez télécharger vos questions et vous enregistrer pour observer les participants saisir leurs réponses, ce qui signifie que vous pouvez leur demander directement de développer leurs réponses ou de donner des explications en temps réel. L'outil peut être paramétré de sorte que les participants puissent voir les réponses des autres en temps réel si vous souhaitez encourager une discussion de groupe. La discussion peut se dérouler sur plusieurs jours pour donner aux gens le temps de participer ou de compléter leurs réponses.

Références

Chen, J., & Neo, P. (2019). Texting the waters: An assessment of focus groups conducted via the WhatsApp smartphone messaging application. *Methodological*

Innovations, 12(3), 2059799119884276. Available at:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2059799119884276>

Lindgren, T., V. Fors, S. Pink & M. Bergquist (2019) 'Experiencing the Future Car: Anticipatory UX as a Social and Digital Phenomenon', *Scandinavian Journal of Information Systems*: 31:1 , Article 1. Available at:
<https://aisel.aisnet.org/sjis/vol31/iss1/1>

Lupton, D., & Turner, B. (2018). 'I can't get past the fact that it is printed': consumer attitudes to 3D printed food. *Food, Culture & Society*, 21(3), 402-418.

Postill, J. and S. Pink (2012) 'Social Media ethnography: the digital researcher in a messy web', *MIA (Media International Australia)*, 145: 123–134.

Reisner, S.L., Randazzo, R.K., White Hughto, J.M., Peitzmeier, S., DuBois, L.Z., Pardee, D.J., Marrow, E., McLean, S., & Potter, J. (2018). "[Sensitive health topics with underserved patient populations: Methodological considerations for online focus group discussions.](#)" *Qualitative health research* 28(10): 1658-1673.

8. Entretiens en ligne de groupes de discussion, synchrones et basés sur la vidéo

Ajouté par Nathan Browning.

Les groupes de discussion (en anglais focus groups) peuvent représenter une excellente option lorsque vous devez « explorer les perceptions, les sentiments et les réflexions sur les problèmes, les idées, les produits, les services ou les opportunités » (Krueger et Casey, 2014, p. 37). Les groupes de discussion ont ceci d'unique qu'ils se concentrent sur l'analyse par interaction interpersonnelle. Cette dynamique est modifiée substantiellement lorsque l'on passe sur un service de visioconférence.

Dans certains cas, l'animation de groupes en ligne peut être « particulièrement bien adaptée » (Forrestal, D'Angelo et Vogel, 2015) pour traiter des sujets sensibles. Forrestal, D'Angelo et Vogel affirment également que l'accès à la visioconférence réduit les barrières à la participation pour tous ceux qui hésiteraient à se rendre sur un lieu de rendez-vous physique.

> Plateformes à utiliser

De nombreuses options existent : Microsoft Teams, Zoom, Webex, GoToMeeting, sont tous des logiciels pertinents si votre objectif est une simple discussion de

groupe en face à face. Beaucoup de ces plateformes proposent une fonction d'enregistrement pour une transcription ultérieure facilitée.

Il existe d'autres plateformes comme ittracks, 20/20 Research, Civicom et Discuss.io qui proposent des fonctionnalités avancées, spécialement conçues pour la recherche qualitative (Researchdesignreview.com, 2020). Elles intègrent des fonctions telles que le recrutement de participants, une salle d'observation pour les chercheurs ou les transcripateurs, et des outils mobilisables durant la discussion, tels que demander aux participants de dessiner ou de créer des collages.

> N'oubliez pas d'enregistrer !

Le modérateur doit s'assurer qu'un enregistrement audio est bien réalisé pour une transcription ultérieure. Il convient également de s'assurer que les discussions en ligne, synchrones et vidéos le seront également.

De nombreux logiciels gratuits peuvent vous aider à le faire si le logiciel de vidéoconférence que vous avez choisi ne le prend pas en charge. Certains logiciels peuvent être utilisés pour enregistrer votre écran et votre audio: OBS Studio, Flashback Express et Apowersoft (ils ne nécessitent aucun téléchargement, vous pouvez le faire à partir de votre navigateur).

Taille de l'échantillon et autres considérations à prendre en compte pour l'animation des groupes de discussion en ligne

Alors qu'avec les groupes de discussion physiques, un seul groupe peut comprendre jusqu'à 13 personnes, l'animation des groupes de discussion en ligne est un peu plus malaisée et sujette aux problèmes techniques, aux retards, aux déconnexions intempestives et aux interruptions. Pour cette raison, une brève revue de la littérature existante montre qu'il est préférable de limiter vos groupes de discussion à environ 6 participants (Kite & Phongsavan, 2017; Flynn, Albrecht et Scott, 2018; Daniels, Gillen, Casson et Wilson, 2019).

Établissez quelques règles de base pour la discussion de groupe. Encouragez les participants à se déplacer dans un endroit calme ou isolé, loin des distractions. Demandez-leur d'utiliser des fonctions comme le chat textuel ou la levée de main, car il peut être plus difficile d'interagir sur un flux vidéo. Assurez-vous avant le début de la session que tout le monde est correctement connecté (invitez-les un peu plus tôt). Enfin, assurez-vous d'obtenir des formulaires de consentement pour l'enregistrement vidéo !

Références

Daniels, N., Gillen, P., Casson, K., & Wilson, I. (2019). STEER: Factors to Consider When Designing Online Focus Groups Using Audiovisual Technology in Health Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, *International Journal of Qualitative Methods*, 14 November 2019, Vol.18.

Flynn, R., Albrecht, L., & Scott, S. (2018). Two Approaches to Focus Group Data Collection for Qualitative Health Research: Maximizing Resources and Data Quality. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1), *International Journal of Qualitative Methods*, 13 January 2018, Vol.17(1).

Forrestal, S. G., D'Angelo, A. V., & Vogel, L. K. (2015). Considerations for and lessons learned from online, synchronous focus groups. *Survey Practice*, 8(2), 1-8.
Kite, J., & Phongsavan, P. (2017). Insights for conducting real-time focus groups online using a web conferencing service. *F1000Research*, 6, 122.

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Researchdesignreview.com. (2020). Focus groups: moving to the online face-to-face mode. Retrieved from <https://researchdesignreview.com/2020/03/16/focus-groups-moving-online-face-to-face-mode/>.

9. Les instantanés de la vie quotidienne

Il s'agit d'une approche issue de la recherche en design, impliquant le développement de kits d'enquête remis aux participants à la recherche afin qu'ils les remplissent eux-mêmes lorsqu'ils sont disponibles. Une fois terminés, ils peuvent être renvoyés aux chercheurs. Ces kits prennent souvent la forme de cartes en papier avec des instructions permettant de les compléter (inventées par Bill Gaver et son équipe). Ils peuvent également être envoyés aux participants, complétés et renvoyés via téléphones mobiles. L'approche est alors appelée « kits mobiles ».

Les kits ne fournissent pas « d'informations » assimilables à des données brutes, mais doivent plutôt être considérés par le designer comme un aperçu de la vie des gens et de leurs inspirations. Les tâches à réaliser ont souvent une composante créative - les gens sont plus susceptibles de s'engager dans des tâches ludiques ou qui leur donnent une certaine marge de manœuvre créative, que dans la collecte d'informations pures et la tenue de journaux intimes. Mais il faut faire attention à ce que les tâches ne soient pas insurmontables. Typiquement, il peut s'agir de cartes postales contenant une question à laquelle le participant doit répondre, un plan à annoter, photographier le premier objet que l'on remarque consciemment sur le

chemin de la maison (ou quelque chose dans la maison qui a toujours été ennuyeux, etc), des éléments ludiques peuvent être utilisés, ils peuvent inclure des enregistrements audio et ainsi de suite...

Les kits physiques fonctionnent plutôt bien, car les objets physiques rappellent la consigne. Ainsi, c'est un challenge que de mobiliser cet outil en ligne. Pour contourner cette difficulté, le matériel peut être envoyé par voie postale. On demande aux participants de les retourner de la même façon.

Références :

Albrechtsen, C., Pedersen, M., Pedersen, N., & Jensen, T. (2017). Mobile Probes: Exploring the Work Processes and Everyday Life of Danish Students Writing Their Master's Thesis. *SAGE Research Methods Cases*. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9781473971950>

Celikoglu, O. M., Ogut, S. T., & Krippendorff, K. (2017). How do user stories inspire design? A study of cultural probes. *Design Issues*, 33(2), 84-98.

Legros, C. (2018) Designing cultural probes. Available at [Designing Cultural Probes - Catherine Legros](#)

Bill Gaver, Tony Dunne, Elena Pacenti. (1999). Cultural probes. *Interactions*, 6(1), 21-29. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/291224.291235>

William W. Gaver, Andrew Boucher, Sarah Pennington, Brendan Walker. (2004) Cultural probes and the value of uncertainty. *Interactions*, 11(5), 53-56. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/1015530.1015555>

Kirsten Boehner, Janet Vertesi, Phoebe Sengers, and Paul Dourish. 2007. How HCI interprets the probes. *Proceedings of SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '07)*. ACM, NY, 1077–1086. DOI: <https://doi.org/10.1145/1240624.1240789>

10. Le “complément d’histoire”

Le “complément d’histoire” est une méthode d’écriture qui peut être utilisée dans des situations en face-à-face à l’aide de stylo et de papier, mais peut également être menée à l’aide d’outils en ligne tels que SurveyMonkey. Le courrier électronique peut également être utilisé pour envoyer des lignes directrices aux participants, qu’ils peuvent compléter lorsqu’ils sont disponibles, comme c’est souvent le cas avec le « matériau culturel ». La méthode consiste en l’utilisation de bribes d’histoires, dans lequel un personnage fictif intervient et généralement, il fait face à un dilemme qu’il a besoin de résoudre. Les participants sont invités à compléter l’histoire. Les histoires

terminées sont ensuite analysées du point de vue de ce qu'elles révèlent des compréhensions, des récits ou des imaginaires suscités par les bribes d'histoires.

Références :

Le “complément d'histoire”, disponible sur le lien suivant : [Story completion](#)

(Un récent numéro spécial consacré au “complément d'histoire”)

Clarke, V., Braun, V., Frith, H., & Moller, N. (2019). Editorial Introduction to the Special Issue: Using Story Completion Methods in Qualitative Research. *Qualitative Research in Psychology*, 16(1), 1–20.

<https://doi.org/10.1080/14780887.2018.1536378>

Gravett, K. (2019). Story Completion: Storying as a Method of Meaning-Making and Discursive Discovery. *International Journal of Qualitative Methods*, 18.

<https://doi.org/10.1177/1609406919893155>

Lupton, D. (2020). The story completion method and more-than-human theory: finding and using health information. *Sage Research Methods Cases*.

<https://methods.sagepub.com/case/story-completion-method-more-than-human-theory-health-information>

11. Méthodes basées sur des applications mobiles

Méthodes qui utilisent la connectivité des applications pour smartphones pour entrer en contact avec les participants pour des recherches in situ, en temps réel.

Références :

Boase, J., & Humphreys, L. (2018). Mobile methods: Explorations, innovations, and reflections. *Mobile Media & Communication*, 6(2), 153-162.

<https://doi.org/10.1177/2050157918764215>

Kaufmann, K., & Peil, C. (2019). The mobile instant messaging interview (MIMI): Using WhatsApp to enhance self-reporting and explore media usage in situ. *Mobile Media & Communication*, Online first, 1-18.

<https://doi.org/10.1177/2050157919852392>

Kaye, L.K., Monk, R.L., & Hamlin, I. (2018). ‘Feeling appy?’ Using app-based methodology to explore contextual effects on real-time cognitions, affect and behaviours. In C. Costa & J. Condie (eds.), *Doing research in and on the digital*.

Research methods across fields of inquiry (p. 11-30). Abingdon, UK and New York: Routledge.

United Nations Development Programme (2018). Online available at: <https://data2.unhcr.org/en/documents/details/67579>

Dowling, R., Lloyd, K. and Suchet-Pearson, S. (2016) 'Qualitative methods 1: Enriching the interview', *Progress in Human Geography*, 40(5), pp. 679–686. doi: 10.1177/0309132515596880.

Sugie, N. F. (2018) 'Utilizing Smartphones to Study Disadvantaged and Hard-to-Reach Groups', *Sociological Methods & Research*, 47(3), pp. 458–491. doi: 10.1177/0049124115626176.

13. Utilisation des groupes Facebook

Utilisation de la fonction Groupes de Facebook pour recueillir des données via des instructions et des discussions entre les membres.

Quelques avantages :

- Engagement élevé des participants
- Flexibilité pour les participants et les chercheurs
- Données riches
- De nombreux leviers pour la discussion
- Engagement prolongé

Comment faire et plus de détails ici: [Anja Dinhopl](#)

Une nouvelle méthode de recherche pour les ateliers et la coproduction de connaissances : l'utilisation d'un groupe Facebook secret (lien préimprimé : <https://www.researchsquare.com/article/rs-14643/v1>)

Résumé :

Contexte : la co-production dépend d'une bonne communication et d'un consensus entre les participants, mais il est difficile d'assister à des réunions et des ateliers en personne pour des groupes disposant d'un temps limité, comme les nouvelles mamans, qui peuvent être dispersées géographiquement sans transport fiable. Des discussions avec un groupe consultatif de profanes ont abouti à la mise en place d'un atelier via un groupe Facebook secret. L'objectif de cette étude était de tester la faisabilité d'un groupe Facebook secret pour les activités de coproduction. Dans

l'exemple présenté ici, la population était constituée de femmes ayant été atteintes de diabète gestationnel ; le sujet était l'inactivité physique et le but était de développer une intervention acceptable pour augmenter l'activité physique.

Méthodes : les chercheurs ont créé un groupe Facebook secret avec un contenu similaire à un atelier en présentiel qui a progressé séquentiellement afin de développer une théorie pour un programme d'intervention. Le chercheur a publié des posts 1 à 2 fois par jour pendant 14 jours et les membres du groupe ont été invités à commenter et à discuter leur contenu. La faisabilité et l'acceptabilité du groupe ont été analysées à l'aide d'outils analytiques de Facebook et d'une enquête post-atelier.

Résultats : vingt et un participants y ont participé. Au total, 521 commentaires ont été fournis en réponse à 18 posts de différents types (moyenne de 28,9 commentaires par post). Le nombre total de mots constituant les commentaires des participants était de 21 142. L'atelier a été perçu comme positif, 20 des 21 participants disant qu'ils aimaient l'atelier « un peu » ou « beaucoup », et ont estimé que le groupe était un environnement sûr et ouvert pour partager des opinions. Lorsqu'on leur a demandé s'ils voudraient prendre part à nouveau à un tel dispositif, 15 sur 21 ont répondu par l'affirmative. Les participants ont indiqué que le format était pratique ; cela leur a permis de réfléchir à leurs propres expériences et ils aimaient contribuer à la recherche. Ceux ayant répondu « oui » ont dit qu'il était difficile de trouver du temps et que leur implication dépendait de ce qui se passait par ailleurs.

Conclusion : l'utilisation d'un groupe Facebook secret comme méthode de co-production ou d'atelier dans le processus de recherche est une méthode faisable et acceptable. Les médias sociaux ont un potentiel important de co-production et de participation à la recherche pour des populations qui sont géographiquement dispersées ou contraintes par le temps et dotées de caractéristiques spécifiques (ici diabète gestationnel antérieur). Cette méthode est utilisable dans d'autres circonstances où les réunions en présentiel ne sont pas appropriées ou sont impossibles.

Références :

Haley MacLeod, Ben Jelen, Annu Prabhakar, Lora Oehlberg, Katie Siek, and Kay Connelly. 2016. [Asynchronous remote communities \(ARC\) for researching distributed populations](#). In Proceedings of the 10th EAI International Conference on Pervasive Computing Technologies for Healthcare (PervasiveHealth '16). 1-8.

14. Utilisation de formulaires en ligne pour la collecte de données

Les formulaires Google pourraient être utilisés pour recueillir des informations démographiques de base et poser des questions ouvertes.

<http://teacherlink.ed.usu.edu/tlresources/training2/google/googleforms.pdf>

Plus d'information sur l'utilisation de la plate-forme Google :
<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/data-measurement/google-plus-qualitative-research-best-practices/>

Le RGPD est important : QUALTRICS (bien qu'il nécessite une licence payante)

<http://www.qualtrics.com>

Ajouté par Mark Wong, Université de Glasgow, @UoG_MarkWong :

N.b. Google Forms n'est pas conforme au RGPD dans les pays de l'UE et au Royaume-Uni, car les données ne sont pas stockées sur des serveurs situés au sein de l'UE.

Microsoft Forms (qui fait partie d'Office365) est un outil facile à utiliser pour mettre en place des questionnaires en ligne, des sondages d'opinion et des quiz. Il est facile de rendre rapidement les questionnaires visuellement attrayant.

<https://forms.office.com/>

OnlineSurveys.ac.uk (anciennement connu sous le nom Bristol Online Surveys) est un outil basé au Royaume-Uni couramment utilisé pour mettre en place des questionnaires en ligne, qui est plus ciblé vers la recherche académique.

<https://www.onlinesurveys.ac.uk/>

Des comptes institutionnels/personnels peuvent être requis pour les outils ci-dessus. Si vous utilisez Microsoft Forms/Office365 via un compte institutionnel, rapprochez-vous de votre équipe de management des données pour vous assurer que les données ne sont sauvegardées qu'au sein de l'UE.

SurveyMonkey est également un outil de sondage en ligne rapide et facile (et gratuit pour une utilisation de base).

LimeSurvey est une option open-source pour les enquêtes.

15. Les enjeux éthiques d'un terrain sans face-à-face

Cette section vise à discuter des questions éthiques induites par le passage d'un terrain en face-à-face à un terrain à distance. Pour commencer, si votre comité d'éthique de recherche en sciences humaines a déjà approuvé vos méthodes en

face-à-face et que vous souhaitez les modifier dans le sens de certaines des suggestions ci-dessus, la plupart des comités d'éthique exigeront une demande de modification et un processus d'approbation.

Vous devrez également prendre en considération la dimension affective impactant une recherche en sciences sociales dans un contexte de pandémie, lorsque les routines habituelles sont perturbées et que les gens sont inquiets et dans l'incertitude, ou encore sont malades ou s'occupent de membres de leur famille malades. Les gens peuvent vivre dans des environnements où ils sont soumis au harcèlement, à la violence ou à la surveillance par d'autres membres de la famille. Il est indispensable de prendre en considération les questions relatives à la protection de la vie privée dans ces contextes.

D'autre part, en situation de confinement, les gens sont susceptibles de s'ennuyer, de manquer de motivation et de ne pas se sentir en forme. Dans ce contexte, ils peuvent être enthousiastes à l'idée de faire partie d'un projet de recherche. Prenez en compte très attentivement la composition de votre groupe de participants cibles lorsque vous arbitrez sur la meilleure façon d'avancer.

Si vous décidez d'utiliser des méthodes de collecte de données en ligne qui impliquent l'utilisation de documents préexistants que les gens auront téléchargé (par opposition au matériel que vous leur avez spécifiquement demandé de générer, suite à leur consentement, qui comprend bon nombre des méthodes énumérées ici), vous devrez examiner attentivement les questions éthiques. Consultez le document de l'Association des Chercheurs sur Internet qui aborde ces questions, disponible ici : [IRE 3.0 - référence manquante finale](#)

Des lignes directrices portant plus généralement sur la conduite d'une recherche anthropologique sur le terrain (principalement liées aux méthodes en face-à-face) peuvent être trouvées dans les [Lignes directrices d'éthique de l'ASA](#).

Questions du RGPD : certains chercheurs européens se sont inquiétés de la manière de mener des travaux de terrain numérisés en respectant le RGPD. Ces réflexions méritent certainement une grande attention. Ci-dessous, des liens pour discuter ces questions pertinentes :

[\(PDF\) L'IMPACT DU NOUVEAU RGPD DE L'UE SUR LA GOUVERNANCE ÉTHIQUE ET L'ANTHROPOLOGIE SOCIALE](#)

[Comment le RGPD a-t-il affecté la recherche sur le marché?](#)

[L'anthropologie est-elle toujours légale ? Notes sur l'impact du RGPD](#)

16. Livres sur des méthodes innovantes et créatives

Braun, V., Clarke, V., & Gray, D. (2017). *Collecting Qualitative Data: A Practical guide to Textual, Media and Virtual Techniques*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kara, H. (2015) *Creative Research Methods in the Social Sciences: A Practical Guide*. Bristol: Policy Press.

Leavy, P. (2015) *Method Meets Art: Arts-Based Research Practice*. New York: The Guildford Press.

Lenette, C. (2019) *Arts-Based Methods in Refugee Research: Creating sanctuary*. Springer.

Martin, B. and Hanington, B. (2012) *Universal Methods of Design*. Beverly: Rockport Publishers.

Pink, S. (2015) *Doing Sensory Ethnography*. 2nd edition. London: Sage.

Woodward, S. (2019) *Material Methods: Researching and Thinking with Things*. London: Sage.

17. Auto-ethnographie

Ajouté par F. Gàzin Agca-Varoglu.

La méthode auto-ethnographique est l'occasion d'instaurer une recherche, où le chercheur s'inscrit lui-même dans le processus comme un sujet. Mes étudiants avaient à visiter des endroits comme des cafés, des hôpitaux, des salons de thé, des mosquées, des musées, etc. pour leur travail sur le terrain. En raison de l'épidémie, je veux qu'ils écrivent un essai auto-éthnographique traitant d'une part d'expériences de distanciation sociale et d'autre part de changements temporels ou spatiaux survenus dans leur vie quotidienne. Ce travail pourrait se substituer aux devoirs à la maison annulés pendant cette période durant laquelle ils doivent rester loin des autres. Le travail auto-ethnographique s'appuie sur une mobilisation de la mémoire et une analyse critique de sa propre expérience dans un contexte socio-spatial plus large.

Références :

Bloch, S. (2019). *Going All City: Struggle and Survival in LA's Graffiti Community*. Chicago: University of Chicago Press.

Bloch, S. (2019). An autoethnographic account of urban restructuring and neighborhood change in Los Angeles' San Fernando Valley. *Cultural Geographies*.

Denzin, N. K. (2006). Analytic Autoethnography, or Déjà Vu all Over Again. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 419–428.

Ellis, C. (1999). Heartful autoethnography. *Qualitative Health Research*, 9(5), 669-683.

Ellis, C., & Bochner, A. P. (2000) *Autoethnography, personal narrative, reflexivity: Researcher as subject*. In N. Denzin , & Y. Lincoln (Eds.), *The handbook of qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Reed-Danahay, D. (Eds.) (1997). *Auto/ethnography: Writing the self and the social*. Oxford, UK: Berg.

Rambo, C. (2005). Impressions of Grandmother: An Autoethnographic Portrait. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34(5), 560–585.

Wall, S. (2008). Easier Said than Done: Writing an Autoethnography. *International Journal of Qualitative Methods*, 38–53.

White, S. (2003) Autoethnography: An appropriate methodology? *Qualitative Research Journal*. 3(2): 22–32.

18. Duo-ethnographie

Ajoutée par Vibeke Oestergaard Steinfeldt.

Dans la lignée de l'auto-ethnographie, je vous propose de considérer la duo-ethnographie. Lorsqu'il est difficile pour les élèves d'avoir accès à des patients ou à d'autres acteurs, ils peuvent être encouragés à étudier un phénomène basé sur leurs propres expériences, par exemple en s'interviewant mutuellement.

Références :

Sawyer, R.D. & Norris, J. (2013). *Duoethnography. Understanding qualitative research*. Oxford: Oxford University Press.

Bille, T. & Steinfeldt, V.O. (2013). Challenging Fieldwork Situations: A Study of Researcher's Subjectivity. *Journal of Research Practice* 9(1). Article M2.

19. Design autobiographique et recherche par le Design

Ajoutée par Cayla Key.

Le design autobiographique est la conception et l'utilisation réelle d'un système pour et par le designer. Dans le design autobiographique, les idées sont tirées à partir du point de vue de la personne qui construit et utilise un artefact ou un système. Cette méthode s'est avérée propice dans les situations où l'accès aux participants est difficile, si celui-ci doit durer sur une longue période ou quand le contexte de l'enquête est personnel, intime et difficile à saisir. Le design autobiographique a pour avantages d'offrir la possibilité de concevoir un produit entièrement adapté au participant et à sa situation, de favoriser des itérations rapides sur le prototype construit puisque le concepteur, le fabricant et l'utilisateur sont la même personne. Enfin, il permet de collecter de données riches et approfondies grâce au contact direct avec le terrain.

Références :

- Carman Neustaedter. 2012. Autobiographical Design in HCI Research: Designing and Learning through Use-It-Yourself. 10. <https://doi.org/10.1145/2317956.2318034>
- Audrey Desjardins and Aubree Ball. Revealing Tensions in Autobiographical Design in HCI. 13. <https://doi.org/10.1145/3196709.3196781>
- Cayla Key and Audrey Desjardins. 2019. Rep(Air): An Olfactory Interface For Bike Maintenance and Care. In Proc. of the 4th Biennial Research Through Design Conference. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.7855769.v3>
- Jen Liu, Daragh Byrne, and Laura Devendorf. 2018. Design for Collaborative Survival: An Inquiry into Human-Fungi Relationships. In Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '18, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173614>
- Desjardins, Audrey, and Ron Wakkary. "Living in a prototype: A reconfigured space." Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2016. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858261>

20. Netnographie / méthodes virtuelles

Ajouté par Gabriella Wulff.

J'utilise souvent la netnographie/les méthodes virtuelles pour effectuer des recherches ethnographiques en ligne. Je recommande également à mes étudiants de se pencher sur ces recherches. Voici quelques suggestions de lecture :

- Hine, Christine (2000). *Virtual Ethnography*. London: SAGE Publications.
- Hine, Christine. (2008). Virtual ethnography: Modes, varieties, affordances. *The SAGE handbook of online research methods*, 257-270.
- Kozinets, R. (2002). The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72.

- Kozinets, Robert V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage publications.
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined* (2nd ed.).

J'ai aussi trouvé cette référence qui pourrait être utile :

- Hjorth, L., Horst, H., Galloway, A., & Bell, G. (Eds.). (2017). *The Routledge companion to digital ethnography*. Taylor & Francis.

21. Analyse quali-quantitative de données

Ajoutée par Anders Kristian Munk.

J'encourage mes étudiants à réfléchir aux façons dont l'analyse informatique issue de supports numériques [par exemple l'analyse de blogs, ou encore des données géolocalisées de téléphones portables, ndlt] peut compléter le travail de terrain par exemple comme moyen de cartographier les champs relationnels. Elle peut aussi être considérée comme une forme de travail de terrain à part entière (par exemple en identifiant des traces numériques dans des cultures médiatiques/infrastructures sociotechniques spécifiques ou en utilisant le calcul de façon exploratoire et descriptive pour découvrir les questions et préoccupations des acteurs en ligne).

Suggestions de lecture :

- Birnbak, A., & Carlsen, H. B. (2015). The public and its algorithms: Comparing and experimenting with calculated publics. In *Algorithmic Life* (pp. 35-48). Routledge.
- Blok, A., & Pedersen, M. A. (2014). Complementary social science? Quali-quantitative experiments in a Big Data world. *Big Data & Society*, 1(2), 2053951714543908.
- Burgess, J., & Matamoros-Fernández, A. (2016). Mapping sociocultural controversies across digital media platforms: One week of #gamergate on Twitter, YouTube, and Tumblr. *Communication Research and Practice*, 2(1), 79-96.
- Elgaard Jensen, T., Kleberg Hansen, A. K., Ulijaszek, S., Munk, A. K., Madsen, A. K., Hillersdal, L., & Jespersen, A. P. (2019). Identifying notions of environment in obesity research using a mixed-methods approach. *Obesity Reviews*, 20(4), 621-630.
- Latour, B., Jensen, P., Venturini, T., Grauwin, S., & Boullier, D. (2012). 'The whole is always smaller than its parts'—a digital test of Gabriel Tarde's monads. *The British journal of sociology*, 63(4), 590-615.
- Munk, A. K. (2019). Four styles of quali-quantitative analysis: Making sense of the new Nordic food movement on the web. *Nordicom Review*, 40(s1), 159-176.

- Munk, A. K., Abildgaard, M. S., Birkbak, A., & Petersen, M. K. (2016, July). (Re-) Appropriating Instagram for Social Research: Three methods for studying obesogenic environments. In *Proceedings of the 7th 2016 International Conference on Social Media & Society* (pp. 1-10).
- Moats, D. (2019). Following the Fukushima Disaster on (and against) Wikipedia: A Methodological Note about STS Research and Online Platforms. *Science, Technology, & Human Values*, 44(6), 938-964.
- Rogers, R. (2019). *Doing digital methods*. SAGE Publications Limited.
- Marres, N. (2017). *Digital sociology: The reinvention of social research*. John Wiley & Sons.
- Marres, N. (2015). Why map issues? On controversy analysis as a digital method. *Science, Technology, & Human Values*, 40(5), 655-686.
- Venturini, T. (2012). Building on faults: how to represent controversies with digital methods. *Public understanding of science*, 21(7), 796-812.
- Zhang, Shaozeng, Bo Zhao, and Jennifer Ventrella. 2018. "Towards an ethnographic-archaeological approach to big data: rethinking data veracity." *Ethnographic Praxis in Industry Conference Proceedings*, 2018 (1), 62-85. <https://doi.org/10.1111/1559-8918.2018.01197>

Pour nos propres étudiants en cartographie des controverses, j'ai réalisé la série de tutoriels suivante, qui présente Wikipédia comme un champ, et qui livre également une série de méthodes/techniques numériques :

- <https://medium.com/@EthnographicMachines/introduction-to-controversy-mapping-6961f03f9a8a>
- <https://medium.com/@EthnographicMachines/mapping-controversies-with-digital-methods-scrapers-crawlers-apis-17e0c96c340a>
- <https://medium.com/@EthnographicMachines/visual-network-analysis-with-gephi-d6241127a336>
- <https://medium.com/@EthnographicMachines/mapping-controversies-hand-in-1-d3ec9f1d0dc0>
<https://medium.com/@EthnographicMachines/introduction-to-semantic-analysis-with-cortext-19f355b7289a>

22. YouTube comme fenêtre sur le monde

Ajouté par Robin Smith.

YouTube (ou d'autres plateformes vidéo) est de plus en plus utilisé par ceux qui mènent des études d'observation, parfois comme un moyen d'accéder à des phénomènes perceptibles et difficiles d'accès, parfois comme un moyen d'atteindre une fin (mes étudiants en ethnographie sont actuellement confrontés à ce défi). Un certain nombre d'études ethnométhodologiques ont utilisé YouTube et la vidéo en ligne comme source de données. En effet, il n'y a aucune raison que les

ethnographes, intéressés par des sujets comme l'interaction dans l'espace public, les interactions familiales, les disputes publiques, les protestations, la circulation de la violence, etc., n'exploitent pas cette ressource. Voici quelques références (y compris une discussion sur l'éthique de « l'any-misation » (Laurier, 2016) et des études indiquant les types de possibilités et les sujets possibles ci-dessous (veuillez ajouter !!) :

- [Laurier, E. "YouTube: fragments of a video-tropic atlas." Area 48.4 \(2016\): 488-495.](#)
- [Laurier, E. \(unpublished\) Youtube: using third party video as research data](#)
- [Brown, B., & Laurier, E. \(2017, May\). The trouble with autopilots: Assisted and autonomous driving on the social road. In Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems \(pp. 416-429\).](#)
- Reynolds, E. and Fitzgerald, R. (2015) "Challenging normativity: Re-appraising category, bound, tied and predicated features." in [R. Fitzgerald and W. Housley \(2015\) Advances in Membership Categorisation Analysis.](#)
- [Lloyd, M. " You just took the jump too slowly": A single case analysis of a mountain bike crash. Social Interaction. Video-Based Studies of Human Sociality, 2\(2\).](#)
- [Smith, R. J. \(2017\). Membership categorisation, category-relevant spaces, and perception-in-action: The case of disputes between cyclists and drivers. Journal of Pragmatics, 118, 120-133.](#)
- [Sumiala, J., & Tikka, M. \(2011\). Imagining globalised fears: school shooting videos and circulation of violence on YouTube. Social Anthropology, 19\(3\), 254-267. \[includes a number of further readings too\]](#)

(ajouté par Mikael Quennerstedt)

L'utilisation de YouTube pour collecter des données sous la forme d'images, est, à mon avis, assez peu utilisée.

Burgess et Green (2009) affirment que YouTube peut avoir un sens lorsqu'il est compris comme un outil utilisé dans la vie quotidienne et qu'il peut être considéré comme « une archive publique massive, hétérogène, mais pour la plupart accidentelle et désordonnée » (p. 88). Ainsi, les clips vidéo utilisés dans cette étude, postés par les étudiants et les enseignants, peuvent être considérés comme des archives, comme des rapports sur les pratiques d'éducation physique en cours. Ces « archives » sont ouvertes aux études utilisant un large échantillon de données générées de manière participative à partir des pratiques d'éducation physique". (Quennerstedt, 2013a)

Dans Quennerstedt (2013b), les clips YouTube utilisés étaient principalement des « entrées de journal intime » en termes de clips de mon jour typique à l'école,

présentant un événement à l'école suffisamment important pour que les élèves le filment et suffisamment important pour le poster sur leur canal utilisateur.

Cependant, l'utilisation de données publiques privées soulève toujours des questions éthiques. Certaines discussions et références se trouvent dans Quennerstedt (2013c).

- Quennerstedt, M. (2013a). PE on YouTube—investigating participation in physical education practice. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 18(1), 42-59.
- Quennerstedt, M. (2013b). Practical epistemologies in physical education practice. *Sport, Education and Society*, 18(3), 311-333.
- Quennerstedt, M., Flintoff, A., & Webb, L. (2013). Narratives from YouTube: Juxtaposing stories about physical education. *SAGE Open*, 3(4).
- Quennerstedt, M. (2013c). Learning from YouTube. In: *Pedagogies, Physical Culture, and Visual Methods*, Routledge.

23. Utilisation de podcasts pour étudier la culture

Les podcasts sont des émissions audio sous forme de séries, semblables aux émissions de radio, qui sont produites numériquement pour une diffusion publique. Les podcasteurs, ou les producteurs et les animateurs, sont généralement motivés par l'amour du sujet de leur podcast et le désir de partager et de promouvoir ce sujet (Markman, 2012). En outre, les podcasts sont nombreux – plus de 800 000 podcasts actifs et plus de 50 millions d'épisodes (Adgate, 2019) – et peuvent constituer une source précieuse de données existantes pour compléter d'autres perspectives obtenues (par exemple, par le biais d'entretiens ou de groupes de discussion). En tant qu'artefacts culturels créés en dehors d'un contexte de recherche, ils présentent une sorte de qualité naturaliste qui leur confère une certaine crédibilité tout en exigeant une contextualisation minutieuse – qui a produit, pour quel public, à quelle heure, etc. Comme pour d'autres données publiques réaffectées à des fins de recherche, des questions éthiques se posent en matière de respect de la vie privée, d'intention et d'interprétation. Ces préoccupations pourraient être atténuées en tenant compte de l'objectif déclaré par chaque podcasteur et en comparant avec d'autres formes d'engagement. Par exemple, Abdolrahmani et ses collaborateurs (2020) ont choisi cette méthode parce que les objectifs des chercheurs s'alignent sur ceux des podcasteurs malvoyants : révéler les problèmes d'accessibilité et d'utilisation des assistants vocaux. L'utilisation de podcasts produits par et pour les membres d'une communauté marginalisée, en particulier la communauté des malvoyants, a permis d'éviter la charge ou l'incitation inappropriée posée par les différentes méthodes de sollicitation. Enfin, l'inclusion de personnes handicapées dans des rôles de direction au sein de l'équipe de recherche a favorisé une interprétation nuancée et adaptée des enregistrements. Parmi les dépôts de

podcasts les plus populaires qui sont consultables, citons [Apple Podcasts](#), [Stitcher.com](#) et [Spotify](#).

Références

- Abdolrahmani, A., Storer, K.M., Mukkath Roy, A.R., Kuber, R., & Branham, S.M. (2020). [Blind Leading the Sighted: Drawing Design Insights from Blind Users Towards More Productivity-Oriented Voice Interfaces](#). Transactions on Accessible Computing (TACCESS). January 2020, Article 18, 35 pages.
- Adgate, B. (2019). "Podcasting is Going Mainstream." Forbes. Accessed on March 23, 2020. <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2019/11/18/podcasting-is-going-mainstream/#453895b31699>
- Markman, K. M. (2012). [Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters](#). *New Media & Society*, 14(4), 547-565.

24. Observations en format Big Brother

Si la recherche porte sur les activités et le comportement des personnes, et à condition bien évidemment d'avoir le consentement explicite des personnes, effectuer des observations en ligne et en direct pourrait bien fonctionner pendant ces périodes. Le chercheur place une caméra au domicile des participants dans une pièce convenue et l'allume et l'éteint à des moments opportuns où a) l'activité a lieu et b) où elle est acceptable et appropriée pour les personnes observées.

25. Expérimentation du jeu de rôle en ligne (O-LARPs)

Ajoutée par Alex Taylor.

J'ai participé à des jeux de rôle en direct (LARP) utilisés pour imaginer les futurs (en particulier pour un projet sur la justice alimentaire algorithmique). Nous avons travaillé avec le collectif artistique Furtherfield qui a développé cette méthode. Je pense que l'on pourrait transposer cette méthode dans le domaine de l'Internet. Il faudrait repenser la façon dont les éléments peuvent être intégrés dans les rôles et les interactions, et probablement expérimenter avec différentes plateformes. Il pourrait être intéressant de reprendre des plateformes de jeux, peut-être quelque chose comme [Roblox](#).

Références :

- À titre d'exemple, voir [Planet Cashless 2029](#), via Furtherfield.
- Simkins, David. The arts of larp: Design, literacy, learning and community in live-action role play. McFarland, 2014.

- Kamm, Björn-Ole, and Julia Becker. "Live-action role-play or the performance of realities." In *Simulation and Gaming in the Network Society*, pp. 35-51. Springer, Singapore, 2016. ([URL](#))
- Mitchell, L. (2016). Materiality, magic and belief: Framing the countryside in fantastical live-action roleplay games. *Ethnography*, 17(3), 326-349. ([URL](#))

LSE Digital Ethnography Collective Reading List

Available here: [Digital Anthropology/Ethnography](#)

26. Projet artistique combiné avec des interviews sur Skype

Ajouté par Nicole Brown.

J'emploie des approches basées sur l'art (par exemple, travailler avec des métaphores, des objets, des modèles Lego, des collages, etc.) que je complète avec des entretiens Skype. J'organise ces entretiens (Brinkmann et Kvale, 2015) sous forme de conversations entre le chercheur et les participants qui permettent de donner un sens à ce que signifie et représente le projet artistique. Les participants reçoivent une question (par exemple : Qui êtes-vous ? Quels sont vos centres d'intérêt ?) et sont invités à trouver une représentation de la réponse et à prendre une photo de cette oeuvre, de cet objet, de ce collage, etc. et à la partager par courriel avec un très bref exposé de ce qu'ils essaient de dire. Une fois que vous avez recueilli toutes les données de cette manière, vous pouvez alors organiser une conversation par le biais l'appel Skype. Le chercheur peut alors analyser la représentation et la transcription de l'entretien.

Le fondement de cette approche : la compréhension humaine est incarnée (Finlay, 2008, 2015) et métaphorique (Lakoff et Johnson, 2003), le langage est insuffisant pour expliquer ou décrire certaines expériences comme la douleur (par exemple Sontag, 2003 ; Scarry, 1985), et les approches artistiques peuvent combler ce fossé (par exemple Leavy, 2015 ; Denzin, 2016).

Références :

- Brinkmann, S. & Kvale, S. (2015). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (3rd ed.). Thousand Oaks CA: SAGE Publications, Inc.
- Brown, N. (2019). Identity boxes: using materials and metaphors to elicit experiences. *International Journal of Social Research Methodology*, 22(5), 487-501. DOI: [10.1080/13645579.2019.1590894](#).

- Brown, N. (2019). "Listen to your gut": a reflexive approach to data analysis. *The Qualitative Report*, 24(13), 31-43. <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol24/iss13/4/>.
- Brown, N. (2018). Exploring the lived experience of fibromyalgia using creative data collection. *Cogent Social Sciences*. DOI: [10.1080/23311886.2018.1447759](https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1447759).
- Brown, N. (2018). Video-conference interviews: Ethical and methodological concerns in the context of health research. *SAGE Research Methods Cases*. DOI: [10.4135/9781526441812](https://doi.org/10.4135/9781526441812)
- Denzin, N.K. (2016). *The Qualitative Manifesto: A Call to Arms*. Routledge.
- Finlay, L. (2008). A dance between the reduction and reflexivity: Explicating the "phenomenological psychological attitude". *Journal of Phenomenological Psychology*, 39(1), 1-32.
- Finlay, L. (2015). Sensing and making sense: Embodying metaphor in relational-centered psychotherapy. *The Humanistic Psychologist*, 43(4), 338–353.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. (Reprinted). Chicago: The University of Chicago Press.
- Leavy, P. (2015). *Method Meets Art: Arts-Based Research Practice*. (2nd ed.). Guilford Publications.
- Scarry, E. (1985). *The Body in Pain – the Making and Unmaking of the World*. Oxford: Oxford University Press.
- Sontag, S. (2003). *Regarding the Pain of Others*. London: Penguin Books.

27. Création de plateformes de média sociaux / Groupes de Recherche et de recherches de plateformes de média sociaux

Middha, B. (2018). "Everyday digital engagements: using food selfies on Facebook to explore eating practices." *Communication Research and Practice* 4(3): 291-306.

Van der Nagel, E. (2013). "Faceless bodies: Negotiating technological and cultural codes on Reddit Gonewild." *Scan: Journal of Media Arts Culture* 10(2): 1-10.

28. Questionnaires en ligne, entretiens virtuels et captures d'écran de réseaux sociaux

Ajouté par Jessica Ringrose et Kaitlynn Mendes.

Dans le cadre de deux projets sur l'activisme dans les médias sociaux, nous avons utilisé des questionnaires qualitatifs, des entretiens virtuels et des collectes de données sur les médias sociaux. Concernant un projet sur l'activisme féministe numérique, une partie de la méthode consistait à réaliser une enquête en ligne

(surveymonkey) avec des réponses qualitatives à des questions sur les expériences de l'activisme féministe en ligne. Twitter a été reconnu comme une plateforme utile pour mener une recherche qualitative vers des « connaissances situées », car il est « basé sur des identités organisées et cultivées... et sur ses interactions avec d'autres entités ». (dans Stewart, 2017: 254). Nous avons donc commencé par mener une enquête via nos propres réseaux Twitter. Au départ, en utilisant notre pseudo Twitter, nous avons tweeté un lien de l'enquête, ne retournant aucune réponse, en grande partie parce que nous avons un petit nombre d'abonnés. Nous avons ensuite demandé à notre assistante de recherche, qui se considère comme une activiste féministe de Twitter et qui rassemble plus de 4 000 abonnés, de retweeter le lien du sondage, générant ainsi 47 réponses. L'une des réponses a été supprimée parce qu'elle était considérée comme du Troll, ce qui laisse 46 réponses valides : 4 hommes adultes, 27 femmes adultes et 15 adolescentes. Bien qu'étant un petit échantillon, les réponses concernant les expériences des participants de l'usage de Twitter pour le militantisme féministe, et spécifiquement pour lutter contre la culture du viol, étaient très descriptives et détaillées. L'enquête était anonyme, mais les participants étaient invités à partager leurs coordonnées pour participer à des entretiens semi-dirigés par Skype, par e-mail ou en personne.

Grâce à cette stratégie, nous avons pu récolter 21 réponses supplémentaires (d'Angleterre, d'Irlande, des États-Unis, du Canada, du Nigéria et d'Arabie saoudite), dont 13 entretiens Skype, un entretien en personne et sept autres questionnaires de suivi plus approfondis et adaptés à leurs réponses précédentes envoyés par email. Au cours des entrevues organisées principalement sur Skype, nous avons également demandé si les participants pouvaient nous envoyer des captures d'écran d'échanges en ligne qui les ont marqués, tels que des trolls ou les contenus qu'ils avaient retweetés avec des explications. Cette méthode pourrait être améliorée et plus approfondie en utilisant les journaux intimes (*diaries*) des médias sociaux numériques (voir Volpe, 2019). Nous avons également examiné en profondeur les comptes Twitter des participants après l'interview afin d'examiner les sujets sur lesquelles ils tweetaient et pourquoi (par exemple, des écolières tweetant sur les codes vestimentaires sexistes et la culture du viol à l'école) (voir Ringrose et Mendes, 2018). Grâce à cette méthode, nous avons pu croiser des données, comme par exemple la prédominance des participants de l'échantillon qui ont contesté le troll (44/46), les expériences des épisodes de Troll et des captures d'écran des médias sociaux démontrant les échanges ou les réponses aux tweets du Troll (voir Mendes et al., 2019). Par la suite, nous avons adopté une technique similaire à celle ci-dessus pour un projet autour des expériences de contribution à #MeToo.

Nous avons publié un lien vers une enquête en ligne depuis nos comptes Twitter, et demandé à nos collègues de le partager autour d'eux. Nous avons demandé à ceux qui ont contribué au hashtag de répondre et de transmettre l'enquête à d'autres membres de leur réseau via un procédé d'échantillonnage dit de "boules de neige". L'enquête a permis de recruter 117 participants, dont 115 femmes et 2 hommes,

âgés de 18 à 64 ans, avec des réponses venant du Royaume-Uni, de la Suède, de la Grèce, de l'Australie, des Pays-Bas, du Canada et des États-Unis. Il était également demandé aux participants de laisser un contact par courriel s'ils étaient d'accord pour participer à un entretien de suivi. Grâce à cette méthode, nous avons recruté 7 participants supplémentaires (6 femmes, 1 homme), basés au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et en Grèce. Grâce à ces entretiens de suivi, nous avons pu poser des questions sur des thèmes clés émergeant des réponses au sondage (par exemple, pourquoi certains ont contribué au hashtag sans partager une histoire personnelle). Nous avons également pu demander aux participants de donner plus de détails sur les sentiments contradictoires qu'ils ressentaient à propos de leur expérience (un mélange de stress et de guérison).

Références

- Mendes, K. and Ringrose, J. (2019) 'Digital Feminist Activism: #MeToo and the everyday experiences of challenging rape culture' in Bianca Fileborn and Rachel Loney-Howes (eds.) *#MeToo*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Mendes, K, Ringrose, J. and Keller, J. (2018) #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism, *European Journal of Women's Studies* 2018, Vol. 25(2) 236–246.
- Ringrose, J. and Mendes, K. (2018) Mediated Affect & Feminist Solidarity: Teens' using Twitter to challenge 'rape culture' in and around school, in Editors: Tony Sampson, Darren Ellis and Stephen Maddison, *Affect and Social Media*, London: Rowman and Littlefield.
- Retallack, H. Ringrose, J. and Lawrence, E. (2016). 'Fuck your body image': Teen girls' Twitter and Instagram feminism in and around school in J. Coffey Shelley Budgeon and Helen Cahill (Eds.) *Learning Bodies: The Body in Youth and Childhood Studies* (pp.85–103). London: Springer
- Stewart, B. 2017. "Twitter as Method: Using Twitter as a Tool to Conduct Research." In *SAGE Handbook of Social Media Research*, edited by Luke Sloan and Anabel Quan-Haase, 251– 265. London: Sage.
- Volpe, C. (2019). Digital diaries: new uses of PhotoVoice in participatory research with young people, *Children's Geographies*, 17(3), pp.361-370.

29. Cartographie numérique et technologies géospatiales

Tracer et cartographier la façon dont les gens utilisent les systèmes et les plateformes en ligne pour suivre les mouvements ou les tendances de migration, ou pour explorer un phénomène particulier.

Références

- Buckle, C. (2020). "Touching, scrolling and swooping: Performing and representing migrant stories through geospatial technologies." *Geoforum* 111: 83-93. (face-to-face interviews, but can be modified to be virtual through screen-sharing)
- Krieg, L. J., Berning, M., & Hardon, A. (2017). Anthropology with algorithms? An exploration of online drug knowledge using digital methods. *Medicine Anthropology Theory*, 3, 21-52.
- <http://medanthrotheology.org/read/8347/anthropology-with-algorithms>
- Martin, M. E. and Schuurman, N. (2020) 'Social Media Big Data Acquisition and Analysis for Qualitative GIScience: Challenges and Opportunities', *Annals of the American Association of Geographers*. Routledge, 0(0), pp. 1–18. doi: 10.1080/24694452.2019.1696664.
- Muenchow, J., Schäfer, S. and Krüger, E. (2019) 'Reviewing qualitative GIS research—Toward a wider usage of open-source GIS and reproducible research practices', *Geography Compass*, 13(6), pp. 1–17. doi: 10.1111/gec3.12441.

30. Conversation en direct

Des applications pourraient être utilisées pour la recherche ethnographique en offrant aux gens la possibilité de se parler en temps réel et de commenter à l'aide des systèmes de réponse intégrée. Ces applications sont également utilisées pour l'enseignement en ligne ou les conférences.

Voici une liste récente des « meilleures applications mobiles de diffusion en direct »: [10 Best Mobile Live Streaming Apps \(2020\)](#)

31. Photojournalisme et photographie documentaire

(En cours)

Je travaille sur l'idée de documenter la vie quotidienne des personnes confinées chez elles, mais je remarque qu'il est difficile d'entrer dans chaque maison et de photographier les situations, le style de vie (drame, enfants, routines, combats, devoirs ...) à cause des règles de confidentialité et celles du respect de la vie privée des personnes.

Un groupe de photographes a initié l'idée de partager des photos prises quotidiennement et de les publier sur le réseau social Instagram. Le nombre et les pays des photographes ne sont pas mentionnés.

La presse est restée silencieuse sur l'actualité des pays les plus touchés par la pandémie comme l'Italie et l'Espagne. Les photojournalistes restent chez eux et, à

cause des syndicats, ils ne se déplacent pas dans les endroits où le taux d'infections et de décès est élevé. Il n'y a pas d'images d'hôpitaux sans équipements mais de nombreux témoignages du RRSS de travailleurs (graphiques et tweets) confirment le manque de masques et d'autres équipements pour les infirmières et les médecins.

De ce fait, documenter la pandémie au quotidien est vraiment impossible parce que les photographes n'ont pas l'équipement pour se protéger lorsqu'ils travaillent à l'extérieur de chez eux. De nombreux pays de l'UE ont fermé leurs frontières avec d'autres pays et la liberté de circulation a été réduite. En Espagne, il y a des cas où des photojournalistes couvrant cette pandémie ont été condamnés par la police dans les rues.

Comment documenter cette pandémie en tant que photojournaliste, anthropologue ou photographe documentaire sans être sanctionné par les autorités?

Quand cette situation prendra fin et quand nous stabiliserons la progression du virus, quel genre de trace et de témoignage fiables pourrons-nous utiliser comme preuve scientifique ? Dans le RRSS, il y a beaucoup de photos de particuliers mais beaucoup d'entre elles se ressemblent et elles ne sont pas pertinentes d'un point de vue professionnel. Je pense que l'anthropologie visuelle devrait travailler en étroite collaboration avec les gouvernements et les autorités afin de créer un corpus de travail assez complet pour établir des preuves pour l'étude des autres sciences ?

Des pratiques comme l'achat et le stockage d'une grande quantité de nourriture et de papier toilette devraient être documentées à la maison et il faudrait interviewer les familles pour comprendre leurs motivations.. Sur le plan sociologique, il y a plusieurs raisons, la plupart en réponse à la panique qui s'est emparée des médias. Pendant les premiers jours de l'annonce de "l'état d'alerte", les principaux produits comme le pain, les fruits, les légumes, les pâtes et d'autres aliments en conserve n'étaient pas ou peu disponibles.

Toutes les suggestions sont les bienvenues pour aider à faire la recherche de terrain pendant cette pandémie.

Lectures suggérées:

Collier, J. (1913). "Visual anthropology". Photography as a research method. 1986 Edition by University of New Mexico Press.

32. Projets photographiques participatifs

Ajouté par [Joseph Kesisoglou](#).

Voici quelques exemples de praticiens qui ont rencontré une difficulté à accéder à leurs sujets. Indépendamment de l'épidémie, les praticiens ayant recours à la photographie ont souvent eu des difficultés à documenter les sujets, soit en raison des conditions du milieu environnant, soit en raison de la vie privée et du consentement des sujets. Anthony Luvera aborde cette question à travers des

approches sophistiquées de l'autoportrait assisté et de l'auto-ethnographie. Il était le pionnier de la pratique de la photographie participative en appuyant les individualités et les auto-représentations de ses sujets. L'un de ses projets préférés était comment Anthony Luvera a offert aux sujets des caméras à usage unique pour documenter les espaces où ils dorment la nuit (des habitations de fortune). Je crois que ceci est actuellement pertinent pour les praticiens et les chercheurs qui font du travail de terrain sans y être physiquement, mais cela doit être fait avec l'intermédiaire de dispositifs et de processus.

Pour en savoir plus :

- [Anthony LuveraResidency](#)
- [Photographs and Assisted Self-Portraits \(2002 - ongoing\)](#)
- [How participatory photography can help shift conversations surrounding homelessness](#)
- [Representing Homelessness](#)

33. Utilisations des appels vidéo sur internet et du partage de bureau comme méthode de recherche discrète

Par Elizabeth Hidson, Université de Sunderland, Royaume-Uni.

J'utilise des appels vidéo sur Internet et du partage de bureau, que j'ai appelé VCDS (*video calling and desktop sharing*), depuis au moins 2015, mais j'étais étonnée de découvrir qu'il existe peu de supports pour aider les chercheurs à appréhender cette méthode de recherche discrète. Ce document de méthodologie s'inscrit dans mes études doctorales, et sa rédaction a pris un certain temps - il est actuellement en cours de relecture mais je l'ai présenté à BERA en 2019. La présentation est disponible ici: <https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/11303/> pour toute personne intéressée. Je ne suis pas encore en mesure de partager le document, mais je serais ravie de discuter avec quiconque de la recherche VCDS pas seulement sur le processus traditionnel, mais aussi sur les possibilités que le partage de bureau des artefacts numériques apporte au processus.

L'enregistrement du processus peut être effectué sur certaines plateformes logicielles, mais peut également être effectué à l'aide de logiciels tiers comme Evaer <https://www.evaer.com/> ou Open Broadcaster <https://obsproject.com/>.

J'ai utilisé la vidéo comme données et Atlas.ti pour l'analyse thématique.

34. Comment enseigner la “net-nographie” ?

Ajouté par Lisanne Wilken

Dans le cadre de notre cours sur les méthodes d'enquête à Global Studies, Université d'Aarhus, j'utilise les textes suivants pour présenter la nethnographie à un groupe interdisciplinaire d'étudiants :

18 novembre : Collecte de données en ligne, défis, pratiques, éthique.

Au cours de cette leçon, nous discuterons des possibilités et des obstacles de l'ethnographie en ligne et de l'étude des médias sociaux.

Lectures :

Kozinets, Robert V., Pierre-Yann Dolbec & Amanda Earley (2014) Analyse netnographique: comprendre la culture grâce aux données des médias sociaux. Dans Uwe Flick (eds) *The Sage Handbook of Qualitative Data Analysis*. Dage: Londres: 262-275

Boyd, Danah & Kate Crawford (2012) Questions critiques pour le Big Data. *Information, Communication & Society*, 15:5, 662-679

Gómez Cruz, E. & San Cornelio. G (2018) Imaginer le mécontentement : images politiques et protestations civiques. Dans Marco Bohr & Basia Sliwinska. *The Evolution of the image: Political action and the digital Self*: Routledge.
https://www.researchgate.net/publication/324222552_Gomez_Cruz_E_San_Cornelio_G_2018_Imagining_discontent_Political_images_and_civic_protest_In_Marco_Bohr_Basia_Sliwinska_The_Evolution_of_the_Image_Political_Action_and_the_Digital_Self_London_Routledge

25 novembre, Analyse d'études de cas

Pendant le cours, nous allons déchiffrer différents cas de médias sociaux et discuter des sujets d'un document-portfolio sur les médias sociaux et l'ethnographie en ligne.

Lectures

Kreis, Ramona (2017) #Refugeesnotwelcome: discours anti-réfugiés sur Twitter. *Discourse and Communication*. Vol 11: 5, 498-514

Meek, David (2011) Youtube et mouvements sociaux : une analyse phénoménologique de la participation, des événements et du cyberplace. *Antipode*

Waltorp, Karen (2015) Rester cool, rester vertueux. Les médias sociaux et l'habitus composite des jeunes femmes musulmanes à Copenhague. *Mediekultur. Journal of Media Culture and Communication*, 58: 49-67

Ajouté par Lisanne Wilken

Ceci est le programme d'un cours interdisciplinaire, Europe Online, que j'enseigne à European Studies, Aarhus University.

Leçon 1, 6, 10-14 septembre, 1453/229

Présentations et méthodologies

Giglietto, Fabio, Luca Rossi & Davide Bennato (2012), le laboratoire ouvert. Limites et possibilités d'utilisation de Facebook, Twitter et Youtube comme ressources de données de recherche. *Journal of Technology in Human Services*, 30: 3-4, 145-159
<https://www-tandfonline-com.ez.statsbiblioteket.dk:12048/doi/full/10.1080/15228835.2012.743797>

Kozinets, Robert V., Pierre-Yann Dolbec & Amanda Earley (2014) Analyse netnographique : Comprendre la culture à travers les données des médias sociaux. In Uwe Flick (eds) *The Sage Handbook of Qualitative Data Analysis*. Sage: London: 262-275
https://www.researchgate.net/publication/319472120_Netnographic_Analysis_Understanding_Culture_through_Social_Media_Data

Couldry, N & U. Mejjias (2018) Le Colonialisme des données (Data Colonialism). Repenser la relation du Big Data avec le sujet contemporain. *Television and New Media*.

Leçon 2, 10, 10-14 septembre. 1485/238

Désinformation en ligne et fake news

Bennett & Livingston (2018) L'ordre de la désinformation : la communication disruptive et le déclin des institutions démocratiques. *European Journal of Communication*, vol 3, 2: 122-139

Asmolov, Gregory (2018) Le pouvoir de déconnexion des campagnes de désinformation. *Journal of International Affairs*, vol 17:5, 69-76.

DiFranzo, Dominic & Kristine Gloria Garcia (2017) Filter Bubbles and fake news. *The ABC Magazine*

Leçon 3, 20 septembre

L'UE sur Internet : communication, élection et la sphère publique ?

Hänksa, Max & Stefan Bauchowic (2019) Les médias sociaux peuvent-ils faciliter une sphère publique européenne? Communication transnationale et européanisation de Twitter pendant la crise de la zone euro. Médias sociaux + société. 1-14

Roginsky, Sandrine (2014) Les sites des réseaux sociaux une communication innovante sur l'Europe? The Journal of Media Innovations. Vol 1:2.

Krzyzanowski les médias sociaux dans / et la politique de l'Union Européenne. *Journal of Language and Politics* 17:2 (2018)

Le contexte:

Segesten, A & M Borsetta (2017) L'européanisation eurosceptique des sphères publiques: réactions de la presse écrite et des médias sociaux aux élections du Parlement européen de 2014. [https://portal.research.lu.se/portal/en/publications/the-eurosceptic-europeanization-of-public-spheres-print-and-social-media-reactions-to-the-2014-european-parliament-elections\(991fc64f-f388-4702-a19c-40bbe8a85560\)/export.html](https://portal.research.lu.se/portal/en/publications/the-eurosceptic-europeanization-of-public-spheres-print-and-social-media-reactions-to-the-2014-european-parliament-elections(991fc64f-f388-4702-a19c-40bbe8a85560)/export.html)

Leçon 4, 24, 10-14 septembre 1485/238

Le terrorisme sur les réseaux sociaux

Klausen, Jytte (2014) Tweeter le jihad : les réseaux sociaux des combattants occidentaux. *Studies in Conflict and Terrorism*. Vol 28,1: 1-22

Badaway, Adam & Emilio Ferrara (2017) L'essor de la propagande djihadiste sur les réseaux sociaux. <https://arxiv.org/pdf/1702.02263.pdf>

Awan, Imran (2017) Le Cyber-extremisme: Isis et le pouvoir des médias sociaux. *Society*, vol 54:2, 138-149

Giglietto, Fabio & Yenn Lee (2017) Un hashtag valant mille mots. Stratégies discursives autour de #jenesuispascharlie suite à la fusillade de Charlie Hebdo en 2015. *Social Media + Society*. Vol 3:1,

Leçon 5, 1er 10-14 octobre, 1485/238

Brexit sur Internet

Polonski, Vyacheslav (2015) Analyser les voix des médias sociaux du référendum britannique sur l'UE. <https://medium.com/@drpolonski/social-media-voices-in-the-uks-eu-referendum-brexit-or-bremain-what-does-the-internet-say-about-ebbd7b27cf0f>

Usherwood, S & Wright, K (2017) Sticks and stones: comparaison des stratégies de campagne Twitter. *British Journal of Politics and International relations*.

Bastos, M and D Mercea (2017) The Brexit Botnet and user generated hyperpartisan news.

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0894439317734157>

Leçon 6, 8-10-14 octobre, 1453/229

La crise des réfugiés en ligne

Frouws, Bram et Phillips, Melissa et Hassan, Ashraf & Twigt, Mirjam Se rendre en Europe par Whatsapp: l'utilisation des TIC dans les flux de la migration mixte contemporaine vers l'Europe (Juin 2016). *Regional Mixed Migration Secretariat Briefing Paper*, 2016.

Kreis, Ramona (2017) #Refugeesnotwelcome: discours anti-réfugiés sur Twitter. *Discourse and Communication*. Vol 11: 5, 498-514

Latonero, M & P. Kift (2018) On digital passages and borders. Refugees and the new infrastructure for movement and control. *Social Media + Society*.

Kutscher, Nadia & Lisa-Marie Kreß (2016) "Internet est la même chose que la nourriture" – Une étude empirique sur l'utilisation des médias numériques par les réfugiés mineurs non accompagnés en Allemagne, *Transnational Social Review*, 6:1-2, 200-203

Le contexte

Gillespie, Marie et al (2016) La Cartographie des parcours des médias des réfugiés. Smartphones et réseaux des médias sociaux. Research Report. Open University/France

Média

Monde(98pp)

https://www.open.ac.uk/ccig/sites/www.open.ac.uk.ccig/files/Mapping%20Refugee%20Media%20Journeys%2016%20May%20FIN%20MG_0.pdf

Le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés

Comprendre les perceptions des migrants et des réfugiés en Europe à partir des médias sociaux.

<https://www.unglobalpulse.org/sites/default/files/Social%20Media%20Forced%20Displacement%20Europe%20Refugee%20Crises%20.pdf>