RT11 Sociologie de la consommation et des usages
http://rt11.hypotheses.org/

Caen Rouen Le Havre nimec

Le réseau thématique RT11 « Sociologie de la Consommation et des Usages » de l'Association française de Sociologie et le NIMEC présentent :

Journée d'études thématique

Quelles approches pour quelles populations : regards croisés sur la relation d'enquête

Vendredi 13 janvier 2017
9h-16h

Amphithéâtre A150
Pôle Pasteur – Faculté de droit, sciences économiques et sociales
3, avenue Pasteur – ROUEN

ÉCOLE UNIVERSITAIRE DE MANAGEMENT DE ROUEN

afm

UNIVERSITÉ DE ROUEN NORMANDIE

Thématique et objectifs

Quelles approches pour quelles populations : regards croisés sur la relation d'enquête

La question de la relation d'enquête est classique dans les approches ethnographiques en sociologie (Beaud et Weber, 2015). Elle peut se poser d'autant plus fortement que les populations étudiées posent des problèmes en termes d'accès (Robert Demontrond et al., 2013), de distance sociale entre les enquêteurs et les enquêtés (Pinçon et Pinçon-Charlot, 1991), ou encore des questions de positionnement politique du chercheur pris dans son terrain (Caratini, 2012). Cette question est en revanche plus émergente en *Consumer Research*, tant du fait du développement plus récent de ces approches (Mamali, 2015), que de conception de la consommation leur laissant moins de place. Les questionnements soulevés se voient par ailleurs renouvelés avec l'apparition de nouvelles médiations entre chercheurs et enquêtés (Demazière et al. 2011) ainsi que par les méthodes de collectes qui vont y être associées (Kozinets, 2002).

Cette journée sera l'occasion de réunir des chercheurs sur la consommation qui s'intéressent à des populations sur lesquelles il est difficile d'enquêter. L'objectif est d'échanger sur les problèmes rencontrés dans ces terrains, les différents types de questions soulevées et les façons dont les chercheurs y font face. Ce programme permettra donc d'aborder certaines questions : comment travailler avec et sur une relation d'enquête problématique ? Comment s'immerger mais aussi se distancier de ce type de terrain ? Quelles approches méthodologiques et quels artefacts envisager pour accéder au terrain ?

La journée est structurée autour de trois temps associés à des populations de consommateurs ou d'usagers pour lesquelles la relation d'enquête peut être problématique – les enfants, les sous-cultures déviantes et le monde des jeux vidéo en ligne – et des approches méthodologiques qui permettent de s'y adapter.

Afin de lancer la discussion, chaque intervenant commencera par exposer les approches qu'il a mises en place dans le cadre de ses recherches, les données qu'il a recueillies, les difficultés qu'il a rencontrées par rapport à la population étudiée, la manière dont il les a surmontées et enfin, les limites des méthodes utilisées.

Références

Caratini S. (2012), *Les non-dits de l'anthropologie*, Thierry Marchaisse, Vincennes.

Demazière D., Horn F., et Zune M. (2011), Ethnographie de terrain et relation d'enquête. Observer les « communautés » de logiciels libres, *Sociologie*, *2*(2), 165–183.

Kozinets R.V. (2002), The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities, *Journal of Marketing Research*, 61–72.

Mamali E. (2015), Ethnographer's Guilt: Dealing with the Darker Side of Fieldwork in Consumer Research, *8th Workshop on Interpretive Consumer Research*, European Institute for Advanced Studies in Management, University of Edinburgh.

Pinçon M. et Pinçon-Charlot M. (1991), Pratiques d'enquête dans l'aristocratie et la grande bourgeoisie : distance sociale et conditions spécifiques de l'entretien semi-directif, *Genèses*, 3, 1, 120-133.

Robert-Demontrond P., Joyeau A., Beaudouin V., Bellion A., et Sugier L. (2013), De l'Odyssée à l'Iliade : stratagèmes et compétences pratiques en ethnomarketing, *Recherche et Applications en Marketing*, 28, 4, 103-127.

Comité d'organisation

Renaud GARCIA-BARDIDIA (Université de Rouen, NIMEC), Catherine LEJEALLE (ISC Paris), Jean-Philippe NAU (Université de Lorraine, CEREFIGE) et Dominique ROUX (Université de Reims Champagne-Ardenne, REGARDS)

Programme

9h00 / 9h30 ~ Accueil café

9H30 > 11h

Quand verbaliser est difficile : enquêter auprès des enfants

Marie SCHILL *(Université de Reims Champagne-Ardenne)*
Quand le mime permet aux enfants de s'exprimer sur leurs pratiques de tri

Coralie DAMAY *(ISC Paris)*
Quand le dessin permet aux enfants de s'exprimer sur leur perception et construction d'un abstrait, le point de vente et l'alimentation

Dominique PASQUIER *(Telecom Paris Tech)*
Comment comprendre la réception de la télévision par les publics pré-adolescents

11h30 > 12h30

S'immerger dans une sous-culture de consommation déviante

Yohan GICQUEL *(Université de Reims Champagne-Ardenne)*
Enquêter sur/dans les *skin parties*

Albert OGIEN (EHESS)
Enquêter sur les drogués et autres consommateurs de substances

12h30 / 14H00 ~ Pause déjeuner

14h00 > 16h

Des rôles variés, des relations d'enquête variées ? Joueurs en ligne, producteurs et chercheurs

Vincent BERRY *(Université Paris 13)* / Manuel BOUTET *(Université de Nice)* / Samuel COAVOUX *(ENS Lyon)* / Vinciane ZABBAN *(Université Paris 13)*
Articuler les méthodes pour saisir les styles de jeux
La co-construction des mondes du jeu par les concepteurs et les usagers

Maïlys TORCHE *(IAE de Rouen)*
Etudier les geeks - le refus temporaire d'être étranger

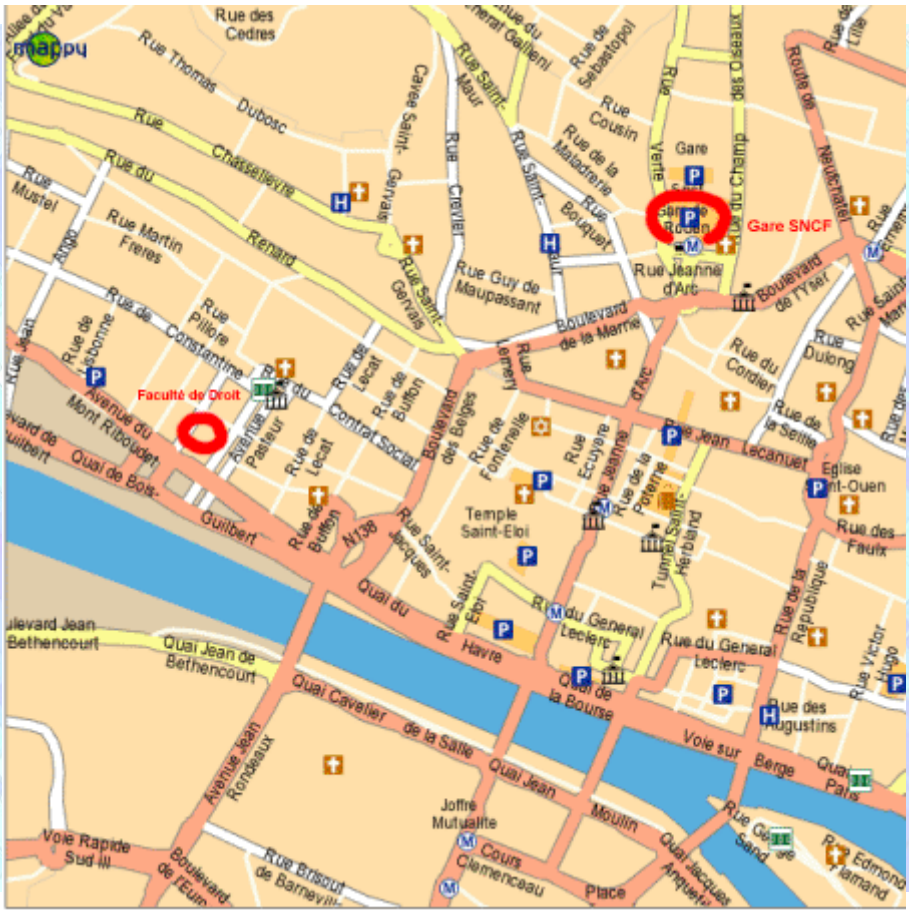
Renaud GARCIA-BARDIDIA *(IUT d'Evreux)* / Jean-Philipe NAU *(Université de Lorraine)* / Romain SOHIER *(IAE de Caen)* / Caterina TRIZZULLA *(Université de Lorraine)* / Arthur VELPRY *(Université de Lorraine)*
Jouer ensemble, chercher ensemble. Mieux prendre en compte la relation d'enquête entre chercheurs ?

Clôture : le mot de la fin…

Informations pratiques

Lieu : Pôle Pasteur ~ Faculté de droit, sciences économiques et gestion ~ 3, avenue Pasteur ~ 76000 Rouen

Comment se rendre à la faculté ? Depuis la gare, prendre le métro (direction « Georges Braque » ou « Technopôle ») et descendre à l'arrêt « Théâtre des Arts ». Prendre ensuite le TEOR 1, 2 ou 3 (direction « Mont-Saint-Aignan», « Notre Dame de Bondeville » ou « Canteleu ») et descendre à l'arrêt « Pasteur ».



ENTREE LIBRE

Inscriptions / Contact

Catherine LEJEALLE ~ clejealle@iscparis.com

RT11 Sociologie de la consommation et des usages
http://rt11.hypotheses.org/

Caen Rouen Le Havre nimec

ÉCOLE UNIVERSITAIRE DE MANAGEMENT DE ROUEN

afm

UNIVERSITÉ DE ROUEN NORMANDIE