



# Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ?

Andrew Asher  
Susan Miller

Un guide pratique pour la recherche ethnographique  
appliquée en bibliothèque universitaire

Titre original: *So You Want to Do Anthropology in Your Library?* Traduction placée sous licence Creative Commons (CC-BY-NY)

Mise en page : Catherine Dupuy

septembre 2016

## INTRODUCTION

Ce guide s'adresse à vous si vous travaillez en bibliothèque universitaire. Son objectif est d'accompagner votre réflexion si vous souhaitez mettre en place un projet de recherche ethnographique dans votre établissement. Il s'agit plus précisément d'une boîte à outils qui présente les usages possibles en bibliothèque de l'ethnographie appliquée, c'est-à-dire l'ethnographie pratiquée dans le but de découvrir, de comprendre et de résoudre des problèmes humains. Les différentes étapes d'une enquête ethnographique sont détaillées de A à Z, depuis la planification jusqu'à la mise en œuvre.

Ce document a été rédigé dans le cadre du projet ERIAL (Ethnographic Research in Illinois Academic Libraries), une enquête sur les pratiques de recherche des étudiants qui a eu lieu entre 2008 et 2010. Le projet a été financé par la bibliothèque d'État de l'Illinois. Il s'est déroulé dans 5 universités<sup>1</sup> et plus de 600 personnes y ont participé (dont des étudiants, des bibliothécaires et des universitaires). Son objectif était de mieux comprendre comment les étudiants effectuent leurs recherches et de quelle façon ce processus est influencé par les interactions avec les enseignants et les bibliothécaires. C'était également un projet de recherche-action employant les techniques de l'anthropologie appliquée et du design centré sur l'humain. À ce titre, son ambition était de fournir des résultats concrets pour aider les bibliothécaires à développer de nouveaux services prenant mieux en compte les usagers.

Le projet ERIAL s'est appuyé sur la méthode ethnographique, ce qui signifie que les pratiques des étudiants ont fait l'objet d'une observation rapprochée. Contrairement aux enquêtes quantitatives qui se concentrent sur la fréquence de certains phénomènes sociaux, il s'agit d'une approche qualitative : nous nous sommes efforcés de mettre à jour la façon dont les étudiants recherchent des informations, les catégories qu'ils emploient, les obstacles qu'ils rencontrent et comment ils se font aider. Notre enquête nous a également permis de comparer les

---

1. L'Université DePaul, l'Université Wesleyenne, l'Université du Nord-Est de l'Illinois, l'Université de l'Illinois à Chicago et l'Université de l'Illinois à Springfield.

attentes des étudiants, des bibliothécaires et du personnel universitaire en matière de recherche documentaire. Le type d'analyse que nous avons produit se fonde sur l'interprétation de données de terrain, ce qui nous a permis de décrire de façon très riche les expériences subjectives des étudiants et les représentations que différents groupes ont les uns des autres. Pour parvenir à ce résultat, plusieurs techniques ont été employées, comme des entretiens semi-directifs, des entretiens basés sur des photographies, des observations participantes, des exercices de cartographie et des ateliers de co-design de sites web et d'espaces physiques<sup>2</sup>.

### **Qu'est-ce que l'ethnographie?**

En sciences sociales (qu'il s'agisse de science politique, d'anthropologie, de sociologie, d'économie ou de psychologie), les méthodes sont soit quantitatives, soit qualitatives.

La recherche quantitative utilise des questionnaires dont les réponses sont définies à l'avance et qui sont la plupart du temps adressés à de nombreux participants. Elle permet essentiellement de recueillir des données chiffrées. Ce type de méthode est utile pour connaître l'importance ou la fréquence d'un phénomène. Il permet de répondre à des questions telles que : « Combien d'étudiants de dernière année maîtrisent les compétences de base en recherche d'information ? » ou « Selon quelle fréquence les étudiants utilisent-ils les ressources de la bibliothèque pour leurs recherches ? »

La recherche qualitative repose quant à elle sur l'interprétation des significations, des métaphores et des symboles employés dans le monde social. En général, elle implique un nombre limité de participants et les données produites sont de nature textuelle. Les méthodes qualitatives sont particulièrement utiles pour éclairer les étapes d'un processus qui sont mal comprises ou pour fournir des descriptions détaillées d'expériences individuelles. Elles permettent de répondre à des questions telles que : « Comment les étudiants cherchent-ils des informations ? » ou « Quels sont les facteurs de stress dans le processus de recherche d'un étudiant ? » La recherche qualitative est généralement inductive : elle permet au chercheur de produire des hypothèses ou des suppositions raisonnables sur les causes d'un phénomène. À l'inverse, la recherche quantitative a plutôt tendance à

---

2. Ces techniques sont décrites plus loin, § 2.6.

être déductive: elle permet de tester des hypothèses et de déterminer leur validité au sein d'une population donnée.

L'ethnographie est un ensemble de techniques de recherche qualitatives qui se concentrent sur l'observation rapprochée de pratiques et d'interactions sociales. L'apport de l'ethnographie est irremplaçable car elle permet de décrire de l'intérieur le point de vue et les activités d'un groupe. L'attention portée aux détails permet au chercheur d'aller au-delà des idées reçues sur une situation ou un processus donnés et de mieux comprendre le sens que lui attribuent des individus. Cela suppose généralement de travailler avec eux dans leur environnement quotidien. Un ethnographe qui s'intéresse à la façon dont une étudiante fait des recherches peut par exemple lui poser des questions précises à ce sujet ou bien passer du temps avec elle pendant qu'elle se documente en bibliothèque. En regardant comment elle navigue entre Google et son traitement de texte pour faire un devoir, le chercheur accumule de précieuses informations qui vont lui permettre de mieux comprendre comment cette étudiante appréhende une recherche documentaire, et ce qui est important pour elle au cours de ce processus.

Un ethnographe peut également interroger plusieurs personnes, ou analyser des données variées (comme des comptes rendus d'entretiens ou d'observations, des photographies, des journaux ou d'autres artefacts culturels). En confrontant ces différentes sources, le chercheur peut percevoir les différentes interprétations possibles d'une même situation ou vérifier si les représentations et le comportement d'un individu sont en adéquation. Prenons un exemple: les étudiants qui obtiennent de bonnes notes dans leurs cours de méthodologie de recherche documentaire échouent souvent lorsqu'ils doivent mobiliser les mêmes concepts en situation réelle. Les techniques qui sont décrites dans ce guide permettent d'étudier ces variations chez un même individu ou chez différentes personnes.

### **Pourquoi utiliser la méthode ethnographique?**

L'intérêt des méthodes qualitatives vient du fait qu'elles permettent d'étudier un phénomène en profondeur et sans préjugés, tout en offrant généralement une grande flexibilité aux chercheurs sur la façon de procéder. La recherche qualitative permet également de faire des distinctions fines et de rendre justice aux données ambiguës que les démarches quantitatives ont tendance à faire rentrer dans des cases prédéterminées.

Quand on fait des recherches quantitatives, on sacrifie les exceptions et les nuances pour pouvoir faire des généralisations. Inversement, les résultats d'une

enquête qualitative peuvent rarement être généralisés avec certitude et il faut être très prudent lorsqu'on cherche à le faire. Ce type de données constitue des preuves comparables à celles qui sont émises lors d'un procès : il faut accumuler un grand nombre d'observations partielles pour bâtir peu à peu la représentation d'ensemble d'un phénomène. Cette approche peut avoir un grand pouvoir explicatif car elle renvoie directement à ce que des individus font, pensent et ressentent lorsqu'ils sont dans une situation donnée.

Le choix entre une approche quantitative ou une approche qualitative implique donc de faire un arbitrage entre la portée et la capacité à produire des généralisations de la première et la profondeur et le niveau de détail de la seconde. Les deux méthodes ont des forces et des faiblesses et de nombreux sujets de recherche nécessitent d'avoir recours aux deux. Avant de démarrer votre projet, réfléchissez à la méthode qui vous correspond le mieux et qui sera en mesure de produire les données dont vous avez besoin.

Dans la suite de ce guide, nous partirons du principe que vous avez l'intention de conduire une enquête ethnographique dans votre bibliothèque. Nous nous focaliserons donc uniquement sur ce type de méthodes, et nous laisserons de côté les autres approches possibles.

### **Plan du guide**

Ce guide a pour but de vous aider à formuler une question de recherche, à choisir des techniques adaptées, à créer des outils pour recueillir et analyser des données, et à imaginer de nouveaux services en vous basant sur vos conclusions. À titre d'exemple, nous envisagerons le cas d'une enquête d'un an divisée en quatre phases : la planification du projet ; le recueil des données ; leur évaluation et leur analyse ; et enfin le bilan et la présentation finale des résultats.

Le plan du guide suit cet ordre chronologique :

1. Planifier le projet : la logistique
2. Planifier le projet : le programme de recherche
3. Recueillir et retranscrire des données
4. Analyser des données
5. Présenter ses conclusions et impulser des changements

# 1. PLANIFIER LE PROJET : LA LOGISTIQUE

## 1.1 La durée (toujours prévoir plus de temps que prévu)

L'ethnographie est chronophage. Une heure d'entretien requiert au minimum trois à quatre heures d'analyse (voire davantage). Si on ajoute à cela le temps passé à planifier, à conduire et à transcrire les entretiens, mais aussi à organiser, à discuter et à écrire les conclusions, le calendrier initial peut rapidement déborder. Le temps consacré à assimiler et à analyser les données recueillies est un élément crucial d'un projet réussi. Dans ces conditions, un projet, même modeste, peut facilement s'étendre sur une année universitaire entière. Vous devez par conséquent vous fixer des ambitions raisonnables vis-à-vis de la quantité de données à recueillir et à analyser.

## 1.2 Le budget (ce n'est pas si cher qu'on l'imagine)

La recherche ethnographique ne nécessite pas beaucoup de matériel et elle est relativement bon marché : les outils de base restent un bon vieux crayon et du papier ! Pour le projet ERIAL, chaque université a également reçu quatre appareils photo, un caméscope numérique et un graveur de DVD. Quatre ordinateurs portables ont été achetés, deux pour les anthropologues du projet et deux pour les personnes chargées de la transcription. En définitive, une infime fraction du budget total a été dépensée en fourniture et en équipement, le reste a été utilisé pour payer les salaires.

## 1.3 Les compétences nécessaires

L'ethnographie est un subtil mélange d'observations directes, d'entretiens et d'analyses. Un regard expérimenté contribue grandement à la qualité des données produites. C'est la raison pour laquelle, si vous débutez, vous aurez tout intérêt à vous faire conseiller par un expert. L'expérience vient avec le temps et les outils employés doivent toujours être adaptés en fonction du terrain spécifique de chaque

étude. Nous aurons l'occasion de le voir, de nombreuses méthodes nécessitent une grande maîtrise des techniques d'entretien. Les enquêteurs doivent être capables de nouer rapidement des liens avec les participants, d'improviser et de réfléchir tout en discutant avec eux, d'obtenir des réponses et de rebondir en évitant de les influencer, et cela de façon constante au cours de nombreux entretiens. Ce n'est pas facile. Un entretien n'est jamais parfait et l'enquêteur idéal n'existe pas.

Ces considérations peuvent vous paraître décourageantes, mais il ne faut pas avoir peur de se jeter à l'eau. Evoquer votre projet avec un membre du département d'anthropologie ou de sociologie de votre université peut être un bon moyen d'affiner votre programme de recherche et d'éviter certains pièges. Il existe également de nombreux manuels dispensant des conseils pratiques. Certains d'entre eux sont cités dans notre bibliographie. Nous espérons que ce guide vous sera également utile.

#### **1.4 L'investissement en temps**

Le projet ERIAL a eu la chance de bénéficier d'un financement lui permettant de recruter à plein temps deux chercheurs en sciences sociales. Bien entendu, la plupart des bibliothèques ne pourront pas se payer un tel luxe. Nous détaillerons ici l'investissement à prévoir approximativement pour une enquête mobilisant 20 à 30 personnes au cours d'une année universitaire.

Cet investissement peut être élevé. Il dépend de l'étendue de l'enquête et du nombre d'activités à réaliser. Les entretiens et les réunions d'analyse peuvent être compliqués à programmer s'ils viennent s'ajouter au travail habituel des bibliothécaires. La fenêtre de recueil de données au cours d'un semestre universitaire est étroite et l'équipe de recherche doit s'attendre à consacrer beaucoup de temps et d'énergie à cette première phase. Dans notre projet, l'implication des bibliothécaires était variable en fonction des équipes et des établissements. Les responsables scientifiques devront consacrer au minimum huit à dix heures par semaine au projet, et plus encore s'ils sont également chargés de recueillir les données. Les bibliothécaires du projet ERIAL ont consacré 5 à 10 % de leur temps de travail à l'enquête, et cela s'est avéré souvent insuffisant pour l'ensemble des tâches à mener.

## 1.5 L'équipe de recherche

Pour une étude couvrant plusieurs universités, il est préférable de recruter une personne à plein temps en charge du projet. L'idéal est de disposer d'un chercheur en sciences sociales mais c'est rarement possible pour des raisons financières.

Dans une bonne équipe, on retrouve des profils variés : des personnes douées pour poser les bonnes questions et interpréter des données, pour résoudre des problèmes, pour faire des comptes rendus et communiquer, ou pour animer des réunions réussies et prévenir les conflits. Étant donné que l'analyse ethnographique est un exercice d'interprétation, des individus venant d'horizons différents auront des points de vue complémentaires. Assurez-vous que les principaux membres de l'équipe sont pleinement investis dans le projet, et déléguez certaines responsabilités, notamment tout ce qui touche au recueil des données. Essayez de limiter la dimension de votre équipe à une taille raisonnable.

En fonction de l'organisation de votre bibliothèque, il peut être utile d'intégrer une personne ayant une autorité hiérarchique suffisante pour faire évoluer les services que vous proposez. Cela vous permettra de savoir dès la phase de recherche et d'analyse quelles sont les contraintes et les opportunités de calendrier, de budget et de prise de décision. Nous avons eu la chance d'avoir soit du personnel de direction dans nos équipes, soit leur soutien total au projet. Dans le même ordre d'idée, si vous savez déjà quel type de changement vous souhaitez impulser, veillez à avoir des bibliothécaires chargés de ces sujets parmi vous. Le projet ERIAL portait sur les interactions avec les étudiants lors des entretiens de référence<sup>1</sup>, nous avons donc intégré dans nos équipes des bibliothécaires chargés du renseignement des lecteurs.

La distribution des responsabilités sera variable en fonction des impératifs de votre établissement. Les exemples suivants correspondent aux rôles qui ont été attribués dans nos équipes. Précisons que bien souvent une seule personne occupait plus d'une fonction à la fois.

---

1. [NDT] La notion d'entretien de référence est courante dans le vocabulaire professionnel anglo-saxon mais un petit peu moins en France. Elle désigne l'assistance concrète (orientation, renseignement, accompagnement) apportée à un usager dans sa recherche d'information.

## LE CHEF D'ÉQUIPE

C'est la personne chargée de définir la vision stratégique du groupe ou d'interpréter la commande de l'université (ou de toute autre instance qui exploitera vos résultats). Sa mission est de faciliter les échanges entre vous, de s'assurer que chacun remplit son rôle comme prévu (ou de lever les obstacles qui s'y opposent), de s'assurer que les dates butoirs sont définies et de promouvoir le travail de votre équipe à l'extérieur, notamment auprès des autres bibliothécaires, afin de faire le lien entre la recherche et la pratique. Dans le projet ERIAL, c'était généralement un responsable scientifique qui jouait ce rôle.

## LE RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

Cette fonction peut être confiée à une ou plusieurs personnes. Le responsable scientifique est en première ligne pour la conception, la mise en œuvre, l'analyse et la restitution du projet. Ce sera vraisemblablement le membre de votre équipe le plus compétent sur le plan scientifique. Nous vous recommandons de confier cette responsabilité à la personne la plus attachée à la qualité de l'enquête, mais aussi au respect des droits des participants. Le responsable scientifique est en effet l'interlocuteur privilégié du comité d'éthique de votre institution. À ce titre, il est souvent exigé qu'il appartienne à l'université.

## L'EXPERT OU LE CONSULTANT

Dans le projet ERIAL, les anthropologues de l'équipe jouaient ce rôle, mais vous pouvez également solliciter un membre du département d'anthropologie ou de sociologie de votre université. Le rôle de l'expert est de sensibiliser votre équipe aux bonnes pratiques en matière de recherche. Il peut jouer un rôle actif dans le projet (comme c'était le cas chez nous) et il peut même être responsable scientifique. Il peut cependant se limiter à un rôle de conseil. Si un membre de votre équipe a de l'expérience dans le domaine de la recherche en sciences sociales, il n'est pas forcément nécessaire de faire appel à un expert. Cependant, un peu de recul peut s'avérer utile. Une personne extérieure peut par exemple vous aider à comprendre des problèmes et des données qui vous échappent, ou bien relayer des opinions que le personnel de la bibliothèque ne peut pas exprimer librement pour des raisons hiérarchiques.

## LA PERSONNE RESSOURCE

Étant donné que votre objectif final est de faire évoluer des services, il peut être judicieux d'inclure des spécialistes et des techniciens dans votre équipe (comme des webmasters, des architectes de l'information, etc.). Avoir ces personnes ressources à vos côtés au cours du processus d'analyse garantira que les nouveaux services envisagés correspondent bien aux besoins mis à jour.

## LE SCRIBE

Le travail en groupe génère beaucoup de documentation qui doit être conservée pour un usage ultérieur (comme des résultats de brainstormings, des idées de nouveaux services, des mémos...). Lors de chaque réunion, vous devrez désigner quelqu'un pour rédiger un compte-rendu et pour s'assurer que les informations sont accessibles à l'ensemble de l'équipe. Dans le projet ERIAL, il s'agissait d'une fonction tournante.

## LES AUTRES MEMBRES

Les autres membres de l'équipe sont là pour apporter leur aide durant toutes les phases de l'enquête, de la conception à la mise en œuvre, en passant par l'analyse et la restitution des résultats. Comme on l'a vu, il faut réunir à la fois des personnes qui ont des responsabilités hiérarchiques et d'autres qui n'en ont pas, ainsi que quelques profils spécialisés (dans notre cas, des bibliothécaires responsables des renseignements).

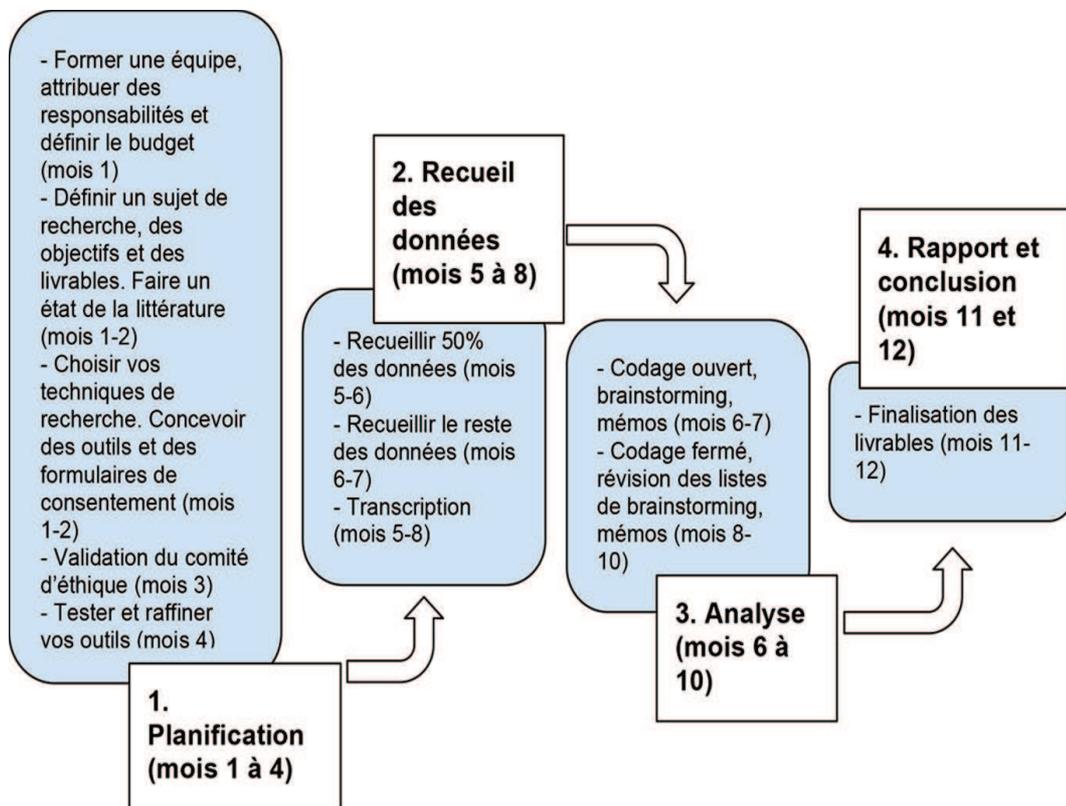
### 1.6 Le calendrier

Un calendrier réaliste où sont identifiés plusieurs points d'étape est indispensable dans tout projet de recherche. Autorisez-vous une certaine flexibilité dans le respect des dates butoirs (en particulier lors du recueil des données). Il est également recommandé de fixer un dernier délai au-delà duquel aucune donnée ne sera plus recueillie. Cette phase peut avoir tendance à s'éterniser, surtout si vous faites des découvertes intéressantes. Cependant, afin de garantir le succès de votre projet, vous devez garder suffisamment de temps pour la phase d'analyse pour pouvoir communiquer vos résultats en temps et en heure. Nous vous proposons un calendrier type ci-dessous. Les différentes étapes sont explicitées dans la suite du guide.

### Conseils additionnels:

- Vous ne pourrez pas commencer à recueillir des données tant que vous n'aurez pas reçu l'approbation du comité d'éthique de votre université. Cela peut prendre du temps: comptez au moins un mois.
- Si vous ne sous-traitez pas la retranscription à des spécialistes, prévoyez au moins quatre heures de travail pour une heure d'entretien individuel.

### CALENDRIER TYPE SUR UN AN



## 2. PLANIFIER LE PROJET : LE PROGRAMME DE RECHERCHE

### 2.1 Définir une ou plusieurs questions de recherche

Il peut être tentant de foncer tête baissée sur le terrain et de passer rapidement sur la définition de votre sujet de recherche. C'est cependant une étape cruciale à ne pas négliger. Elle vous épargnera du temps sur le long terme et elle vous évitera de devoir changer d'outils en cours de route.

Pour formuler une question, vous devez d'abord clarifier ce que vous savez déjà et ce que vous ne savez pas. Nous vous suggérons de commencer par un brainstorming avec votre équipe.

#### **Activité : Brainstormer pour définir des questions de recherche**

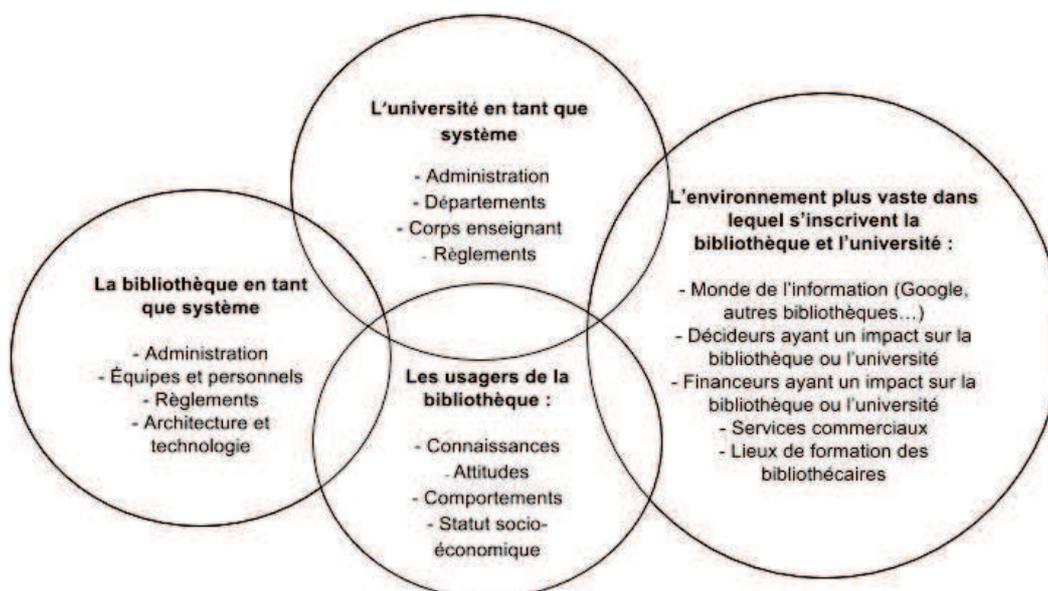
Dessinez une grande ligne verticale au milieu d'un tableau ou d'une grande feuille de papier. À gauche, écrivez les questions auxquelles vous pensez. Qu'est-ce que vous désirez savoir à propos des étudiants, de l'université ou des espaces de la bibliothèque ? Ne censurez aucune idée.

À droite, écrivez les premières réponses qui vous viennent à l'esprit. Ce sont vos hypothèses de travail. À cette étape, il est important d'identifier ce que l'on ne sait pas encore, mais il est aussi utile de clarifier ce que l'on pense savoir et de le coucher par écrit.

Une fois le brainstorming terminé, choisissez les questions auxquelles vous souhaitez répondre. Vous pouvez établir un ordre de priorité en fonction de leur degré d'urgence ou de la faisabilité des changements à mettre en œuvre. La définition d'un sujet de recherche est un processus itératif. Prévoyez suffisamment de réunions préparatoires afin d'alimenter votre réflexion. Un excellent guide en anglais est disponible en ligne sur le blog de l'association des bibliothèques de recherche : <http://libraryassessment.info/?p=438>

Lorsque vous réfléchirez aux questions que vous souhaitez traiter, tenez compte du contexte social plus large dans lequel elles s'inscrivent. Les bibliothèques peuvent être envisagées comme des ensembles interconnectés d'individus, de comportements et d'idées. Votre enquête peut se situer sur un plan ou un autre, ou bien être transversale. Lorsque c'est possible, il faut toujours s'efforcer d'aborder une question sous différents angles à la fois.

#### LES RELATIONS ENTRE LA BIBLIOTHÈQUE, SES USAGERS ET LEURS ENVIRONNEMENTS



Lorsque vous recueillerez des données, concentrez vos efforts sur les groupes ou les pratiques qui vous intéressent le plus. À chaque fois que c'est possible, rattachez vos questions à des activités spécifiques, tangibles et directement observables. Évitez de vous poser trop de questions abstraites ou spéculatives. Les méthodes ethnographiques sont plus efficaces lorsqu'on les relie à des événements, des expériences et des cas concrets.

## 2.2 Faire une revue de la littérature

Passer en revue la littérature existante fait partie intégrante de la définition d'un sujet de recherche. Pour commencer, rassemblez toutes les données que votre établissement a déjà pu accumuler aux cours de précédentes enquêtes ou de sondages, ainsi que les analyses que vous avez déjà réalisées. Ces données ont-

elles un impact sur votre sujet de recherche? Consultez également les articles de la presse professionnelle portant sur des thématiques similaires. De nombreux sujets ont déjà été traités à plusieurs reprises. En vous renseignant sur ce qui a déjà été fait, vous pourrez savoir comment d'autres personnes ont abordé les mêmes problèmes que vous, quelles techniques peuvent être employées, et s'il y a des aspects auxquels vous n'avez pas pensé. Si vous souhaitez publier vos résultats, cette étape doit être effectuée dès que possible, car vous devrez vous positionner vis-à-vis de la littérature existante. Définissez le degré d'exhaustivité que vous visez pour savoir quand vous pouvez vous arrêter.

Vous le savez sans doute déjà grâce à votre fréquentation des étudiants, la recherche est un processus itératif. Comme dans tout processus de recherche, vous devrez sans doute repasser plusieurs fois par ces différentes étapes: ébaucher un sujet de recherche, préciser votre angle, consulter la littérature existante et affiner votre questionnement. Plus vous serez précis sur ce que vous pensez savoir et sur ce que vous voulez savoir, et mieux vous serez préparé pour analyser vos données.

**Activité : Faire une revue de littérature**

Après avoir défini un sujet ou des questions de recherche, demandez à chaque membre de votre équipe de trouver un article pertinent dans la littérature professionnelle, ou de relire une précédente enquête menée par votre bibliothèque. Réunissez ces informations dans le tableau suivant

Sujet ou question à traiter (susceptible d'évoluer) :

.....

Littérature existante :

Citation	Méthodes employées	Sujets	Résultats et conclusions	Critique (qu'est-ce qui est pertinent ou problématique dans cet article ?)	Idée à reprendre pour notre sujet de recherche	Méthode à reprendre pour notre projet
Article 1						
Article 2						
Etc.						

À ce stade, il peut être utile de vous interroger sur vos objectifs et sur les résultats que vous attendez. S'agit-il d'une étude exploratoire afin de mieux connaître vos étudiants ? Êtes-vous à la recherche d'informations pour transformer les services que vous proposez ou en créer de nouveaux ? Voulez-vous faire évoluer l'espace de la bibliothèque ou développer de nouvelles formations ?

Un bon exercice consiste à imaginer votre projet conduit à son terme dans de bonnes conditions. Quelles informations aurez-vous recueillies ? Quels changements auront été réalisés ? Le point de vue des étudiants sur la bibliothèque aura-t-il évolué ? Il vaut mieux savoir dès le début ce que vous comptez faire avec les données que vous allez recueillir. Cela vous permettra d'avoir une idée plus précise des changements que vous devrez impulser et du rapport final que vous allez rédiger. Un objectif possible est par exemple de disposer d'une description détaillée d'un processus ou d'une situation. Dans ce cas, définissez le niveau de précision que vous souhaitez atteindre afin de déterminer les données à recueillir. Une fois votre objectif défini, il devient tout de suite plus facile de choisir des participants et des méthodes de recherche.

### **2.3 Le profil des participants**

Pour recueillir des données, vous pouvez commencer par chercher des personnes bien informées sur certains sujets (par exemple, sur la façon dont votre bibliothèque a noué des relations avec un atelier d'écriture animé par des étudiants). Ces personnes sont ce qu'on appelle des « informateurs clés ». Vous pouvez également interroger des individus ayant vécu une expérience particulière (par exemple des étudiants qui ont déjà écrit des articles de recherche).

Si vous vous intéressez à un processus qui implique plusieurs groupes, il faudra sans doute interroger des personnes d'horizons différents afin de comprendre comment leurs positionnements respectifs influencent le processus d'ensemble. Demandez-vous s'il est nécessaire de rencontrer des personnes ayant des profils spécifiques (par exemple des étudiants ayant différentes origines sociales). En fonction de l'importance que vous leur attribuez, ces critères pourront déterminer la façon dont vous recruterez les participants.

Vous pouvez vous contenter des personnes les plus faciles à atteindre, mais ce sera toujours moins utile qu'un échantillon composé de personnes pertinentes mais moins faciles d'accès. Dans certaines universités, nous avons ainsi constaté que nos premières tentatives de recrutement par mail ne suscitaient que des réponses provenant d'étudiants confiants dans leurs capacités à mener des recherches. Nous

avons alors décidé de recruter d'autres participants en nous rendant sur des lieux de vie étudiante pour repérer ceux qui avaient des pratiques de recherche intéressantes pour nous (nous nous sommes par exemple assurés de rencontrer des étudiants ayant mené à leur terme des projets de recherche sans jamais venir en bibliothèque).

## 2.4 Le nombre de participants

Beaucoup de choses ont été écrites sur la taille des échantillons en recherche qualitative. C'est une question qui dépasse largement le cadre de cette boîte à outils et nous vous invitons à consulter la bibliographie pour en savoir plus. En bref, il faut vous efforcer de constituer un échantillon aussi représentatif que possible de la population que vous étudiez. Toutefois, étant donné la réalité du processus de recrutement, il est peu probable que vous parveniez à une véritable représentativité statistique. Il est quasiment impossible pour une petite équipe d'avoir le temps et les moyens suffisants pour définir un cadre d'échantillonnage et pour recenser une population afin d'effectuer des sondages aléatoires. De toute manière, étant donné le degré d'implication demandé aux participants dans les enquêtes qualitatives, celles-ci sont presque toujours biaisées car les personnes qui sont prêtes à parler de leur vie avec un inconnu sont surreprésentées.

Ceci étant dit, la force des méthodes qualitatives vient de la profondeur et de la finesse des données obtenues. Par conséquent, un échantillon même limité peut être une source d'informations utiles et de changements potentiels pour votre bibliothèque. Chaque entretien et chaque activité vous permettra d'accumuler des informations supplémentaires et de mieux comprendre le mode de vie d'un individu.

Après un certain nombre d'entretiens, vous allez sans doute voir émerger des motifs récurrents. Beaucoup d'entre eux correspondront sans doute à des observations que vous aviez déjà faites ou à des hypothèses de travail, mais de nouveaux thèmes et de nouveaux sujets de recherche vont sans doute voir le jour. En règle générale, il vaut mieux continuer à faire des entretiens jusqu'à ce que ces nouveaux thèmes cessent d'apparaître - à ce moment-là, vous aurez atteint un point de saturation et vous commencerez à disposer d'une représentation d'ensemble incluant tout le panel de comportements de votre population. Cela ne veut pas dire pour autant que vous saurez combien de personnes agissent ou pensent d'une façon

ou d'une autre mais vous aurez une compréhension plus avancée des causes d'un phénomène et de sa signification pour les individus concernés.

## **2.5 Le recrutement des participants**

Dans le cadre du projet ERIAL, nous avons constaté que les listes de diffusion étudiantes étaient un moyen de recrutement efficace, notamment celles qui ciblent des groupes spécifiques. Lorsque c'était possible, nous avons envoyé des invitations personnalisées. Nous avons également utilisé des formulaires d'inscription distribués lors de formations en bibliothèque. Quand un étudiant participait à une activité de recherche, nous lui demandions systématiquement s'il était prêt à renouveler l'expérience. Une activité rapide, par exemple un exercice de cartographie cognitive<sup>1</sup>, est un bon moyen pour susciter de la curiosité et de l'intérêt.

En règle générale, nous avons constaté qu'il était utile de proposer une petite rétribution, comme un bon d'achat de 10\$. Ces incitations financières doivent être adaptées au contexte de l'enquête : elles doivent être assez importantes pour attirer des participants mais pas trop non plus afin de ne pas biaiser les résultats (par exemple en créant une pression économique forçant la main aux participants. Consultez les recommandations de votre comité d'éthique sur ce sujet). Ces contreparties représentent certes un coût supplémentaire, mais c'est un investissement qui vous permettra d'économiser beaucoup de temps et d'énergie consacrés à recruter et à fidéliser des participants.

Prenons un exemple. Dans l'une des universités participantes qui remerciait les étudiants avec un simple café gratuit, nous avons constaté que près de 50 % des étudiants ne se présentaient pas aux entretiens. Après être passé à un bon d'achat de 10\$, le taux d'absentéisme est devenu proche de zéro. Ce n'était pas forcément le cas dans d'autres endroits, et c'était peut-être dû au fait que les étudiants concernés avaient presque tous un emploi à temps partiel ou à temps complet. Bref, il n'y a pas de réponse universelle et l'efficacité de votre approche dépendra du contexte.

## **2.6 Choisir ses techniques de recherche**

Lorsqu'on recueille des données ethnographiques, on a généralement recours à plusieurs techniques pour pouvoir évaluer les conclusions produites sous plus

---

1. Voir § 2.6.

d'un angle. Par exemple, les entretiens sont souvent complétés par des observations directes, étant donné que les gens ne se comportent pas forcément comme ils le déclarent. Le tableau suivant récapitule les différentes techniques que nous avons utilisées lors du projet ERIAL. Il comporte une brève description de chaque méthode, et une présentation de leurs points forts et de leurs points faibles. Quelle que soit la taille de votre équipe, le temps est toujours une contrainte. Il est donc important de choisir vos techniques en fonction du temps dont vous disposez.

#### TECHNIQUES DE RECHERCHES EMPLOYÉES DANS LE PROJET ERIAL<sup>2</sup>

<b>Technique</b>	<b>Description</b>	<b>Forces et faiblesses</b>
<b>Entretiens</b>	Les entretiens ethnographiques peuvent être libres, semi-dirigés ou dirigés (voir §2.7). Un entretien en face à face ne requiert qu'une simple grille d'entretien pour guider l'enquêteur.	Méthode la plus flexible et la plus complète. Peut être adaptée à la volée et couvrir une grande gamme de sujets. Peut être ajustée au temps disponible. Nécessite de nouer des liens avec les participants et de trouver des volontaires prêts à parler longuement avec une personne qui peut être perçue comme une figure institutionnelle

2. La description des journaux photos, des journaux cartographiques et des entretiens rétrospectifs a été adaptée à partir des protocoles développés par Nancy Foster et l'équipe du programme de recherche sur les étudiants des bibliothèques de River Campus à l'université de Rochester. Nous remercions Nancy Foster, Susan Gibbons et les membres de l'équipe de recherche qui ont partagé leurs outils avec nous. Pour plus d'informations sur cette enquête, consultez l'ouvrage de Nancy Foster et Susan Bibbons, *Studying Students: The Underground Research Project at the University of Rochester*, Association College and Research Libraries, Chicago, 2007.

<b>Journaux photographiques</b>	Cette technique consiste à prêter un appareil photo à chaque participant et à leur demander de prendre une série de clichés durant un temps donné. Ensuite, on réalise des entretiens en utilisant ces photos comme supports pour mieux comprendre un phénomène ou un processus. Les photos agissent comme des stimulants - des éléments qui vont rafraîchir la mémoire du participant sur des détails relatifs à des personnes, des lieux ou des événements.	Utile pour mieux connaître la vie des étudiants. Peut être ressenti comme intrusif. Nécessite plusieurs contacts avec les étudiants ainsi que du matériel supplémentaire.
<b>Journaux cartographiques</b>	Une carte est un autre genre de stimulant. La personne interrogée reçoit le plan d'une zone concernée par l'enquête et on lui demande de noter ses déplacements sur une période donnée (par exemple, pendant une journée). Un entretien est ensuite réalisé sur cette base.	Utile pour savoir rapidement où et comment les étudiants passent leur temps. Nécessite plusieurs contacts avec eux et leur engagement à noter leurs déplacements de la façon la plus fidèle possible.
<b>Carnet de recherche</b>	Un carnet de recherche est un journal tenu par un étudiant pendant qu'il effectue une recherche pour un travail universitaire, ce qui permet de retracer tout le processus. L'étudiant écrit une entrée à chaque fois qu'il travaille et le journal est communiqué aux enquêteurs à la fin.	Fournit un compte-rendu en temps réel d'un travail universitaire. Nécessite un fort engagement de l'étudiant pour consigner toutes ses activités de façon précise.

<p><b>Observation participante</b></p>	<p>Le chercheur passe du temps avec les participants, il interagit avec eux et il prend part, autant que possible, aux activités susceptibles de lui apprendre quelque chose. C'est une technique de recherche complexe, qui nécessite de prendre des notes sur le terrain, de faire des enregistrements, et de réaliser des entretiens informels. Lors du projet ERIAL, nous étions quasiment dans cette situation lorsque nous observions et échangeions avec des étudiants qui cherchaient des documents dans nos bibliothèques.</p>	<p>Particulièrement adapté à des processus complexes et difficiles à décrire fidèlement après coup (comme le processus de recherche). Permet d'éviter les distorsions et les comptes rendus biaisés lorsque le participant pense qu'il sera jugé de façon critique par le chercheur.</p>
<p><b>Cartographie cognitive</b></p>	<p>On donne une feuille vierge au participant et on lui demande de dessiner le plan d'une zone d'intérêt (une bibliothèque, une salle, le campus...). Pour le projet ERIAL, nous avons utilisé des feuilles mentionnant de brèves instructions et des stylos bleus, verts et rouges. Les participants avaient six minutes pour dessiner une carte de mémoire. Ils devaient changer de couleur de stylo toutes les deux minutes, ce qui permet de visualiser dans quel ordre les éléments sont dessinés, et de recueillir des données spatio-temporelles sur la façon dont les participants conceptualisent leur environnement.</p>	<p>Rapide et relativement facile à réaliser. Nécessite peu de temps de la part des étudiants. Les résultats peuvent être parfois ambigus ou difficiles à interpréter.</p>

<b>Entretiens rétrospectifs</b>	Au cours d'un entretien rétrospectif, on demande après coup à un étudiant d'expliquer comment il a fait pour réaliser un travail universitaire en dessinant chaque étape sur une feuille. On dispose ainsi à la fois d'un récit et d'une représentation visuelle de l'ensemble du processus.	Pratique lorsqu'on s'intéresse à des processus ayant plusieurs étapes. Nécessite une bonne mémoire de la part des étudiants.
<b>Focus group</b>	Un focus group est un entretien collectif. Lors de notre projet, nous avons utilisé cette méthode pour réfléchir sur le design d'un site web et sur l'utilisation des espaces de la bibliothèque.	Permet de récolter beaucoup de données rapidement. Relativement facile à planifier et à organiser, ne nécessite pas trop de temps. Il faut être attentif aux dynamiques de groupe afin d'éviter des effets d'entraînement et de conformisme. Certains participants peuvent s'autocensurer dans un cadre collectif.

Dans la recherche qualitative, les techniques possibles sont uniquement limitées par la créativité et l'expérience des chercheurs. Consulter des enquêtes déjà menées peut être un bon moyen de découvrir de nouvelles méthodes. Vous retrouverez plusieurs exemples dans notre bibliographie.

## 2.7 Construire des outils

Si vous avez choisi une technique qui nécessite des entretiens, vous devrez construire des outils, c'est-à-dire des listes de questions à poser. Les entretiens qualitatifs reposent sur des questions ouvertes qui permettent aux personnes interrogées de décrire des événements, de revenir sur des expériences passées ou sur les causes d'une situation actuelle. Ces entretiens peuvent être libres, semi-dirigés ou dirigés :

- Un entretien libre se rapproche d'une conversation. Ce sont toujours des entretiens – l'enquêteur cherche à obtenir des informations précises de la part de ses interlocuteurs – mais il leur laisse une grande marge de manœuvre. Ce type d'entretien permet de rester au plus près de la pensée de quelqu'un et du cheminement de ses idées.
- Dans un entretien semi-dirigé, l'enquêteur dispose d'une liste de questions à poser dans un ordre donné, tout en se permettant une certaine souplesse pour

rebondir en fonction de la conversation. La formulation des questions peut également varier. Si vous travaillez en équipe, les entretiens semi-dirigés permettent de s'assurer que les mêmes sujets seront couverts lors de chaque rencontre. Si vous avez un sujet de recherche assez précis, cette approche est plus adaptée que les entretiens libres.

- Dans un entretien dirigé, l'enquêteur garde l'essentiel du contrôle. Au cours de chaque entretien, il pose dans le même ordre les mêmes questions fermées ou à choix multiples. Ce type de questions est le plus souvent l'apanage des enquêtes quantitatives et nous ne nous attarderons donc pas sur elles.

Gardez à l'esprit les conseils suivants lorsque vous concevez vos guides d'entretien :

- Une fois que vous avez choisi les thèmes à aborder, réfléchissez aux sous-thèmes que vous voulez également couvrir.
- Réfléchissez au degré de précision attendu pour chaque question et à la façon dont la réponse vous aidera à faire avancer votre projet.
- Pensez également aux détails qui pourront vous être utiles lorsque vous rédigerez votre rapport.
- Posez des questions sur des expériences concrètes vécues par les personnes interrogées. La force d'un entretien qualitatif repose sur la profondeur des détails qu'ils permettent de révéler. Ce n'est pas forcément une mauvaise chose de demander aux étudiants ce qu'ils pensent des bibliothécaires en général, mais vous obtiendrez des réponses bien plus détaillées si vous leur demandez de parler de la dernière fois où ils ont travaillé en sollicitant l'aide d'un bibliothécaire.

## **2.8 Tester vos outils au cours d'une phase pilote**

N'oubliez pas de tester tous vos outils de recherche. Montrez vos questions à d'autres bibliothécaires et menez des entretiens préliminaires afin de repérer les questions confuses ou qui suscitent des malentendus. Faites les changements nécessaires mais gardez à l'esprit qu'un questionnaire n'est jamais parfait : il est parfois utile de conserver des questions redondantes en apparence, dans la mesure où certaines formulations sont plus ou moins efficaces en fonction des individus. Regardez les vidéos de vos premiers entretiens avec toute votre équipe, demandez-vous si les informations que vous recueillez sont bien utiles et si vous avez besoin de questions supplémentaires pour obtenir plus de détails.

## **2.9 Perfectionner vos outils et ajouter de nouvelles questions en cours de route**

L'une des forces d'une recherche ethnographique ouverte est la capacité à s'adapter pour étudier des phénomènes découverts en cours de route. Cela ne pose pas de problème si vous ajoutez des questions supplémentaires ou si vous en supprimez parce qu'elles ne fonctionnent pas. Lorsque vous passerez en revue vos premiers entretiens, si vous constatez que vous recueillez trop de réponses identiques, vous pouvez introduire d'autres techniques de sondage pour susciter des réactions plus variées. À l'inverse, si vous obtenez des réponses très différentes à des questions identiques, vous pouvez poser des questions supplémentaires pour en comprendre la raison.

### **2.10 Les considérations éthiques**

Lorsqu'on fait des recherches, il est très important de s'assurer du consentement des participants. Pour ce faire, vous devez obtenir leur accord, leur expliquer vos buts et vos méthodes : comment les données seront utilisées, quels sont les risques et les avantages pour eux et de quelle façon la confidentialité sera garantie. Un accord écrit n'est pas obligatoire, mais c'est une bonne pratique à respecter à moins d'avoir de bonnes raisons pour ne pas le faire. Si vous comptez exploiter des photographies et des vidéos des participants, il vous faudra probablement un deuxième accord écrit concernant l'utilisation de leur image.

La garantie de la confidentialité est un autre aspect important du droit des participants. Le plus simple pour respecter leur anonymat est de leur attribuer des identifiants uniques qui seront ensuite utilisés sur tous vos documents (transcriptions, fichiers audio et vidéo, analyses, etc.) La clé qui relie l'identifiant unique aux données personnelles des participants devra être sauvegardée dans un fichier protégé séparé des autres données et qui sera détruit à la fin de l'enquête.

Les techniques ethnographiques ont pour particularité de vous amener à fréquenter et à côtoyer les personnes que vous étudiez. Ces dernières peuvent être amenées à se confier à vous et à vous raconter des détails de leur vie intime qu'elles n'auraient pas forcément partagés avec n'importe qui. Nous avons par exemple rencontré un étudiant qui s'est montré tout à fait franc sur sa pratique du plagiat. En tant que chercheurs, notre premier devoir est de protéger la confidentialité et les droits d'un participant. Il aurait été tout à fait contraire à l'éthique de révéler à

son enseignant que cet étudiant trichait. Nous vous suggérons d'être très prudent lorsque vous avez affaire à des informations sensibles ou qui permettent d'identifier un individu. Vous ne pouvez pas toujours empêcher un participant d'évoquer des sujets personnels mais vous pouvez éviter d'aborder ceux qui ne sont pas directement liés à vos recherches. Demandez-vous si vous avez bien besoin d'une information avant de la recueillir.

Votre université est également garante du respect du droit des participants à travers son comité d'éthique. Si vous recueillez des données personnelles, vous devrez lui soumettre votre protocole de recherche et votre formulaire de consentement pour examen et approbation. Vous ne pourrez pas commencer à recueillir des données tant que vous n'aurez pas cette autorisation. Dans la plupart des cas, les enquêtes ethnographiques en bibliothèque peuvent faire l'objet d'un traitement accéléré car les risques courus par les participants sont peu importants.

Le processus d'approbation varie énormément d'une université à l'autre et vous devrez vous conformer aux règles en vigueur dans votre établissement. En général, une personne de votre équipe devra être désignée pour s'assurer du respect de l'éthique. C'est habituellement un membre de l'université qui remplit cette fonction.

Le comité d'éthique vous demandera une copie de vos protocoles de recherche (grilles d'entretien, questionnaires, présentation de votre démarche dans le cas d'une recherche ouverte). Il ne doit pas forcément s'agir de la version définitive mais ces documents ne doivent pas non plus changer trop radicalement après avoir été soumis. Il vous sera également demandé une copie du formulaire de consentement que vous comptez utiliser.

Les comités d'éthique demandent généralement un plan définissant au préalable l'usage, la diffusion et la conservation des données recueillies. Il n'existe pas de règle stricte en la matière, mais on estime généralement qu'il est préférable de détruire tout enregistrement après cinq ans. Les transcriptions peuvent être conservées indéfiniment, tout comme les données qui ne permettent pas d'identifier des personnes. Vérifiez auprès de votre comité la durée de conservation recommandée pour les formulaires et les autres documents (les dossiers des comités d'éthique sont habituellement détruits après un certain temps).

Une fois votre dossier soumis, le comité reviendra sans doute vers vous pour vous demander des précisions avant de vous donner son accord final. Bien que ce processus prenne du temps, c'est un aspect crucial (et obligatoire sur le plan juridique) pour garantir l'éthique de la recherche. Armez-vous de patience et faites les démarches nécessaires le plus tôt possible.

### **2.11 Choisir votre matériel**

Une fois que vous aurez choisi vos techniques de recherche, vous allez devoir vous pencher sur le matériel nécessaire. Même si vous n'avez pas vraiment besoin d'équipement spécialisé, cela vaut le coup d'investir dans du matériel et des logiciels de qualité.

Assurez-vous que votre matériel correspond bien à vos besoins. Si possible, testez-le au préalable sur le terrain. C'est particulièrement important pour le matériel de prise de son, dont la portée et la qualité peuvent varier fortement. Si vous le pouvez, achetez du matériel compatible avec des micros externes car ils permettent de faire des enregistrements de qualité dans des environnements bruyants. Les caméras que nous avons utilisées n'avaient que des micros intégrés et la mauvaise qualité du son a suscité beaucoup de frustrations. Enfin, faites attention aux formats de fichiers (surtout pour la vidéo) et assurez-vous que votre logiciel de montage est compatible avec votre format d'enregistrement.

Lors du projet ERIAL, chaque kit destiné à une université incluait un ordinateur portable, une caméra vidéo, quatre appareils photo numériques, un dictaphone numérique et un graveur de DVD. Nous avons également fait l'achat de deux ordinateurs portables avec des logiciels de retranscription spécialisés, compatibles avec des pédales de contrôle. Ces pédales, qui permettent de déclencher le logiciel tout en ayant les mains prises (par exemple en prenant des notes), améliorent nettement la qualité et l'efficacité de la transcription, surtout si vous réalisez beaucoup d'entretiens. Si vous envisagez de recueillir un grand nombre d'informations, des logiciels d'analyse qualitative (comme Atlas. ti ou NVivo) vous seront très utiles pour gérer vos données, développer des cadres d'analyse et établir des liens entre des thématiques<sup>3</sup>. Ces suites logicielles peuvent également être utilisées pour coder des données visuelles, comme des dessins d'étudiants.

---

3. Voir ci-dessous, § 4.

## 3. RECUEILLIR ET RETRANSCRIRE DES DONNÉES

### 3.1 Recueillir des données

Bien que les modalités de recueil de données varient en fonction des techniques de recherche, il existe des préconisations valables pour toutes les méthodes basées sur des entretiens.

Le chercheur et le participant doivent d'abord se donner rendez-vous dans un lieu convenu à l'avance. Il doit s'agir d'un endroit suffisamment intime pour préserver la confidentialité des échanges et assez calme pour permettre un enregistrement de qualité. Un lieu neutre, tel qu'une salle de réunion ou un espace de travail collectif, peut convenir. Les étudiants ne sont pas toujours à l'aise quand on les rencontre dans un bureau. Le lieu choisi devra être équipé avec tout le matériel nécessaire et le chercheur devra arriver avec un peu d'avance afin d'installer et de tester son équipement.

Une fois le participant arrivé, le chercheur doit brièvement lui présenter l'objet de l'enquête, lui transmettre le formulaire de consentement et apporter les explications nécessaires, en signalant en particulier comment les données recueillies seront utilisées et conservées et comment leur confidentialité sera garantie. Il faut laisser du temps au participant pour lire le formulaire et être en mesure de le renseigner. Si vous proposez une rétribution, c'est le moment de l'offrir.

Lorsque le formulaire est signé, l'entretien peut débuter. Il est utile de commencer par quelques questions qui ne sont pas liées directement à l'enquête mais qui permettent de briser la glace. Ces questions permettent d'établir une relation avec le participant et de l'habituer à parler en étant enregistré. Il peut s'agir de questions très simples et informelles comme « Parlez moi un peu de vous... », « Quels sont vos loisirs? », « Comment occupez-vous votre temps libre? », « Qu'est-ce qui vous a poussé à choisir votre cursus? », « Quel genre de musique écoutez-vous? » ou « Quel est le dernier livre que vous avez lu en dehors

des études ? » Essayez de mettre votre interlocuteur à l'aise. Les premières minutes d'un entretien peuvent être intimidantes et le temps d'adaptation varie énormément en fonction des gens : pour certains c'est presque immédiat pour d'autre c'est un peu plus long. Certains entretiens sont plus réussis que d'autres et il y en a qui sont complètement ratés pour différentes raisons. Ne vous inquiétez pas outre mesure : cela fait partie du processus ethnographique.

Préparez une grille d'entretien en amont afin de vous assurer que vous n'oubliez aucun des sujets que vous devez aborder. À moins de conduire des entretiens dirigés, il est conseillé d'utiliser cette grille comme un aide-mémoire plutôt que comme une liste de questions à poser, pour que l'entretien se déroule de la façon la plus naturelle possible.

Au cours des premières minutes, vérifiez que votre matériel d'enregistrement fonctionne bien. Si possible, munissez-vous d'équipement de secours (comme des piles neuves). Surveillez votre montre afin d'être sûr de couvrir tous les sujets dans le temps imparti. Évitez les entretiens trop longs. Les gens sont rarement disponibles au-delà de 45 minutes à une heure. Une fois l'entretien terminé, remerciez le participant et rappelez-lui qu'il peut vous contacter s'il a des questions.

### **3.2 La retranscription**

Bien qu'il soit possible de travailler directement sur des enregistrements audio et vidéo, la plupart des entretiens doivent être retranscrits afin d'être analysés efficacement. Afin d'alléger le travail de votre équipe, nous vous recommandons d'engager un transcrivoteur expérimenté si vous le pouvez. Un professionnel vous apportera un vrai gain en termes de vitesse et de précision, même si sa rémunération horaire est importante. À défaut, vous pouvez également solliciter des étudiants. Cependant, le travail de retranscription est plus difficile qu'on ne le pense et le taux d'abandon peut être élevé chez des novices.

## 4. ANALYSER DES DONNÉES

### 4.1 L'analyse ethnographique

Une analyse ethnographique consiste à décrire et interpréter la vie quotidienne des participants. Il vaut mieux commencer à analyser les données en même temps qu'on les recueille pour pouvoir affiner les questions posées lors des entretiens. Il vous restera encore beaucoup de travail à faire lorsque vous aurez terminé.

### 4.2 Le codage des données

L'analyse de données ethnographiques débute par leur codage, c'est-à-dire par l'attribution de mots ou de petites phrases appelés « codes » à certains passages, afin de résumer et/ou d'interpréter leur sens. Dans la méthodologie que nous allons décrire, on commence avec un « codage ouvert », qui permet d'identifier des motifs récurrents. En s'appuyant sur cette première base, on passe ensuite à une étape de « codage fermé » qui permet de mieux comprendre le lien entre les différentes thématiques qui ont émergé.

### 4.3 Le codage ouvert

Au cours de cette étape, les chercheurs parcourent les transcriptions dont ils disposent et ils codent tous les passages qui leur semblent importants ou pertinents. Ces codes ne sont pas limités en longueur et on peut en créer autant qu'on le souhaite. Le but du codage ouvert est de découvrir des thèmes et des motifs récurrents, ce qui se produit souvent assez tôt. Il faut faire attention à ne pas trop se limiter à des thèmes prédéterminés ou à une hiérarchie préconçue (cela viendra plus tard). A ce stade, il faut coder tout ce qui vous semble digne d'intérêt. L'objectif est de mieux comprendre les propos que vous avez recueillis et de vous concentrer sur le sens que les participants donnent eux-mêmes à leur expérience.

Ceci étant dit, il peut être utile d'avoir en tête une grille basique qui vous aidera à organiser vos codes ultérieurement. Vous pouvez commencer avec ce

que Miles et Huberman appellent une « liste de départ » (1994 : 58). Il s'agit de codes générés à partir de vos questions de recherche ou à partir d'une théorie préexistante.

Certains codes sont descriptifs – ils résument ce qui se passe, ce que quelqu'un fait ou ce qu'il dit sans trop d'interprétation (par exemple « parcourt les rayons », « demande de l'aide » ou « pose une question bibliographique »). D'autres codes sont interprétatifs – ils portent sur le sens qu'une personne semble attribuer à une idée ou un comportement. Ces codes peuvent faire référence à des attitudes (« Enthousiasmé par son projet de recherche »), à des symboles ou à des valeurs (« Le livre est perçu comme la finalité de la bibliothèque »). Ils peuvent correspondre aux conséquences d'une action qui a lieu ou non (par exemple : « Pas d'informations trouvées → Change de sujet de recherche pour s'adapter »). Les codes peuvent être formulés avec vos mots à vous (par exemple « Monographies » pour désigner certains documents) ou avec le vocabulaire des participants (par exemple « Moteur de recherche » si c'est un terme que les étudiants emploient pour désigner n'importe quelle interface de recherche, ou « Louer des livres » si c'est le terme qu'ils utilisent pour parler du prêt).

Vous pouvez parcourir vos données et coder tout ce qui vous semble important, ou bien vous concentrer sur un phénomène précis qui vous intéresse plus particulièrement, par exemple la façon dont les étudiants sollicitent de l'aide au cours de leurs recherches. Dans ce cas, il est possible de surligner les passages pertinents et de coder uniquement ceux-là (voir l'exemple dans l'encadré suivant).

Un codage ouvert a tendance à produire un grand nombre de codes, certains seront utiles pour vos recherches et d'autres non. Vous allez sans doute créer des codes redondants ou inutiles. Une fois que vous aurez établi une liste de codes fonctionnelle et adaptée à vos données, il faudra créer une hiérarchie thématique permettant de les organiser et de réunir ceux qui portent sur des sujets similaires. Cela vous permettra de combiner ensemble les codes redondants, d'éliminer ceux qui ne sont finalement pas utiles et de créer de nouveaux codes si vous identifiez les lacunes. Vous pourrez établir des références croisées, c'est-à-dire faire apparaître des codes simultanément dans plusieurs catégories thématiques. Heureusement pour vous, l'essentiel de ce travail d'analyse peut être automatisé à l'aide d'un logiciel spécialisé.

## Un exemple de codage ouvert

Dans cet exemple, nous avons d'abord surligné dans un entretien les passages correspondant au thème «Demande de l'aide ». Ensuite, nous leur avons attribué des codes qui apparaissent à droite. Ces codes correspondent à ce que font les étudiants (ou les personnes sollicitées) ou bien à ce qui leur semble important.

Extrait d'un entretien	Exemples de codes
<p>Enquêteur : Comment as-tu trouvé l'autre ? Tu disais que c'était grâce à des articles que tu avais lus ?</p> <p>Répondant : Alors, j'ai commencé par regarder des livres et puis j'ai parlé à mon directeur de recherche qui m'a mis en relation avec des amis à lui qui travaillent dans ce domaine. Du coup, je les ai contactés et ils m'ont suggéré un genre d'ouvrage collectif réunissant différents articles. Après, je me suis principalement basé sur la bibliographie qui m'a conduit à d'autres choses intéressantes.</p> <p>E : Tu te rappelles la dernière fois où tu as demandé de l'aide à un bibliothécaire pour un sujet de recherche ?</p> <p>R : Je pense que je ne l'ai jamais fait en fait. Je ne crois pas...</p> <p>E : Jamais du tout... ?</p> <p>R : Oui, je pense.</p> <p>E : Comment tu expliques ça ?</p> <p>R : Je ne sais pas. Je me rappelle qu'un bibliothécaire est venu dans un cours au début de l'année pour nous dire un peu comment mener une recherche et quels sont les outils disponibles à la bibliothèque. J'ai vraiment eu l'impression que les bibliothécaires étaient très dévoués et sympathiques et tout ça mais en même temps je ne leur parle pas tous les jours ou quoi. Du coup, pour moi quand je me dis je sais pas trop ce que cherche ou quelque chose du genre, ce n'est pas la première chose qui me vient à l'esprit je suppose. Je ne sais pas.</p>	<p>* Se faire aider du prof</p> <p>* L'enseignant s'attache à mettre l'étudiant en contact avec d'autres chercheurs</p> <p>* Ne demande pas d'aide – malgré formation à la recherche doc</p> <p>* Ne demande pas d'aide – parce que pas de relations avec les bibliothécaires</p>

#### **4.4 Les mémos**

Tout au long du processus de codage, le chercheur doit écrire des mémos qui peuvent aller de quelques phrases à plusieurs paragraphes. Il s'agit de notes basées sur les données recueillies et qui permettent d'explorer la signification de certains concepts. Il peut s'agir d'analyser le sens d'un code qui apparaît régulièrement dans les transcriptions par exemple ou de mettre en relation différents codes. Un mémo peut servir à noter si les déclarations et le comportement d'un individu correspondent, ou si les différents membres d'un groupe perçoivent une situation de la même manière. La prise de note permet au chercheur d'explorer, de façon plus approfondie que par le biais des codes, ce qu'il a découvert au cours de ses recherches.

#### **4.5 Le codage fermé**

Une fois que vous disposerez d'une liste de codes définitive, vous allez devoir identifier des thèmes principaux. Il peut s'agir de thèmes récurrents, ou de ceux qui semblent les plus importants aux yeux des participants ou d'autres groupes d'individus.

Vous allez ensuite appliquer les codes qui correspondent à ces thèmes à toutes vos transcriptions au cours d'un processus appelé « codage fermé ». Le principe du codage fermé est d'utiliser uniquement les codes issus d'une liste prédéfinie (c'est-à-dire dans ce cas la liste produite au cours du codage ouvert). Le but du codage fermé est de créer un ensemble de codes standardisé afin que les données à analyser puissent être interrogées de façon uniforme. Si de nouveaux codes sont créés à cette étape, ils doivent être rétrospectivement appliqués à l'ensemble des transcriptions.

Même en s'aidant d'un logiciel spécialisé, le codage est un processus extrêmement long. Toutefois, ce n'est pas une simple corvée qui doit être liquidée à tout prix (même si on peut avoir cette impression). Au contraire, le codage est une étape essentielle qui permet de construire une structure de métadonnées qui va guider les étapes suivantes d'analyse et de restitution. Le codage est également un moyen de diviser en fragments plus faciles à traiter la véritable montagne de données à laquelle on est parfois confronté.

Lorsque vous travaillez avec une équipe nombreuse, il peut être difficile de limiter vos codes à un vocabulaire standardisé. C'est la raison pour laquelle il est conseillé de déléguer le codage à un petit nombre de personnes afin d'éviter de multiplier des systèmes qui devront ensuite être combinés. Dans le projet ERIAL, les anthropologues étaient responsables du codage des transcriptions et de la cohérence entre chaque université, mais les bibliothécaires de l'équipe contribuaient également chacun leur tour à la création de codes avant les réunions d'analyse.

#### **4.6 Les réunions d'analyse**

Dès que vos données seront transcrites et codées (et même avant), il faudra commencer à organiser des réunions d'analyse régulières avec votre équipe. Nous vous recommandons de vous réunir une fois par semaine comme nous l'avons fait nous-mêmes. En effet, ces réunions hebdomadaires pendant lesquelles l'ensemble de l'équipe se posait des questions sur le rôle d'une bibliothèque ont eu des effets extrêmement positifs. Un rendez-vous hebdomadaire permet également au projet d'avancer à un rythme régulier.

L'objectif principal de ces réunions est de discuter et d'échanger des idées et il faut les préparer à l'avance. Dans le projet ERIAL, chaque réunion portait sur un thème spécifique. Toutes les semaines, des liasses de transcriptions étaient attribuées à des « experts » au sein de l'équipe qui devaient les lire afin de trouver des éléments en lien avec le thème choisi. En plus de ces transcriptions, les anthropologues sondaient également les entretiens avec des logiciels d'analyse qualitative afin de préparer un rapport relatif au thème de la réunion, que tout le monde devait lire au préalable.

### **Modèle de compte-rendu pour une réunion hebdomadaire d'analyse**

Nous avons utilisé le modèle ci-dessous afin d'accompagner et de synthétiser nos brainstormings hebdomadaires.

Compte rendu de réunion d'analyse, date

Sujet de la réunion

Qu'avons-nous appris ?

Observations générales

Tendance repérée dans les données

Cas exceptionnels ou dignes d'intérêt

Hypothèses concernant nos données

Nouvelles questions de recherche (pour exploiter nos données ou pour une future enquête)

Conséquences pratiques (i.e. : comment la bibliothèque peut-elle traiter un problème qui a été mis à jour)

Une analyse supplémentaire est-elle nécessaire ?

Remarques supplémentaires

La majeure partie des analyses que nous avons produites sont issues de brainstormings réalisés à partir de nos données. Les séances de brainstorming se déroulaient typiquement de la façon suivante. Nous commençons d'abord par répertorier les observations importantes concernant un thème donné, puis les motifs récurrents et des points communs identifiés dans nos données. Ensuite, nous réfléchissons aux évolutions possibles dans les services de la bibliothèque afin de tenir compte de ces éléments. Pour finir, nous faisons une liste de toutes les questions qui se posaient encore.

Lors de nos réunions, une personne se chargeait de noter les résultats du brainstorming dans un document Word pour un usage ultérieur. Pour le bon

déroulement des brainstormings, nous avons convenu qu'aucune idée ne devait être censurée. Toutes les idées étaient notées même si elles étaient irréalistes, farfelues ou même idiotes. À cette étape de l'analyse, il est extrêmement important de produire un maximum d'idées car il est impossible de déterminer à l'avance celle qui provoquera un déclic.

Afin de garantir un dialogue ouvert, il vaut mieux que le contenu des échanges reste entre les participants, que ces réunions soient confidentielles et que la direction de la bibliothèque ou de l'université n'y participe pas.

À l'issue d'une réunion d'analyse, un membre de l'équipe (généralement l'anthropologue) était responsable de la rédaction d'un mémo synthétisant les échanges de façon plus formelle. Ces mémos d'analyse et les notes de brainstorming fournissaient la base pour évoquer les évolutions possibles des services de la bibliothèque. Nous reviendrons plus loin sur ce sujet.

#### **4.7 Co-visionnage**

En plus des réunions d'analyse, les équipes du projet ERIAL ont passé un temps considérable à regarder ensemble des enregistrements vidéo d'entretiens. Cette activité était particulièrement féconde pour analyser les entretiens où des étudiants présentaient leur façon de faire des recherches pour un travail en cours. Lorsqu'une personne avait un commentaire à faire, la vidéo était mise sur pause pour discuter. Une personne était chargée de noter ces échanges et une partie de l'équipe utilisait ensuite ces notes pour réaliser des cartes thématiques des entretiens.

Comme pour le codage et le recueil des données, il n'y a pas une méthode unique d'analyse ethnographique et vous devrez adapter le modèle que nous vous proposons au fonctionnement de votre propre équipe.



## **5. PRÉSENTER SES CONCLUSIONS ET IMPULSER DES CHANGEMENTS**

### **5.1 Faire évoluer les services que propose votre bibliothèque à partir de données ethnographiques**

Dans le projet ERIAL, nous avons imaginé de nouveaux services tout en effectuant des analyses au cours des réunions hebdomadaires décrites ci-dessus. Cela nous a permis de mettre en place des offres qui répondaient directement aux besoins des étudiants. Lorsque nous avons terminé nos analyses, nous rédigeons également une liste stratégique de services à développer (voir l'exemple ci-dessous). Ce document était ensuite utilisé pour communiquer avec des bibliothécaires, des membres du personnel ou d'autres interlocuteurs au sein de la bibliothèque. Il servait de point de départ pour évoquer l'implémentation de nouveaux services.

#### **Un exemple de liste stratégique de services à développer**

Après avoir imaginé de nouveaux services, replongez-vous dans vos données pour trouver des éléments justifiant leur importance. Avec votre équipe, évaluez ensuite chaque proposition en fonction de son degré d'importance et de faisabilité afin de déterminer quels changements mettre en œuvre.

<u>Changement ou nouveau service possible</u>	<u>Pourquoi est-ce important ?</u>	<u>Importance</u>	<u>Faisabilité</u>	<u>Nécessite des recherches supplémentaires</u>
Continuer de renforcer les relations avec les enseignants-chercheurs, pour présenter les services et les ressources de la bibliothèque.	Les enseignants voient les étudiants une à quatre fois par semaine, ils les notent et ils sont considérés par ces derniers comme des experts. Si les enseignants recommandent les bibliothécaires, les collections et les services de la bibliothèque, les étudiants y seront attentifs. Par ailleurs, une meilleure connaissance des ressources offertes encouragera peut-être les enseignants à repenser les devoirs qu'ils donnent.	3	2	1
Travailler avec les enseignants sur la conception de leurs cours (ex : ateliers personnalisés, rencontres informelles)	Les devoirs donnés par les enseignants sont de qualité très variable. Tous les enseignants ne connaissent pas aussi bien nos ressources et les devoirs qu'ils donnent n'en tirent pas pleinement profit. Voir ci-dessus.	3	1,5	1

Vous allez devoir choisir parmi les nouveaux services que vous avez imaginés ceux que vous souhaitez mettre en place sur la base des données que vous avez recueillies, mais il va aussi falloir identifier les projets qui nécessitent davantage de recherches avant d'aller plus loin. Comme nous avons eu l'occasion de le voir, l'objectif d'une analyse ethnographique n'est pas de fournir des statistiques fiables concernant une population mais de recueillir des données riches et denses permettant d'expliquer pourquoi et comment fonctionne le monde social. Etant donné la nature des méthodes employées, il peut être difficile de généraliser les observations que vous avez faites. Si plusieurs étudiants vous ont dit qu'ils s'adressaient

d'abord à leurs amis pour avoir de l'aide par exemple, cela ne veut pas forcément dire qu'une majorité d'étudiants procède ainsi.

C'est la raison pour laquelle nous vous recommandons de faire preuve de prudence en passant de la recherche ethnographique au design de nouveaux services. Dans tous les cas, nous vous recommandons de continuer à évaluer l'impact des changements réalisés après leur implémentation.

## **5.2 Rédiger un mémoire ethnographique pour appuyer vos recommandations**

Quand on parle d'ethnographie, on ne fait pas seulement référence à une méthode de recueil de données, mais aussi au résultat de ce travail. L'écriture d'un mémoire ethnographique traditionnel n'est pas forcément l'aboutissement de votre enquête, c'est la raison pour laquelle nous ne nous attarderons pas longuement sur ce sujet, mais vous pouvez vous inspirer de ce genre de texte pour communiquer vos découvertes sous une forme attractive.

Pour rédiger un mémoire ethnographique, il faut commencer par sélectionner des éléments parmi vos mémos et votre liste structurée de codes afin d'approfondir un aspect de votre enquête. Vous n'allez pas utiliser tous les codes que vous avez produits. L'objectif est de restituer une partie de l'expérience vécue des individus que vous avez étudiés et de rendre leur comportement intelligible pour une personne extérieure à votre équipe. Il s'agit moins de faire une démonstration que de construire un récit. Votre texte sera plus saisissant si vous incluez des extraits d'entretiens qui permettent au lecteur de mieux comprendre ce que les gens font ou ressentent. Si vous y êtes autorisé, vous pouvez également reproduire des photographies, des cartes ou d'autres données collectées. Le texte doit comporter différents exemples qui illustrent des variations au sein d'un même thème ainsi que des contre-exemples. Le récit doit progresser en passant d'un thème à l'autre, tout en expliquant leurs relations. Le résultat doit pouvoir se lire comme l'histoire cohérente des personnes que vous avez rencontrées, il doit comporter des détails frappants et des interprétations des événements que vous avez observés.



## REMERCIEMENTS

Le projet ERIAL a été financé par la Bibliothèque d'État de l'Illinois, un département du bureau du Secrétaire d'État, à partir de fonds fournis par le U.S. Institute of Museum and Library Services, régi par le Library Services and Technology Act (LSTA).

Les auteurs souhaitent remercier Nancy Foster pour ses conseils, l'aide qu'elle a apporté pour planifier cette enquête, la formation des bibliothécaires participant au projet, et pour avoir partagé les méthodes et les stratégies d'analyse développées dans les bibliothèques de River Campus de l'université de Rochester.

Les auteurs souhaitent également remercier Dave Green, Bradley Baker, le Metropolitan Library System of Chicago, de même que tous les membres de l'équipe de recherche de l'université: Lisa Wallis, Jim Olsen, Henry Owen, Jill Althage, Mary Thill, Nancy Murillo, Paula Dempsey, Beth Ruane, Elisa Addlesperger, Heather Jagman, Margaret Power, Missy Roser, Terry Taylor, Lynda Duke, Monica Moore, Sue Stroyan, Suzanne Wilson, Lauren Dodge, Beth Pickard, Fifi Logan, Annie Armstrong, Krystal Lewis, LaVerne Gray, Lise McKean, Steve Brantley, Jane Treadwell, Alysia Peich, Amanda Binder et Natalie Tagge.

Enfin les auteurs voudraient témoigner de leur reconnaissance envers tous les étudiants, universitaires et bibliothécaires qui ont consacré du temps pour participer au projet ERIAL. Il n'aurait pas été possible sans eux.

Les traducteurs du texte en français remercient Andrew Asher et Susan Miller pour leur avoir donné leur accord, l'ADBU pour son soutien, Catherine Benod, Christophe Evans et Soledad Lida pour leurs relectures et leurs conseils.



## RESSOURCES ADDITIONNELLES

### Site Web du projet ERIAL

<http://www.erialproject.org/>

### Contacts

Andrew Asher, anthropologue, responsable scientifique du projet ERIAL :  
andrew.d.asher@gmail.com

Susan Miller, Anthropologue en résidence dans les bibliothèques de Chicago  
pout le projet ERIAL : smiller\_104@yahoo.com

Dave Green, Chef du projet ERIAL : d-green3@neiu.edu

Nicolas Beudon, traduction française : nicolas.beudon@gmail.com

Benjamin Caraco, traduction française : caraco@unistra.fr

### **Bibliographie sélective sur les méthodes de recherche en ethnographie (ressources en anglais)**

DeWalt, Kathleen M. and Billie R. DeWalt. 2002. *Participant Observation: A Guide for Fieldworkers*. New York: AltaMira Press.

Emerson, Robert M., Rachel I. Fretz and Linda L. Shaw. 1995. *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago: The University of Chicago Press.

Glaser, Barney G., and Anselm L. Strauss. 1967. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Co.

Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications.

Robson, Colin. 2002. *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers*. 2nd edition. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Small, Mario. 2009. - How many cases do I need? ' On science and the logic of case selection in field-based research. *Ethnography* 10(1): 5-38.

Strauss, Anselm L. 1987. *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.

Weiss, Robert R. 1994. *Learning from Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies*. New York, NY: The Free Press.

### **Exemples d'enquêtes ethnographiques en bibliothèque (ressources en anglais)**

Bartley, Maggie, et al. 2006. - *User Needs Assessment of Information Seeking Activities of MIT Students* - Spring 2006 Accessed January 22, 2009 at <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/33456>.

Delcore, Henry D., James Mulooly and Michael Scroggins. 2009. *The Library Study at Fresno State*. Institute of Public Anthropology, California State University, Fresno, Fresno, CA. <http://www.csufresno.edu/anthropology/ipa/TheLibraryStudy%28DelcoreMuloolyScroggins%29.pdf>

Foster, Nancy and Susan Gibbons, eds. 2007 *Studying Students: The Undergraduate Research Project at the University of Rochester Chicago*: Association College and Research Libraries. <http://docushare.lib.rochester.edu/docushare/dsweb/View/Collection-4436>.

Gabridge, Tracy, Millicent Gaskell, and Amy Stout. 2008. Information Seeking through Student's Eyes: The MIT Photo Diary Study. In *College and Research Libraries* (Nov. 2008). Pp. 510-522.

Jordan, Elizabeth, and Tisch Library Web Team. n.d. *Tisch Web Team Ethnographic Research Study*. Tufts University.

Kuhlthau, Carol. 2004 *Seeking Meaning: A Process Approach to Library and Information Services*. Westport: Libraries Unlimited.

Sandstrom, Alan R., and Pamela Effrein Sandstrom. 1995. The Use and Misuse of Anthropological Methods in Library and Information Science Research. *The Library Quarterly* 65, no. 2 (April): 161-199.

Salaway, Gail, Judith B. Caruso, Mark R. Nelson and Nicole B. Ellison. 2008. *The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology: Research Study from the EDUCAUSE Center for Applied Research*. Boulder, CO. Accessed December 2009 at <http://www.educause.edu/ecar>.

Witt, Steve, and Rebecca Gearhart. 2003. Ethnography and Information Literacy: An Assessment Project. In *Assessing Student Learning Outcomes for Information Literacy Instruction in Academic Institutions*, ed. Elizabeth Fuseler Avery, 265-278. Chicago: Association of College and Research Libraries.

Ziebell, Anya n.d. *Learning in the Spaces: A Comparative Study of the Use of Traditional and 'New Generation' Library Learning Spaces by Various Disciplinary Cohorts*. The University of Queensland Library. <http://www.library.uq.edu.au/about/NextGenLearningSpacesPaper.pdf>.

### **Quelques ressources complémentaires en français**

*Le Design thinking en bibliothèque*, IDEO, 2016. <http://lrf-blog.com/design>

Anne-Marie Arborio, Pierre Fournier, *L'observation directe*, Armand Colin, 2015.

Valérie Bauwens, Laure Kloetzer, *L'Ethnographie au service de l'entreprise: Guide pratique pour mieux comprendre vos clients et vos employés*, FYP Editions, 2013.

Alain Blanchet, Anne Gotman, *L'entretien*, Armand Colin, 2015.

Benjamin Caraco, « Les enquêtes ethnographiques en bibliothèque », *Bulletin des bibliothèques de France*, 2013, n° 2, p. 79-85. <https://bbf-enssib-fr.sargasses.biblio.msh-paris.fr/consulter/bbf-2013-02-0079-002>

Barney G. Glaser, Anselm L. Strauss, *La découverte de la théorie ancrée. Stratégies pour la recherche qualitative*, Armand Colin, 2010.

Jean-Claude Kaufmann, *L'entretien compréhensif*, Armand Colin, 2016.

Lysianne Lécho Hirt, Nicolas Nova, Fabienne Kilchör, Sébastien Fasel, « Design et ethnographie. Comment les designers pratiquent les études de terrain », *Techniques & Culture* 2/2015, n° 64, p. 64-77. [www.cairn.info/revue-techniques-et-culture-2015-2-page-64.htm](http://www.cairn.info/revue-techniques-et-culture-2015-2-page-64.htm)

Pierre Paillé, Alex Mucchielli, *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Colin, 2016.

Marc Perrenoud, Mariangela Roselli, *Les publics de la Bibliothèque universitaire centrale et leurs usages. Observation ethnographique, phase 1, rapport*, université de Toulouse – Le Mirail. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/notices/1306-les-publics-de-la-bibliotheque-universitaire-centrale-universite-toulouse-2-le-mirail-trois-ans-apres-son-ouverture>

Mariangela Roselli, « Les enquêtes qualitatives en bibliothèque : quelles techniques pour quels résultats? », Christophe Evans (dir.), *Mener l'enquête. Guide des études de publics en bibliothèque*, Presses de l'Esssib, 2011.

Hélène Saada, Cécile Touitou, « *Sweeping the library*. La bibliothèque de Sciences Po Paris passe les usages de ses lecteurs au tamis de l'observation », *Bulletin des bibliothèques de France*, 2015. <http://bbf.enssib.fr/contributions/sweeping-the-library>

Stéphane Wahnich, « Enquêtes quantitatives et qualitatives, observation ethnographique », *Bulletin des bibliothèques de France*, 2006, n° 6, p. 8-12. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0008-002>

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Introduction</b> .....	7
<b>1. Planifier le projet : la logistique</b> .....	11
<b>2. Planifier le projet : le programme de recherche</b> .....	17
<b>3. Recueillir et retranscrire des données</b> .....	31
<b>4. Analyser des données</b> .....	33
<b>5. Présenter ses conclusions et impulser des changements</b> .....	41
<b>Remerciements</b> .....	45
<b>Ressources additionnelles</b> .....	47









Achévé d'imprimer  
sur les presses de  
SETIG PALUSSIÈRE IMPRIMEUR  
10 rue du Petit Damiette  
ZAC sud - B.P. 91403  
49015 ANGERS Cedex  
en septembre 2016

*Imprimé en France*



## Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ?

Un guide pratique pour la recherche ethnographique appliquée en bibliothèque universitaire

Andrew Asher  
Susan Miller

Andrew Asher et Susan Miller sont anthropologues. Loin des voyages et des explorateurs, ils ont trouvé leur terrain tout près d'eux, au sein des bibliothèques universitaires de l'Illinois.

À l'issue d'un projet de plusieurs années, ils ont exploré la relation entre étudiants, enseignants et bibliothèques universitaires.

Ce guide pratique, nourri de leur expérience, a pour but de vous permettre, vous aussi, de penser en ethnologues pour mieux comprendre usages et utilisateurs.

Il vous aidera à formuler une question de recherche pertinente, à choisir des techniques adaptées, à créer des outils pour recueillir et analyser des données et à imaginer de nouveaux services en vous basant sur vos conclusions.

Clé de toute démarche vraiment orientée utilisateur, l'ethnographie n'exige pas forcément des spécialistes et tout bibliothécaire peut s'inspirer des méthodes de ce petit guide pour porter un regard neuf et raisonné sur son environnement et s'adapter en douceur à l'évolution des pratiques et des représentations.

À vous de jouer !