

L'usage des médias en recherche qualitative : la médiation de l'accès au terrain

Maxime Harvey, Chercheur postdoctoral

Institut national de la recherche scientifique (INRS), Québec, Canada

Résumé

Ce texte explore l'usage des médias dans l'accès au terrain de recherche. L'importance de la médiation dans ce processus est abordée à travers ses trois composantes théoriques, soit les artefacts techniques, les pratiques et les arrangements sociaux. À l'aide de cette approche, on explore les stratégies et les défis associés à la médiation pour accéder et maintenir l'accès à des terrains de recherche. Cette problématique est développée à partir de deux cas de recherche d'inspiration ethnographique : une observation non participante d'astronomes amateurs en ligne et l'observation participante d'un studio de production de divertissement interactif et immersif. Cette étude met en lumière l'importance croissante des médias dans la recherche contemporaine et invite à réfléchir sur leur rôle dans la médiation des connaissances et des pratiques sociales, mais aussi comment ces médias façonnent les dynamiques de pouvoir et de communication entre les acteurs impliqués dans la recherche.

Mots clés

MÉDIATION, COMMUNICATION, ETHNOGRAPHIE, TECHNOLOGIES ET MÉDIAS NUMÉRIQUE, ACCÈS

Introduction

Le courriel est un média souvent inévitable pour négocier ou maintenir l'accès à un terrain de recherche. Qu'en est-il de la lettre et du téléphone, ou encore de la rencontre en face à face planifiée par des échanges préalables, ces « vieux » médias ou moyen de communication qu'on redécouvre à travers de nouveaux usages? Qu'en est-il de « nouveaux » médias, notamment les médias sociaux numériques, personnels ou professionnels, que certaines organisations ou individus affectionnent et d'autres détestent? Qu'en est-il des futurs médias que nous utiliserons, intégrant l'intelligence artificielle par exemple, grâce à laquelle nos contacts seront, dit-on, médiatisés par des messages générés automatiquement et personnalisés pour chaque participant potentiel grâce aux données que ces applications iront collectées sur d'autres plateformes? L'interconnexion de nos données numériques mènera-t-elle à une augmentation de nos capacités d'accès à plus, toujours plus de participants, de terrains et de données, ou à plus, toujours plus d'hallucinations? Alors que de nouveaux outils technologiques et médiatiques permettent l'accès à de nouveaux terrains (Seligmann & Estes, 2020),

RECHERCHES QUALITATIVES – Hors-série « Les Actes » – numéro 30 – pp. 53-66.

L'ACCÈS AU TERRAIN DE RECHERCHE : NÉGOCIATION, IMMERSION ET SORTIE

ISBN 978-2-925374-29-9- <http://www.recherche-qualitative.qc.ca/revue/>

© 2025 Association pour la recherche qualitative

l'usage d'anciens médias peut aussi être perçu comme une innovation auprès d'acteurs qui ne reçoivent plus de courriers et d'appels (Crump, 2020).

Cet article vise à problématiser la médiation de l'accès au terrain de recherche et proposer trois pistes de réflexion sur la question. Cette problématisation sera illustrée à partir de deux projets de recherche ethnographique ayant eu des processus d'accès distincts, l'un ayant été fait en ligne avec des participants individuels et l'autre qui n'a pas eu lieu, mais qui devait se faire en personne au sein d'une organisation. Sans rapporter les résultats de ces travaux, je les développerai en trois vignettes pour problématiser la médiation de l'accès en recherche qualitative.

Accès et médiation

L'accès en recherche qualitative est à la fois décrit comme processuel et relationnel. Juliane Riese, par exemple, définit l'accès en tant que : « processus par lequel un chercheur et les sites et/ou les individus qu'il ou elle étudie se mettent en relation, ce qui permet la réalisation de la recherche en question »¹ [traduction libre] (2019, p. 671). Dans cette perspective relationnelle, l'accès est double : c'est l'habileté pour les chercheurs d'avoir accès à des sites ou des personnes, mais aussi de se rendre accessibles pour les participants potentiels. La perspective processuelle mène à un constat similaire : si l'accès permet l'obtention de certaines informations *pour* la recherche et le partage d'informations *sur* la recherche pour les participants, l'accès influence donc le processus de la recherche jusqu'à ses résultats. Cette approche relationnelle de l'accès permet de souligner, entre autres choses, les dynamiques de pouvoir entre les acteurs de la recherche : les relations entre chercheurs et participants sont médiées par des structures sociales influençant les formes d'accès, qu'on pense par exemple aux comités d'éthique qui exercent une forme de pouvoir sur les chercheurs et les participants en supervisant les méthodes d'accès.

Beaucoup de travaux en études des sciences et technologies décrivent comment des acteurs non humains interviennent dans ces domaines. Non seulement les technologies interviennent et agissent au nom d'autres acteurs (Latour, 1994), mais elles s'insèrent dans des contextes où les personnes, les objets et les institutions se trouvent en relation dans un réseau hétérogène et dynamique (Hennion, 1993). Pour reprendre l'exemple ci-haut, les comités d'éthique interviennent généralement par l'intermédiaire d'une plateforme où les chercheurs – et parfois les participants – interagissent avec leurs évaluateurs de manière indirecte et standardisée. Prenant en considération la définition de l'accès en contexte de recherche qualitative de Riese et cette approche sociotechnique de la construction des sciences et des technologies, on peut se demander **comment les usages de différents médias influencent-ils le processus de mise en relation des chercheurs avec les participants, du premier contact jusqu'aux résultats de la recherche?**

La notion de médiation telle qu'elle est conceptualisée dans les études des médias aide à problématiser l'usage de ces outils médiatiques pour négocier et soutenir l'accès au terrain de recherche. La médiation renvoie, entre autres, à la négociation entre différents acteurs située dans l'intervalle entre les communications interpersonnelles et les médias de masse (Lievrouw, 2009). Leah Lievrouw souligne par ailleurs (2014) trois composantes de la médiation développées dans les études en communications : les *artefacts*, qui amènent des considérations matérielles liées aux technologies de communication utilisées; les *pratiques*, qui soulignent les manières de faire, les actions, interactions, habitudes de certains individus et communautés; les *arrangements sociaux* que forment les relations, organisations et institutions sociales. Même si différentes perspectives sur le phénomène de la médiation s'opposent sur plusieurs points, dépendamment qu'elles s'attardent à l'une ou l'autre de ces composantes, je propose que l'approche de la médiation serve d'outil réflexif pour considérer les effets des médias sur l'accès au terrain de recherche.

Trois stratégies pour répondre aux problèmes reliés à l'accès seront discutées à partir de ces notions. Du côté des artefacts, la première question concerne comment trouver le bon média pour parler à la bonne personne. Dans une approche inspirée de la théorie des médias, la médiation caractérise nos moyens de communication, mais aussi nos sociétés modernes. L'histoire serait ainsi définie selon les événements médiatiques bouleversant les sociétés, déterminées par les technologies qui y sont développées. Le concept de « remédiation » des vieux médias dans de nouveaux médias, par exemple, est caractérisé par deux logiques dominantes : l'« immédiateté » de certains contenus médiatiques cache la représentation des choses derrière une présentation apparemment directe de la réalité et l'« hypermédiation » rappelle constamment, dans d'autres cas, la médiation d'un message donné (Bolter & Grusin, 1998). On trouve ces phénomènes dans la recherche qualitative, où il y a à la fois une recherche d'immédiateté avec les participants ou organisations visés et une hypermédiation dans le choix de la façon de les contacter.

Dans un deuxième temps, les médias permettent de réfléchir à l'accès à des espaces habituellement inaccessibles comme l'Espace extraterrestre (Buchli, 2020), des studios créatifs avec une forte culture d'« accord de non-divulgence » (Ortner, 2010), des compagnies de technologies qui restreignent l'accès de leurs données aux sociologues et anthropologues qu'elles emploient (boyd & Crawford, 2012) ou encore certains micro-espaces en profondeur habituellement cachés en « coulisse » (Cunliffe & Alcadipani, 2016). En décrivant les « pratiques orientées vers des médias », la médiation permettrait d'étudier un champ ouvert de pratiques directement ou indirectement médiatiques dans des situations et des contextes sociaux variés (Couldry, 2012). Selon John Postill (2023), les pratiques médiatiques auraient des « effets de médiatisation » en augmentant ou approfondissant la médiation technologique d'une société et des « effets de création de mondes sociaux », en faisant émerger de nouvelles communautés natives

aux médias utilisés par certains individus. Une partie du processus d'accès dans la recherche qualitative se déroule sans que l'on sache vers quels médias les acteurs que l'on contacte sont déjà orientés, c'est-à-dire quels médias ils utilisent, valorisent, s'identifient et partagent avec d'autres dans certains contextes. L'étude des pratiques médiatiques nous invite à explorer différentes médiations des espaces médiatisés par nos collaborateurs ainsi que des formes alternatives de participation avec les acteurs qui ont accès à ces espaces et qui peuvent agir comme médiateurs, en s'intéressant spécialement à leurs usages de médias.

Troisièmement, la médiation de l'accès au terrain force à se demander quel rôle jouent les usages de médias dans l'ouverture ou la fermeture des canaux de communication que le chercheur entretient avec ces acteurs dans un contexte de recherche universitaire. Du partage d'informations jusqu'à la diffusion des résultats, un arrangement sociotechnique se développe entre les multiples acteurs impliqués. Amenant la posture institutionnelle de la médiation un peu plus près d'une posture socioconstructiviste, Andreas Hepp (2013) considère le rôle de certains médias dans la construction de différents mondes sociaux, notamment par l'institutionnalisation des communications. Bien que certaines logiques traversent les frontières physiques et médiatiques, elles transforment de manières distinctes différents secteurs de la société : santé, éducation, information, divertissement, etc. Pour prendre un sujet intensément discuté en ce moment, on peut remarquer que l'intelligence artificielle automatise aujourd'hui les communications, mais on ne peut supposer qu'elle aura les mêmes dynamiques transformatives dans tous les secteurs de la société et de la culture (Hepp et al., 2024). En recherche, cette perspective institutionnelle invite à considérer qu'il y a des enjeux structuraux venant de l'ancrage de la démarche dans le monde de la recherche académique, mais que la relation avec les participants établie par l'usage de certains médias varie selon le secteur d'activité des organisations et individus que l'on cherche à accéder ou à maintenir le contact.

Que ce soit le choix d'une technologie de communication, l'identification des pratiques médiatiques des participants potentiels ou la traduction des intérêts des différents acteurs dans la démarche institutionnelle de la recherche académique, porter attention à la médiation de l'accès au terrain de la recherche permet de sortir du rapport classique entre chercheurs et participants ou organisations pour le comprendre dans un processus continu de mise en relations entre une multiplicité d'acteurs et d'objets. Les trois vignettes suivantes présenteront trois exemples de ces rapports.

Médiateurs humains et technologiques

Rétrospectivement (Encadré 1), adresser mes premiers messages par courriel directement aux personnes que j'avais identifiées comme des informateurs clés était une erreur. J'ai découvert que pour entrer dans une telle organisation hiérarchique, je devais passer par

Encadré 1

Le choix d'un média

Vignette 1 : Au cours de l'été 2023, j'ai fait un survol des studios de médias interactifs pour identifier certaines organisations où faire de l'observation participante. Un studio me semblait particulièrement intéressant à contacter immédiatement, alors que j'étais en processus de faire des demandes de subvention. Avoir accès à ce studio prestigieux donnerait de la légitimité à mon projet de recherche.

À partir de leur site web, j'ai identifié les membres de l'organisation avec qui je voulais communiquer. Ils étaient des informateurs potentiels. Leurs courriels n'étaient pas sur le site de l'organisation, mais il a été possible de les retracer en ligne – l'un d'eux a nécessité l'usage d'une application de recherche de courriels, un accès à une information dont l'éthique est encore à définir. Pendant six semaines, j'ai écrit plusieurs courriels à ces individus, ainsi que plusieurs messages sur un média social professionnel. Je n'ai reçu aucune réponse, pas même un message de refus catégorique ou de report de décision à un temps futur.

Après avoir envoyé des messages à leur vice-président et directeur de la technologie, à leur responsable de l'innovation, à leur responsable de la création et à leur directeur général, c'est-à-dire après avoir complété la liste des personnes que j'avais identifiées comme des informateurs pertinents pour ma recherche, j'ai décidé d'envoyer un message au studio via la section « contact » de leur site web. Quelques jours plus tard, j'ai reçu un message de leur réceptionniste pour me dire qu'elle avait transféré ma demande à la « bonne personne ». Dix jours après ce message, je n'avais toujours pas de réponse de la part de ladite « bonne personne ». J'ai réécrit à la réceptionniste, cette fois directement à son courriel. Le même jour, j'ai reçu un message de la directrice des communications de l'organisation, avec qui j'ai programmé un rendez-vous en vidéoconférence. Si cette première rencontre se passait bien, j'aurais une deuxième rencontre, en personne, avec les individus que j'avais d'abord identifiés comme étant les informateurs intéressants à qui parler

plusieurs intermédiaires. Cette observation a déjà été faite par d'autres chercheurs. Martyn Hammersley et Paul Atkinson (2007) décrivent comment ces « gardiens » [*gatekeepers*] contrôlent des ressources ou des opportunités d'accès pour le chercheur, alors que Martha Feldman et al. (2003) affirment que l'accès est un processus qui s'échelonne jusqu'à la fin de la recherche, toujours en négociation avec de nouvelles personnes. Ayant travaillé par le passé avec des participants individuels plutôt que des organisations, c'était tout de même une surprise pour moi d'avoir à contacter d'abord la réceptionniste, une membre de l'organisation qui n'est pas inscrite dans l'organigramme de l'entreprise, puis la directrice des communications, avant d'avoir accès à des participants potentiels.

Ce qui n'a pas été discuté par d'autres chercheurs, cependant, c'est que pour entrer en contact avec ces multiples médiateurs, j'ai dû passer par plusieurs médias différents : la section « contact » de leur site web, les courriels, la vidéoconférence et éventuellement la réunion en personne. J'avais en main les courriels des personnes à qui je voulais parler dès le départ, mais j'ai dû passer par ces médiateurs et ces médias pour avoir accès à ces individus. En d'autres mots, avoir accès à un individu ou une organisation ne signifie pas seulement avoir son contact ou savoir où le trouver – les adresses courriel sont souvent des informations faciles d'accès sur Internet. L'accès implique également d'avoir le pouvoir relationnel nécessaire pour utiliser ces contacts. Ce pouvoir est attribué par les « bonnes personnes » qui doivent être contactées via les *bons médias*, car les bons médias vous amènent aux bonnes personnes. Dans tel cas, « le médium est le message », comme écrivait Marshall McLuhan (1995, p. 7).

La médiation de l'accès montre que l'usage de certains médias peut permettre la distinction d'un acteur, dans notre cas un chercheur par exemple, et lui accorder ou lui enlever un certain pouvoir matériel ou symbolique, par exemple par rapport à d'autres chercheur.euses ou par rapport aux participants contactés. Si l'usage de certains médias requiert des connaissances techniques particulières, elle demande aussi une légitimation sociale par certains médiateurs. La notion de médiation ne sert pas uniquement à déterminer qui est responsable – ou considéré comme responsable sur le plan organisationnel – de donner l'accès au terrain ou le bloquer. Ce constat est généralement évident, particulièrement dans le cas où il y a un intermédiaire ou un gardien « formel » dans l'organisation (Reeves, 2010). La question posée ici n'est pas de savoir qui contacter formellement ou informellement, mais quel média utilisé pour faciliter l'accès aux participants ou les intermédiaires qui permettront le contact avec ceux-ci. L'artéfact technique qui nous paraît le plus immédiat par certaines affordances, comme le courriel personnalisé plutôt que le « contact » générique sur un site web, n'est pas toujours le moyen de communication le plus direct, dépendamment du contexte.

Stratégie : pour accéder aux participants et organisations visées, il faut intégrer les médias qu'elles utilisent. Quoiqu'on cherche une rencontre directe avec certaines personnes, le contact n'est jamais immédiat. Les intermédiaires sont à prendre en compte dans le processus, qu'ils soient humains ou technologiques.

Pratiques médiatiques et espaces inaccessibles

En pratique (Encadré 2), c'est en ayant accès à des forums de discussion entre des amateurs que je me suis rendu compte que leur appropriation du logiciel était surtout liée à un type de documents qu'ils produisent et s'échangent les uns avec les autres : des procédures d'utilisation du logiciel, à la fois sous forme de dialogue sur ces forums, mais aussi de protocoles diffusés dans des magazines d'astronomie amateur ou ailleurs sur Internet, ou encore des tutoriels qu'ils diffusent sur YouTube. Si chercher à avoir un accès privilégié à ces différents acteurs à travers un processus médiatique assez

Encadré 2

L'identification des pratiques médiatiques

Vignette 2 : Pour une recherche passée, j'ai suivi pendant plusieurs années des astronomes amateurs qui produisent de belles images de l'Espace avec les données du télescope spatial Hubble. Je me suis intéressé à leurs pratiques de création en étudiant leurs usages de technologies numériques, notamment un logiciel de traitement nommé Fits Liberator (Harvey, 2024). J'ai d'abord interviewé les développeurs du logiciel à l'Agence Spatiale Européenne pour comprendre les usages imaginés par ceux-ci et incorporés dans l'objet technique. J'ai ensuite rencontré des amateurs pour observer leurs usages du logiciel en pratique, en plus de faire des entretiens avec eux. Pour ce faire, j'ai cherché les contacts de tous ces acteurs sur différents médias en ligne. Nous nous sommes échangé des courriels, ou des messages sur les médias sociaux dans quelques cas où je n'ai pas trouvé leur courriel, afin de les informer de ma démarche, entre autres pour avoir la possibilité d'observer et de faire des captures d'écran de toutes leurs publications en ligne.

Cette démarche posait certains problèmes éthiques. Banks (2001) souligne que la notion de « permission » de capturer et d'utiliser des images doit être comprise dans son contexte socioculturel. Dans cette perspective, il faut considérer que le contexte numérique n'est pas constitué d'espaces clairement privés ou publics (Latzko-Toth & Proulx, 2013) – même la conceptualisation d'Internet comme un « espace » ou un « texte » est débattue (Kozinets, 2010) – et reproduire des publications de médias sociaux numériques comporte toujours le risque d'amplifier la visibilité de leur contenu (Latzko-Toth & Pastinelli, 2014). En raison de la profondeur historique et du caractère transmédiatique de ma démarche, mon observation des publications des amateurs ne m'apparaissait pas de l'ordre d'un usage régulier du Web. C'est pourquoi j'ai privilégié un consentement écrit.

Au bout de ce processus assez fastidieux de contact, d'information, de consentement, d'observation, de capture et d'entretien, je me suis rendu compte qu'avoir accès à l'ensemble de ces acteurs et de ces documents me permettait de faire une description symétrique de la conception et de l'appropriation du logiciel étudié par ces différentes catégories d'acteurs, mais que celle-ci me faisait perdre contact avec le point de vue des amateurs eux-mêmes. Parce que les amateurs, en pratique, n'ont pas accès aux autres amateurs pour observer leurs usages de l'outil technique. Ils ont encore moins accès – ou plutôt, ne cherchent pas à avoir accès – aux développeurs du logiciel pour faire une entrevue.

complexe a été bénéfique parce qu'elle m'a permis d'accéder à la fois à la conception d'une technologie et son utilisation, il demeure que c'est l'accès à ces espaces semi-

publics que sont les forums d'amateurs et leurs publications sur les médias sociaux qui se sont avérés les plus riches pour comprendre leur appropriation de l'outil technique.

A posteriori, il ne semble pas toujours nécessaire de se lancer directement dans la négociation pour l'accès à des espaces réservés ou habituellement inaccessibles. Ces espaces fermés peuvent paraître intéressants parce qu'ils n'ont pas été étudiés, mais il est toujours mieux d'évaluer *a priori* ce que la médiation de ces espaces permet de découvrir ou non. Anne Beaulieu (2010) appelle à privilégier la « co-présence » plutôt que la « co-location »², non seulement parce que certains espaces ne sont pas accessibles physiquement, comme des laboratoires scientifiques dans le cas de Beaulieu, mais aussi parce que la médiation de ces espaces peut donner accès à des stratégies de construction de la connaissance de ces acteurs. La production de tutoriels et de protocoles par des astronomes amateurs est une manière pour eux de faire sens de leurs pratiques à distance, parce qu'ils ne partagent pas les mêmes espaces que les scientifiques et communicateurs professionnels utilisant les données de Hubble.

L'anthropologue Lisa Messeri critique la notion d'« immersion », populaire aujourd'hui avec les nouveaux usages de la réalité virtuelle (VR), mais déjà présente en ethnographie avec la production de textes, films et photographies. D'une part, l'immersion du spectateur permet de souligner l'autorité et l'authenticité de l'ethnographe qui affirme avoir eu un accès immédiat à un terrain ou à des informateurs, d'autre part, l'immersion appuie l'interactivité et la multisensorialité qui rendent l'expérience de la VR attrayante. Cela étant dit, l'immersion a une limite : avoir un accès immédiat à l'autre ne permet pas de garder une distance souvent nécessaire pour reconnaître sa différence. Accéder à certaines pratiques se déroulant dans un espace inaccessible par leur médiation n'est donc pas nécessairement problématique, car cette médiation peut amener à la connaissance et la reconnaissance de ceux et celles qu'on observe et leur différence par rapport à soi. Dans le cas décrit ci-haut, par exemple, la médiation des usages d'un logiciel dans une communauté de pratique permet d'avoir accès à la négociation des manières de faire de ces usagers entre eux et les significations qu'ils accordent à leurs usages. Il faut alors s'intéresser non seulement à leurs usages individuels de cette technologie, mais aussi aux pratiques sociales médiatisant ces usages.

Stratégie : évaluer la valeur que peut ajouter la médiation de certains terrains ou acteurs peut permettre d'accéder à des espaces ordinairement inaccessibles ou des personnes tenues au secret. Les significations accordées à certains objets, personnes ou événements par des pratiques médiatiques peuvent être des sources d'information très riches.

Chercheur comme médiateur entre différents mondes sociaux

Redonner aux personnes qui participent à la recherche (Encadré 3) fait inévitablement partie du processus d'accès. En plus de vouloir contribuer à la recherche, les participants

Encadré 3

La médiation des intérêts

Vignette 3 : Lorsque j'ai interviewé des responsables des communications à l'Agence Spatiale Européenne et au Space Telescope Science Institute, j'ai partagé avec eux ce que j'avais appris de mes observations et entretiens avec des astronomes amateurs. Ce retour n'était pas planifié : je faisais ces entretiens pour savoir quelle relation ces acteurs entretenaient avec les astronomes amateurs et comment leur création professionnelle et leur diffusion de belles images étaient liées aux pratiques amateurs. Les responsables des communications de ces institutions font souvent des études sur leurs publics, mais celles-ci sont généralement quantitatives et considèrent indifféremment les amateurs et d'autres catégories de publics. Comme leurs interactions avec les amateurs ne sont pas fréquentes, mes interlocuteurs dans ces institutions ont exprimé en cours d'entretiens leur volonté d'en savoir plus sur les pratiques des participants à ma recherche. Il est même possible que mes relations et connaissances sur l'un de leurs publics cibles aient joué un rôle dans leur décision de m'accorder une entrevue.

À l'inverse, les amateurs qui utilisent les données de Hubble n'ont pas de représentation officielle auprès des institutions responsables de ce télescope. Ils partagent leurs images sur les médias sociaux numériques, où ils échangent parfois avec des scientifiques ou des communicateurs professionnels. Cependant, ils n'expriment pas leurs besoins envers les institutions et ne leur décrivent pas systématiquement leurs usages des données de Hubble. Alors que j'assistais à une controverse entourant l'image d'une amatrice participante à ma recherche, par exemple, je me suis rendu compte que les articles des médias de vulgarisation scientifique et de nouvelles généralistes dépeignaient injustement sa pratique. Quelques médias lui avaient accordé une entrevue, mais cette pratique n'était pas systématique.

Sans me faire porte-parole de ces amateurs, l'un des objectifs de ma recherche était de faire reconnaître la particularité de leurs pratiques vis-à-vis celles des communicateurs professionnels des agences spatiales. Autrement dit, en tant que chercheur qui a un accès singulier à certains acteurs et institutions, je suis un médiateur privilégié de leur pratique. Au fil de la recherche, cet accès peut permettre de nouvelles opportunités d'accès à d'autres participant.es ou un accès plus soutenu à leurs pratiques. Dans certains cas, j'ai pu avoir un second entretien avec des participant.es pour cette raison.

cherchent habituellement à obtenir quelque chose en retour. Ce retour n'est pas nécessairement matériel ou immédiatement tangible. À travers ce processus, la médiation transforme le sens que l'on accorde à l'accès. Dans un tout autre contexte, l'historien des médias Francesco Casetti (2015) affirme qu'« accéder » à un film à l'ère numérique n'est plus synonyme de rentrer dans un espace particulier, un cinéma, mais

d'obtenir une copie, un fichier sur une plateforme que l'on peut accéder n'importe où et n'importe quand. Accéder à un terrain, c'est aussi y donner accès, via cette médiation.

Les chercheurs en sciences sociales et humaines explorent de nouveaux médias comme objet, outil et support de leurs recherches. Les productions des chercheurs sont à la fois immersives et multimodales (Westmoreland, 2022) et interactives (Pauwels, 2015). D'un côté, l'usage de ces médias peut permettre de nouvelles formes de participation à la recherche et de représentation des phénomènes et des personnes observés (Glas & Lammes, 2019). De l'autre, en s'intégrant à la quantité de textes, d'images, de balados, de jeux et autres contenus culturels disponibles en ligne, la médiation inhérente aux communications des équipes de recherche risque de contribuer à une saturation médiatique qui ne fait que s'accroître depuis au moins une génération (Ortner, 1998).

En tant que chercheur et producteur médiatique, il faut comprendre comment notre accès à un terrain peut y donner accès à d'autres personnes à la suite de notre médiation : ce peut être une manière de redonner à nos participants en exprimant leur voix, comme ce peut être une manière de la leur enlever en surchargeant l'espace médiatique de messages divers. Tel que décrit par Reize au début de cet article, l'accès doit être considéré dans le processus et les résultats de la recherche; la médiation doit être prise en compte de la même manière. Cela veut aussi dire de considérer comment la médiation du processus et des résultats de la recherche s'inscrit dans une médiation déjà existante ou absente des phénomènes étudiés : comment, par exemple, la médiation des pratiques créatives d'amateurs d'astronomie par les canaux habituels de la recherche académique (conférences, articles, chapitres, etc.) rencontre leurs médiations dans les grands médias traditionnels, les médias pour les amateurs d'astronomie, dans les recherches des institutions spatiales, etc.

Stratégie : la médiation de la recherche doit se faire tout au long du processus, possiblement en collaboration avec les participants. Étant donné que la médiation n'est pas toujours intentionnelle – comme dans mes interactions avec les responsables de l'Agence Spatiale Européenne – autant le faire de manière réflexive – pour les chercheurs – et transparente – pour les participants.

Conclusion

Dans cet article, l'influence de la médiation sur le processus de mise en relation des chercheurs avec les participants, c'est-à-dire l'accès au terrain de recherche, a été décrit en suivant les trois composantes de la médiation : 1) les *artéfacts technologiques* doivent être pris en compte comme intermédiaires entre l'équipe de recherche et les organisations et individus potentiels, en plus des intermédiaires humains habituellement considérés dans l'élaboration méthodologique; 2) les *pratiques*, notamment médiatiques, des acteurs peuvent permettre de médiatiser des espaces habituellement inaccessibles en gardant à distance des actions, objets, personnes, mais en rapprochant

les chercheurs des significations qui leur sont accordées; 3) les *arrangements sociaux* invitent à considérer l'ensemble des relations qui s'établissent au cours de l'accès au terrain de recherche, notamment un processus parallèle de médiation *pour* et *par* les chercheurs, alors que la recherche académique croise les activités d'autres institutions sociales. Les expériences décrites ici mettent en évidence autant des stratégies que des problèmes spécifiques en termes de travail de terrain.

Les stratégies présentées s'appliqueront différemment selon la discipline de recherche, la méthodologie et le secteur visé. La médiation de l'accès variera. Il y aura toujours une négociation à faire entre l'immédiateté et l'hypermédiateté dans les contacts des chercheurs et participants et le rendu des résultats de la recherche, entre l'accès à une infrastructure médiatique partagée socialement et une signification commune aux médias et entre la médiation d'un monde déjà existant et la construction de nouveaux mondes sociaux. Les chercheur.euses doivent faire preuve de réflexivité dans leurs usages et non-usages des médias, qui participent à un accès différencié au terrain de recherche.

La médiation de l'accès au terrain de recherche pose un certain nombre de problèmes éthiques, certains ayant été mentionnés ici : l'intermédiation et la standardisation de l'accès à travers les usages de plateformes numériques servant à la communication entre les équipes de recherche, les comités d'éthique et les participant.es, la recherche et la collecte d'informations grâce à des outils opaques, des « boîtes noires » comme on les décrit parfois, la considération d'espaces numériques comme étant public ou privés. Il faudrait ajouter que la médiation des résultats par les équipes de recherche demande de se questionner sur l'accès qu'elles facilitent ou bloquent aux individus et organisations accédés pour d'autres acteurs, chercheurs ou publics, un problème déjà posé ailleurs quant à la sortie de la recherche (Feldman et al., 2003). La mise en visibilité de ce qui est étudié demande également de considérer l'inclusivité des personnes et organisations qui sont généralement invisibles et des impacts positifs et négatifs de leur médiatisation.

Au final, que ce soit le courriel, le téléphone ou les médias sociaux, aucun média n'est réellement inévitable. Ils apparaissent ainsi parce que la médiation est présente au quotidien dans tous les secteurs d'activité. La séparation entre les espaces en ligne et hors ligne est fluide, dépendamment des organisations, des personnes et des pratiques. Elles dépendent d'où on se trouve sur Terre autant que du moment de la journée. Du cyborg jusqu'à l'intelligence artificielle, la séparation entre l'humain et le non humain est aussi contestée et renégociée selon les situations et les connaissances que l'on s'approprie. Est-ce que la médiation est synonyme d'hybridation? Pas forcément, mais dans une approche relationnelle et processuelle, elle exige de considérer ensemble l'accès et l'issue de la recherche, le processus et ses résultats, tout comme l'intermédiation des humains et des technologies. Considérant les enjeux sociaux qui

apparaissent avec les critiques de l'intelligence artificielle, il faudra mieux décrire dans le futur comment l'opérationnalisation des tâches et la construction de la connaissance sont distribuées dans ce réseau sociotechnique, notamment en s'attardant aux tâches qui sont automatisées pour remplacer le travail humain et quelles capacités des chercheurs se trouvent augmentées ou diminuées par ces usages.

Notes

¹ « *the process by which a researcher and the sites and/or individuals he or she studies relate to each other, through which the research in question is enable* » (Riese, 2019, p. 671).

² La « co-présence » fait référence à être avec quelqu'un de manière médiatisée. Si le moyen de communication est la vidéoconférence, par exemple, la co-présence est l'opposée de l'expression, plus courante depuis la pandémie, de « présentiel ».

Références

- Banks, M. (2001). *Visual methods in social research*. Sage Publications.
- Beaulieu, A. (2010). Research note: From co-location to co-presence: Shifts in the use of ethnography for the study of knowledge. *Social Studies of Science*, 40(3), 453-470. <https://doi.org/10.1177/0306312709359219>
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1998). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.
- boyd, d., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Buchli, V. (2020). Extraterrestrial methods: Towards an ethnography of the ISS. Dans T. Carroll, A. Walford, & S. Walton (Éds), *Lineages and advancements in material culture studies* (pp. 17-32). Routledge.
- Casetti, F. (2015). *The lumière galaxy: Seven key words for the cinema to come*. Columbia University Press.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity.
- Crump, L. (2020). Conducting field research effectively. *American Behavioral Scientist*, 64(2), 198-219. <https://doi.org/10.1177/0002764219859624>
- Cunliffe, A. L., & Alcadipani, R. (2016). The politics of access in fieldwork: Immersion, backstage dramas, and deception. *Organizational Research Methods*, 19(4), 535-561. <https://doi.org/10.1177/1094428116639134>

- Feldman, M. S., Bell, J., & Berger, M. T. (Éds). (2003). *Gaining access: A practical and theoretical guide for qualitative researchers*. AltaMira Press.
- Glas, R., & Lammes, S. (2019). Ludo-epistemology: Playing with the rules in citizen science games. Dans R. Glas, S. Lammes, M. De Lange, J. Raessens, & I. De Vries (Éds), *The playful citizen: Civic engagement in a mediatized culture* (pp. 217-234). University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048535200-013>
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in practice*. Routledge.
- Harvey, M. (2024). The creative appropriation of a scientific software: The FITS liberator, a case study. Dans F. Lesage, & M. Terren (Éds), *Creative tools and the softwarization of cultural production* (pp. 219-241). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-45693-0_11
- Hennion, A. (1993). *La passion musicale : une sociologie de la médiation*. Métailié.
- Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the 'mediation of everything'. *European Journal of Communication*, 28(6), 615-629.
- Hepp, A., Bolin, G., Guzman, A., & Loosen, W. (2024). Mediatization and human-machine communication: Trajectories, discussions, perspectives. *Human-Machine Communication*, 7(1), 7-21. <https://doi.org/10.30658/hmc.7.1>
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage Publications.
- Latour, B. (1994). On technical mediation. *Common Knowledge*, 3(2), 29-64.
- Latzko-Toth, G., & Pastinelli, M. (2014). Par-delà la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques. *tic&société*, 7(2). <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.1591>
- Latzko-Toth, G., & Proulx, S. (2013). Enjeux éthiques de la recherche sur le Web. Dans C. Barats (Éd.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales* (pp. 32-52). Armand Colin.
- Lievrouw, L. A. (2009). New media, mediation, and communication study. *Information, Communication & Society*, 12(3), 303-325. <https://doi.org/10.1080/13691180802660651>
- Lievrouw, L. A. (2014). Materiality and media in communication and technology studies : An unfinished project. Dans T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Éds), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 21-51). The MIT Press.
- McLuhan, M. (1995). *Understanding media: The extensions of man*. The MIT press.

- Ortner, S. B. (1998). Generation X: Anthropology in a media-saturated world. *Cultural Anthropology*, 13(3), 414-440. <https://doi.org/10.1525/can.1998.13.3.414>
- Ortner, S. B. (2010). Access: Reflections on studying up in Hollywood. *Ethnography*, 11(2), 211-233.
- Pauwels, L. (2015). *Reframing visual social science: Towards a more visual sociology and anthropology*. Cambridge University Press.
- Postill, J. (2023). Media practices and their social effects. Dans E. Costa, P. G. Lange, N. Haynes, & J. Sinanan (Éds), *The Routledge Companion to media anthropology* (pp. 119-131). Routledge.
- Reeves, C. L. (2010). A difficult negotiation: Fieldwork relations with gatekeepers. *Qualitative Research*, 10(3), 315-331. <https://doi.org/10.1177/1468794109360150>
- Riese, J. (2019). What is 'access' in the context of qualitative research? *Qualitative Research*, 19(6), 669-684. <https://doi.org/10.1177/1468794118787713>
- Seligmann, L. J., & Estes, B. P. (2020). Innovations in ethnographic methods. *American Behavioral Scientist*, 64(2), 176-197. <https://doi.org/10.1177/0002764219859640>
- Westmoreland, M. R. (2022). Multimodality: Reshaping anthropology. *Annual Review of Anthropology*, 51(1), 173-194. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-121319-071409>

Pour citer cet article :

Harvey, M. (2025). L'usage des médias en recherche qualitative : la médiation de l'accès au terrain. *Recherches qualitatives, Hors-série « Les Actes »*, (30), 53-66.

Maxime Harvey est postdoctorant à la chaire de recherche sur l'intelligence artificielle et le numérique francophones. Pour sa recherche doctorale à l'Université du Québec à Montréal, il a étudié l'appropriation des données du Télescope Spatial Hubble par des amateurs d'astronomie qui les utilisent pour produire et diffuser de belles images de l'Espace. Il s'intéresse généralement aux usages de médias et technologies numériques dans le cadre de pratiques créatives.

Pour joindre l'auteur :
maxime.harvey@inrs.ca