



Méthodes de recherche en contexte numérique

Une orientation qualitative

Sous la direction de MÉLANIE MILLETTE, FLORENCE MILLERAND,
DAVID MYLES et GUILLAUME LATZKO-TOTH

Sous la direction de
Mélanie Millette, Florence Millerand,
David Myles et Guillaume Latzko-Toth

MÉTHODES DE RECHERCHE EN CONTEXTE NUMÉRIQUE

Une orientation qualitative

Les Presses de l'Université de Montréal

Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et Bibliothèque et Archives Canada

Titre: Méthodes de recherche en contexte numérique: une orientation qualitative / [sous la direction de] Mélanie Millette, Florence Millerand, David Myles et Guillaume Latzko-Toth.

Noms: Millette, Mélanie, 1980- éditeur intellectuel. | Millerand, Florence, éditeur intellectuel. | Myles, David, 1987- éditeur intellectuel. | Latzko-Toth, Guillaume, 1972- éditeur intellectuel. | Congrès de l'ACFAS (84e: 2016: Université du Québec à Montréal)

Collections: PUM.

Description: Mention de collection: PUM | Textes présentés lors d'un colloque tenu en 2016 dans le cadre du 84e Congrès de l'ACFAS. | Comprend des références bibliographiques et un index.

Identifiants: Canadiana (livre imprimé) 20200076868 | Canadiana (livre numérique) 20200076876 | ISBN 9782760642492 (couverture souple) | ISBN 9782760642508 (PDF) | ISBN 9782760642515 (EPUB)

Vedettes-matière: RVM: Médias sociaux—Recherche—Méthodologie. | RVM: Sciences sociales—Recherche—Informatique. | RVM: Recherche qualitative—Méthodologie.

Classification: LCC HM742.M48 2020 | CDD 302.23/10723—dc23

Mise en pages: Folio infographie

Dépôt légal: 3^e trimestre 2020

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

© Les Presses de l'Université de Montréal, 2020

Cet ouvrage a été publié grâce à une subvention de la Fédération des sciences humaines de concert avec le Prix d'auteurs pour l'édition savante, dont les fonds proviennent du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada.

Les Presses de l'Université de Montréal remercient de son soutien financier la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC).

Financé par le gouvernement du Canada
Funded by the Government of Canada

| Canada



IMPRIMÉ AU CANADA

CHAPITRE 9

L'observation des représentations adolescentes de l'intimité : enquête sur YouTube

Claire Balleys

YouTube est une plateforme de partage de contenus qui permet de publier, d'évaluer et de commenter des vidéos. Plébiscitée notamment par les jeunes, elle a donné naissance à des pratiques inédites de présentation de soi et d'affiliation à des communautés en ligne¹, centrées sur un besoin d'appartenance et d'identification (Rotman et Preece, 2010 ; Raun, 2012 ; Lange, 2014 ; Balleys, 2017a). Les vidéos postées par des jeunes sont considérées comme un nouveau genre de « supports d'expression personnelle » (Lange, 2014) à vocation participative puisqu'elles sont destinées à être vues et évaluées par un public large, si possible (Caron, 2014 ; Balleys, 2017b). Leur signification est coconstruite par les personnes qui les créent et leur public (Lange, 2014, p. 27) qui se retrouvent autour d'intérêts, de goûts, d'expériences ou de sentiments d'appartenance communs (Rotman et Preece, 2010).

Dans ce chapitre, nous proposons de dérouler le fil réflexif qui a guidé la constitution puis le travail d'analyse d'un terrain ethnographique sur la mise en scène de soi et de son intimité par des jeunes, garçons et filles,

1. Par communautés en ligne, nous entendons « un groupe ou plusieurs sous-groupes de personnes, réunies par un intérêt partagé, utilisant une plateforme médiatisée, pour interagir et créer des contenus générés par les usagers, qui sont accessibles à tous les membres de la communauté, afin de cultiver une culture commune et d'adhérer à des normes communes » (traduction libre de Rotman et Preece, 2010, p. 320).

sur YouTube. L'objectif est de revenir sur le processus d'élaboration de la problématique et sur la manière dont il s'est articulé avec la construction du terrain d'enquête: une immersion ethnographique de dix-huit mois suivie de la stabilisation d'un corpus de 80 vidéos francophones réalisées par des garçons et des filles entre 14 et 18 ans, vivant en France, en Belgique, en Suisse romande et au Québec.

Comme l'indiquent Beaud et Weber, le travail ethnographique « se présente comme une tension entre familiarité et étrangeté » (2003, p. 47). Le défi est de « mettre à jour la complexité des pratiques les plus ordinaires des enquêtés » (*ibid.*, p. 9), c'est-à-dire de déconstruire ce qui semble aller de soi, mais aussi de « comprendre les discours étranges » (Becker, 2002, p. 239), soit de découvrir le sens de ce qui relève du langage propre à la population ou à la communauté étudiée, qui n'est d'ordinaire accessible qu'à leurs membres. Le principe ethnographique repose sur une immersion dans une culture ou dans un « monde » (Berry, 2012) qu'il s'agit de pénétrer et de comprendre, en révélant ce sur quoi reposent ses logiques sociales et articulations internes. Beaud et Weber rappellent également que « faire du terrain revient à rendre justice à des pratiques ignorées, mal comprises ou méprisées », voire à les réhabiliter (2003, p. 9). Cette affirmation rejoint les raisons qui nous ont conduites à travailler sur les pratiques adolescentes de présentation de soi sur YouTube. En effet, ce que font les adolescents et les adolescentes sur les médias sociaux est *a priori* considéré par les adultes comme étrange, voire vain ou dangereux (Balleys, 2015). Plus qu'une volonté de réhabilitation des pratiques de sociabilité et de mise en scène de soi en ligne, l'objectif de cette recherche a été de rendre visibles et de faire connaître des usages qui sont souvent ignorés par les adultes – individus ou institutions – en les situant dans leur contexte, à savoir les processus contemporains de socialisation adolescente.

Si une multitude d'informations sont disponibles sur YouTube, toutes ne permettent pas d'offrir des données sociologiques pertinentes. Le cœur de notre propos est de proposer une réflexion sur le point de rencontre entre la problématique de recherche et la focale ethnographique sur YouTube. Autrement dit, qu'est-ce que ce terrain d'investigation a à offrir à la recherche et que va-t-il dissimuler? Que va-t-on pouvoir en extraire et pour produire quel type de connaissance? Les réponses à ces questions ne peuvent être fournies au début de l'enquête, car si « l'objet fait le ter-

rain», il est inévitable, pour l'ethnographie, que le terrain fasse l'objet (Beaud et Weber, 2003, p. 50). Il en résulte que le travail empirique fait émerger les questions de recherche au fil de l'investigation.

Ce constat est encore plus valable en ce qui concerne le travail ethnographique en ligne, qui est plus difficile à circonscrire que l'ethnographie en présentiel (Hine, 2008). Par exemple, en choisissant d'établir son terrain dans une cour de récréation ou un club de tennis, l'ethnographe se trouve face à un espace-temps prédéfini, ce qui n'est pas le cas lors d'une enquête sur Internet. À la nécessité de fixer le contexte spatio-temporel de son investigation s'ajoute la difficulté à en cibler précisément les contenus. Pour ce faire, nous proposons d'ancrer solidement l'observation ethnographique en ligne dans un cadre conceptuel maîtrisé. En effet, si la plasticité de l'ethnographie en ligne implique « une dimension de bricolage méthodologique et de créativité » (Jouët et Le Caroff, 2013, p. 148), la boîte à bricolage doit contenir de bons outils pour que le résultat soit scientifiquement significatif.

L'intimité au cœur d'enjeux de socialisation à l'adolescence

Cette enquête ethnographique sur YouTube a été élaborée et construite à partir du constat suivant : la notion d'intimité est au cœur d'importants enjeux identitaires au moment de l'adolescence (Balleys, 2015 ; Balleys et Coll, 2015). Premièrement, les liens forts tissés entre pairs constituent une marque de prestige à l'adolescence, car ils sont symboles d'autonomisation et, donc, de maturité (Metton-Gayon, 2009 ; Balleys, 2015). Avoir un ami proche ou une première partenaire amoureuse permet de faire la démonstration d'une capacité à recevoir de l'affection et de la reconnaissance de la part d'« autrui significatif » choisis (et conquis) et non plus donnés (Berger et Luckman, 2008). La socialisation adolescente passe ainsi par la gestion et la valorisation de liens intimes, c'est-à-dire personnalisés, privilégiés et exclusifs entre pairs (Balleys, 2015). Dans ce contexte, la personne qui est désignée par ses pairs comme étant « sans ami » représente la figure du dépourvu social (Castel, 2006), incapable d'intégration. L'insulte la désigne à la fois comme une intruse et une incompétente (Balleys, 2016a). Si ces « logiques de l'exclusion » (Elias et Scotson, 1994) ne sont pas corrélées à l'avènement des médias sociaux, ces derniers leur ont néanmoins offert de nouvelles plateformes de déploiement et de mise

en visibilité. Le travail de valorisation de soi effectué par les jeunes en ligne passe par la valorisation d'une forme d'intimité, en particulier relationnelle: «Le degré "d'authenticité" de son intimité que l'on parvient à faire valider publiquement devient le critère de reconnaissance de sa valeur propre» (Balleys et Coll, 2015, p. 14).

Parallèlement à la production de ces résultats, nous avons commencé à nous intéresser à la plateforme YouTube, sur laquelle chaque jour des milliers de jeunes publient des vidéos dans lesquelles ils se mettent en scène face à la caméra depuis l'intimité de leur chambre (Balleys, 2016b). Ces productions médiatiques correspondent à des formats très différents de ceux qui caractérisent les échanges ayant lieu entre amis ou entre camarades d'école sur les médias sociaux, puisqu'il s'agit ici d'interagir avec un public non défini et dépassant le cercle des interconnaissances (Raun, 2012; Lange, 2014; Balleys, 2016b). Néanmoins, les premiers exercices d'immersion ethnographique ont révélé que l'un des formats dominants sur YouTube est un format de confession intime. Premièrement, les vidéos présentent des discours sur soi qui abordent des thématiques intimes – la puberté, la masturbation, les relations de couple, les ruptures amoureuses –, c'est-à-dire de révélation de ce qui, «de l'expérience et de l'identité de l'individu, n'est pas visible ou saisissable de l'extérieur par autrui, et donc qui appartient en propre à la subjectivité individuelle» (Latzko-Toth et Pastinelli, 2013, p. 156). Ce faisant, l'individu scénarise ce qui est de l'ordre du «caché» et de «l'au-delà de ce qu'on dit en public» (Glevarec, 2014, p. 37). Il y a donc un exercice consistant à publier l'intime observable sur YouTube, inscrit dans la lignée du mouvement opéré par les séries américaines au tournant des années 1990. Deuxièmement, la mise en scène des récits prend forme dans un contexte intimiste: le YouTubeur – autant que la YouTubeuse – s'exprime depuis sa chambre, s'adresse à son public face à la caméra, en le tutoyant comme s'il s'agissait d'une conversation entre proches.

À partir de ces premières observations a émergé la question suivante: quelles dimensions de l'intimité sont problématisées par les adolescents YouTubeurs et YouTubeuses? Les contenus médiatiques analysés, à savoir des vidéos publiées sur le site de partage, sont le fruit du travail d'appropriation d'un format culturel existant, popularisé à la télévision puis sur le Web. Il a été démontré que les processus de réception des produits culturels sont corrélés à des sentiments d'appartenance commune, ou au

contraire à des mécanismes d'exclusion (Dayan, 1992; Pasquier, 1999; 2005). Comme l'a énoncé Dayan, « être spectateur, c'est faire partie d'un "nous", mais ce "nous" se constitue en s'opposant à des "autres" et aux lectures que ces autres font ou qu'on leur prête » (1992, p. 14-15). Aimer un genre culturel ou un « style » musical est une manière de s'affilier à une communauté de réception qui partage ses goûts et ses opinions. Les pratiques de visionnement sur YouTube sont inscrites dans la même logique, d'autant qu'elles sont éminemment dialogiques et participatives (Lange, 2014; Burgess et Green, 2018). Leurs publics ont en effet la possibilité de manifester leur affiliation ou leur désaffiliation de manière très pragmatique, que ce soit par les mentions « j'aime » ou « je n'aime pas » associées à chaque vidéo, ou par la rédaction de commentaires (Beuscart et Mellet, 2015). Les jeunes sur YouTube sont en constante demande de réactions de la part de leur public, que ce soit par la souscription d'un abonnement à leur chaîne, l'expression de marques de soutien, d'avis ou de suggestions, par des sollicitations ritualisées à la participation : « si cette vidéo vous a plu, mettez-moi un petit pouce bleu, ça fait toujours plaisir » ; « n'oubliez pas de vous abonner à ma chaîne » ; « dites-moi dans les commentaires si vous voulez plus de vidéos de ce genre ».

En résumé, s'il est scientifiquement admis que YouTube est un espace participatif d'un point de vue social, identitaire, culturel et politique (Burgess et Green, 2018), le défi est de définir et d'explorer un terrain ethnographique qui donne accès aux contenus et aux significations de ces interactions. Comment l'intimité constitue-t-elle une ressource symbolique dans l'appropriation de cet espace participatif ?

La construction du terrain ethnographique sur YouTube

Pour répondre à ce défi, nous avons mené un travail de collecte puis d'analyse de données qui a été effectué en deux étapes successives et complémentaires entre les mois de février 2015 et de décembre 2016. Comme nous le détaillons, ce sont finalement deux terrains méthodologiquement distincts, quoique étroitement articulés, que nous avons conduits durant cette période.

On a commencé le premier terrain en délimitant le genre de vidéo pertinente pour affiner nos premières observations. Partant du présupposé que l'intimité est mobilisée sur YouTube comme une ressource symbolique

pour parler de soi en tant que membre d'une certaine communauté, elle devait par conséquent constituer l'une des composantes des vidéos intégrées à notre navigation sur la plateforme. Comme il a été mentionné, les phases exploratoires d'immersion ethnographique ont révélé que l'intimité est une thématique dominante dans les vidéos adolescentes, qu'elle soit subjective, relationnelle ou corporelle. S'il existe une grande diversité de catégories de vidéos sur YouTube, certaines deviennent rapidement populaires et constituent des canevas qui sont largement repris. Par exemple, les vidéos intitulées « cher corps », dans lesquelles on s'adresse à son corps de manière bienveillante (comme à une amie), sont un type de vidéo populaire chez les filles. Dans ce contexte, le rapport subjectif au corps est mobilisé pour créer un discours sur soi adressé à un public que l'on prend à témoin et dont on sollicite la participation, notamment par la publication de commentaires sur son propre rapport au corps. Le partage d'expériences intimes est au cœur du processus de mise en scène de soi sur YouTube, mais s'inscrit toujours dans un collectif qui dépasse l'individu et auquel les jeunes vidéastes font explicitement appel. Le procédé est donc très différent du rapport introspectif qui caractérise, par exemple, l'écriture d'un journal intime.

Afin de nous assurer d'avoir affaire à des contenus médiatiques pensés et construits pour être publiquement accessibles, nous avons pris la précaution de ne visionner que des vidéos qui, même si elles ne totalisent qu'une centaine de vues, ont pour vocation d'être diffusées le plus largement possible. Premièrement, nous nous sommes concentrées sur des vidéos qui ont été l'objet d'un travail d'écriture, de réalisation scénaristique et de post-production. Il se trouve que les jeunes font souvent référence au temps passé à préparer et à réaliser leurs vidéos, notamment pour souligner l'importance de leur implication dans la pratique. L'observation ethnographique s'est limitée aux vidéos dans lesquelles un travail de stylisation est explicite : le montage est visible, le décor comme le cadrage sont soignés, la luminosité, propre. Nous avons ainsi exclu toutes les vidéos filmées sur un mode spontané, ce qui est généralement énoncé explicitement et où la caméra est parfois allumée dans la pénombre de la chambre, voire du lit, et le débit de la voix est hésitant, mal assuré. Deuxièmement, les vidéos visionnées devaient comprendre une mention du désir de diffusion médiatique et de leur volonté d'acquérir de la popularité grâce à YouTube : « Partagez cette vidéo ! » ; « Dites-moi dans les commentaires si vous voulez d'autres vidéos de ce genre ! » ou ; « N'hésitez pas à partager la vidéo sur les réseaux sociaux ! ».

Tout au long du travail d'observation, nous avons conservé un strict rôle d'observatrice (Gold, 2003), c'est-à-dire invisible et non participant. Le seul acte d'engagement sur YouTube a été l'abonnement à 411 chaînes de garçons et de filles, âgés entre 14 et 18 ans. Nous avons évité les recherches thématiques par entrées de mots clés liés à la thématique de l'intimité, car un tel choix aurait limité les résultats aux propositions algorithmiques de YouTube. Nous avons préféré naviguer grâce aux liens insérés dans les commentaires de vidéos publiées par des vidéastes populaires. En effet, lorsqu'un YouTubeur ou une YouTubeuse célèbre publie une nouvelle vidéo en ligne, des dizaines de jeunes vidéastes proposent des liens renvoyant à leur chaîne dans un commentaire, invitant les internautes à venir la visiter. Il s'agit d'acquérir éventuellement davantage de notoriété. Ensuite, les chaînes de ces vidéastes moins populaires contiennent également des commentaires renvoyant à d'autres chaînes que nous avons consultées, et ainsi de suite.

Ce sont la mise en mots, la mise en actes et la mise en scène de l'intimité adolescente qui ont retenu notre attention dans le travail d'investigation, puis d'analyse du terrain ethnographique. Ces choix méthodologiques vont de pair avec la volonté d'avoir accès à des représentations et non à des expériences vécues de l'intimité. Dans ce contexte, le travail d'écriture, de réalisation et de stylisation de soi ne constitue pas une façon d'empêcher l'accès à une forme d'intimité « réelle », mais bien un élément d'analyse en soi. Si ce travail repose sur une forme de caricature de l'expérience adolescente, nous postulons que la caricature peut être un excellent outil pour comprendre les composantes de l'imaginaire social.

Après huit mois d'observation ethnographique sur YouTube, nous avons constitué un corpus de 80 vidéos, 40 réalisées par des garçons et 40, par des filles. Les vidéos ont été sélectionnées en lien avec les résultats issus du terrain d'immersion ethnographique. La référence à l'appartenance de genre étant apparue comme centrale dans les discours sur soi inscrits dans un format de confession intime sur YouTube, nous avons choisi des vidéos dans lesquelles les jeunes problématisent l'intimité en tant que garçon ou fille. L'objectif de recherche est alors axé sur les représentations du genre contenues dans ces vidéos que nous avons téléchargées puis transcrites.

Nous avons opté pour un mode de transcription intégrant les dimensions tant énonciatives que visuelles, les propos, mais aussi la tonalité et

le débit de la voix, la gestuelle, le décor, la coiffure, les vêtements, les indices du montage, etc. Les vidéos sont tournées le plus souvent dans l'intimité domestique, dans la chambre, sur le lit, avec en arrière-plan des éléments qui indiquent une appartenance de genre : petits lampions, bougies, coussins multicolores pour les filles ; guitare, ordinateur et jeu de fléchettes pour les garçons. La gestuelle est également très significative du point de vue de l'identification de genre. Tout un rituel est notamment observable dans la mise en scène de la féminité autour du toucher des cheveux. Tout en parlant, les jeunes filles les lissent avec les mains, les renvoient en arrière, les enroulent autour des doigts, etc. (Balleys, 2017b). Ces éléments ont donc occupé une place importante dans le travail de transcription afin de pouvoir être intégrés à l'analyse.

Nous avons appliqué ici une méthodologie empruntée au traitement d'entretiens collectifs, également réalisés à partir de contenus vidéo (Balleys, 2012 ; 2017a). L'extrait suivant, issu d'une vidéo intitulée « être en couple » et réalisée par un jeune Québécois de 14 ans, montre comment les éléments relatifs au travail de scénarisation prennent une place aussi importante que les *verbatim* dans la méthode de transcription :

Johan fait face à la caméra, en plan à la taille, debout dans la cuisine

« Bon là, je vais vous dire les avantages et les désavantages d'être en couple. Y a pas vraiment de désavantage d'être en couple, mais... ah ouais je le sais, parce qu'elle va te texter non-stop ! Attends-toi pas, si elle a un cell' ou un IPod, elle va te texter, mon ami ! Oh my God ! Pis les filles, juste pour dire, les filles qui sont en couple, là. Si votre chum ne vous répond pas, c'est pas mal sûr à 99.9 % qu'il est en train de jouer à [coupe, plan resserré sur son visage, il ouvre largement les bras et élève la voix] – *Call of Duty* ! »

Nouvelle séquence. Mise en abyme.

De retour à la table de la cuisine, il personnifie cette fois une fille, porte un t-shirt sur la tête en guise de cheveux, a un téléphone intelligent entre les mains et écrit un texto :

« Allo *babe*. »

Il prend une voix aigüe et traînante, se touche les cheveux, le t-shirt.

« Je suis sûre qu'il va être content de mon message ! »

Changement de plan, il joue le petit ami, assis sur le canapé du salon, qui finit sa partie, manette en main :

« Oh je t'ai fait un 8 *shots*, man ! »

Il crie et effectue des mouvements de bassin mimant l'accouplement.

« *In your ass, bitch!* »

Retour vers la fille à sa table, avec son t-shirt en guise de chevelure.

« Pourquoi il me répond pas ? Hein ? Calisse... »

éclate en sanglots.

Retour vers le joueur, qui saute en l'air et s'énervé sur son jeu.

« Oh calisse, *fuck you, fuck you!* »

Retour sur le personnage de la fille, qui pleure bruyamment et se mouche dans son mouchoir. Elle en sort plusieurs de sous son t-shirt, comme si elle les prenait dans son soutien-gorge.

L'articulation entre matériau récolté et travail d'analyse

À partir de la multitude d'informations contenues dans les vidéos adolescentes sur YouTube, que faut-il observer, chercher et retenir ? En ce qui concerne notre enquête, nous avons concentré notre attention sur ce que Becker a nommé les « lignes de démarcation » visant à « séparer les choses en catégories » (2002, p. 239). Cette première volonté a été conjuguée à une seconde : découvrir où se trouvent les éléments « d'identification à un ou plusieurs groupes » (Elias et Scotson, 1994, p. 184). Nous sommes parties à la recherche des discours permettant de « faire corps » avec une certaine entité, une catégorie d'individu ou un groupe clairement défini ou, au contraire, de « s'en distancier » et de marquer une différence dans une logique d'opposition. En résumé, nous avons dégagé les discours propres à créer des frontières entre un « nous » et un « eux » ou « elles ».

Par exemple, il est apparu assez rapidement au cours de l'observation ethnographique que les manifestations physiologiques du corps masculin pubère étaient fréquemment évoquées, voire mimées par les garçons : la masturbation, les érections matinales, l'apparition de la pilosité, la mue de la voix. Nous associons la problématisation de ces expériences intimes à la thématique du « grandir » et du « devenir un homme », ce qui est un élément explicite de fierté (Balleys, 2016b). En parlant de leurs pulsions sexuelles, les garçons se distinguent des « petits », mais aussi des filles qui, elles, sont systématiquement représentées comme des êtres dégoûtés, voire effrayés par la sexualité (*ibid.* ; Balleys, 2017b). La « ligne de démarcation » dont nous parle Becker (2002) est donc double dans ce contexte : elle dresse une frontière entre un « nous les gars » versus « elles les filles » et une autre

entre « nous les grands » versus « eux les petits ». Le travail de ritualisation de la masculinité adolescente opéré par les garçons pubères sur YouTube se concrétise à la fois par des énoncés et un répertoire symbolique comprenant une gestuelle, un décor, un débit de parole, une tenue vestimentaire, etc. Un principe d'opposition est perceptible dans les propos tenus par les jeunes, qui marquent des frontières claires entre ce qui s'apparente au vécu intime de « nous les gars » vis-à-vis de ce qui appartient au « nous les filles » : « on aime ça, nous, les filles » ; « on ne va pas se mentir, les mecs, hein ? » ; « si tu es une fille et que tu t'es reconnue » ; « il y a une question qu'on se pose nous, tous les mecs » ; « nous les hommes. Avec un grand H ». Face à la constitution du « nous » s'incarnent le « eux » et le « elles » qui représentent l'expérience de l'altérité. Les éléments scénographiques des vidéos complètent le contenu des discours. Les garçons, par exemple, se travestissent souvent dans les vidéos traitant de la relation de couple et dressent le portrait d'entités féminines leur étant en tout point distinctes : les filles sont dépeintes comme « contrôlantes », « jalouses » et « compliquées », alors qu'eux-mêmes se mettent en scène comme des êtres décomplexés et décontractés.

Les résultats ont ainsi montré que le genre constituait la principale délimitation sur laquelle la mise en scène de l'intimité adolescente était construite. L'appartenance de genre est mobilisée par les jeunes vidéastes afin de créer avec leur public un sentiment de proximité et de communauté. Pour obtenir une reconnaissance sociale sur YouTube, à savoir la « confirmation de leur valeur sociale » (Honneth, 2005, p. 45), des récits et des rituels sont construits en étant axés sur une intimité spécifiquement masculine ou féminine, selon un principe d'opposition : ce que les garçons adolescents expérimentent dans l'adolescence ne peut être appréhendé ni compris par les filles, et vice versa.

L'ajustement entre les questions de recherche et le type de données récoltées constitue la clé de voûte de l'enquête ethnographique sur Internet. YouTube est un formidable outil pour comprendre ce qui est aujourd'hui pourvoyeur de prestige et de valeur sociale au sein de la culture adolescente, puisque la pratique vidéo est axée sur une demande continue de reconnaissance. Pour saisir toute la richesse et la complexité des mises en scène de soi et de son intimité sur la plateforme, il est cependant nécessaire de situer la démarche dans le contexte de la socialisation adolescente, en particulier telle qu'elle se négocie au quotidien entre pairs.

Deux phases successives de méthodologie de recherche ont donc été nécessaires pour saisir le sens de ce format de mise en scène de l'intimité adolescente sur YouTube : l'observation non participante sur la plateforme réalisée à partir de critères de navigation précis et d'un cadre conceptuel portant sur la socialisation adolescente ; puis, la sélection et le traitement d'un corpus de vidéos constitué sur la base des premiers résultats issus de l'observation. Un véritable engagement immersif dans la culture YouTube a été fondamental pour en comprendre les codes, le langage et les discours dominants. Plusieurs heures d'observation ont été effectuées par semaine, voire par jour selon les périodes. À partir des carnets ethnographiques tenus lors de ce premier volet de l'enquête, il a été possible de déterminer les critères de sélection puis de stabilisation d'un corpus de vidéos. Deux conditions ont été nécessaires à la production des résultats de cette recherche : premièrement, un cadre conceptuel délimité avec précision afin de circonscrire le terrain d'observation en ligne, et deuxièmement, une grande curiosité (voire une fascination) pour ces modes de présentation de soi médiatisés. Si l'approche sociologique vis-à-vis d'un objet n'est jamais neutre (Bourdieu, Chamboredon et Passeron, 1983), le visionnement de centaines de vidéos n'a jamais été vécu comme une corvée, mais bien comme un accès privilégié aux coulisses de la socialisation adolescente.

Alors que notre intérêt portait sur les positionnements identitaires des jeunes YouTubeurs, exprimés par la mise en scène d'une forme d'intimité, l'analyse du travail de ritualisation permettait de confirmer une distinction importante : l'enquête ne se préoccupe pas du vécu ou de l'expérience intime des garçons et filles, mais bien de la manière dont l'intimité est saisie sur YouTube comme ressource symbolique dans le but d'acquérir de la visibilité, du prestige et de la reconnaissance sociale. En effet, parler de son intimité sur YouTube, c'est apporter la preuve qu'on en possède une et que l'on est capable de la valoriser socialement. La question n'est donc pas de savoir si l'intimité ainsi performée est authentique ou réelle, mais de bien décrire les perceptions et les catégories sur lesquelles le travail de présentation de soi est construit, à partir d'un format de confession intime.

Notre posture méthodologique se situe à la croisée d'une relative fermeture dans la manière de délimiter l'objet observé et d'une volonté d'ouverture dans l'accueil des informations émanant du terrain. Alors

que l'appartenance de genre était peu présente dans notre hypothèse de départ, l'investigation ethnographique nous a permis de découvrir qu'elle était au cœur des revendications identitaires formulées par les jeunes sur YouTube. Les revendications d'appartenance de genre et la ritualisation du féminin et du masculin performées publiquement révèlent des représentations sociales qui, malgré leur caractère caricatural, voire hyperbolique, sont socialement signifiantes et productives. Lorsque des adolescents et des adolescentes décident de se mettre en scène sur YouTube, un modèle dominant se dégage clairement, construit sur un procédé de naturalisation du genre grâce à la distinction des expériences intimes féminines et masculines.

Références

- BALLEYS, Claire, « Entretiens en situation de réception collective et processus d'exclusion entre pairs adolescents », dans Philippe LE GUERN (dir.), *En quête de musique. Méthodologies de recherche à l'ère de la musimorphose*, Hermann, 2017a, p. 227-244.
- BALLEYS, Claire, « L'incontrôlable besoin de contrôle. Les performances de la féminité par les adolescentes sur YouTube », *Genre, Sexualité & Société*, vol. 17, 2017b.
- BALLEYS, Claire, « Gestion de l'intimité et affichage d'un territoire sentimental entre adolescents sur Internet », *Agora/Débats Jeunesses*, vol. 1, n° 72, 2016a, p. 7-19.
- BALLEYS, Claire, « "Nous les mecs." La mise en scène de l'intimité masculine sur YouTube », dans Éric DAGIRAL et Olivier MARTIN (dir.), *L'ordinaire d'Internet. Le Web dans nos pratiques et relations sociales*, Armand Colin, 2016b, p. 182-202.
- BALLEYS, Claire, *Grandir entre adolescents, à l'école et sur Internet*, Presses polytechniques et universitaires romandes, Lausanne, 2015.
- BALLEYS, Claire, *"Je t'aime plus que tout au monde". D'amitiés en amours, les processus de socialisation entre pairs adolescents*, thèse de doctorat, Faculté des sciences économiques et sociales, Université de Fribourg, 2012.
- BALLEYS, Claire et Sami COLL, « La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents », *RESET – Recherches en sciences sociales sur Internet*, vol. 4, 2015, p. 1-18.
- BEAUD, Stéphane et Florence WEBER, *L'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques*, La Découverte, 2003.
- BECKER, Howard S., *Les ficelles du métier*, La Découverte, 2002.
- BERGER, Peter et Thomas LUCKMANN, *La construction sociale de la réalité*, Armand Colin, 2008 [1966].
- BERRY, Vincent, « Ethnographie sur Internet: Rendre compte du "virtuel" », *Les Sciences de l'éducation – Pour l'ère nouvelle*, vol. 45, n° 4, 2012, p. 18-45.
- BEUSCART, Jean-Samuel et Kevin MELLET, « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », *Terrains et Travaux*, vol. 26, n° 1, 2015, p. 83-104.

- BOURDIEU, Pierre, Jean-Claude CHAMBOREDON et Jean-Claude PASSERON, *Le métier de sociologue*, Mouton, 1983.
- BURGESS, Jean et Joshua GREEN, *YouTube. Online Video and Participatory Culture*, Polity Press, 2018.
- CARON, Caroline, « Les jeunes et l'expérience participative en ligne », *Lien social et politiques*, n° 71, 2014, p. 13-30.
- CASTEL, Robert, « La face cachée de l'individu hypermoderne : l'individu par défaut », *Sociologie clinique*, vol. 1, 2006, p. 117-128.
- DAYAN, Daniel, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, vol. 71, n° 4, 1992, p. 141-157.
- ELIAS, Norbert et John S. SCOTSON, *The Established and the Outsiders*, 2nd edition, SAGE Publications, 1994.
- GLEVAREC, Hervé, « L'attachement aux univers fictionnels et déplacement du champ du dicible et du pensable. La sériphilie des jeunes adultes », dans Martin JULIER-COSTES, Denis JEFFREY et Jocelyn LACHANCE (dir.), *Séries cultes et culte de la série chez les jeunes*, Presses de l'Université Laval, 2014.
- GOLD, Raymond I., « Jeux de rôle sur le terrain : observation et participation dans l'enquête sociologique », dans Daniel CÉFAÏ (dir.), *L'enquête de terrain*, La Découverte, 2003.
- HINE, Christine, « Internet research as emergent practice », dans Patricia LEAVY et Sharlene Nagy HESSE-BIEBER (dir.), *Handbook of Emergent Methods*, Guilford Publications, 2008, p. 525-541.
- HONNETH, Axel, « Invisibilité : sur l'épistémologie de la « reconnaissance », *Réseaux*, vol. 129-130, n° 1, 2005, p. 39-57.
- JOUËT, Josiane et Coralie LE CAROFF, « L'observation ethnographique en ligne », dans Christine BARATS (dir.), *Manuel d'analyse du Web en sciences humaines et sociales*, Armand Colin, 2013, p. 147-165.
- LANGE, Patricia, *Kids on YouTube. Technical Identities and Digital Literacies*, Left Coast Press, 2014.
- LATZKO-TOTH, Guillaume et Madeleine PASTINELLI, « Par-delà la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques », *tic&société*, vol. 7, n° 2, 2013.
- METTON-GAYON, Céline, *Les adolescents, leur téléphone et Internet : « tu viens sur MSN? »*, L'Harmattan, 2009.
- PASQUIER, Dominique, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Autrement, 2005.
- PASQUIER, Dominique, *La culture des sentiments*, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1999.
- RAUN, Tobias, *Out Online: Trans Self-Representation and Community Building on YouTube*, thèse de doctorat, Department of Culture and Identity, Roskilde University, 2012.
- ROTMAN, Dana et Jennifer PREECE, « The 'WeTube' in YouTube: Creating an online community through media sharing », *International Journal of Web-Based Communities*, vol. 6, n° 3, 2010, p. 313-333.

Notices biographiques

Claire Balleys est sociologue et professeure à la Haute École de travail social de Genève. Elle est l'autrice de *Grandir entre adolescents. À l'école et sur Internet* (Presses polytechniques et universitaires romandes, 2015). Ses plus récents travaux ont été publiés dans les revues *Questions de communication*, *Genre, sexualité & société*, *Media, Culture & Society*, ainsi que *Social Media + Society*.

Claudine Bonneau est professeure agrégée au Département d'analytique, opérations et technologies de l'information de l'École des sciences de la gestion à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Elle est responsable de l'axe de recherche Mutations du travail et de l'activité contributive du Laboratoire sur la communication et le numérique (LabCMO), ainsi que membre du Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie (CIRST). Ses travaux ont notamment été publiés dans les revues *Educational Technology Research and Development*, *Communication, Research & Practice* et *International Journal of Project Management*.

Dominique Boullier est professeur des universités en sociologie à l'Institut d'études politiques de Paris (Sciences Po). De 2015 à 2019, il a été professeur à l'École polytechnique fédérale de Lausanne où il a enseigné la User Experience (UE) et dirigé le Social Media Lab. Il a dirigé ou créé plusieurs laboratoires de recherche dont Costech (UT Compiègne, où il a été professeur de 1996 à 2005) et le User lab Lutin à la Cité des sciences de Paris (2004 à 2008). Il a publié de nombreux ouvrages dont *Sociologie du numérique* (Armand Colin, 2019).

Nathalie Casemajor est professeure au Centre Urbanisation Culture Société de l'Institut national de la recherche scientifique (INRS) à Montréal. Son travail porte sur le développement culturel, la mobilisation citoyenne et la culture numérique. Elle est codirectrice de l'Observatoire des médiations culturelles

(OMEC) et a coédité l'ouvrage *Expériences critiques de la médiation culturelle* (Presses de l'Université Laval, 2017). Ses travaux ont été publiés dans *Journal of Peer Production, Intermediality* et *Communication & Organisation*.

Johann Chaulet est sociologue et chercheur au Laboratoire interdisciplinaire Solidarités, Sociétés, Territoires (LISST) du Centre national de la recherche scientifique (CNRS). Il s'intéresse à l'étude des usages des technologies de l'information et de la communication, ses derniers travaux ont été publiés dans *RESET, Mobile Media & Communication* et *Genre, sexualité et société*. Il a codirigé l'ouvrage *Critiques du numérique* (L'Harmattan, 2018).

Alexandre Coutant est professeur au Département de communication sociale et publique de l'UQAM et directeur du Centre de recherche sur la communication et la santé (ComSanté). Il est également responsable de l'axe de recherche Mutations des sociabilités et de l'agir politique du LabCMO. Il a récemment codirigé le numéro *Trajectoires professionnelles en communication: atypies, hybridités et temporalités* dans la revue *Communication & professionnalisation*.

Jean-Claude Domenget est maître de conférences habilité à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Bourgogne Franche-Comté. Membre du laboratoire Elliadd et du Réseau sur la professionnalisation des communicateurs (RESIPROC), il est également corédacteur en chef de la revue *Communication et professionnalisation* et vice-président de la Commission recherche de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC). Il a lancé le Groupe de réflexion sur l'éthique et le numérique en information-communication (GENIC).

Gabrielle Silva Mota Drumond est doctorante en communication à l'UQAM, ainsi qu'édimestre-présentatrice (médias sociaux) à ICI Acadie. Maîtresse en communication, concentration en médias socionumériques (UQAM), elle est assistante de recherche, journaliste et gestionnaire de médias sociaux. Elle a aussi été coordonnatrice du pôle montréalais du LabCMO.

Nina Duque est doctorante en communication et chargée de cours à l'UQAM. Boursière du Conseil de recherche en sciences humaines (CRSH), elle est membre du LabCMO et de la Chaire de recherche sur les usages des technologies numériques et les mutations de la communication.

Julien Figeac est chargé de recherche au CNRS en sociologie et en sciences de la communication. Il est membre du Laboratoire Interdisciplinaire Solidarités, Sociétés, Territoires (LISST) de l'Université de Toulouse - Jean Jaurès. Il a publié divers articles traitant des usages d'Internet et des réseaux socionumériques, où il étudie notamment les sociabilités en ligne et les formes connectées de participation politique.

Nicole Gallant est politologue et professeure au Centre Urbanisation Culture Société de l'INRS. Elle est également directrice de la *Revue Jeunes et Société (RJS)* et membre de la Chaire-réseau de recherche sur la jeunesse au Québec (CRJ). Parmi diverses publications, elle a codirigé l'ouvrage *Les jeunes et l'action politique: participation, contestation, résistance* (Presses de l'Université Laval, 2016).

Christine Hine est professeure de sociologie à l'Université du Surrey au Royaume-Uni. Ses plus récents livres portent sur l'ethnographie du Web (Bloomsbury Publishing) et sur la recherche qualitative en contexte numérique (Oxford University Press). Elle est également l'autrice de nombreux articles publiés dans *The Sage Handbook of Online Research Methods*, ainsi que dans les revues *Information, Communication & Society* et *Science, Technology & Human Values*.

Katherine Labrecque est doctorante en sociologie de la jeunesse et du numérique à l'INRS. Elle est titulaire d'un baccalauréat et d'une maîtrise en anthropologie de l'Université Laval ainsi que d'une maîtrise en pratiques de recherche et action publique de l'INRS. Boursière du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH), elle coordonne à titre d'auxiliaire de recherche les projets du chantier numérique de la Chaire-réseau de recherche sur la jeunesse du Québec.

Guillaume Latzko-Toth est professeur titulaire au Département d'information et de communication de l'Université Laval, codirecteur du LabCMO et membre du CIRST. Il a publié dans les revues *Communication, Canadian Journal of Communication, Recherches sociographiques* et *Bulletin of Science, Technology & Society*. Il a contribué à de nombreux ouvrages collectifs dont le *Handbook of Social Media Research Methods* (SAGE Publications, 2017) et *digitalSTS: A Field Guide for Science & Technology Studies* (Princeton University Press, 2019).

Florence Millerand est professeure titulaire au Département de communication sociale et publique à l'UQAM et codirectrice du LabCMO. Elle est titulaire de la Chaire de recherche sur les usages des technologies numériques et les mutations de la communication, ainsi que membre du CIRST. Elle a publié dans les revues *Social Media + Society, Information, Communication & Society, Science, Technology & Human Values* et *Revue d'anthropologie des connaissances*. Elle a codirigé l'ouvrage *La reconfiguration du travail scientifique en biodiversité: pratiques amateurs et technologies numériques* (Presses de l'Université de Montréal, 2018).

Mélanie Millette est professeure agrégée au Département de communication sociale et publique à l'UQAM. Elle est membre du LabCMO, où elle dirige l'axe Méthodes de recherche sur les usages. En plus de ses contributions à des ouvrages collectifs (dont le *Handbook of Social Media Research Methods*, SAGE

Publications), elle a publié dans les revues *Social Media+Society* et *Communication et Organisation*, et a codirigé l'ouvrage *Médias sociaux. Enjeux pour la communication* aux Presses de l'Université du Québec.

David Myles est professeur associé au Département de sexologie de l'UQAM et postdoctorant à l'Institut genre, sexualité et études féministes de l'Université McGill. Il est membre du LabCMO, du CIRST, de la Chaire de recherche sur l'homophobie de l'UQAM et du Digital Media Research Centre (Queensland University of Technology). Ses travaux ont été publiés dans les revues *New Media & Society*, *Information, Communication & Society*, *Social Media+Society* et *Réseaux*.

Dominique Pasquier est sociologue, directrice de recherche émérite au CNRS et membre du Centre de recherche sur les liens sociaux (CERLIS) à l'Université Paris Descartes. Elle a publié *L'Internet des familles modestes: enquête dans la France rurale* (Presses des Mines, 2018).

Madeleine Pastinelli est ethnologue de formation, professeure titulaire au Département de sociologie de l'Université Laval et membre régulier du Centre de recherche Cultures – Arts – Sociétés (CELAT) et du LabCMO. Elle a publié plusieurs articles sur les enjeux méthodologiques et éthiques de l'enquête en contexte numérique. Elle a également publié *Des souris, des hommes et des femmes au village global* (Presses de l'Université Laval, 2007) et codirigé l'ouvrage *S'engager en ligne* (UNESCO, 2019).

Daniel Pélissier est docteur en Sciences de l'Information et de la Communication et membre du laboratoire IDETCOM (Institut du Droit de l'Espace des Territoires, de la Culture et de la Communication) de l'Université Toulouse 1 Capitole. Ses travaux portent sur la communication numérique des organisations et sont publiés dans les revues *Communication & Organisation*, *Communication & Professionnalisation*, *Gérer & Comprendre* ainsi que *Communication & Management*.

Serge Proulx est sociologue et professeur émérite à l'École des médias de l'UQAM. Il est également professeur associé à Télécom ParisTech, conseiller scientifique et cofondateur du LabCMO. Il est l'auteur de nombreux ouvrages et rapports de recherche, dont *Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles* (Centre d'études sur les médias, 2018) et *La participation numérique: une injonction paradoxale* (Presses des Mines, 2020).

Sandrine Roginsky est professeure à l'École de communication de l'UCLouvain. Elle est directrice du Laboratoire d'analyse des systèmes de communication des organisations (LASCO) et membre associée au LabCMO. Ses plus récents travaux

ont été publiés dans *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, *Recherches en Communication* et *Communication & professionnalisation*.

Christine Thoër est professeure titulaire au Département de communication sociale et publique à l'UQAM et membre du LabCMO. Elle est également membre du Groupe d'études et de recherches axées sur la communication internationale et interculturelle (GERACII). Ses récents travaux ont été publiés dans *Communiquer*, *Recherches féministes*, *Social Media + Society*, *Santé mentale au Québec*, *Enfances*, *Familles*, *Génération*s ainsi que *Santé Publique*.

Table des matières

Préface	7
<i>Dominique Pasquier</i>	
Remerciements	13
Introduction	15
<i>Mélanie Millette, Florence Millerand, David Myles, Guillaume Latzko-Toth</i>	

PREMIÈRE PARTIE

Les méthodes en contexte numérique

CHAPITRE 1	
La redistribution des méthodes de recherche en contexte numérique : critique d'une cartographie	25
<i>Florence Millerand, David Myles, Serge Proulx</i>	
CHAPITRE 2	
Les traces numériques et le pouvoir d'agir des répliques	39
<i>Dominique Boullier</i>	
CHAPITRE 3	
L'analyse du numérique dans une perspective complexe avec la sociologie des usages	59
<i>Alexandre Coutant, Jean-Claude Domenget</i>	

DEUXIÈME PARTIE

Les méthodes ethnographiques

CHAPITRE 4

- L'ethnographie des communautés en ligne et des médias sociaux :
modalités, diversité, potentialités** 77
Christine Hine

CHAPITRE 5

- Les bénéfices mutuels de l'ethnographie et de l'analyse du discours
en contexte numérique** 103
David Myles

CHAPITRE 6

- Les terrains de recherche en ligne et hors-ligne : proposition
pour une triangulation des méthodes** 119
Sandrine Roginsky

CHAPITRE 7

- Les pratiques de visionnement connecté des jeunes :
méthodes traditionnelles, virtuelles et numériques** 137
Christine Thoër, Florence Millerand, Nina Duque

CHAPITRE 8

- Les usages numériques adolescents : vers une ethnographie multisite
de la « chambre numérique »** 153
Nina Duque

CHAPITRE 9

- L'observation des représentations adolescentes de l'intimité :
enquête sur YouTube** 165
Claire Balleys

TROISIÈME PARTIE

Les méthodes sur traces

CHAPITRE 10

- La densification des données : revaloriser la recherche qualitative
à l'ère des données massives** 181
*Guillaume Latzko-Toth, Claudine Bonneau,
Mélanie Millette*

CHAPITRE 11

**La visite commentée : documenter les pratiques numériques
par l'entretien sur traces** 195

*Nicole Gallant, Katherine Labrecque, Guillaume Latzko-Toth,
Madeleine Pastinelli*

CHAPITRE 12

**L'entretien d'autoconfrontation : analyse d'une activité de navigation
sur Internet** 211

Daniel Pélessier

CHAPITRE 13

**La collecte manuelle des traces d'usage par la découverte
progressive de mots-clics** 225

Claudine Bonneau

QUATRIÈME PARTIE

**Les méthodes d'analyse d'images
et les dispositifs vidéo**

CHAPITRE 14

**L'analyse visuelle du Web : une approche forensique
des métadonnées d'images** 243

Nathalie Casemajor

CHAPITRE 15

**Les contextes d'usage de la téléphonie mobile :
données fines et enregistrement vidéo** 259

Julien Figeac, Johann Chaulet

CHAPITRE 16

**La boîte noire de Netflix : la configuration des usages
par les interfaces et les algorithmes** 275

Gabrielle Silva Mota Drumond

POSTFACE

**Un nécessaire politique des méthodes pour la transition
numérique** 291

Serge Proulx

Notices biographiques 303



Ce livre fait le point sur les avancées et les enjeux de la méthodologie qualitative en contexte numérique. Il offre un panorama des méthodes de recherche les plus récentes pour l'étude des phénomènes en ligne par les sciences sociales – communication, sociologie, anthropologie. Cet ouvrage foisonnant présente des textes allant des fondements épistémologiques aux méthodes visuelles pour l'étude d'objets numériques, en passant par les stratégies ethnographiques, la collecte et l'analyse de traces d'activités en ligne. Au-delà du manuel, l'ouvrage se distingue par son actualité, sa cohérence entre la théorie et la pratique ainsi que par sa résonance interdisciplinaire.

Les chercheurs et les chercheuses en sciences humaines et sociales, les spécialistes d'Internet ainsi que les étudiants et les étudiantes intéressés à l'analyse d'un objet ou d'un fait social relié à l'univers numérique seront comblés notamment par la richesse des thèmes abordés, les types de corpus étudiés et les exemples d'enquêtes.

Mélanie Millette est professeure agrégée au Département de communication sociale et publique de l'UQAM.

Florence Millerand est professeure titulaire au Département de communication sociale et publique de l'UQAM.

David Myles est professeur associé au Département de sexologie de l'UQAM.

Guillaume Latzko-Toth est professeur titulaire au Département d'information et de communication de l'Université Laval.

Avec les contributions de Claire Balleys, Dominique Boullier, Claudine Bonneau, Johann Chaulet, Nathalie Casemajor, Alexandre Coutant, Jean-Claude Domenget, Nina Duque, Julien Figeac, Nicole Gallant, Christine Hine, Katherine Labrecque, Guillaume Latzko-Toth, Florence Millerand, Mélanie Millette, David Myles, Dominique Pasquier, Daniel Péliissier, Madeleine Pastinelli, Serge Proulx, Sandrine Roginsky, Gabrielle Silva Mota Drumond et Christine Thoër.

34,95 \$ • 31 €

Couverture : © Rawpixel.com

Disponible en version numérique
www.pum.umontreal.ca

ISBN 978-2-7606-4249-2



9 782760 642492