

L'ETHNOGRAPHIE MULTISITES EN LIGNE : ÉTUDE DES PRATIQUES QUOTIDIENNES DE PARTAGE DE VIDÉOS

Élodie Crespel
Chercheuse indépendante

Résumé : *Cet article offre une réflexion sur les défis méthodologiques liés à l'étude de la vie quotidienne et des médias numériques. Elle est basée sur une recherche doctorale qui offre une analyse approfondie des habitudes des utilisateurs et ouvre un dialogue interdisciplinaire entre communication et études scientifiques et technologiques. L'article expose comment l'ethnographie multisites et l'ethnographie en ligne ont été mobilisées dans l'étude du partage de vidéos dans la vie quotidienne. Afin de contribuer à une meilleure compréhension des usages sociaux d'Internet, la recherche se concentre sur une riche description des pratiques de partage de vidéos en ligne à l'aide d'entrevues, apportant ainsi une contextualisation précieuse sur de nouvelles pratiques socioculturelles. L'article démontre l'apport de l'ethnographie au champ de la communication et aux études d'usages.*

Mots-clés : *démarche qualitative, pratiques socioculturelles, théorisation ancrée, ethnographie multisites, entrevues.*

Abstract: *This article offers a reflection on the methodological challenges related to the study of everyday life and digital media. It is based on doctoral research that provides an in-depth analysis of user habits, and opens an interdisciplinary dialogue between communication and science and technology studies. The article explains how multi-sited ethnography and online ethnography were mobilized for the study of video sharing in everyday life. The research focuses on a rich description of the practice of sharing online videos, supported by interviews, thereby lending valuable context to new socio-cultural practices. It demonstrates the contribution of ethnography to the field of communication and to use studies, in detailing the development of this method.*

Keywords: *qualitative methodology, online social practices, grounded theory, multi-sited ethnography, interviews.*

Introduction

Afin de comprendre le rôle d'Internet dans la vie sociale contemporaine, je me suis attelée à étudier les pratiques communicationnelles sur le Web dans leur ubiquité et leur complexité. Pour cela, je me suis intéressée au quotidien des internautes, en me concentrant sur une pratique « banale » : le partage de vidéos en ligne. La grande majorité des utilisateurs d'Internet ne produisent pas de vidéos, mais les regardent et éventuellement les partagent à un (ou plusieurs) tiers (Blank et Reisdorf, 2012; Venturini, Carlier et Mishra, 2013). Partager une vidéo à partir de sites d'hébergement (par exemple YouTube) vers les réseaux sociaux (comme Facebook) est facile et rapide. Ce partage à première vue « banal » est, sur le plan ethnographique, « exceptionnel » (Sheringham, 2006). Cela m'a poussée à réfléchir à des moyens d'observer et de rendre compte de cette banalité, terreau de toutes les activités humaines (Lefebvre, 1958).

Ma recherche s'inscrit dans une approche ethnographique émergente. En tant que processus inductif, l'ethnographie consiste à découvrir ce que signifient les pratiques sans présumer à l'avance des structures appropriées de recherche de la signification. Ce type d'exploration aspire à comprendre les pratiques culturelles pour ce qu'elles sont, en acceptant qu'elles aient un sens particulier pour les personnes qui y sont engagées (Hine, 2011).

Cette posture méthodologie m'a placée face à plusieurs défis, tels que le manque de « terrain » à étudier, le recrutement des participantes et participants, ou encore la définition de mon rôle de chercheuse par rapport à ces derniers et à ma discipline. De plus, regarder et partager des vidéos en ligne relève aussi de mon quotidien; ainsi, je pensais, à tort, avoir moins besoin de me familiariser avec ce phénomène. Pour pallier ce biais méthodologique, j'ai dû, dans un premier temps, prendre des distances avec mon objet de recherche pour dépasser l'utilisation profane du partage en ligne et pour rendre ma propre pratique tout aussi étrange que celle de mes participantes et participants. C'est sur ce point que la figure du flâneur est intervenue (Shields, 2006) : à l'inverse de l'étranger qui devient un natif, le flâneur, lui, est un indigène qui devient un étranger (Shields, 2006). Il possède les mêmes caractéristiques réflexives que le spécialiste culturel, l'artiste, l'écrivain, le journaliste, l'intellectuel, le détective et, bien entendu, le chercheur en sciences sociales (Featherstone, 1998).

L'étude des phénomènes liés à l'Internet peut aussi être examinée « hors ligne », donc une méthodologie virtuelle n'est pas toujours nécessaire. En outre, ma méthode n'est pas à proprement parler « virtuelle », puisque la collecte des récits s'est faite par entrevues en face à face et non en ligne (Orgad, 2009). Cependant, on pourrait dire que j'ai mobilisé une « ethnographie en ligne » avec une méthode complémentaire : lors des entrevues, les participantes et participants ont installé un logiciel d'analyse d'historique de navigation qui conservait les noms de domaine les plus visités et le temps passé sur Internet, entre autres.

L'article commencera par la présentation de la ligne directrice qui structure toute ma méthodologie : la réflexivité. Ensuite, j'expliquerai comment l'ethnographie multisites m'a aidée dans l'étude d'une pratique se mouvant à travers vie quotidienne et Internet. Cela sera suivi par la présentation des difficultés de recrutement et les motivations des personnes participantes à raconter leurs histoires de partage de vidéos en ligne. Je montrerai comment les trois entrevues successives ont permis de capturer le caractère éphémère et imprévisible des pratiques, tout en encourageant la réflexivité des participantes et participants. Enfin, l'article se conclura par les détails relatifs à la préparation de l'analyse.

Stratégie méthodologique et recrutement des participantes et participants

La réflexivité : posture de recherche privilégiée

Pour appréhender la quotidienneté, je me suis tournée vers un type d'ethnographie émergent qui prend en compte la réflexivité des individus dans leurs propres pratiques. Le chercheur est alors « responsable de la production de son terrain afin de faire face à la complexité des sociétés modernes » (Falzon, 2009, p. 10).

Dès le début de ma recherche, je me suis posé les questions suivantes : comment être utilisatrice d'Internet et chercheuse dans ce domaine, sans que ni l'une ni l'autre de ces positions ne s'influencent? Comment être réflexive sur mes propres pratiques tout en menant à bien la recherche? Afin de répondre à ces questionnements, j'ai appliqué les trois niveaux de réflexivité de Wilkinson (1988) : personnel, fonctionnel et disciplinaire.

La réflexivité est une réflexion sur l'intersubjectivité et la collaboration mutuelle entre le chercheur et le ou les participantes et participants. Alvesson (2003) souligne qu'une approche réflexive évite de simplifier les « données » comme relevant

simplement de la réalité. Cette approche stimule plutôt la production d'interactions entre différentes interprétations d'un même phénomène. La réflexivité pousse donc l'analyste à une plus riche exploration des significations et à une reconnaissance de l'ambiguïté présente dans les phénomènes étudiés (Alvesson, 2003).

Tout d'abord, le premier niveau, dit « personnel », encourage, à travers l'introspection, à considérer ses opinions, ses intérêts et ses sentiments tout au long de la recherche. Ainsi, être attentive à mes propres expériences et à leurs significations m'a permis de développer plusieurs idées et d'établir une première interprétation des entrevues (Wilkinson, 1988). Par ailleurs, selon Finlay (2002), l'introspection doit être utilisée avec parcimonie, et seulement dans le cas où elle nourrit les idées et les interprétations de façon productive.

Ensuite, le second niveau, fonctionnel, est relatif au rôle du chercheur vis-à-vis des personnes participantes et place la réflexivité au cœur du processus. Ainsi, le chercheur doit poser les bonnes questions en laissant le temps aux participantes et participants de répondre. Par exemple, durant mes entrevues, une participante s'excusait d'avoir un récit décousu, car c'était la première fois qu'elle parlait et réfléchissait sur ses propres pratiques. La réflexivité est donc nécessaire dans la recherche qualitative, puisqu'elle permet au chercheur de ne pas être un simple collecteur de données, mais un cultivateur de récits. La réflexivité est une condition pour l'étude de l'ambivalence et de la complexité du quotidien, qui suppose de donner le temps aux participantes et participants de réfléchir et de s'interroger sur leurs pratiques. À ce niveau, le chercheur explore ce qui émerge de sa relation avec les personnes participantes (Finlay, 2002). Ainsi, les interprétations de ces dernières peuvent aider à modifier et à nuancer celles du chercheur (Finlay, 2002). Toutefois, Finlay (2002) souligne que cette notion de partage n'est pas synonyme d'égalité entre le chercheur et les participantes et participants.

Enfin, dans le dernier niveau, disciplinaire, le chercheur se positionne en examinant sa recherche dans les contextes plus larges de cadres théoriques, épistémologiques et politiques propres à sa discipline. À ce niveau, le chercheur s'interroge sur les raisons du succès de certaines théories et méthodes, et sur l'implication de ses choix sur le type de recherche effectuée, de même que sur le type et la qualité des connaissances produites. En ce qui concerne l'Internet, Ess et Dutton (2013) expliquent le besoin de transformer les méthodes de recherche ainsi que les objets de recherche. À la suite de ces « besoins » méthodologiques, je me suis intéressée au quotidien, souvent considéré comme n'étant pas digne d'intérêt (Sandywell, 2004),

avec une approche qualitative restituant le vécu des participantes et participants et privilégiant la réflexivité. Cela permet de rendre la recherche riche, pertinente et utile pour les autres chercheurs (Wolcott, 2001), puisque la réflexivité éclaire les choix méthodologiques (Finlay, 2002) qui, à leur tour, accompagnent d'autres chercheurs dans leur cheminement.

L'ethnographie multisites comme source d'inspiration

Il était difficile de circonscrire mon objet de recherche avec des limites précises. En effet, les pratiques de partage de contenus sont, par nature, dispersées sur plusieurs plateformes, animées par des motivations diverses (recommandation, découverte, etc.) et effectuées par des moyens divers (publications, commentaires, messages privés, etc.). L'ethnographie en ligne considère le cyberspace comme étant séparé des autres espaces de « la vie réelle » (Orgas, 2009). Cependant, j'ai choisi de ne pas étudier une communauté en ligne selon le modèle *netnographique* (Kozinets, 2009), c'est-à-dire une ethnographie sur les communautés en ligne consacrée aux études de marché et de marketing qui s'inspire de l'observation participante. De fait, le partage de contenu ne se fait pas dans un seul espace social (à domicile, au travail ou à l'université) et, surtout, il ne se produit pas seulement en ligne, puisque de nombreux partages se font aussi lors de rencontres en face à face. Mon étude rompt donc avec la « réification d'un cyberspace se posant en abstraction des autres sphères de la vie sociale » (Pastinelli, 2011, p. 39). Pour toutes ces raisons, l'étude du partage de vidéos en ligne se prête parfaitement à une ethnographie dite « multisites », car j'examine plusieurs acteurs sur plusieurs sites Internet dans plusieurs situations et plusieurs lieux.

La caractéristique principale de la recherche multisites est, en effet, de suivre les acteurs, leurs connexions, leurs associations et leurs relations à travers l'espace (Falzon, 2009; Marcus, 1995). Selon Falzon (2009), ce changement dans la conception de la recherche est attribué à trois facteurs. Le premier facteur est relatif à la notion d'espace. De fait, socialement produit (Massey, 2005), le terrain de recherche n'est plus un espace à trouver ni à explorer, mais à construire par le chercheur. Ainsi, n'étant plus délimité par un espace physique, le terrain s'ouvre vers de nouvelles possibilités de recherches (Nadai et Maeder, 2005). Le deuxième facteur concerne la notion de déplacement. Dans les sociétés contemporaines, les individus, l'information, les biens et les idées sont en constant mouvement. Même des lieux comme une ville ou un quartier se meuvent dans des ensembles vastes, mobiles et de plus en plus globaux. Dès lors, le terrain de recherche n'est plus nécessairement une

place locale précise ni une communauté bien définie. Le troisième et dernier facteur est une reformulation de la méthode ethnographique conventionnelle : le chercheur doit envisager de nouvelles pratiques adaptées à l'étude de ces « nouveaux espaces », ou à ce manque d'espace. Ainsi, n'ayant plus de terrain circonscrit, Marcus (1995) propose d'orienter la recherche ethnographique en suivant la circulation de six éléments : 1) des personnes, 2) des objets, 3) des métaphores (discours et médias), 4) des histoires (mémoire), 5) des vies (biographie) et 6) des conflits. Dans le cadre de mon étude, il a été question de suivre plus particulièrement la circulation des personnes (les internautes) et des objets (les vidéos en ligne) dans les multiples espaces qu'ils occupent (sur Internet, sur leur lieu de travail, leur domicile et chez des amis).

Ma recherche ne propose donc pas d'approfondir les pratiques d'une plateforme en particulier, mais plutôt celles des internautes dans leur globalité. L'approche multisites est particulièrement adaptée afin d'explorer la vie quotidienne de ces internautes, des vies faites de mouvements. Sans limites spatiales et temporelles, l'ethnographie multisites m'a permis de retracer divers parcours d'internautes. Ce faisant, je réponds au manque de profondeur dont l'ethnographie multisites a souvent été accusée (Falzon, 2009).

Recrutement des participantes et participants : premier obstacle

Les participantes et participants cibles étaient des internautes résidants sur l'île de Montréal afin de permettre une rencontre en face à face. Les trois critères pour participer à la recherche étaient : 1) être un adulte, 2) regarder des vidéos en ligne et 3) les partager. Cependant, je n'avais pas anticipé le problème du recrutement. J'avais d'abord envisagé un recrutement par bouche-à-oreille et par les réseaux sociaux (Facebook, Twitter), mais cette méthode a été peu fructueuse. J'ai également fait des appels à participation¹ à travers des lieux publics de Montréal, tels que des

¹ À l'aide d'affiches qui comportaient une brève description de la recherche, les critères pour participer, un lien et un code QR vers un site Internet où ils pouvaient se trouver plus de renseignements et un formulaire d'inscription : « Invitation à participer à une recherche sur les vidéos en ligne. Je suis une étudiante au doctorat à l'Université de Montréal au Département de communication. Mon projet vise à mieux comprendre le partage de vidéos en ligne d'internautes ordinaires comme vous et moi. Je souhaite explorer le rôle des vidéos en ligne dans la communication quotidienne. J'ai besoin de participants dans le cadre d'une étude sur l'utilisation d'Internet au quotidien. Les critères pour participer sont : être un adulte habitant la région Montréal; regardez et partagez des vidéos en ligne de manière occasionnelle. Cette recherche implique une participation volontaire à trois entrevues individuelles d'une durée approximative d'une heure chacune, où la personne aura notamment à décrire et à raconter ses expériences lors de visionnement et de partage de vidéo en ligne. Si vous êtes intéressé à participer,

cafés, les babillards des banques ou des bibliothèques municipales. J'ai eu de la difficulté à trouver des participantes et participants pour deux raisons principales. Premièrement, les excuses données pour ne pas participer étaient relatives au sujet de la recherche, considérée comme trop banale et sur lequel les participantes et participants avaient, croyaient-ils, peu à dire. Deuxièmement, plusieurs personnes m'ont contactée en espérant un dédommagement pécuniaire bien qu'il était clairement stipulé sur l'annonce qu'aucun dédommagement n'était possible. Une quinzaine de personnes m'ont contactée et dix ont fait les trois entrevues. De ces dix personnes, six étudient au cycle supérieur et quatre sont sur le marché du travail. Ces personnes m'ont expliqué qu'elles ont surtout été motivées à participer parce qu'elles savaient combien il était difficile de trouver des participantes et participants pour une étude :

Ma motivation à participer... Surtout par rapport au fait que je suis conscient de la difficulté que les jeunes chercheurs ont à recruter des participants pour leur recherche. Comme je me considère un bon consommateur de vidéo dans YouTube, je me suis dit que je serais peut-être un bon participant pour ton étude (1^{re} entrevue avec Martin²).

Par ailleurs, découvrir ses propres pratiques en les verbalisant a été un gain imprévu pour les participantes et participants :

Oui, j'ai vraiment aimé ça. C'était le fun. Si jamais j'ai d'autres occasions de participer à des études, je vais participer. Je trouve que ça m'apporte à moi aussi. J'apprécie nos discussions, j'apprécie réfléchir sur ce genre de choses là (3^e entrevue avec Aurélie).

suivez le lien sur cette page. Vous y trouverez une description détaillée de moi-même, du projet et de la procédure de recherche.

Ce projet constitue une recherche pour ma thèse en communication à l'Université de Montréal. Il n'est pas financé par un organisme subventionnaire. Il a obtenu l'approbation du comité d'éthique de l'université. Votre participation est entièrement anonyme, confidentielle et volontaire. Les données collectées dans le cadre de cette enquête ne seront utilisées qu'à des fins d'analyse scientifique ».

² Tous les prénoms ont été changés en respectant le genre de la personne.

Collecte de données et analyses

L'entrevue au-delà de la collecte de récits

L'entrevue a été le moyen utilisé afin de pallier les difficultés qu'une observation ethnographique supposait dans le cas du partage de vidéos en ligne. Comme le souligne Alvesson (2003), de nombreuses questions de recherche forcent le chercheur à s'adresser directement aux propos des personnes ciblées par l'étude. Généralement, l'ethnographie se veut l'observation quotidienne d'une pratique dans son contexte dit « naturel ». Cependant, une pratique aussi éphémère et imprévisible que celle du partage des vidéos en ligne ne se prête pas aux mêmes observations. L'entrevue est donc un outil méthodologique souvent employé afin de comprendre les significations et les représentations des individus (Schröder, 1999). De fait, de nombreux chercheurs affirment que le langage n'est pas un miroir de la réalité, mais qu'il est utilisé dans une production de sens (Alvesson, 2003). Ainsi, durant l'entrevue, le chercheur et la personne participante construisent et découvrent ensemble des récits.

L'entrevue n'est pas une simple méthode de collecte de récits : son principal objectif est l'intercompréhension qui commence avec la confiance entre les participantes et participants (Fontana et Frey, 2000). Afin de tirer profit au mieux de l'entrevue, Christians (2005) propose trois conventions de la recherche qualitative : 1) porter une attention sincère aux participantes et participants; 2) se livrer à un partage émotionnel; 3) atteindre une suffisance interprétative. Les deux premières conventions m'ont emmenée à privilégier les entrevues en face à face. De fait, je me sentais plus à l'aise de discuter avec les participantes et participants en les observant. L'entrevue en face à face oblige à écouter et à rebondir sur les propos des personnes participantes. Rire à des anecdotes amusantes ou attendre en souriant la formulation d'une réponse sont quelques exemples de situations qui permettent un partage émotionnel. Pour respecter la troisième convention proposée par Christians (2005), la suffisance interprétative (*interpretative sufficiency*), qui renvoie à une prise au sérieux de la vie des personnes participantes, lourde de multiples interprétations et de richesse culturelle, j'ai cherché à créer une forme de réciprocité coopérative avec les participantes et participants. Dès le début de la rencontre, j'ai été franche quant aux véritables objectifs de l'interaction³. Afin de mieux raconter les habitudes et les

³Le chercheur doit s'assurer que tous les participant(e)s de sa recherche comprennent clairement ce qui leur sera demandé (Johns, Chen, & Hall, 2004). Le formulaire de consentement est un moyen d'aviser les participant(e)s concernés, mais il permet surtout de respecter la liberté des participant(e)s.

façons de faire, j'ai basé ma recherche sur l'écriture narrative suivant un modèle en trois temps : introduction, développement et conclusion.

La narration des pratiques

Trois entrevues ont été réalisées avec chacun de mes dix participantes et participants. J'ai procédé en trois temps afin de permettre la construction narrative des pratiques ainsi qu'un dialogue réflexif. La première entrevue a permis de « briser la glace » et de dresser un portrait non exhaustif des usages des vidéos sur Internet par les personnes interrogées. Je leur ai demandé de décrire leurs expériences quotidiennes avec les vidéos en ligne : ce qu'elles en font et ce que cela signifie pour elles.

J'ai estimé nécessaire l'utilisation d'un logiciel, car il est difficile de se souvenir de tout ce que l'on fait en ligne. Les traces laissées par le logiciel ont permis de tisser une histoire cohérente des activités en ligne. Elles ont servi de mémoire temporelle, aidant les participantes et participants à se remémorer ce qu'ils avaient fait, quand, comment et pourquoi. Au terme de la première entrevue, j'ai expliqué ce que j'attendais d'eux pour la deuxième entrevue et je leur ai laissé une liste de logiciels⁴ permettant d'enregistrer leurs activités en ligne. J'ai choisi des logiciels gratuits, faciles d'utilisation et compatibles avec le plus de navigateurs et de systèmes d'exploitation possible. J'ai laissé le choix aux participantes et participants de les installer et de les laisser fonctionner pendant au moins une semaine⁵. Les « rapports » des logiciels n'étaient pas analysés. Je n'ai pas non plus regardé ce que les participantes et participants ont fait en ligne. Eux-mêmes décidaient de me parler de ce qu'ils considéraient comme étant pertinent.

La deuxième entrevue a permis de revenir sur des points mal compris durant la première entrevue et de discuter de l'utilisation du logiciel et de ce que cela leur avait appris sur leurs propres pratiques. L'utilisation du logiciel devait nous (les participantes et participants et moi) aider à recréer l'histoire qui s'était déroulée derrière les clics. J'avais imaginé que les personnes participantes pourraient illustrer leurs propos avec les traces de parcours enregistrées sur le Web, qu'elles pourraient plus facilement se remémorer les détails, le contexte et les personnes avec qui elles

⁴ Surveilstar, RescueTime, ManicTime, Ego Archive, Visual History, History Trends, History analyser, Chrome history X, History Stats.

⁵ Les participantes et participants ont activé les logiciels entre une et deux semaines.

avaient partagé une vidéo. Les logiciels calculent le temps passé ou le nombre de visites dans une journée sur un même site. Trois personnes ont installé Rescuetime et deux ont installé History Trends. Deux autres ont préféré prendre des notes, voire apporter leurs ordinateurs à l'entrevue. Plusieurs furent étonnés par la prédominance de Facebook dans leurs résultats. Deux d'entre eux utilisaient déjà ce type de logiciel (RescueTime pour l'un et Time Tracker pour l'autre) pour surveiller leur perte de temps sur Internet et leur productivité :

J'ai installé cette extension [Time Tracker] au début de l'année je pense. Pour justement réduire mon temps, pour bloquer certains sites, pour travailler plus. Je m'en servais moins pour bloquer, mais plus pour regarder mes tendances (2^e entrevue avec Nathan).

Les logiciels ne permettent pas de détailler ce que la personne fait en ligne, par exemple nous ne pouvons pas connaître la nature des vidéos visionnées ou commentées sur Facebook. Le support visuel offert par les logiciels (graphiques et rapports d'activité) a été d'une grande aide pour discuter de leurs habitudes d'utilisations d'Internet.

Quand j'ai ouvert la pointe de tarte pour la 1^{re} fois, j'ai fait « ah! ». J'ai vraiment été étonnée. Je ne pensais pas que c'était autant. C'est beaucoup. Je pense que c'est généralisé. [...] c'est intéressant d'avoir un peu l'historique. En fait, c'est des données que l'on peut avoir dans nos historiques souvent, mais il est plus visuel, ça parle plus. C'est plus facile. Ça permet de mieux voir nos habitudes (2^e entrevue avec Ingrid).

L'installation du logiciel et la prise de notes se sont révélées pertinentes pour enrichir la conversation, mais les logiciels n'offrent pas de contexte ou de détails précis sur les instances de partage de vidéos ; c'était donc aux participantes et participants de se rappeler ce qu'ils avaient fait à un certain moment de la journée.

L'intérêt fondamental du récit est de donner un sens à l'expérience, de construire du sens et de le communiquer (Chase, 2003). Les personnes participantes pouvaient encore travailler, construire et reconstruire leurs récits après me les avoir partagés au cours de la deuxième entrevue :

C'est quand je te parle, chaque fois je me dis « ah, j'en ai pas vu beaucoup, j'en ai vu une », et, finalement, je commence à me remémorer et, finalement, je me rends compte qu'il y'en avait beaucoup (2^e entrevue avec Nathalie).

La troisième entrevue a eu lieu quelques semaines plus tard⁶, laissant du temps aux participantes et participants de repenser à ce qu'ils avaient dit et à l'expérience qu'ils avaient vécue lors des deux premières entrevues. Aussi, cela m'a laissé le temps de faire une première analyse des rencontres précédentes et de constater que le partage de vidéos ne se fait pas uniquement en ligne. De fait, les participantes et participants aiment voir la réaction de leurs amis lorsqu'ils montrent une vidéo. Ainsi, le partage se fait aussi « dans la vie réelle ».

La dernière rencontre offrait la possibilité aux participantes et participants d'exprimer leur ressenti sur leur contribution à la recherche, de donner d'autres exemples de partage de vidéos, entre autres. Pour moi, elle me permettait de vérifier ma compréhension de leurs propos en posant d'autres questions.

Ainsi, les participantes et participants et moi pouvions discuter des premières interprétations et du processus de recherche. Cette dernière entrevue n'était pas une simple « collecte » de données, mais une coconstruction de sens entre chercheuse et personnes participantes. Elle peut être décrite comme « active », selon la définition de Holstein et Gubrium (1995). Le terme *actif* signifie que l'entrevue est elle-même un récit avec sa propre intrigue. L'entrevue est animée par l'interprétation qui implique l'interaction de deux protagonistes : chercheur et participant ou participante. Cette approche de l'entrevue de Holstein et Gubrium convient parfaitement à ma recherche, car elle m'a permis de tisser un lien entre la dynamique de l'entrevue et celle de la vie quotidienne. L'être humain ne fait pas sens de ce qui l'entoure à partir de rien, mais, au contraire, à partir de ses interactions avec le monde et avec les autres individus. Avec l'entrevue, le flâneur réflexif n'est plus seul, il se promène avec quelqu'un et, ensemble, ils font sens de l'histoire qu'ils narrent.

⁶ Les durées entre les entrevues ont varié selon les participantes et participants; je prévoyais les entrevues selon leur disponibilité.

Préparation et organisation de l'analyse par théorisation ancrée

Bien se préparer à l'analyse des données requiert une organisation logistique et matérielle. En matière de préparation, j'ai enregistré numériquement les entrevues pour ensuite les transcrire et les analyser avec un logiciel d'analyse qualitative.

L'enregistrement sonore n'est pas en lui-même le verbatim de l'entrevue et la tenue d'un journal de recherche par le chercheur est fortement suggérée (Demers, 2003). Après chaque entrevue, j'ai noté mes impressions sur le déroulement des entrevues concernant les réactions des participantes et participants, les réflexions et certains premiers constats par rapport à ma problématique, ainsi que les questions à poser lors des prochaines entrevues.

La production et l'utilisation des transcriptions sont « des activités de recherche » et ne doivent pas être abordées comme de simples « détails techniques » qui précèdent l'analyse (McLellan, MacQueen et Neidig, 2003). Le travail de familiarisation et d'interprétation des données débute avec la transcription. Il est donc important de systématiser le formatage et d'assurer une constance dans les verbatim, car les transcriptions sont des supports pour l'analyse et sont utilisées lors de la rédaction d'articles. De nombreux ouvrages de référence peuvent aider à se préparer à ce travail rigoureux. Par exemple, Poland (1995) souligne les éléments à surveiller lors de la transcription : vérifier la structure des phrases, l'omission possible de mots et se décider sur l'utilisation des guillemets.

L'analyse par théorisation ancrée développée par Glaser et Strauss (2009) permet de conceptualiser un phénomène observé à travers un va-et-vient constant entre la réalité observée et l'analyse en émergence (Paillé, 1994). Le chercheur établit des concepts sensibilisants et non définitifs (Bowen, 2008). Ces concepts attirent l'attention sur des caractéristiques importantes de l'interaction sociale et fournissent des indications pour la poursuite de la recherche en tenant compte des contextes spécifiques. Concrètement, le cadre théorique d'une recherche est constitué de concepts sensibilisants qui pourraient être testés, améliorés et affinés (Bowen, 2008).

Pour m'aider dans l'analyse, j'ai suivi les grandes étapes de l'analyse par théorisation ancrée (Paillé, 1994), qui sont les suivantes : 1) la codification (étiqueter l'ensemble des éléments présents dans le corpus); 2) la catégorisation (nommer les aspects les plus importants du phénomène); 3) la mise en relation (début de l'analyse); 4) l'intégration (cerner l'essentiel du propos); 5) la modélisation (reproduire la

dynamique du phénomène); 6) la théorisation (construction de la multidimensionnalité du phénomène).

J'ai réalisé un premier codage descriptif, suivi d'un deuxième codage en vue d'une catégorisation. En parallèle de ces premiers codages, j'ai regroupé les récits des partages de vidéo sous forme de courts récits ou saynètes (comme dans une pièce de théâtre ou un film) que j'ai intitulé « vignette ». Une même vignette peut être codée de nombreuses fois sur plusieurs entretiens, car il arrive aux personnes participantes de revenir sur leur propos après clarifications.

Comme support logistique, j'ai eu recours aux fonctions d'analyse qualitative du logiciel NVivo. Les entretiens retranscrits peuvent être rapidement codés, recherchés et réassemblés à volonté (Wanlin, 2007). Par exemple, pour chaque code, toutes les références sont regroupées dans une seule page, ce qui permet de réfléchir au sujet, de développer des idées et de comparer les propos des participantes et participants. Non seulement les entretiens subsistent, mais autant de codes que nécessaire peuvent être créés et réorganisés selon le besoin (Bazeley, 2007). Un logiciel d'analyse qualitative procure plusieurs avantages, comme lier des notes aux entretiens et aux autres documents afin de conserver ses impressions, ses questionnements et autres observations. J'ai également apprécié la facilité pour réorganiser les codes et les éléments codés au fur et à mesure que le projet s'est développé :

L'utilisation d'un logiciel de traitement de données qualitatives peut faciliter la mise en commun de l'ensemble des récits. D'une part, il [sic] permet de regrouper facilement l'information qui ressort autour d'une donnée, d'un thème spécifique. [...] D'autre part, le logiciel facilite les réflexions du chercheur autour de la modélisation qui se dégage des récits (Rouleau, 2003, p. 167).

Le travail de recherche est souvent présenté « comme une série de procédures plus ou moins formalisées, d'étapes successives, séquentielles » (Meunier, Lambotte et Choukah, 2014, p. 344). Si la démarche de recherche en sciences sociales est peu décrite dans tout son désordre (va-et-vient dans l'analyse et l'écriture), c'est en raison de ces éléments informels, de son caractère insaisissable et des éléments créatifs qui demandent un investissement intellectuel important de la part du chercheur pour en faire sens. Relevant du domaine de l'imagination, il est difficile de bâtir un argument sur une intuition. Même si « la démarche du chercheur peut

parfois être considérée comme intuitive et improvisée, faite de bric et de broc, d'aller-retour, de voies sans issue, etc. » (Meunier, Lambotte et Choukah, 2014, p. 357), tâtonnements et recherches infructueuses ne sont pas visibles.

Dans la littérature scientifique, le récit méthodologique est nettoyé, évacuant le parcours tumultueux dans l'interprétation ou même les écueils techniques dans le choix et l'utilisation d'outils de recueil et d'analyse. Toutes ces informations ne sont pas facilement publiables dans des formats classiques, comme l'article scientifique, mais d'autres formes pourraient en être le support, comme des blogues ou des vidéos. Par exemple, les pistes écartées et les problèmes rencontrés lors de la recherche afin d'offrir un plus grand aperçu dans l'interprétation des données permettraient d'approfondir et d'affiner notre compréhension sur l'utilisation de différentes méthodes.

Conclusion

Les choix méthodologiques conditionnent les données collectées, l'analyse et la théorisation. La démarche qualitative que j'ai proposée est une exploration détaillée des pratiques d'un nombre limité d'internautes. Comme le souligne Granjon et Denouel (2011), se concentrer sur les usagers ordinaires ne permet pas de porter son attention sur les déterminants structurels des usages. À travers des défis méthodologiques tels que le manque de terrain délimité à étudier, le recrutement des participantes et participants ou encore mon rôle de chercheuse par rapport à mes participantes et participants, l'ethnographie multisites, telle que je l'ai utilisée et interprétée, a été d'un soutien précieux. Cependant, en se déployant par définition sur plusieurs espaces, elle amène le chercheur à avoir une interprétation superficielle de chaque site et à ne pas approfondir en détail l'un de ces lieux. Ainsi, la gestion de sites peut être un défi et peut limiter la faisabilité de la recherche. En revanche, dans mon cas, l'ethnographie multisites m'a permis de déterminer les cadrages temporels et spatiaux de mon objet d'étude et d'étudier la complexité du partage des vidéos en ligne comme moyen d'expression, de communication et d'apprentissage. En me concentrant sur cette activité précise des internautes, j'ai tenté de contourner la critique quant au manque de profondeur de l'ethnographie multisites (Falzon, 2009). L'approche par théorisation ancrée avec un terrain de type multisites, comme mon objet de recherche, s'avère être une aventure difficile. Contrairement aux recherches de Glaser et Strauss (2009), plus circonscrites autour des soins infirmiers et donc limitées à l'espace d'une unité d'hôpital, je me suis intéressée aux internautes en général. Cet article m'a permis de décrire comment je me suis positionnée par

rapport à cet objet de recherche imprécis, instable et imprévisible à l'aide de l'ethnographie multisites et de la notion de réflexivité. La recherche qualitative offre toujours des méthodes variées et adaptables pour analyser les pratiques communicationnelles en ligne.

L'intégration d'Internet dans toutes les sphères de la vie quotidienne agrandit les possibilités et la nécessité des recherches multisites. La multiplication des applications et des services Web 2.0 mérite un examen attentif dans les espaces physiques (en ville, en déplacement, etc.), comme dans les espaces virtuels (Internet, applications mobiles, etc.). À l'avenir, l'ethnographie multisites permettra d'explorer comment la communication sociale et émotionnelle, la quantification de soi (*self-quantification*), ou encore l'engagement citoyen se pratiquent, tout en prenant en considération les nuances culturelles, sociales et linguistiques.

Références

Alvesson, M. (2003). Beyond Neopositivists, Romantics, and Localists: A Reflexive Approach to Interviews in Organizational Research. *The Academy of Management Review*, 28(1), 13-33.

Bazeley, P. (2007). *Qualitative Data Analysis with NVivo*. Los Angeles, CA : Sage Publications.

Blank, G. et Reisdorf, B. C. (2012). The Participatory Web: A User Perspective on Web 2.0. *Information, Communication & Society*, 15(4), 537-554.

Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton, NJ : Princeton University Press.

Bowen, G. (2008). Grounded Theory and Sensitizing Concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3), 12-23.

Chase, S. E. (2003). Taking Narrative Seriously: Consequences for Method and Theory in Interview Studies. Dans Y. S. Lincoln et N. K. Denzin (dir.), *Turning Points in Qualitative Research: Tying Knots in a Handkerchief* (p. 273-296). Walnut Creek, CA : Alta Mira Press.

Christians, C. G. (2005). Ethics and Politics in Qualitative. Dans N. K. Denzin et Y. S. Lincoln (dir.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3^e édition). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Demers, C. (2003). L'entretien. Dans Y. Giordano et F. Allard-Poesi (dir.), *Conduire un projet de recherche : une perspective qualitative*. Colombelles, France : Éditions EMS.

Ess, C. M. et Dutton, W. H. (2013). Internet Studies: Perspectives on a Rapidly Developing Field. *New Media & Society*, 15(5), 633-643.

Falzon, M.-A. (2009). Introduction. Dans M.-A. Falzon (dir.), *Multi-Sited Ethnography: Theory, Praxis, and Locality in Contemporary Research*. Farnham, Angleterre/ Burlington, VT : Ashgate.

Featherstone, M. (1998). The Flaneur, the City and Virtual Public Life. *Urban Studies*, 35(5-6), 909-925.

Finlay, L. (2002). Negotiating the Swamp: The Opportunity and Challenge of Reflexivity in Research Practice. *Qualitative Research*, 2(2), 209-230.

Fontana, A. et Frey, J. H. (2000). The Interview: From Structured Questions to Negotiated Text. Dans N. K. Denzin et Y. S. Lincoln (dir.), *Handbook of Qualitative Research* (2^e édition) (p. 645-672). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Glaser, B. G. et Strauss, A. L. (2009). La découverte de la théorie ancrée : stratégies pour la recherche qualitative. Paris, France : Colin.

Granjon, F. et Denouel, J. (2011). Penser les usages sociaux des technologies numériques d'information et de communication. Dans J. Denouël et F. Granjon (dir.), *Communiquer à l'ère numérique : regards croisés sur la sociologie des usages* (p. 7-43). Paris, France : Presses des Mines.

Hine, C. (2011). Towards Ethnography of Television on the Internet: A Mobile Strategy for Exploring Mundane Interpretive Activities. *Media, Culture & Society*, 33(4), 567-582.

Holstein, J. A. et Gubrium, J. F. (1995). *The Active Interview*. Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Johns, M. D., Chen, S.-L. et Hall, G. J. (2004). *Online Social Research: Methods, Issues & Ethics*. New York, NY : Peter Lang.

Jouët J. et Le Caroff, C. (2013). L'observation ethnographique en ligne. Dans C. Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales* (p. 147-160). Paris, France : Armand Colin.

Kozinets, R. V. (2009). *Netnography*. Londres, Angleterre : Sage Publications.

Kvale, S. et Brinkmann, S. (2008). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2^e édition). Londres, Angleterre : Sage Publications.

Lefebvre, H. (1958). *Critique de la vie quotidienne I: introduction*. Paris, France : L'arche.

Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24(1), 95-117.

Massey, D. (2005). *For Space*. Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

McLellan, E., MacQueen, K. M. et Neidig, J. L. (2003). Beyond the Qualitative Interview: Data Preparation and Transcription. *Field Methods*, 15(1), 63-84.

Meunier, D., Lambotte, F. et Choukah, S. (2014). Du bricolage au rhizome : comment rendre compte de l'hétérogénéité de la pratique de recherche scientifique en sciences sociales?. *Questions de communication*, 23(1), 345-366.

Nadai, E. et Maeder, C. (2005). Fuzzy Fields. Multi-Sited Ethnography in Sociological Research. *Forum Qualitative: Qualitative Social Research/Sozialforschung*, 6(3). Repéré à <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/22>

Orgad, S. (2009). How Can Researchers Make Sense of the Issues Involved in Collecting and Interpreting Online and Offline Data?. Dans A. Markham et N. Baym (dir.), *Internet Inquiry: Conversations About Method* (p. 33-53). Los Angeles, CA: Sage Publications.

Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 147-181.

Pastinelli, M. (2011). Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne. *Anthropologie et sociétés*, 35(1-2), 35-52.

Poland, B. D. (1995). Transcription Quality as an Aspect of Rigor in Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 1(3), 290 -310.

Rouleau, L. (2003). La méthode biographique. Dans Y. Giordano et F. Allard-Poesi (dir.), *Conduire un projet de recherche: une perspective qualitative* (p. 133-170). Colombelles, France : Éditions EMS.

Schröder, K. (1999). The Best of Both Worlds? Media Audience Research Between Rival Paradigms. Dans P. Alasuutari (dir.), *Rethinking the Media Audience: The New Agenda* (p. 38-68). Londres, Angleterre : Sage Publications.

Sheringham, M. (2006). *Everyday Life: Theories and Practices from Surrealism to the Present*. Oxford, Angleterre : Oxford University Press.

Shields, R. (2006). Flânerie for cyborgs. *Theory, Culture & Society*, 23(7-8), 209-220.

Sandywell, B. (2004). The Myth of Everyday Life: Toward a Heterology of the Ordinary. *Cultural Studies*, 18(2-3), 160-180.

Silverstone, R. (1999). *Why Study the Media?*. Londres, Angleterre : Sage Publications.

Venturini, F., Carlier, B. et Mishra, B. (2013). *Video-Over-Internet Consumer Survey*. Repéré à <https://www.accenture.com/us-en/insight-outlook-five-insights-into-consumers-online-video-viewing-buying-habits.aspx>

Wanlin, P. (2007). L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels. *Recherches qualitatives (Actes du colloque : bilan et perspectives de la recherche qualitative), Hors-Série, (3)*, 243-272.

Wilkinson, S. (1988). The Role of Reflexivity in Feminist Psychology. *Women's Studies International Forum*, 11(5), 493-502.

Wolcott, H. F. (2001). *Writing up Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA : Sage Publications.