
Analyser la mobilité des adolescents. Propositions méthodologiques associant analyse de contenus textuels sur les réseaux sociaux et enquête quantitative classique

Emmanuel Ravalet^{*†1} and Jean-François Lucas^{*2}

¹Laboratoire de Sociologie Urbaine, EPFL (LaSUR) – Batiment BP Station 16 1015 Lausanne, Suisse

²Centre Social Media Lab – EPFL Innovation Park Bâtiment J 1015 Lausanne, Suisse

Résumé

Nous proposons dans cette communication de présenter et discuter le montage méthodologique articulé entre deux entités de l'EPFL à Lausanne (le Laboratoire de Sociologie Urbaine et le centre Social Media Lab) pour l'étude des comportements, des imaginaires et des aspirations en matière de mobilités pour les adolescents (14-17 ans). Ce travail s'inscrit dans le cadre d'une recherche financée par Toyota.

L'ambition de ce papier est donc essentiellement méthodologique. Les réticences des jeunes à la participation à des enquêtes (en particulier les enquêtes épistolaires et téléphoniques), leurs usages diversifiés des réseaux sociaux pour partager et discuter de leurs expériences quotidiennes, ou encore le développement d'outils informatiques permettant de faire du "topic detection" à partir d'expressions recueillies sur le Web et les réseaux sociaux, sont autant d'éléments qui nous ont incité au développement d'un cheminement méthodologique original et exploratoire. Cette recherche se positionne ainsi dans le courant des *Digital Methods*, initié au sein de l'université d'Amsterdam par Richard Rogers, pour qui il est nécessaire de combiner des méthodes d'enquête traditionnelles en sciences sociales avec des méthodes de collecte et de traitement de grands ensemble de données.

Après une revue de littérature permettant de préciser ces points, nous présenterons et discuterons trois temps-clés articulant notre démarche de recherche, à savoir l'analyse de millions d'"expressions" utilisées sur les réseaux sociaux en matière de mobilité, l'utilisation des résultats de cette première phase dans la construction d'un questionnaire web, et l'utilisation de Facebook et Twitter (via les posts publicitaires) pour atteindre la population-cible des 14-17 ans.

Nous disséquerons les apports de ce type d'approche et les limites associées. Nous soulignerons par exemple les perspectives qu'offre une telle méthode pour explorer une thématique dans de nouvelles dimensions, en même temps que l'importance de décrire finement chaque étape des processus de collecte, de traitement et de production des résultats obtenus grâce aux plates-formes d'analyse de contenus sur le Web et sur les réseaux sociaux, et aux algorithmes qui les caractérisent. Nous discuterons finalement de la pertinence plus générale des conditions d'articulation et de reproductibilité d'une telle démarche intégrant les big data et les réseaux sociaux dans le champ de l'analyse sociologique.

*Intervenant

†Auteur correspondant: emmanuel.ravalet@epfl.ch

Mots-Clés: digital methods, mix, method, mobilité, topic detection, réseaux sociaux, Big Data, questionnaire, adolescents