



D'une enquête statistique sur mort et numérique

Hélène Bourdeloie

► **To cite this version:**

Hélène Bourdeloie. D'une enquête statistique sur mort et numérique . ES-SACHESS – Journal for Communication Studies, ESSACHESS editors, 2016, Communication in Statistics: Why? When? and How (not) to do it?, Vol 9 (No 1(17)), <<http://www.essachess.com/index.php/jcs/issue/view/18>>. <sic_01348280>

HAL Id: sic_01348280

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01348280

Submitted on 22 Jul 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

D'une enquête statistique sur mort et numérique

Réflexivité sur des biais méthodologiques¹

Hélène BOURDELOIE

Université Paris 13 - Sorbonne Paris Cité & chercheure associée à
Costech (UTC)

Cindy MINODIER

Mathilde PETIT

FRANCE

¹ Cet article a été publié en anglais sous le titre « A statistical survey on death and digital practices. Reflexivity on methodological biases », *Essachess - Journal for Communication Studies*, Vol 9, No 1(17), p. 23-51.

En ligne : <http://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/326/370>

D'une enquête statistique sur mort et numérique

Réflexivité sur des biais méthodologiques

Résumé

La construction d'un questionnaire, tant sur des plans méthodologique qu'éthique, suppose un exercice de réflexivité, notamment lorsqu'il intervient dans le contexte d'un sujet tabou comme celui de la mort. D'après une enquête statistique ayant notamment pour objectif de comprendre le rôle du numérique dans les pratiques de deuil, cet article s'intéresse à un ensemble de questions méthodologiques et éthiques posées par les différentes étapes de ce questionnaire depuis sa conception en passant par sa communication et passation. Il pointe les limites de la statistique et la nécessité d'user en complément d'une démarche qualitative, voire de données « quali-quantitatives » pour décrypter les usages socio-numériques mortuaires, du ressort du sensible

Mots-clés : numérique, éternité numérique, mort, deuil, rituel, statistique, questionnaire, méthodologie, éthique, réflexivité.

Résumé en anglais à venir.

Introduction

D'après une enquête universitaire statistique en cours sur les usages du web et les éternités numériques², l'objectif de ce papier est de s'interroger sur la manière dont la diffusion et la communication de cette enquête – à savoir la démarche pour recueillir des réponses mais aussi la manière de communiquer sur l'enquête – auprès de populations cibles, ont influé tant sur le dispositif méthodologique que sur les résultats (Rothgeb, Willis et Forsyth, 2007 ; Creux, 2007).

Il est aussi question de faire part des nombreuses difficultés, pas seulement méthodologiques mais aussi sociales et culturelles qui ont sous-tendu ce questionnaire statistique dédié à une thématique, la mort, qui se prête peu au chiffre.

Pour comprendre ce qui est à l'origine de notre réflexion, il faut déjà avoir à l'esprit que cette enquête statistique porte sur un sujet que d'aucuns considéreront au moins singulier, sinon sinistre. Il reste en effet compliqué de construire un questionnaire sur la thématique de la mort en recourant aux vocables *ad hoc* et en faisant preuve de neutralité culturelle – visée du reste illusoire – tout comme de le diffuser.

Nous nous intéresserons dans un premier temps aux enjeux méthodologiques et éthiques qui ont présidé à la diffusion du questionnaire pour s'intéresser ensuite au processus de communication et de diffusion de l'enquête en vue de recueillir les résultats. Enfin, nous interrogerons les difficultés méthodologiques au principe de l'exploitation des résultats et le besoin d'armer l'enquête statistique d'une enquête qualitative, notamment dans un domaine aussi intime et sacré qu'est la mort, se prêtant peu au dénombrement et à la classification.

Si la construction de tout questionnaire est une entreprise très coûteuse en temps et complexe puisqu'il s'agit d'expliquer le social par des chiffres et ainsi de produire et de délimiter des questions pertinentes (de Singly, 2014) pour avoir des informations standardisées (Martin, 2014), celle d'un questionnaire sur la mort et le numérique demeure d'autant plus délicate à mettre en œuvre tant elle requiert des compétences

²Enquête *Usages du web et éternités numériques* conduite dans le cadre du projet de recherche ENEID éternités numériques financé, en France, par l'Agence Nationale de la Recherche et réunissant les universités Sorbonne Nouvelle Paris 3, l'Université de Technologie de Compiègne et l'Université Paris 13 et coordonné par Fanny Georges. Conçue sous forme de questionnaire, cette enquête statistique a été diffusée dans sa première version fin juin 2015 et dans sa deuxième version remaniée le 29 octobre 2015, soit juste avant la période commémorative que représente en France la Toussaint et la fête des morts, le 2 novembre.

qui ne sont pas simplement du domaine de la statistique et de la sociologie générale mais du psychosocial, de la sociologie de la mort, voire de l'anthropologie... C'est pourquoi la mise au point du questionnaire est le fruit d'un long travail collectif qui a nécessité de faire appel à des compétences issues de domaines d'expertise variés³.

1. Construire un questionnaire sur la mort et le numérique : enjeux méthodologiques et éthiques

1.1. Cibler les répondants

A l'origine, le projet ENEID Éternités numériques consistait à s'interroger sur la question de la survivance des données numériques. Plus précisément, la question se posait de savoir ce qu'il advenait des traces numériques pléthoriques de soi après le décès d'un individu et la façon dont celles-ci peuvent participer de nouvelles pratiques funéraires et de l'accompagnement d'un deuil. Cette double entrée – postérité des traces numériques individuelles d'une part et processus de deuil via le numérique de l'autre – devait à la fois prendre acte de la gestion des données par les grandes industries du web et par les individus eux-mêmes de leur vivant tout comme par les endeuillés.

L'enquête quantitative – complétée par une enquête qualitative visant à recueillir des données échappant au questionnaire auto-administré –, avait quant à elle pour objectif de comprendre les usages des traces numériques *post mortem* via des plateformes commémoratives (Paradis Blanc, Toujours là, Le cimetière virtuel⁴) ou de réseaux siconumériques généralistes comme Facebook, dispositif devenu pour

³ La construction est l'œuvre de plusieurs personnes dont les remarques ont été significatives et que nous remercions pour leur contribution: Lucien Castex (ingénieur de recherche), Laurence Larochelle, Oriane Pellois, Morgane Mabile, Mathilde Petit (stagiaires), Michael Vicente (sociologue du numérique), Fabrice Buschini (chercheur en psychologie sociale), Fabienne Duteil-Ogata (anthropologue), Laurence Hardy (socio-anthropologue du deuil), Martin Julier-Costes (socio-anthropologue de la mort), Fanny Georges (sémiologue et coordinatrice du projet ENEID Éternités numériques) et Virginie Julliard (sémioticienne), ainsi que des membres du GIS M@rsouin comme Émilie Huiban (chargée d'études qualitatives et quantitatives), Nicolas Deporte (statisticien), Margot Beauchamps (coordinatrice). Nous remercions également toutes les personnes qui ont accepté de tester et de diffuser le questionnaire.

⁴ www.paradisblanc.com/, www.toujoursla.com, www.lecimetiere.net... Sites consultés le 15 avril 2016.

partie un mémorial un ligne de par les fonctionnalités qu'il a développées⁵. Considérant le rôle du numérique dans les pratiques funéraires, il s'agissait également de prendre acte des usages des sites de services funéraires ou nécrologiques (www.dansnoscoeurs.fr, [www.avis-de-deces.net/...](http://www.avis-de-deces.net/)) et, enfin, des sites web de conservation et de partage de données numériques (E-mylife, Edeneo, Geneanet...⁶). Compte tenu de ce double axe, la cible de l'enquête ne concernait donc pas uniquement les usagers de sites web mémoriaux mais, au fond, tous les individus ayant des traces de soi sur le web. L'objectif de travailler à la fois sur la rémanence des traces numériques et sur les nouvelles pratiques engendrées par les usages du web dans le cadre d'un deuil impliquait donc de s'adresser à une « double cible » et, en fin de compte, à la plupart des Français lorsque l'on sait que la majorité de la population⁷ a déjà publié des informations telles que sa date de naissance ou son âge (27 %) et que seules 24 % des interrogés n'ont publié aucune des informations en ligne suggérées dans l'enquête⁸ (Axa prévention/IFOP, 2012) ;

⁵ Les fonctionnalités liées à la question du décès d'un usager ont tardé à être mises en place puisque né en 2004, ce n'est qu'en 2009 que Facebook a créé la fonctionnalité « compte de commémoration ». Ce type de compte ne peut être modifié sans légataire et affiche l'expression « En souvenir de » à côté du nom de la personne sur son profil. Un compte de commémoration (*memorialized account*) n'apparaît plus dans des espaces publics tels que les suggestions d'amis des usagers ou rappels d'anniversaire par exemple. En 2015, Facebook a créé la fonction *legacy contact* (légataire), une personne choisie pour gérer le compte de commémoration après un décès. Le légataire désigné aura la possibilité de modifier des éléments du profil et répondre à de nouvelles invitations (ajouts d'amis, etc.) mais ne peut supprimer des publications partagées par le passé ou supprimer des amis (site web <https://www.facebook.com/help/1506822589577997/>, site web consulté le 4 avril 2016). Enfin, a été créée l'application Facebook (mais créée par une autre société) *If I die* (<http://www.ifidie.net>) qui propose d'enregistrer un message audio ou vidéo et de le diffuser après la mort d'un défunt sur son « mur » Facebook. D'autres applications existent sur ce modèle.

⁶ www.e-mylife.fr, <https://secure.edeneo.fr>, <http://www.geneanet.org>. Sites consultés le 20 avril 2016.

⁷ Selon le sondage AXA Prévention/IFOP (2012), conduit sur un échantillon par quotas de 1006 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

⁸ Parmi ces informations déclarées affichées, figuraient les suivantes : date de naissance / âge (57 %), nom de famille (53 %), adresse électronique personnelle (40 %), photographies de soi (38 %), liens de parenté avec d'autres personnes (32 %), lieu de naissance (32 %), passions ou intérêts personnels (30 %), photographies de nos proches (23 %), adresse du domicile (17 %), adresse postale personnelle (16 %), CV (13 %), nos opinions politiques (12 %), l'identité de notre employeur (11 %), notre orientation sexuelle (10 %), notre religion (9 %), notre niveau de revenus (7 %).

l'enquête datant de 2012, tout laisse à penser que la présence de soi sur le web augmente, d'autant plus que 80 % des Français sont aujourd'hui inscrits sur au moins un réseau socionumérique (Aura Mundi / Argus de la Presse, 2014). Au demeurant, cette présence est parfois involontaire ou non consciente, ne serait-ce que par la traçabilité est partout dès lors qu'on procède à des transactions commerciales, administratives ou relationnelles sur le web (Merzeau, 2009) ; ou parce que chaque donnée personnelle (recherche d'informations sur les moteurs de recherche, partage d'images, etc.) est collectée par les grandes industries du web (ibid.), sauf à protéger ses données en s'équipant d'un réseau privé virtuel qui garantit la confidentialité des échanges (VPN: *Virtual Private Network*) et surtout à chiffrer ses données (CNIL, 2010, p. 25).

Or comment s'adresser à une audience aussi large dès lors qu'on dispose de moyens modestes, à tout le moins incomparables à ceux d'un grand institut statistique ? D'un point de vue de la construction du questionnaire, les questions devaient en effet s'adresser non seulement à tout individu concerné par un deuil et dont le numérique avait (ou non) joué un rôle dans le processus de deuil mais aussi à tout individu présent sur le web ; et notamment à l'individu s'étant interrogé sur le devenir et la transmission de ses traces, qu'elles soient volontaires et visibles ou non. Si l'élaboration des questions à la manière d'un « entonnoir » – en partant du plus large au plus singulier –, permettait d'atteindre une large cible, il n'en fut pas moins délicat d'aborder la section sur les pratiques funéraires en ligne et les croyances. Comment en effet poser des questions dès lors que l'enquêté a perdu plusieurs proches ou êtres chers ? Comment pénétrer l'intimité des usagers tout en satisfaisant au protocole du questionnaire statistique ? Ce commentaire libre d'un répondant ne peut que conforter ces interrogations : « *Certaines questions sont trop intimes pour qu'on y réponde dans un questionnaire de ce type...* » (version 2. Femme, 46 ans, bac + 6, cadre Profession intellectuelle, éditrice, mariée avec enfants, Paris 12^e)... Comment organiser la grille du questionnaire ? Pour des raisons psychosociologiques, procéder de façon comptable dans le domaine de la mort est, à tout le moins en France où la mort a longtemps été sujette au tabou (Thomas, 1976), peu recommandable. Pour exemple, encore qu'il aurait été intéressant de comptabiliser le nombre de défunts perdus et d'associer ces pertes à des rites *sui generis* (hommages numériques, messes ou veillées traditionnelles, etc.) pour mieux comprendre les rituels des endeuillés, une telle démarche ne pouvait que se heurter à des réactions d'hostilité de la part des récipiendaires de l'enquête. Du reste, ici comme ailleurs, la construction du questionnaire doit au contexte social et culturel dans lequel est immergée la population de l'enquête (Le Gall, 2001) et les profils des répondants aux stratégies de diffusion (Creux, 2007). Or ce contexte conduit à des représentations et influences qui président à l'élaboration du questionnaire statistique. Rédigé en français, le questionnaire s'adressait donc à un public francophone, prenant le parti d'inclure toutes les zones géographiques des

répondants. Le questionnaire n'en n'a pas moins été fabriqué d'après un objet de recherche adossé à un cadre théorique où la mort (Thomas, 1976 ; Clavandier, 2009, etc.), le numérique (Cardon, 2008 ; 2009, 2010 ; Merzeau, 2009, etc.) tout comme l'*afterlife*⁹ numérique (Brubaker et Hayes, 2011, etc.) sont questionnés depuis des notions et concepts empreints de normes, traditions ou faits sociaux... relevant de la culture occidentale, et parfois française. Cette fabrication du dispositif n'est donc pas neutre et les données qui en résultent dépendent très étroitement de sa structure. Comme l'observe D. Le Gall au sujet de l'élaboration de questionnaires sur la sexualité sur la base d'une comparaison entre des enquêtes mises en place dans différents pays, l'objet est bien construit différemment selon la tradition intellectuelle et le contexte culturel (Le Gall, 2001) ; en l'occurrence, en critiquant l'enquête statistique comme outil méthodologique, l'auteur montre comment les contextes nationaux contribuent à orienter et construire l'objet scientifique ; faisant que ce dernier repose en réalité sur une construction sociale (Le Gall, 2001). De ces contextes sociaux et culturels, découle un schème de la construction du questionnaire en France. Prenons l'exemple des caractéristiques sociodémographiques traditionnelles. On sait que le questionnaire statistique ne permet pas d'observer les singularités mais de dénombrer des données standardisées pour mesurer des pratiques sociales ou faits sociaux (Martin, 2014). Pour autant, recueillir des données individuelles statistiques concernant l'appartenance à la catégorie PCS (Professions et Catégories Socio-professionnelles) ou au sexe par exemple demeure une entreprise hérissée de difficultés. Si, pour des raisons de traitement statistique, nous avons repris les catégories de l'Institut National de la Statistique et des études économiques (INSEE) lequel, en France, fait figure d'autorité – cette classification socioprofessionnelle est, comme le rappellent A. Desrosières et L. Thévenot (2002, p. 5), « étroitement liée aux opérations de *représentation* d'une société : représentation *statistique*, certes, obéissant à certaines contraintes techniques ; représentation *politique*, ensuite, puisque l'on parle aujourd'hui couramment des « socioprofessionnels », pour des personnes ayant un mandat comparable à celui d'autres élus ; représentation *cognitive* ordinaire, enfin, dont chacun dispose pour se repérer et faire des rapprochements dans la vie en société, et qui a rapport avec la profession ou le milieu social » (Desrosières et Thévenot, 2002, p. 5). Ainsi, « la présentation des CS [catégories sociales], de leur évolution, de leur contenu, de leur utilisation et des effets de cet usage, ne peut donc se passer de la prise en compte des liens entretenus avec d'autres formes de représentation de la société. Nous envisagerons ces liens sous trois éclairages successifs qui permettent un recul suffisant pour mettre en question l'évidence

⁹ Les Anglo-Saxons parlent d'« *afterlife* » pour désigner ce qu'on traduit généralement en français par « au-delà ». Nous utilisons ici volontairement la notion d'*afterlife* qui nous semble moins connotée sur un plan religieux, que la notion française d'« au-delà ».

naturelle du classement : un éclairage historique (chapitre I), une approche politique de la représentation professionnelle (chapitre II), une étude sociologique et cognitive des catégories ordinaires du repérage social et de leurs influences sur la chaîne de traitement statistique (chapitre III) » (ibid.).

Faisant l'objet de débat et discutée par ceux-là même qui ont participé à sa mise en place, cette classification pose questions. En classant ainsi les groupes, n'y a-t-il pas un risque d'enfermement statistique dans une position sociale spécifique et d'élaboration d'une représentation statistique condensée dans un chiffre (Desrosières et Thévenot, 2002, p.4) ? Comme le rappellent A. Desrosières et L. Thévenot (2002), au moment de sa diffusion, la nomenclature « efface complètement tant sa genèse historique que les conditions d'enregistrement, de codage et d'interprétation qui ont conduit à l'élaboration et la compréhension des tableaux de données » (ibid., p. 5). Si ces taxinomies sont bien des constructions sociales, elles n'en restent pas moins utiles pour « éclairer tout un processus d'*interprétation* des catégories sociales » (Desrosières et Thévenot, 2002, p.4) et extrapoler le savoir. Ce découpage professionnel n'en demeure pas moins complexe et ne fait pas toujours sens pour les répondants, d'autant plus lorsqu'ils ne sont pas dans une situation de face à face ; ceux-ci ne sachant pas toujours identifier la catégorie à laquelle ils appartiennent ou encore craignant d'être assignés à une position peu représentative de leur univers social. Un moyen de restreindre ces biais a donc été de proposer, à la suite de ces grandes catégories proposées par l'INSEE¹⁰, une question ouverte invitant les répondants à mentionner leur métier exact ; nous permettant de retraiter nous-mêmes les données.

Parmi d'autres classifications, s'est aussi posée celle du sexe. Proposer les catégories homme / femme sans avoir la possibilité d'indiquer « autre », c'est, comme le remarquent M. Cervulle et N. Quemener (2014), se conformer à un modèle binaire qui non seulement rabat la notion de genre sur celle de sexe (2014, p. 84) mais aussi achoppe sur la prise en compte de la diversité des identités de genre¹¹ (ibid.). Cette observation se justifie ici et embarrasse d'autant plus lorsque, d'une part, le questionnaire est issu d'un projet de recherche « estampillé genre » – rappelons là l'intitulé complet du projet : *Les identités numériques post mortem et les usages mémoriaux innovants du web au prisme du genre* – et, d'autre part, il est

¹⁰ Adoptant dans les grandes lignes la nomenclature de l'INSEE (http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/pcs2003/liste_n1.htm, site web consulté le 17 avril 2016), les dix grandes catégories identifiées dans notre questionnaire sont les suivantes : Agriculteur exploitant ; Artisan, commerçant ou chef d'entreprise ; Cadre et profession intellectuelle supérieure ; Profession intermédiaire ; Employé ; Ouvrier ; Retraité ; En recherche d'emploi ; Élève ou étudiant ; Sans activité professionnelle.

¹¹ Voir notamment Butler J. (2006). *Trouble dans le genre – Pour un féminisme de la subversion*, trad. de Kraus C. Paris : La Découverte [1990].

diffusé sur des listes féministes (diffusé par exemple sur Efigies¹², association de jeunes chercheur·e·s en Études Féministes, Genre et Sexualité), ce qui peut conduire à des remarques spécifiques et critiques de la part de ces milieux qui réfléchissent à la pertinence de la catégorie « sexe » et à ses effets structurants. Et l'on doit bien reconnaître que si la mention catégorie « Autre » a été suggérée, nous avons craint des réactions ou non réponses susceptibles de brouiller certaines réponses et de saper ainsi toute perspective de traitement analytique du questionnaire.

Car s'il est bien du ressort d'une enquête qualitative de comprendre, du point de vue du genre, les questions d'incorporation de normes et d'identification, de rapports sociaux de sexe au sein des familles ou encore concernant le rôle de l'éducation sexuée et de son influence sur l'exercice des pratiques et activités, etc., en matière d'orientation sexuelle, le questionnaire (statistique) analyse pour sa part une variable binaire (mais pour combien de temps encore ?). Comme l'observe F. de Singly (2014, p. 43), « la sociologie quantitative ne se situe pas dans une perspective « queer »¹³ selon laquelle les individus joueraient avec les contraintes sociales de leur sexe d'appartenance. Elle ne sait encore que prendre appui sur l'enregistrement officiel du « sexe » de l'individu. Strictement donc, il n'y a pas de variable genre, malgré les glissements de vocabulaire » (de Singly, 2014, p. 43).

¹² Questionnaire diffusé sur la liste le 2 novembre 2015 soit la journée, en France, de commémoration des défunts. Le 3 novembre, on enregistrait 117 visiteurs sur 1248, soit 9,38 % des visiteurs uniques. Au total, nous enregistrons 132 visiteurs uniques (sur 4024) au 25 mars 2016 – le dixième lien le plus consulté sur 99 (dont 17 avec 0 visiteur unique), ce qui correspond à 3,28 % des visiteurs uniques. Au moment de la diffusion, à la première extraction au 3 novembre, il s'agissait du troisième lien le plus actif après une diffusion vers les réseaux personnels des chercheurs de l'équipe et le site web de l'Université de Technologie de Compiègne (représentant 9,27 % du total des visiteurs uniques).

¹³ Butler J. (2006). *Trouble dans le genre*. Paris : La Découverte.

2. Les biais au principe de la diffusion de l'enquête et de sa communication

Si la construction d'un questionnaire pose en soi de nombreuses questions méthodologiques et éthiques, il en va de même pour l'étape de la passation. Communiquer sur une enquête statistique et la diffuser sous-tend un certain nombre de failles et d'aspérités qui, partie prenante du dispositif, doivent être pensées et assumées comme telles. Le chercheur ne doit pas les gommer mais être transparent vis-à-vis de son dispositif méthodologique qui, tout autant doté de valeur scientifique que les résultats, joue un rôle dans la production des connaissances.

2.1. La méthodologie en questions

Au cours de la diffusion de notre questionnaire *Usages du Web et Éternités Numériques*, nous avons été confrontés à un certain nombre de difficultés affectant la base de l'enquête et engendrant de nombreuses imperfections. Rappelons tout d'abord que nous ne disposions pas de budget particulier pour la diffusion qui revenait à l'équipe de recherche, insuffisante au regard de l'ampleur de la tâche. En un mot, nous étions dépourvus de moyens non pour définir une population cible mais pour accéder à cette population et s'y limiter.

Pour communiquer sur l'enquête mais aussi en vue de transmettre le questionnaire, les principaux acteurs identifiés étaient les suivants : réseaux personnels et professionnels de l'équipe de recherche (listes électroniques, réseaux socionumériques, courriels...), sites web universitaires des institutions concernées par la recherche (Université Paris 3 - Sorbonne Nouvelle, Université de Technologie de Compiègne, Université Paris 13), sites web du secteur funéraire (Vivresondeuil.asso.fr, Testamento.fr, Comitam-obseques...), pages web Facebook d'hommages, sites web numériques potentiellement concernés par la question des traces et de leur devenir (*Internet Actu...*), forums sur la santé (Doctissimo...) et, plus généralement, les médias qui ont interrogé le sujet (*Rue 89, Les Inrockuptibles...*).

Au regard de cette opération de communication mais aussi de nos moyens, la transmission devait ainsi porter sur un large spectre d'acteurs susceptibles de créer une base de sondage multiple (constitution d'un échantillon à partir de sous-échantillons dans des bases de sondages distinctes) et ainsi d'améliorer à la fois la couverture et les taux de réponses (Sautory, 2015, p. 2).

L'équipe se devait tant de communiquer sur l'enquête, à la fois auprès du monde de la recherche tout comme du monde funèbre, dans l'objectif de faire savoir que cette

thématique, innovante en France au moment de la proposition¹⁴, faisait l'objet d'une recherche soutenue par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR), agence française ayant pour mission de financer la recherche sur projets en France et de la diffuser largement. Or la communication de l'enquête passant par la diffusion, il apparaissait difficile d'échapper à un certain nombre d'obstacles « contaminant » potentiellement le matériau récolté.

Une des premières opérations de diffusion, ayant aussi valeur de « test » sur la fabrication du questionnaire, a ainsi consisté à cibler les sphères sociales proches de l'équipe de recherche ; autrement dit, des sphères plutôt proches de leur capital social et tendant à réunir des personnes se définissant par une forme d'homogénéité sur un plan des caractéristiques socioprofessionnelles et par une appartenance le plus souvent élevée dans la hiérarchie sociale. Une seconde opération a résidé dans la dissémination de l'enquête auprès des sites web des universités partenaires du projet, puis vers des listes électroniques de recherche dédiées à la communication, au numérique ou à la sociologie... en d'autres termes autant de vecteurs de diffusion qui, assurément, sont davantage susceptibles de collecter des réponses issues de populations plutôt semblables dans leurs caractéristiques sociales et pas nécessairement concernées par le deuil numérique. Difficile dans ces conditions d'échapper à une forme d'homogamie sociale inhérente à ces processus de diffusion.

Autre opération de communication et de diffusion que celle de s'adresser au secteur funéraire en France. D'une part, parce qu'il s'agit, en France, d'un secteur encore cloisonné, concernant peu d'acteurs bien qu'il tende à se développer ; d'autre part parce qu'atteindre les acteurs est un fait et toucher directement les deuilés en est un autre. Ainsi, si les acteurs du funéraire ont pour habitude de travailler avec la mort et de la côtoyer, il n'en est rien des endeuillés qui doivent être traités avec d'autant plus de circonspection.

Enfin, la diffusion vers des pages d'hommages sur des plateformes socionumériques généralistes comme Facebook, pages qui tendent à se multiplier (processus sans doute favorisé par la création de comptes commémoratifs Facebook en 2009), bien qu'*a priori* très accessibles car parfois ouvertes, a posé plusieurs difficultés.

De manière assez attendue, les premiers résultats d'enquête observés ont enregistré une surreprésentation d'une population diplômée, dotée notamment d'un bac + 5 et

¹⁴ Si, lors de sa soumission en 2013, le projet de recherche apparaissait novateur pour la recherche scientifique française, ce n'était pas le cas pour plusieurs pays anglo-saxons dont les travaux sur la vie numérique après la mort biologique étaient déjà bien avancés.

+¹⁵, forme d'homogamie socioprofessionnelle résultant des canaux de diffusion, rééquilibrée néanmoins par la suite et redressée dans les résultats (Sautory, 2015) de par une diffusion intensive auprès d'acteurs du monde mortuaire. Idem, sans pour autant identifier la provenance exacte des répondants – nous y reviendrons – on sait d'après la méthode des liens à laquelle nous avons eu recours qu'un volume important de visiteurs uniques émane en large majorité des réseaux de diffusion de l'équipe de recherche – représentant 1227 visiteurs uniques, soit 29,9 % du total des 4024 visiteurs uniques au 25 mars 2016 –, ayant pour effet de biaiser considérablement les résultats. Cette domination des diplômés dans l'échantillon laisse ainsi à penser que les vecteurs de diffusion universitaires ont été particulièrement actifs ; représentant au demeurant 15,3 % du total des visiteurs uniques.

La tâche consistant à distribuer le questionnaire auprès de plateformes et services numériques funéraires a quant à elle rencontré plusieurs écueils. En amont, un long exercice de veille s'est imposé. Or, entre cette étape, qui a eu lieu dans les prémisses de la proposition du projet (2011 / 2012) – sa phase initiale et une seconde phase, pendant laquelle le questionnaire était en cours de finalisation et au cours de laquelle les acteurs ont été contactés (début 2015), de nombreux acteurs ont disparu, ou leur site web ne connaissait plus d'activité¹⁶. La liste des acteurs à contacter s'est donc restreinte. Nous avons contacté (courriels, entrevues, contacts téléphoniques, etc.) les concepteurs ou instigateurs de sites web du secteur funéraire pour solliciter leur concours dans le cadre de la diffusion du questionnaire, leur proposant, en contrepartie, une restitution de ses résultats. L'opération pour recueillir des consentements a toutefois été somme toute laborieuse et en dépit de plusieurs accords de principe, le questionnaire n'a pas toujours été mis en ligne. Ainsi sur 80 acteurs du funéraire approchés, 20 ont accepté de mettre en ligne le questionnaire et la moitié l'aurait réellement fait (au 25 mars 2016, ils représentent 503 visiteurs uniques, soit 17,74 % des 4024 visiteurs uniques.

Cette stratégie visant à atteindre les acteurs du funéraire devait aussi passer par une publication dans les organes de presse de référence. Ainsi avons-nous rédigé, pour

¹⁵ Diplômes proposés dans le questionnaire : École élémentaire ou primaire, Brevet des collèges, BEP / CAP ; Bac ; B+1 ; B+2 ; B+3 ; B+4 ; B+5 ; B+6 et plus.

¹⁶ Les plateformes mémorielles numériques ne constituent pas une spécificité française. Elles sont notamment très présentes dans le monde anglo-saxon. En France, de nombreux sites web mémoriels ont été créés vers 2010 et ont rapidement disparu du fait de l'absence de modèle économique viable et probablement en raison de la concurrence exercée par des dispositifs siconomériques plus généralistes comme Facebook. Les seuls sites web français économiquement viables et rentables dans ce domaine sont les sites web de publication d'annonces nécrologiques Avis-de-deces.net et Dansnoscoeurs.fr, dernière société détenue par des groupes de presse français ou sociétés leur appartenant.

les deux magazines spécialisés dans le domaine en France (*Résonance, Magazine funéraire...*¹⁷) de courts articles de présentation de notre étude en insérant un lien vers l'enquête. De la même façon, plus que d'espérer un taux de participation par cette voie, l'idée consistait surtout à faire connaître la recherche. En termes de participation effective, les résultats ont d'ailleurs été très limités, la diffusion papier s'y prêtant peu. En témoigne au demeurant la distribution d'affichettes¹⁸ dans différents lieux (salon du Funéraire¹⁹, agences de Pompes funèbres, boîtes aux lettres, etc.).

En vue de favoriser le taux de passation en direction des acteurs du funéraire et au regard du refus d'acteurs pourtant majeurs dans le domaine des hommages tel que la plateforme socionumérique Paradis Blanc²⁰, de par les fonctionnalités qu'elle permet, nous avons contacté individuellement les créateurs de mémoriaux, stratégie de diffusion qui s'est avérée plus favorable que d'autres sites funéraires. Il faut cependant noter un autre biais ici, qui n'en fait pas moins sens sur les usages des mémoriaux en ligne, de la « visibilité » dans la prise en charge du deuil et de son caractère genré (Hardy, 2007) et, plus généralement, sur les usages des plateformes socionumériques. Ainsi notre entrevue avec la co-conceptrice²¹ de Paradis Blanc tout comme nos calculs statistiques²² montrent que ce site web est majoritairement fréquenté par des femmes (environ 80 %).

Enfin, parallèlement aux sites web dédiés à la mémoire, la diffusion sur un réseau comme Facebook s'est vite imposée compte tenu des puissantes questions que pose ce dispositif par rapport à la mort. D'abord, parce qu'avec 1,59 milliard

¹⁷ <http://www.resonance-funeraire.com/> et http://www.funerairemagazine.com/parutions_pa.php. Dernière consultation le 21 avril 2016.

¹⁸ Au 25 mars 2016, sur plus d'une centaine de tracts distribués, nous enregistrons seulement 6 visiteurs uniques pour cette distribution, soit 0,15 % des 4024 visiteurs uniques.

¹⁹ Salon du Funéraire qui s'est tenu à Villepinte (banlieue parisienne, en France), du 19 au 21 novembre 2015.

²⁰ www.paradisblanc.com/. Ce site web permet de déposer des doléances, échanger des souvenirs et allumer des bougies virtuelles. Encore que peu rentable économiquement, créé en 2011, ce mémorial en ligne reste pour l'instant une réussite dans le domaine. Le site web de Paradis Blanc permet de contacter individuellement, sans la médiation d'un modérateur, les créateurs de mémoriaux. Dernière consultation le 7 avril 2016.

²¹ Entretien conduit avec Anne-Sophie Tricart, co-conceptrice du site et projet paradis Blanc, le 3 avril 2015.

²² Statistique issue de notre démarche d'extraction et analyse des données publiquement accessibles sur les mémoriaux Paradis Blanc.

d'utilisateurs actifs dans le monde en 2015 sur Facebook²³ et 30 millions en France, le réseau socionumérique est massivement fréquenté ; et que tout pourrait laisser penser, à terme, qu'il pourrait détenir plus de comptes « actifs » de morts que de vivants²⁴ ; une question qui a au reste fait couler beaucoup d'encre depuis le calcul d'Hachem Saddiki²⁵ (chercheur à l'Université du Massachusetts), fondé à la fois sur le nombre d'inscrits à Facebook dans le monde, le profil démographique des inscrits et les taux de mortalité émanant des Centers for Disease Control (agence gouvernementale américaine en matière de santé publique), selon lequel plus de la moitié des profils Facebook en 2098 seraient des profils de personnes décédées. Quoique relativement fiable puisque ce calcul se fonde sur deux hypothèses – l'une selon laquelle les profils Facebook seraient conservés tels quels après le décès de l'utilisateur et celle qui considérerait que les taux de mortalité dans le monde équivalraient à ceux existant aux États-Unis et se stabiliseraient dans le temps – cette estimation reste intéressante du fait des (débat, nombreuses questions) qu'elle soulève sur le rapport entre les vivants et les morts, ou biologiquement morts mais numériquement vivants. Il est vrai que nombreux sont les comptes actifs de défunts sur Facebook et que cette survivance numérique, volontaire ou non de la part du défunt ou de ses proches endeuillés, peut engendrer d'étranges situations dès lors que le dispositif Facebook, pour qui l'internaute est toujours vivant, propose des interactions avec les vivants par le biais de notifications diverses (demandes d'amitié, rappels d'anniversaire, etc.). C'est également le cas lorsque des applications (Movietermity²⁶, Après La Mort²⁷...) permettent aux vivants de recevoir des courriels, mémoires ou vidéos... des défunts ayant orchestré ces envois avant leur mort. Cette figure hybride du vivant ou du mort – le défunt est physiquement mort mais doté d'une identité en ligne sociale persistante qui, en raison de programmation informatique, se rappelle au vivant malgré lui –, peut engendrer une situation absurde, un entre-deux susceptible de renforcer la détresse des endeuillés (Pène, 2011 ; Bourdeloie, 2015 ; Gamba, 2016). Cette étrangeté témoigne du télescopage entre la logique algorithmique et la réalité que vivent les endeuillés (Bourdeloie, 2015, p. 110).

²³ Selon le Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2015 Results, 2016 (<http://www.prnewswire.com/news-releases/facebook-reports-fourth-quarter-and-full-year-2015-results-300210893.html>, Site web consulté le 8 avril 2016).

²⁴ Facebook ne transmet pas ses statistiques sur le nombre de profils (actifs) de défunts mais certaines estimations indiqueraient qu'aujourd'hui, 1/100 des profils serait le fait d'usagers décédés.

²⁵ Kristen V. Brown, "Digital graveyard. We calculated the year dead people on Facebook could outnumber the living" : <http://fusion.net/story/276237/the-number-of-dead-people-on-facebook-will-soon-outnumber-the-living/>. Dernière consultation le 8 avril 2016.

²⁶ <http://www.movietermity.com>, site web consulté le 16 avril 2016.

²⁷ <http://www.apreslamort.net>, site web consulté le 16 avril 2016.

Il n'en reste pas moins que les fonctionnalités développées par Facebook permettent désormais de le classer parmi les mémoriaux virtuels. D'une part, la plateforme a créé des comptes de commémoration (*cf. supra*) qui, *ipso facto*, témoignent du « statut » de la personne décédée et, d'autre part, offrent la possibilité de créer des pages ou groupes « Communauté » ou « Cause » dédiés à des hommages²⁸.

Ces diverses pages web se sont donc avérées être une source précieuse de diffusion de l'enquête et, par là-même, une base potentielle pour recruter des enquêtés pour le volet qualitatif. La diffusion vers ces pages *a priori* accessibles s'est toutefois avérée complexe du fait de leur foisonnement, de la variété de la situation des pages (certaines très actives et d'autres non), des termes de confidentialité des groupes, certains étant fermés et nécessitant une demande d'accès via messagerie personnelle pour poster un message. Par cette entremise, nous avons ainsi sollicité des endeuillés pour répondre à l'enquête²⁹, démarche qui a toutefois été entachée par l'exclusion d'une de nos membres de l'équipe de recherche de certains groupes (*cf. infra*), qui nous a conduites à orienter notre diffusion vers des pages d'hommages ouvertes. Dans le flot de ces pages, nous avons sélectionné, par le truchement de la page

²⁸ D'après Facebook, « Les Pages permettent aux organisations, entreprises, célébrités et marques véritables de communiquer largement avec les personnes par lesquelles elles sont appréciées. Les Pages ne peuvent être créées et gérées que par des représentants officiels ; (...) les informations et publications sur les Pages sont publiques et généralement visibles par tous les utilisateurs de Facebook. » Ainsi, certaines pages sont nommées « En hommage à... », « En souvenir de... », « RIP » (*Rest in peace*), etc. dans le titre de la page choisi par la personne qui l'a créée. Les groupes permettent aux internautes « de communiquer sur des centres d'intérêt communs » ; dans « dans un groupe fermé ou secret, les publications ne sont visibles que par les membres du groupe » (<https://fr-fr.facebook.com/help/155275634539412>, site web consulté le 15 avril 2016).

²⁹ Le message généralement posté était le suivant:

« Bonjour, je m'excuse pour l'intrusion car je sais que vous avez perdu un être cher et que le sujet est difficile. Je suis universitaire et nous travaillons sur une enquête sociologique où votre aide peut être très précieuse: Avez-vous transmis vos données (identifiants, mots de passe...) numériques ? Quels sont vos usages du numérique liés à la perte d'un être cher ? Comment le numérique change-t-il nos pratiques funéraires ?

Ce questionnaire de 10 minutes conduit par les chercheurs des universités Paris 3 Sorbonne Nouvelle, Paris 13 et l'Université de Technologie de Compiègne aborde ces questions, et vous ferez avancer la recherche en y participant et en le partageant avec vos proches.

Voici le lien de l'enquête: XXXXXX. En vous remerciant pour votre participation et en vous présentant mes sincères condoléances, signature ».

Facebook du site web Paradis Blanc³⁰, les pages marquées d'un « like » qui proposent un espace de diffusion libre. Une fois encore, il n'en faut pas moins relativiser ce mécanisme de diffusion, représentant seulement 0,8 % des visiteurs uniques. Poster un message sur un tel compte, sans s'adresser préalablement à l'administrateur, place le message sur le côté gauche de l'interface, comme un message dit de « visiteur » et non dans le fil de discussions central. Ce message est par ailleurs tronqué dans un objectif de gain de place, nécessitant pour un usager de s'y intéresser attentivement pour découvrir le contenu complet.

Une autre stratégie a consisté à adresser l'enquête statistique à des sites web spécialisés dans le numérique et certainement concernés par les question de postérité des données, démarche susceptible d'élargir l'échantillon des participants. Peu d'acteurs du domaine ont toutefois accepté cette sollicitation. Nous sommes par exemple entrés en contact avec un journaliste du magazine en ligne *Rue 89*, rédacteur d'un article³¹ proche de nos thématiques de recherche, qui a accepté de publier un lien vers notre enquête. Ce lien est actuellement l'un des plus actifs dans nos statistiques (82 visiteurs uniques au 25 mars 2016 soit le 15e lien le plus fréquenté, sur une liste actuelle de 99 liens actifs).

Au final, ce modèle de diffusion proche de celui des « bases chevauchantes » (Sautory, 2015), encore que plus judicieux dans notre cas dans la mesure où il permet de multiplier les bases de sondage et de favoriser ainsi un taux de participation plus élevé, peut compliquer le traitement des données. Avec la multiplication des bases, l'explication des non-réponses peut se complexifier car chaque échantillon peut ne pas répondre pour des raisons différentes (Sautory, 2015). Les difficultés soulevées par ce type de méthode, observe O. Sautory, sont les suivantes : le traitement des non-réponses, puisque les raisons des non-réponses peuvent être différentes selon l'identité du répondant et la « base » à laquelle il appartient (car plus les bases se multiplient, plus le fait de cocher telle case peut avoir de sens différents en fonction de la provenance de la personne) ; l'effet de mode qui correspond à la potentielle hausse des « erreurs », dues par exemple aux modes de collecte (notamment par la diffusion sur smartphone) ; enfin, différencier

³⁰ Le site web Paradis Blanc détient une page Facebook (<https://www.facebook.com/pages/ParadisBlanc.com/153046161405277>). Dernière consultation le 12 avril 2016). Pour diffuser l'enquête, nous avons repris 210 pages (sur 314) d'hommages « likées » par Paradis Blanc, à la date du 5 avril 2016. Le questionnaire a été diffusé auprès de 45 groupes Facebook, comptabilisant seulement 32 visiteurs uniques au 25 mars 2016 (sur 4042 visiteurs uniques), soit 0,8 % des visiteurs uniques.

³¹ Bruno Lus, « 'Repose en paix petit ange' : enquête sur les fantômes de YouTube ». Publié le 13/02/2016 : <http://rue89.nouvelobs.com/2016/02/13/repose-paix-petit-ange-enquete-les-fantomes-youtube-262988>. Dernière consultation le 18 avril 2016.

les provenances des répondants (dans notre cas, grâce à la diversité des liens courts) (Sautory, 2015, p. 10).

Tout compte fait, nous avons rencontré l'écueil suivant au niveau de nos bases : d'un côté une diffusion auprès de quelques réseaux personnels et professionnels des membres de l'équipe de recherche qui a recueilli un taux de participation important et eu pour effet d'engendrer une homogamie de classe ; de l'autre, une dissémination massive du questionnaire auprès de nombreux acteurs du funéraire occasionnant toutefois une relative faible participation, en cours de redressement toutefois du fait d'un mécanisme de diffusion personnalisé et intensif auprès de deuilleurs membres de la plateforme mémorielle Paradis Blanc (*cf. infra*).

2.2. Biais éthiques et défis réflexifs dans le cadre d'un sujet sensible

Communiquer sur une enquête sur la mort nécessite un certain nombre de précautions, et notamment de prendre acte des normes sociales en vigueur en matière de funéraire tout comme des contextes sociaux, politiques... dans lesquels se déroule la passation du questionnaire. La mort reste, à tout le moins dans nos sociétés occidentales, un phénomène traumatique ; elle est, comme le rappelle F. Gamba à la suite d'E. Morin (2002 [1951]), un (fait) qui ne peut être accepté « ni d'un point de vue rationnel ou émotionnel ; un état (...) la mort est un fait qu'on ne peut pas escamoter), une conscience traumatique (elle suscite l'horreur en raison de la disparition de la personne), enfin la possibilité d'un au-delà (un désir de survie qui est aussi affirmation de soi) » (Gamba, 2016, p. 19). C'est du reste cette dernière dimension qui traverse la problématique de la vie numérique des morts. Le devenir des données après la mort reste en effet un sujet qui a fait couler beaucoup d'encre ces dernières années, et particulièrement en France ces derniers mois depuis que la sphère juridique s'est enfin emparée de ces questions, débattues auparavant dans la sphère sociale et anticipées par les grandes industries du web. Le texte français de loi prévoit notamment que tout internaute dispose d'un droit pour déterminer de son vivant les conditions de communication et de conservation de ses données après son décès. Il prévoit également que les héritiers bénéficient d'un accès aux données numériques du défunt dans le cadre de sa succession³².

La mort en ligne est devenue un sujet d'une actualité brûlante sur un plan scientifique – des groupes de recherches sur les *death studies* se sont constitués au niveau international – comme sociétal – les médias se sont emparés du sujet avec frénésie –, contribuant ainsi à mettre davantage la mort sur la scène sociale, à

³² Voir : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/ta/ta0663.asp>. Dernière consultation le 11 avril 2016.

l'inscrire dans la quotidienneté de par la présence numérique des défunts et à réduire la distance entre le monde des vivants et celui des morts.

Il n'en reste pas moins que si la thématique de la mort fait davantage parler d'elle, il importe de prendre acte des effets de contexte. Ainsi, lorsque le décès est récent, nous avons par exemple noté que les endeuillés étaient moins enclins à répondre. Ainsi, cet enquêté qui, contacté par le site web Paradis Blanc, justifie notamment son refus d'une entrevue par la récence du décès de sa mère : « *Madame, Meme si je comprends l'utilité de votre enquete, pour l'heure il m'est très difficile de me liberer pour le moment, ma santé ayant été rudement éprouvée par l'immence chagrin que j'ai connu il y a un an. Ayant trop d'incertitudes quant à mes possibilités je ne peux pas, pour le moment , repondre à votre demande. J'en suis désolé. (...) ALAIN MARCHAL*³³ ». En attestent également les réactions d'internautes qui, interagissant suite à la publication d'articles sur le sujet, montrent la difficulté éprouvée à affronter cette thématique³⁴. Ce rôle des effets de contexte a particulièrement été observé de par l'actualité qui a dicté notre calendrier pour la recherche. Ainsi, suite aux événements tragiques du 13 novembre 2015 à Paris³⁵, a-t-il été jugé utile et nécessaire de marquer une pause dans la diffusion de l'enquête, ce jusqu'à la fin des fêtes de fin d'année. Face à l'effervescence nationale, les intentions de l'étude, susceptible d'être perçue comme un projet tirant potentiellement profit d'une situation dramatique, pouvaient en effet être mal interprétées malgré son caractère scientifique. Les réactions offusquées suscitées par les posts de l'enquête sur des pages d'hommages de la plateforme Facebook, parfois très injurieuses, attestent d'ailleurs de cette confusion. Les commentaires qui suivent, postés début novembre 2015 sur plusieurs groupes fermés³⁶ d'hommages sur Facebook³⁷, auxquels un accès a été demandé³⁸ sont ici significatifs :

³³ Citation extraite d'un échange par courriels le 6 avril 2015. Le nom de ce créateur d'un mémorial dédié à sa feuë mère, sur le site Paradis Blanc a été modifié.

³⁴ <http://rue89.nouvelobs.com/2016/02/13/repose-paix-petit-ange-enquete-les-fantomes-youtube-262988>. Dernière consultation le 20 avril 2016.

³⁵ Dans la soirée du 13 novembre 2015, une série d'attaques meurtrières a frappé la ville de Paris, causant la mort de 130 personnes et (...) plus de 400 blessés.

³⁶ Sur Facebook, il existe trois paramètres de confidentialité pour les groupes : « public », « fermé » et « secret ». Concernant le paramétrage public, cela signifie que tout le monde peut rejoindre le groupe et toutes les publications sont visibles. Pour le second paramétrage, « fermé », il faut demander à rejoindre le groupe ou être invité à le rejoindre. Les publications du groupe ne sont visibles que par ses membres. Enfin, pour un groupe « secret », il faut être invité à l'y rejoindre. Le groupe est invisible pour les internautes qui n'ont pas reçu d'invitation (<https://fr-fr.facebook.com/help/220336891328465>. Dernière consultation le 14 avril 2016). Concernant les pages, il n'y a pas de paramètres de confidentialité : une page est forcément « publique ». Tous les utilisateurs de Facebook peuvent « aimer » une

« je suppose que vous avez tous recut le message en privé de Nathalie³⁹, je ne sais pas ce que vous en pensez mais je prend ca pour du profit ! c est honteux de penser a faire une enquete en profitant de la mort d un jeune homme , un manque de respect il n est meme pas enterré le deuil n est meme pas fait ! je n ai pas hésité a lui repondre ceci : ‘et pensez vous que c est le moment pour que des gens ds le deuil repondent a votre questionnaire ! c est honteux ce manque de respect !!’ »⁴⁰ (post 1)

« ayez au moins le respé d’attendre les funéraires !!!!! »

« Vous êtes écoeurante. Vous ne rendez vous même pas compte. »

« je vs priez de respecter et de ne pas publier ce genre d articles n importe ou !!! on s en fou royalemnt bien a vs ! »

« je confirme ! je vous interdit de publier quoi que ce soit sur l’hommage à ma fille ! à bon entendeur vous respecterez ainsi notre douleur »

« je ne veu plu vous voir sur ce groupe c honteu votre pub ici c un hommage vous vous etre trompé dendroit »

« sale pub de merde édégage »....

Au-delà du caractère offensé de ces messages, ces posts en disent long sur les frontières entre communication privée et publique et celles qui délimitent l’intimité (Tisseron, 2001). La situation vécue est en effet ici caractéristique des ambivalences propres au dispositif Facebook – comme à toutes les plateformes relationnelles – qui bouleverse les clivages entre sphère publique et privée (Cardon, 2008 ; 2009). Elle est symptomatique de la binarité au principe des relations sociales traditionnelles entre format privé et public et, plus généralement, de l’économie de la visibilité selon laquelle la définition de l’espace public n’est plus tant juridique que normative (Cardon, 2010). Alors que nous avons écrit par message privé sur une plateforme, un destinataire a commencé à y répondre sur l’espace collectif, dans le fil de discussions (cf. post 1). Cette publication a engendré une série de publications de la

page (<https://fr-fr.facebook.com/help/155275634539412>, dernière consultation le 14 avril 2016).

³⁷ Ces groupes sont fermés. Il n’est donc pas possible de citer leur URL.

³⁸ A noter que nous n’avons eu le temps que de capturer quelques commentaires, une partie ayant été supprimée par les administrateurs des pages Facebook en question.

³⁹ Le prénom de la personne ayant posté le message pour la diffusion de l’enquête a été modifié.

⁴⁰ Le message est transcrit tel quel.

part des internautes, transformant le caractère privé de la démarche en discussion semi-publique ; la conversation se situant dès lors dans un espace conversationnel en « clair-obscur » (Cardon, 2008), à savoir un espace où l'intimité est visible sur un réseau social de proches. Pour les membres de ces groupes, le post de l'enquêteur est perçu comme une usurpation des desseins au fondement de l'existence de cette « communauté de deuil », constituée sur la base d'un deuil et du souvenir. L'écriture de ces messages, faisant peu cas du caractère scientifique de la recherche pourtant annoncé et l'assimilant à une publicité marchande, laissent par ailleurs entrevoir un faible degré d'alphabétisation numérique, laissant à penser que nous aurions affaire à des profils plutôt socialement défavorisés. Il n'en demeure pas moins que ces commentaires négatifs ont eu une incidence directe sur la diffusion via Facebook, qui a fortement ralenti. Ils ont aussi eu pour conséquence de nous interroger non seulement sur la méthodologie – le fait d'être tiraillé entre des considérations éthiques et la nécessité de satisfaire la quête de résultats – mais aussi sur la position du chercheur et la distance qu'il prend vis-à-vis de son objet ; distance susceptible d'être mise à mal dès lors que les émotions transcendent la figure du chercheur, situation fort probable avec un sujet traumatique comme la mort⁴¹ susceptible de compromettre la pratique scientifique du chercheur. Ce type de terrain est en effet sensible en ce sens qu'il « pose potentiellement pour les personnes impliquées une menace substantielle, menace dont l'émergence rend problématique, pour le chercheur et/ou le participant, la collecte, la détention et/ou la dissémination des données de la recherche » (Renzetti, 2012, p. 12). De l'ordre de l'affect, ces implications qui méritent examen dans la mesure où elles participent de la réflexivité au principe de l'enquête, font parfois l'objet de travaux proches de la recherche-action qui visent à préconiser des solutions pour que le chercheur intègre les relations à son terrain dans son dispositif de recherche (Tuffa, 2012). Car le scientifique est bien un individu pluriel dans ses dispositions (Lahire, 2004), agi par des normes sociales qui s'imposent à lui (Elias, 1991 [1983]) et dont il ne saurait *ipso facto* se départir dès lors qu'il revêt sa casquette de chercheur. Fort éloigné de la figure d'un individu dépourvu de subjectivités, il ne saurait faire preuve d'une neutralité absolue dans son activité de recherche et se débarrasser de toute considération normative ou émotionnelle : « la normativité est bien constitutive de la pratique scientifique et l'objectivité une construction sociale dans la mesure où tout fait (social) est toujours travaillé d'un point de vue humain » (Bourdaloie, 2014, p. 22 ; Granjon, 2014). La démarche de l'enquête même, à tout le moins sur cet objet de recherche, suppose une implication qui ne se limite pas à celle du praticien scientifique mais qui revient à un individu, être humain chargé d'affects faisant usage d'un matériau d'analyse dont il est souvent partie prenante : le chercheur

⁴¹ La violence de certains propos, ou en tout cas perçue comme telle, a clairement eu de l'incidence sur le déroulement de la recherche puisqu'elle a, en partie, contribué à fragiliser l'une collègue qui, entre autres affectée par l'objet de recherche et bouleversée par les événements tragiques du 13 novembre 2015 en France, a prématurément quitté le projet.

observe des pratiques numériques dans lesquelles il est généralement acteur et actif. Mais l'obtention de résultats n'est-elle pas justement conditionnée par l'engagement du chercheur ? Engagement dans sa recherche qui déborderait sur son engagement personnel, lui donnant une « capacité » à saisir le monde social qu'il étudie (Thévenot, 2006).

Ce sont ces raisons qui nous ont d'ailleurs conduites à utiliser notre propre compte personnel Facebook pour contacter les endeuillés, potentiels enquêtés. Il s'agissait de conférer à la recherche une dimension plus humaine et moins neutre. Toutefois, traduite comme une initiative immorale par d'aucuns membres de groupes d'hommages sur Facebook, cette démarche a déclenché des levres de boucliers de la part de certains internautes. On doit bien admettre que cette initiative posait question en termes d'intégrité : en rejoignant des « communautés » (fermées) vouées au deuil, le chercheur pouvait être perçu comme « un pair » (Latzko-Toth et Proulx, 2013), concerné de la même manière que les autres membres du groupe. Cette confusion des genres et postures est au reste bien illustrée par la recherche de Zimmer (2010)⁴² sur l'accès à des profils Facebook par des assistants de recherche / étudiants, usant de cette posture hybride pour capter des données finalement aisément identifiables. Le moyen de lever ce malaise et d'adopter une approche moins pertinente sur un plan des résultats⁴³, mais davantage éthique, a donc été de créer un compte Facebook spécifique dédié à la diffusion du questionnaire⁴⁴.

En dépit de diverses précautions (création d'un « profil professionnel », prise en compte du contexte et de normes sociales en vigueur dans notre société, etc.), la

⁴² Voir: Zimmer M. (2010), « “But the data is already public” : on the ethics of research in Facebook », *Ethics and Information Technology*, vol. 12, n° 4, p. 313-325.

⁴³ Au moment de la diffusion sur ces groupes fermés, le nombre de visiteurs uniques a augmenté. Nous n'avons jamais retrouvé ces pics de visites depuis que le questionnaire est diffusé sur des pages ouvertes d'hommages, plus anonymes.

⁴⁴ Ce compte Facebook dédié à la diffusion a été intitulé « Immortalités numériques ». Différent du compte *Éternités numériques*, consacré à la communication officielle sur le projet et la veille sur le sujet, le compte Immortalités Numériques (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100010827763118>) a spécifiquement été créé pour éviter tout risque de fermeture de compte par Facebook, comme l'a pu être temporairement le compte personnel d'une collègue. Facebook a en effet « mis en place des règlements visant à réduire les risques de comportements pouvant être considérés comme importuns ou abusifs ». Si le compte est bloqué, on peut se connecter au site mais ne plus utiliser les fonctionnalités proposées ; la durée du blocage du compte pouvant varier selon la situation. (<https://www.facebook.com/help/174623239336651/> et <https://www.facebook.com/communitystandards>, dernières consultations le 18 avril 2016).

passation de l'enquête, s'agissant notamment de Facebook et Paradis Blanc, a fait l'objet de nombreux troubles. Ainsi sur Paradis Blanc, malgré l'énergie dépensée et le temps investi pour contacter individuellement les créateurs de mémoriaux, ce travail apparaissait d'autant plus laborieux qu'il nous incombait de considérer, pour chaque mémorial, la date du décès ou d'anniversaire du défunt. Aussi a-t-il semblé judicieux de tenir compte de ce calendrier funéraire pour la phase de l'enquête : attendre un délai en cas de décès récent ou de « date anniversaire » du jour de naissance ou de mort du défunt, moment d'hommages souvent « privilégié » pour les deuilés comme en témoigne le foisonnement de publications observé à ces occasions. En cas de mortalités pré ou néonatales, il a semblé également raisonnable d'attendre quelques semaines, voire quelques mois pour contacter le créateur – le plus souvent créatrice –, du mémorial.

Enfin, les mémoriaux de Paradis Blanc ont une structure codifiée et, lors de la création du mémorial, l'utilisateur est invité à renseigner les dates et lieux de naissance et de décès, le lien qui l'unit au défunt et à ajouter une ou plusieurs photographies... Les fonctionnalités du site web permettent également de connaître la date de création du mémorial, le nombre d'« hommages » et de « bougies » déposés ou encore le nombre de visiteurs... Aussi, lorsque nous contactons individuellement les internautes ayant créé un mémorial sur le site (analyse de 2272 mémoriaux sur 4484 mémoriaux sur Paradis Blanc au 4 avril 2016, dont 164 émanent de l'équipe Paradis Blanc), nous jouissons de ces données (plus ou moins complétées selon les profils), et discernons généralement le sexe du créateur de mémorial et du défunt d'après leurs noms et photographies⁴⁵ (si la plateforme demande de renseigner le sexe lors de la création du mémorial, cette donnée n'est pas visible pour les profils publiés). Pour certains profils, nous avons également accès au lieu de naissance ou de décès du défunt ou des informations sur les causes du décès ou dans la rubrique en tête « En sa mémoire ». D'après ce matériau d'analyse lexical, nous avons entrepris de remplir, au cours de la diffusion sur Paradis Blanc, un tableur Excel recensant ces données significatives. Cependant, une fois de plus, cette agrégation de données pose des questionnements déontologiques, d'autant plus qu'elle s'opère en toute discrétion vis-à-vis des usagers dudit site web. L'observation des pratiques à leur insu est certes confortable pour le chercheur puisqu'elle offre une situation délestée d'un certain nombre d'artifices : les observés écriraient-ils de la sorte s'ils se savaient faire l'objet d'une recherche scientifique ? Autrement dit, cette situation ne satisferait-elle pas finalement le rêve du chercheur souhaitant observer sans être vu et ainsi échapper au « paradoxe de l'observateur » que décrit Labov (1973) : « To obtain the data most important for linguistic theory, we have to observe how people speak when they are not being observed » (Labov W., 1973, p. 113). Au contraire, cette pratique d'observation à l'insu des individus ne représenterait-elle pas un « malaise dans la sociologie ? » (Jounin, 2008) ? On

⁴⁵ Ces informations sont à prendre en compte, le sexe biologique du défunt et du créateur pouvant potentiellement différer.

doit bien reconnaître que l'observation à couvert renvoie « à une éthique professionnelle posant que toute enquête doit reposer sur le 'consentement informé' des enquêtés » (Jounin, 2008, p. 260). Comment se délimitent toutefois les frontières de l'éthique de la recherche ? Les données enregistrées par Paradis Blanc sont publiques – principe annoncé sur la charte dudit site web –, et la plateforme offre la possibilité technique, via un formulaire, de contacter l'endeuillé.

En réalité, les règles de l'éthique pour le chercheur ne se trouvent-elles pas déplacées en raison du brouillage qu'engendre l'accès aux données sur le web, qui contient des plateformes tout à la fois publiques et privées et transforme les cadres spatio-temporels ? Comme le remarquent Latzko-Toth et Proulx (2013, p. 32-33), l'intérêt pour l'éthique dans la recherche en sciences humaines et sociales, en plein essor, doit notamment aux « effets de décloisonnement ou de brouillage de ce qui constituait autrefois des lignes de démarcation claires entre les catégories qui fondaient le jugement éthique des chercheurs. Par exemple entre vie privée et sphère publique, une distinction mise à mal par les nouvelles formes d'interaction médiatisée par ordinateur et leur mise en visibilité par le web » (Latzko-Toth et Proulx, 2013, p. 33⁴⁶).

Au regard de ces considérations, la question du consentement se poserait dès lors que l'individu est libre d'accorder ou non une entrevue au chercheur. En atteste l'exemple de Nadine⁴⁷ (comptable, 66 ans, résidant sur île de la Réunion). Trois semaines après le décès de son père en octobre 2013 à l'âge de 85 ans, Nadine a créé sur Paradis Blanc un mémorial Premium⁴⁸, option offrant plus de fonctionnalités. Lors de l'entretien, elle précise que ce mémorial en ligne est « privé », en ce sens qu'elle n'a informé aucun de ses proches de son existence⁴⁹ : « *En fait, oui, ça va peut-être paraître bizarre mais en fait ce que je ressens, je l'écris, je veux pas que les autres voient. [...] C'est parce que bon pour moi c'est personnel* » (entretien avec Nadine, le 8 avril 2015). En réalité, alors que l'option Premium à laquelle elle a

⁴⁶ Voir : Latzko-Toth G. et Pastinelli M. (2013). « Par-delà la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques », *tic&société*, vol.7, n° 2, p. 149-175. En ligne. <<http://ticetsociete.revues.org/1591>>.

⁴⁷ Pour des raisons de confidentialité, tous les prénoms des enquêtés ont été modifiés.

⁴⁸ Un compte Premium permet de créer jusqu'à cinq mémoriaux, de poster des photographies et vidéos de façon illimitée et d'animer des bougies. Payant, l'abonnement coûte 5,90 euros / mois ou 39 euros / an (<http://www.paradisblanc.com/aide#r17>). Dernière consultation le 5 avril 2016.

⁴⁹ Pour des raisons éthiques, Nadine n'ayant pas communiqué sur l'existence de cette page, nous ne mentionnons pas ici son URL. Pour autant, il n'en faut pas moins préciser que cette page est en fait publique.

souscrite lui permet de rendre son compte totalement privé⁵⁰, il n'en est rien. Son compte est complètement accessible depuis tout moteur de recherche.

En tout état de cause, cette ambivalence des écrits sur le web, qu'illustre notamment l'exemple qui précède, montre à quel point la limite, de plus en plus ténue entre sphère privée et publique à l'aune des dispositifs socio-numériques, conduit le chercheur à redoubler de vigilance dans le cadre d'une ethnographie en ligne.

3. Analyser les résultats : biais méthodologiques et nécessité de recourir à une démarche qualitative

À l'heure de la rédaction de ce papier, l'enquête par questionnaire suit son cours ; comportant une base exportée de la plateforme en ligne de 670 répondants au 4 avril 2016. Quoiqu'acceptable pour un traitement statistique, notre base est en réalité peu signifiante (homogamie sociale, hégémonie féminine, etc.) sur un plan de la représentativité. C'est pourquoi la méthodologie est non seulement à interroger au niveau de la fabrication du questionnaire, de sa diffusion mais aussi de l'exploitation des résultats.

3.1. Du traitement statistique

Bien qu'il ne soit pas ici possible d'identifier la provenance des répondants – à savoir le moyen par lequel ils ont répondu au questionnaire –, impossible du reste sur un plan éthique; la méthode de segmentation de ciblage, utilisant le logiciel R pour extraire les données en les exportant sous tableur Excel⁵¹, nous a néanmoins permis d'identifier un certain nombre de clics de visiteurs globaux et de visiteurs uniques⁵² selon chaque vecteur de diffusion (101 au total : sites web de deuil, listes

⁵⁰ Lorsqu'un mémorial est réellement privé, il est uniquement accessible aux personnes qui ont été invitées par Facebook, Gmail, Hotmail et E-mail depuis son espace personnel sur Paradis Blanc. Le mémorial n'est plus accessible depuis les moteurs de recherches ni depuis l'annuaire des mémoriaux disponibles sur Paradis Blanc (<http://www.paradisblanc.com/aide#r11>). Dernière consultation le 8 avril 2016.

⁵¹ Nous remercions à cet égard Lucien Castex qui, ingénieur de recherche dans le projet, a régulièrement procédé à l'extraction de ces données.

⁵² Pour obtenir des indications sur le taux de réponses par lieu de diffusion, nous avons généré une multitude de liens courts, qui permettent de connaître le nombre de personnes ayant cliqué sur un lien particulier de l'enquête. Ces statistiques sont néanmoins à relativiser car elles permettent simplement d'obtenir un aperçu du succès ou de l'échec de la diffusion au sein d'un vecteur de diffusion.

Alors que la visite (clic) indique le nombre d'activations du lien concerné, la notion de visiteur unique (unique user) permet d'estimer le nombre réel de visites sur un

de diffusion, courriels, affichettes, etc.). Cette méthode, qui nous permet seulement d'indiquer le fait d'avoir cliqué sur le lien du questionnaire – en témoigne la déperdition entre le nombre de visiteurs uniques (4210 au 15 avril 2016) et le taux effectif de répondants (678 répondants au 14 avril 2016) –, ne nous en donne pas moins un aperçu probabiliste du taux de clics par vecteur de diffusion. Nous avons 63 sites/acteurs qui ont accepté de diffuser l'enquête. Sur ces 63 sites/acteurs, 29 sont des acteurs/sites web spécialisés dans le funéraire, et 14 sont des acteurs/sites universitaires. Au total, sur 4024 visiteurs uniques au 25 mars 2016, 688 (17,1 % des visiteurs uniques) émanent de 29 acteurs du funéraire ayant distribué le questionnaire et que le taux de participation proviendrait davantage des plateformes mémorielles Paradis Blanc (5,12 % du total des visiteurs uniques) et Toujours là (2,91 % des visiteurs uniques). Ensuite, sur les 14 liens générés pour des sites web ou listes électroniques universitaires, on compte une part de 2007 visiteurs uniques, soit 148 visiteurs uniques en moyenne, soit 51,6 % du total des visiteurs uniques, sachant que le lien comprenant le plus de visiteurs uniques émane du réseau personnel et professionnel de la responsable de l'étude statistique (735 visiteurs uniques, soit 18,27 % du total), suivi de près des sites web universitaires (avec l'UTC par exemple puis : 373 visiteurs uniques soit 9,27 % du total).

En définitive, on enregistre trois fois plus de visiteurs uniques sur les liens des universitaires. De ce constat, il est peu étonnant que la gent féminine domine notre échantillon (73,16 % de femmes déclarées *versus* 26,84 % d'hommes) ainsi que les catégories sociales fortement diplômées.

Cet échantillon n'est donc aucunement représentatif de la population française et loin de répondre à l'« idéal statistique » (de Singly, 2014, p. 37). Pour ce, il aurait convenu d'avoir une population de référence, donc de posséder une liste exhaustive de la base de sondage, condition généralement réalisée uniquement par les grands instituts statistiques. Et d'après la connaissance de cette population de référence, il aurait été nécessaire de se doter d'un échantillon comparable, par quotas, jugé représentatif (ibid.). Nous n'en avons certes pas les moyens mais de surcroît, la diffusion via le web supposait de ne pas limiter les participants par zone géographique mais d'intégrer tous les francophones répondant au questionnaire. Ainsi avons-nous recueilli 10,62 % de réponses provenant de pays étrangers, francophones ou non (Canada, Belgique, Suisse, Portugal, Allemagne, États-Unis, Arabie Saoudite, Égypte, etc.).

site web. Cet indicateur limite la question du nombre d'activations par le contrôle de l'adresse IP (*Internet Protocol*) sur une période donnée et d'un autre élément comme l'agent utilisateur (le navigateur par exemple) ou un *cookie*. En conséquence, sur la dite période, le visiteur compte pour 1 peu importe le nombre de fois où il visite le lien.

En réalité, encore qu'altérée, cette base pose questions mais n'en fait pas moins sens pour plusieurs raisons. Si nous n'avons pas clairement identifié de travaux indiquant que les femmes auraient une propension supérieure à répondre aux enquêtes, il appert que dans certains domaines, la participation des hommes est moindre et que leur taux de non-réponse est traditionnellement supérieur (Régner-Loilier, 2007, p. 29). Par ailleurs, notre expérience de chercheuse nous a conduite à interroger, dans toutes nos enquêtes, plus de femmes que d'hommes. Il faudrait sans doute y voir d'abord l'effet du sexe de l'enquêteur. En l'occurrence, les membres de l'équipe de recherche ayant ici fabriqué et distribué le questionnaire sont toutes des femmes⁵³. On peut aussi se demander si cet échantillon très féminin ne serait pas le fruit du sexe des objets de l'enquête (Monjaret et Pugeault, 2014). Enquêterions-nous sur des objets plutôt « féminins » ? Ainsi, si les travaux statistiques sur les usages des technologies montrent, en France, qu'hommes et femmes ont désormais un accès quasiment équivalent aux technologies numériques (p. ex. 85 % des hommes ont une connexion à domicile *versus* 80 % des femmes (Arcep, 2015, p. 44)⁵⁴), en matière de technologies numériques, les femmes seraient plus actives que les hommes dans la participation aux réseaux socionumériques (Credoc, 2013, p. 127). Elles sont notamment plus nombreuses à être inscrites sur Facebook (51,8 % selon Médiamétrie / NetRatings en décembre 2013).

Dans le domaine du deuil, des travaux montrent que les femmes ont longtemps pris en charge ce domaine de par l'assignation d'un rôle de mère. Comme l'observait l'ethnologue Y. Verdier lors de ses travaux sur le rôle de la « femme-qui-aide » dans un village français en Côte-d'Or, « une double tâche est assignée à celle qui est appelée la femme-qui-aide : 'faire les bébés', 'faire les morts' » (Verdier, 1976, p. 103). Plusieurs générations de femmes ont en effet été investies dans le port du deuil : « la prise en charge de la mort et du corps des défunts a longtemps été l'affaire des femmes. Actives aux deux extrémités de la vie, naissance et mort, ce sont elles qui 'font' les morts, qui portent le deuil, qui perpétuent le culte des tombeaux par les visites au cimetière où elles prient, nettoient et fleurissent les tombes » (Hardy, 2007, p. 141). Le deuil s'exprime par ailleurs différemment selon

⁵³ À l'exception de l'ingénieur de recherche, lequel s'est toutefois penché sur la conception spécifiquement technique de l'enquête.

⁵⁴ Il n'en faut pas moins prendre acte du fait que les individus exclus de la technologie sont davantage des femmes, âgées, peu diplômées et disposant de revenus faibles (Arcep, 2015). Pour exemple, « Les personnes qui n'ont pas de connexion internet à leur domicile sont, comme en 2014, plus souvent des femmes, plutôt âgées (44 % ont 70 ans et plus) (...). Il s'agit en majorité de personnes seules (59 %), d'individus à faible niveau de diplôme : 42 % ont un niveau Bepc et 41 % sont non diplômés. 53 % sont retraités, avec un faible niveau de revenus (32 % appartiennent à la catégorie des personnes disposant de bas revenus et 31 % à celles de la classe moyenne inférieure). Et enfin 31 % vivent dans une commune rurale (moins de 2000 habitants) » (Arcep, 2015, p. 42).

le sexe de l'endeuillé (Bauthéac, 2008) et les femmes ont tendance à exprimer davantage leurs émotions que les hommes (Braconnier, 1998) ; les anglo-saxons parlant d'une façon plutôt « instrumentale » de gérer le deuil pour les hommes, orientée vers l'action et la pensée ; *versus* un style davantage intuitif pour les femmes, plus disposées à exprimer leurs émotions (Bauthéac, 2008, p. 17).

Pour ces diverses raisons, les supports de diffusion de l'enquête rencontreraient une audience davantage féminine. Rappelons à cet égard que les taux de visites uniques les plus élevés résultent d'une passation de l'enquête auprès des réseaux personnels et professionnels de deux membres féminins de l'équipe de recherche ; laissant éventuellement à supposer une réception possiblement plus féminine. Viennent ensuite les sites universitaires⁵⁵, les forums (<http://forum.psychologies.com>⁵⁶...) puis les acteurs du funéraire (toujoursla.com : 117, comitam-obseques.com : 94, paradisblanc.com : 206...) ; en un mot, des sites web davantage fréquentés par les femmes⁵⁷. La diffusion vers le site web Paradis Blanc est à cet égard significative : d'une part, les femmes sont proportionnellement encore plus nombreuses sur notre enquête en cours que sur les précédentes⁵⁸ (les femmes déclarées représentent 82,4 % des répondants sur la troisième version de l'enquête dont la diffusion a particulièrement été axée sur les membres inscrits à Paradis Blanc⁵⁹, contre 68,37 % sur les deux premières versions) ; d'autre part, 83,8 % des créateurs de mémoriaux sur Paradis Blanc sont des femmes (données issues de l'analyse de 2 272 mémoriaux Paradis Blanc sur un total de 4320 mémoriaux (auxquels s'ajoutent 164 créés par l'équipe de Paradis Blanc, soit 4484 mémoriaux au total), à la date du 4 avril 2016.

Si la variable sexe se révèle une variable déterminante dans la base de nos répondants, tant du point de vue de la construction et de l'orientation du dispositif, que de la diffusion et des résultats, il n'en faut pas moins prendre acte des corrélations entre variables et d'autres données sociodémographiques. Ainsi, quoique les femmes visitent ici plus de sites web liés au deuil ou en souvenir d'un défunt que les hommes (32,4 % des femmes *versus* 20,8 % des hommes), il faut aussi noter que les employés visitent davantage ces sites web que les cadres (44,2 % des employés *versus* 23,5 % des cadres). Or notre base contient plus d'employées que d'employés masculins (18,1 % des femmes *versus* 9,7 % des hommes) et, inversement, moins de femmes cadres que d'hommes cadres (31,9 % des femmes

⁵⁵ Université de Technologie de Compiègne : 373 visiteurs uniques ; Site web du projet Eneid (<http://eneid.univ-paris3.fr>) : 148 visiteurs uniques.

⁵⁶ Forum du magazine mensuel *Psychologies*.

⁵⁷ Si on ne connaît pas précisément les statistiques de fréquentation de sites web comme Toujours là ou Comitam Obsèques, il ressort d'après des entretiens avec leurs concepteurs que leur audience est davantage féminine.

⁵⁸ L'enquête a connu trois versions qui ont subi de légères améliorations suite aux commentaires libres d'internautes.

⁵⁹ Résultat au 6 avril 2016.

versus 43,8 % des cadres). Force est donc de s'interroger sur la corrélation entre variables d'une part, et la puissance effective de chacune des variables de l'autre. Or, le modèle de régression nous permet ici de relativiser le poids de la variable sexe au profit de la variable PCS, alors aussi structurante.

En raison du processus de diffusion (focalisation sur le site web Paradis Blanc, pages d'hommages Facebook, etc.), la dernière version de l'enquête a d'ailleurs permis un redressement sur d'autres variables sociodémographiques. Au fur et à mesure des réponses, il a ainsi été enregistré un net ralentissement des profils bac +5 / bac +6 et plus, au profit des bacs +3 et moins. De même, le taux élevé de cadres (34,51 % des 678 répondants au 14 avril 2016, toutes versions de l'enquête) et d'étudiants (18,58 % des 678 répondants au 14 avril 2016, toutes versions de l'enquête), a décliné par rapport aux premières versions de l'enquête, et ce au profit des employés (15,63 %) et des personnes en recherche d'emploi ou sans activité professionnelle (11,5 % des 678 répondants au 14 avril 2016). Enfin, le taux élevé de répondants agnostiques et athées confondus (55,60 % des 678 répondants au 14 avril 2016, toutes versions confondues) a tendu à diminuer également, au profit des chrétiens catholiques et protestants. Les biais ici identifiés doivent en partie au processus de passation mais pas seulement. Ces biais se trouvent en effet à l'intérieur de la structure du questionnaire et dans le processus d'interprétation par les répondants, comme en atteste le traitement des données. Par exemple, lorsque l'on interroge les internautes sur leur fréquentation de sites web commémoratifs, la proposition « Jamais » peut signifier « je connais une page mais je ne m'y rends jamais » ou « je ne connais aucune page de proche décédé »... Pour les individus qui visitent et/ou alimentent effectivement des pages d'hommages sur le web, la réponse est moins ambiguë mais n'en pose pas moins question de savoir si le répondant a éprouvé le décès d'un ou de plusieurs proches. Selon, se livre-t-il à la même pratique pour tous les proches disparus ? À quel défunt fait-il explicitement référence quand il enregistre ses pratiques mortuaires en ligne ? L'absence d'identification du défunt aux causes de son décès, aux caractéristiques de ses obsèques et aux rites associés... ampute l'analyse de sérieuses informations. Le traitement de ces données peut parfois révéler au chercheur des réponses parfois dissonantes pour l'enquêteur, mais certainement porteuses de sens pour l'enquêté. On sait à cet égard à quel point la formulation des questions peut engendrer des répertoires d'interprétation hétérogènes, d'où l'absolue nécessité d'adopter un style aussi neutre que possible et d'adopter la technique la plus objectivante qu'il soit (de Singly, 2014, p. 32). Le sens des questions est aussi une affaire de « marché linguistique » (Bourdieu, 1982) en ce sens que les conditions sociales d'acquisition, de production et d'utilisation de la langue diffèrent selon les locuteurs (*ibid.*).

Dans cette perspective, on comprend mieux certaines divergences entre les questions posées et les réponses déposées. Ainsi, 35 % des 80 répondants déclarant ne pas avoir connu de décès – au 14 avril 2016, toutes versions confondues –, ont ensuite répondu, contre toute logique, que le fait de regarder des photographies a

accompagné leur travail de deuil (les réponses allant de « beaucoup » à « pas vraiment »).

Cette distorsion doit-elle au fait que la précision des questions aide le répondant à faire resurgir des souvenirs ? En cochant cette réponse, l'individu déclarerait-il une situation qui le concernerait indirectement à travers un proche ou concernerait un défunt auquel il n'avait préalablement pas pensé ? Le mot « deuil » a aussi pu recouvrir d'autres significations englobant l'idée de rupture géographique, temporelle ou sentimentale, etc. ?

De la même manière, des commentaires libres de répondants relèvent une possible confusion dans la compréhension des questions sur les pratiques funéraires et le traitement des données : « *Plusieurs questions ambiguës (notamment, les questions finissant par 'vous ont marqué') ; si l'on a connu plusieurs décès, les questions incitent à ce qu'on les mélange. Le mélange entre les pratiques funéraires et les pratiques funéraires en ligne crée la confusion : il me semble qu'il vaudrait mieux identifier les pratiques en ligne et poser des questions contextuelles sur elles une fois que le répondant a identifié qu'il en a* (version 2 de la base. Homme, 47 ans, bac + 6, universitaire, Haute-Garonne). La réflexivité dont témoigne ce répondant fait écho à l'insolvable difficulté rencontrée dont nous avons fait part s'agissant de la fabrication du questionnaire. Elle illustre également les complexités de la statistique en fait du sujet de recherche qui nous concerne et de l'absolue nécessité de procéder là à une démarche qualitative.

3.2. La démarche quantitative : limites et imposition d'une incursion dans le qualitatif

La lecture de ce texte pourrait laisser à penser que notre questionnaire, empreint d'imperfections dans sa fabrication et son traitement, comporte de nombreuses limites. Conduirait-il, comment le reprochent généralement les adeptes du qualitatif, à aplatir les données, faire « perdre une partie des observations, (...) fractionne[r], isole[r], selon des critères, des aspects de situations, de personnes, de groupes, qui doivent être vus comme des totalités, perçues et décrites globalement » (Desrosières, 2008, p. 144) ? Nous inviterait-il à abonder dans le sens des tenants d'une dichotomie entre ces deux méthodes de recherche ? On sait au contraire depuis longtemps les intérêts qu'il y a à dépasser la bipartition entre quantitatif et qualitatif dans la démarche en sciences sociales et le non sens à les opposer (Bryman, 1984 ; Passeron, 1995 ; Abbott, 2001, 2004 ; Desrosières, 2008 ; Lemercier et Ollivier, 2011). Ces deux méthodes ne s'opposent pas comme des sources qui seraient inégales scientifiquement ; elles constituent simplement des « mises en forme » de

connaissance qui ne relèvent pas des mêmes « économies » de grandeur (Thévenot, 2006) et épistémologies.

En tout état de cause, les limites méthodologiques du quantitatif et les questions introspectives – par trop fureteuses pour certains enquêtés – que suppose une enquête sur la mort et le numérique ne pouvaient nous dispenser de nous adonner à un volet qualitatif pour contextualiser les données, comprendre les sens conférés aux usages et se saisir de la profondeur de ces derniers. Autrement dit, il s’agissait de « faire cas » pour rendre compte d’« une situation, en reconstruire les circonstances – les contextes – et les réinsérer ainsi dans une histoire, celle qui est appelée à rendre raison de l’agencement particulier qui d’une singularité fait un cas » (Passeron et Revel, 2005, p.37-22). Étude de cas et statistique, c’est-à-dire deux façons hétérogènes *de construire la totalité* (Desrosières, 2008, p. 144), se sont donc armées l’une et l’autre pour construire un « *raisonnement sociologique* » (Passeron, 1995) afin d’interpréter le monde social et de dépasser les obstacles méthodologiques ou limites inhérents aux deux types d’enquête, qualitatif et quantitatif.

Ces deux méthodes ont été accompagnées de données « quali-quantitatives » (Lucas, 2013) qui, produites avec l’appui du logiciel IRaMuTeQ⁶⁰, nous ont autorisées à produire une analyse textuelle presque hybride, associant le quantitatif et le qualitatif. Sur l’ensemble des personnes contactées par le truchement du site web Paradis Blanc pour transmettre le questionnaire dans la perspective de la conduite, dans un second temps, d’une entrevue, nous avons élaboré un échantillon de profils desquels ont été extraits des publications en vue de les analyser. Pour ce, nous avons retenu les profils « Premium » contenant de nombreux hommages au regard des profils traditionnels (126 en moyenne pour les comptes Premium vs 8 en moyenne pour les comptes non Premium). En isolant des mots-clés au sein de ces publications, nous avons pu comprendre comment et à quelle fréquence les endeuillés s’expriment sur ce type de sites ainsi que la provenance de ces posts. Il en ressort que ces espaces de doléances rassemblent des communautés de deuilés – en ce sens que les publications n’émanent pas que de proches mais aussi de « membres » du site web partageant un chagrin souvent similaire – et font agir les morts en cherchant à entretenir leur existence et identité. Ces intentions se traduisent notamment par l’abondance de publications qui mêlent différents registres de discours, alliant tout à la fois des énoncés relevant de la causerie ordinaire – avec des occurrences telles que « bonjour », « maman », « bonne nuit à toi ..), du poème,

⁶⁰IRaMuTeQ est un logiciel libre et ouvert d’analyse textuelle et de tableaux de données lexicales. Il s’appuie sur le logiciel de statistiques R et sur le langage Python. Nous remercions Sara Houmair pour son extraction de données pour ce travail.

proverbe, de l'hommage ou de dialogue intime... Ainsi, parmi la diversité de ses posts, la mère d'un enfant⁶¹ de sexe masculin décédé à l'âge de 22 mois, s'adresse à son fils au présent pour lui témoigner de son amour tout en s'excusant à la fois de ne pas être auprès de lui, comme si l'enfant était physiquement présent : « *BONsoir mon ange maman est beaucoup prise en ce moment mais j'ai toujours une grande pensée à toi mon fils mon étoile les jours passent les semaines deffile les mois et rien n'y fait il y'a toujours ce vide dans mon coeur toi qui manque profondement a ma vie jtm maman* »⁶² (mère du défunt, 9 juillet 2015).

Autre cas que celui d'un mémorial⁶³ créé par la fille d'une défunte décédée à l'âge de 61 ans. Si ce profil associe également différents registres de discours, relevant le plus souvent de l'intime, ce sont ici les descendants qui écrivent principalement, filles et petites filles, selon des temporalités (dates d'anniversaire, fêtes de fin d'année...) et une adresse spécifiques symptomatiques d'une détresse chez l'endeuillé : « *maman, sans toi je suis perdu, on faisait tout ensembles, les courses, préparation des fêtes de fin d'année. et des magasin* » (fille de la défunte, novembre 2012).

Seule cette méthode d'extractions de données nous offre la possibilité d'accéder à ces hommages en ligne qui relèvent le plus souvent de la sphère intime et de la conversation privée : « *Ça va pas Papa ce soir je suis détruite, je viens de me reprendre la tête avec maman, elle comprend pas que j'ai 16 ans que je suis jeune que je veux profiter. Et en plus de sa je viens d'apprendre que Hugo douter de mes sentiments, alors que je l'aime plus que tout papa tu le sais, putain papa je suis en larme j'suis pas bien j'suis même pas foutu de le rendre heureux papa aide moi fais moi signe, j'en ai marre papa je craque, reviens moi pour me consoler me dire que tu m'aimes et que tu es la prés de moi... Aide moi.....* » (Mémorial de Mathieu Gosselin⁶⁴, par Justine Gosselin, le 12 septembre 2015).

Encore que cette méthode hybride de données « quali-quantitatives » (Lucas, 2013) ne saurait remplacer une entrevue approfondie, elle livre bien des données inaccessibles par le biais du questionnaire et de l'entrevue. Cependant, cette activité chronophage dans la mesure où l'extraction et le classement des données s'effectuent manuellement, suppose également de prendre de nombreuses précautions méthodologiques et d'avoir à l'esprit que la production de ces données est, aussi, sous l'autorité des plateformes socionumériques qui contribuent à leur

⁶¹ www.paradisblanc.com/santiago-fernandez

⁶² <http://www.paradisblanc.com/santiago-fernandez/hommages/page-7>. Dernière consultation le 20/04/16. Les citations sont extraites telles quelles.

⁶³ www.paradisblanc.com/angeline-talleux. Dernière consultation le 20 avril 16.

⁶⁴ <http://www.paradisblanc.com/mathieu-gosselin/hommages>. Dernière consultation le 20 avril 16.

formatage et contextualisation. Aussi ne font-elles sens que dès lors qu'elles s'enracinent dans une étude monographique qui permet de comprendre la singularité des cas et leurs ramifications (Burawoy, 2003), tout comme de déconstruire les fonctionnalités et catégories ayant participé de la construction de ces données en ligne.

Conclusion

L'étude d'un sujet sur la mort pose des difficultés relevées ici dans toutes les phases de la recherche, qu'il s'agisse de l'enquête quantitative ou qualitative. Les obstacles qui ont émaillé leur avancement ne tarissent pas. Ainsi, tandis que la deuxième campagne d'entrevues qualitatives doit prendre le relais du questionnaire statistique à la suite de répondants ayant accepté une rencontre, cette démarche semble nous mettre de nouveau à l'épreuve. En effet, alors que sur 678 répondants pour les trois bases, 215 personnes avaient mentionné leur courriel dans la perspective d'une entrevue et que 67 d'entre eux ont été contactés, seuls 15 usagers ont répondu et 6 entretiens ont finalement été réalisés à ce jour. Si cette déperdition est probablement causée par le caractère émotif de la thématique de recherche et possiblement par le décalage temporel entre la participation au questionnaire et la démarche entreprise pour rencontrer les répondants, elle n'en constitue pas moins un nouveau défi à relever néanmoins relativisé par plusieurs commentaires d'internautes : « *Je suis disposée à partager mon histoire (...). Cela m'aide beaucoup de parler de cette expérience. Je vous félicite pour le choix de ce sujet de recherche et vous souhaite plein succès* » (femme, infirmière en hôpital, 36 ans, Burkina Faso, 31 mars 2016) ; « *Ce questionnaire est intéressant car outre le fait qu'il permet de récolter des données il permet à celui qui y répond de s'interroger. Ainsi si je me suis beaucoup consacrée à tenter de faire le deuil de ma mère, je n'ai pas réalisé que je pouvais aussi d'ors et déjà commencer à organiser mon propre départ pour mes enfants, d'autant plus que je les élève seule et que si je meurs ils n'auront pas de solution évidente...* » (femme, 47 ans, enseignant chercheur et physicienne, Lyon) ; « *Ce sondage est très bien...un peu reconfortant..* » (femme, âge non renseigné, Bac +2, coiffeur, Jura) ; « *merci de ce questionnaire ; il constitue en soit un baume à nos cœurs blessés par ces deuils que nous n'arrivons pas à dépasser* » (femme, 55 ans, médecin gynéco, vit en Algérie).

En plus des bénéfices que la situation d'entretien peut apporter aux enquêtés – une dimension du reste parfois passée sous silence dans la littérature méthodologique –, la deuxième campagne d'entrevues qualitatives aura aussi pour effet de surmonter un certain nombre de limites incombant ici au questionnaire, à l'exemple du fait de ne pouvoir associer les pratiques funéraires et rites mémoriels à un défunt *sui generis*. Elle pourra aussi transcender le périmètre d'une analyse qui se bornerait à des correspondances entre pratiques et caractéristiques sociodémographiques

traditionnelles (âge, sexe, profession et catégorie socioprofessionnelle, etc.) au profit d'autres facteurs qui ne répondraient pas à ces catégories préétablies mais n'en seraient pas moins pertinents. Il s'agit dès lors de prendre acte des circonstances des décès, des univers sociaux des deuilés, des hiérarchies et discordances qui leur sont intrinsèques ou encore des relations entretenues avec le(s) défunt(s) au regard de leur appartenance sociale... soit autant de facteurs nous invitant à « faire cas » (Passeron et Revel, 2005) et reconstituer ainsi la façon dont s'agencent, pour chacun, le maniement du devenir des traces numériques de soi et de ses proches et les pratiques funèbres ou non associées.

Références

- Abbott, A. D. (2001). *Time matters: on theory and method*. Chicago: University of Chicago Press.
- Abbott, A. D. (2004). *Methods of discovery: heuristics for the social sciences*. New York: W.W. Norton & Co.
- ARCEP. (2015). *Baromètre du numérique, rapport pour Le Conseil Général de l'Économie (CGE), L'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP)*. Retrieved April 13, 2016, from http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf.
- Aura Mundi/Argus de la Presse (2015). *Le livre blanc des réseaux sociaux*. Retrieved April 13, 2016, from <http://www.marketing-professionnel.fr/livre-blanc/Livre-blanc-reseaux-sociaux-Aura-Mundi-Argus-de-la-presse.pdf>
- Beauthéac, N. (2008). *Hommes et femmes face au deuil: regards croisés sur le chagrin*. Paris: Albin Michel.

- Bigot, R., Croutte, P., & Daudey, E. (2013). *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française (2013)* (Vol. 297). CRÉDOC. Retrieved April 13, 2016, from <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R297.pdf>
- Bourdeloie, H. (2014). Postures et méthodes de recherche en questions. In H. Bourdeloie & D. Douyère (2014), *Les méthodes de recherche sur l'information et la communication. Regards croisés*. (p. 17–43). Paris: Mare & Martin.
- Bourdeloie, H. (2015). Usages des dispositifs socionumériques et communication avec les morts. *Questions de communication*, (28), 101–125. <http://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10069>
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard.
- Braconnier, A. (1996). *Le Sexe des émotions*. Paris: Editions Odile Jacob.
- Brubaker, J. R., & Hayes, G. R. (2011). “We Will Never Forget You [Online]”: An Empirical Investigation of Post-mortem Myspace Comments. In *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work* (p. 123–132). New York, NY, USA: ACM. <http://doi.org/10.1145/1958824.1958843>
- Bryman, A. (1984). The Debate about Quantitative and Qualitative Research: A Question of Method or Epistemology? *The British Journal of Sociology*, 35(1), 75. <http://doi.org/10.2307/590553>
- Burawoy, M. (2003). L'étude de cas élargie. Une approche réflexive, historique et comparée de l'enquête de terrain. In D. Céfaï (2003), *L'enquête de terrain* (p. 425–464). Paris: La Découverte.

- Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux*, 6(152), 93–137.
- Cardon D. (2009). L'exhibition de l'échange. À propos des formes de communication de l'Internet relationnel. *Les Cahiers du musée des Confluences*, 61(3), 61–68.
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Paris: Seuil.
- Cervulle, M., & Quemener, N. (2014). Genre, race et médias : divergences et convergences méthodologiques dans les sciences de l'information et de la communication. In H. Bourdeloie & D. Douyère (2014), *Méthodes de recherche sur l'information et la communication* (p. 79-98). Paris: Mare & Martin.
- Clavandier, G. (2009). *Sociologie de la mort : vivre et mourir dans la société contemporaine*. Paris: Armand Colin.
- CNIL. (2010). *Guide. La sécurité des données personnelles, Les guides de la CNIL*. Retrieved April 13, 2016, from https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/Guide_securite-VD.pdf.
- Creux, G. (2007). Comparaison et influence de deux méthodes de recueil de données différentes sur les résultats globaux d'une enquête quantitative. *Bulletin de méthodologie sociologique*, (96), 50–70.
- Desrosières, A. (2008). Chapitre 8. L'opposition entre deux formes d'enquête : monographie et statistique. In *Pour une sociologie historique de la quantification. L'Argument statistique I* (p. 143–151). Paris: Presses des Mines.
- Desrosières, A., & Thévenot, L. (2002). *Les catégories socioprofessionnelles* (5. éd.). Paris: La Découverte.

- Elias, N. (1991). *La société des individus*. Paris: Fayard.
- Gamba, F. (2016). *Mémoire et immortalité aux temps du numérique: l'enjeu de nouveaux rituels de commémoration*. Paris: L'Harmattan.
- Granjon, F. (2014). Engagement, critique et sciences de l'information et de la communication. Interview with H. Bourdelloie. In H. Bourdelloie & D. Douyère (2014), *Méthodes de recherche sur l'information et la communication* (p. 47–77). Paris: Mare & Martin.
- Hardy, L. (2007). De la toiletteuse au thanatopracteur. Prendre soin des corps après la mort. *Cahiers du Genre*, 1(42), 141–158.
- IFOP/AXA (2012). Les Français et les risques numériques. Etude réalisée pour Axa Prévention. Retrieved April 13, 2016, from http://www.ifop.com/media/poll/2029-1-study_file.pdf
- Jounin, N. (2008). *Chantier interdit au public. Enquête parmi les travailleurs du bâtiment*. Paris: La Découverte.
- Kalton, G., & Anderson, D.W. (1986). Sampling rare populations. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A*, 149, 65–82.
- Labov, W. (1972). Some Principles of Linguistic Methodology. *Language in Society*, 1(1), 97–120.
- Lahire, B. (2004). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.
- Latzko-Toth, G., & Proulx, S. (2013). Enjeux éthiques de la recherche sur le Web. In C. Barats (2013) *Manuel d'analyse du Web* (p. 32–48). Paris: Armand Colin.

- Le Gall, D. (2001). Pré-constructions sociales et constructions scientifiques de la sexualité. Les questionnaires des enquêtes quantitatives. *Sociétés contemporaines*, 1(41-42), 65–82.
- Lemercier, C., & Ollivier, C. (2011). Décrire et compter. Du bricolage à l'innovation : questions de méthode. *Terrains & travaux*, 2(19), 5–16.
- Lucas, J.-F. (2013). Le projet Magic Ring: expérimentation d'une méthode de recueil de données quali-quantitatives dans Second Life. *tic&société*, 7(2). Retrieved April 13, 2016, from <https://ticetsociete.revues.org/1561>.
- Martin, O. (2014). *L'enquête et ses méthodes. L'analyse quantitative des données (3e éd.)*. Paris: Armand Colin.
- Merzeau, L. (2009). Présence numérique : les médiations de l'identité. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1, 79–91.
- Monjaret, A., & Pugeault, C. (2014). *Le sexe de l'enquête. Approches sociologiques et anthropologiques*. Lyon: ENS Editions.
- Morin, E. (2002). *L'homme et la mort*. Paris: Le Seuil.
- Passeron, J.-C. (1995). L'espace mental de l'enquête (I). *Enquête. Archives de la revue Enquête*, (1), 13–42. <http://doi.org/10.4000/enquete.259>
- Passeron, J. C., & Revel, J. (eds.). (2005). *Penser par cas*. Paris: École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- Pène, S. (2011). Facebook mort ou vif. *Questions de communication*, (19), 91–112. <http://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2617>

- Régnier-Loilier, A. (2007). Conditions de passation et biais occasionnés par la présence d'un tiers sur les réponses obtenues à l'enquête Erfi. *Économie et statistique*, 407(1), 27–49.
- Renzetti, C. M. (2012). Les défis pratiques et éthiques dans la recherche sur les sujets sensibles. In E. Hennequin (2012), *La recherche à l'épreuve des terrains sensibles: approches en sciences sociales* (p. 11-28). Paris: L'Harmattan.
- Rothgeb, J., Willis, G., & Forsyth, B. (2007). Questionnaire pretesting methods: Do different techniques and different organizations produce similar results? *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 96(1), 5–31.
- Sautory, O. (2015). Les enjeux méthodologiques liés à l'usage de bases de sondage imparfaites. In *Recueil du Symposium 2013 de Statistique Canada*. Retrieved April 13, 2016, from http://jms.insee.fr/files/documents/2015/S00_1_ACTE_V1_SAUTORY_JMS2015.PDF
- Singly, F. de. (2014). *Le questionnaire. L'enquête et ses méthodes (3e éd.)*. Paris: Armand Colin.
- Thévenot, L. (2006). *L'action au pluriel: sociologie des régimes d'engagement*. Paris: La Découverte.
- Thomas, L.-V. (1976). *Anthropologie de la mort*. Paris: Payot.
- Thompson, S.K. (2011). Adaptive network and spatial sampling. *Survey Methodology*, 37, 183-196.
- Tisseron, S. (2001). *L'intimité surexposée*. Paris: Ramsay.

- Tuffa, E. (2012). Le chercheur entre “distance” et “sensibilité”. La posture clinique au service du chercheur sur les terrains sensibles. In E. Hennequin (2012), *La recherche à l'épreuve des terrains sensibles: approches en sciences sociales* (p. 207–234). Paris: L'Harmattan.
- Verdier, Y. (1976). La Femme-qui-aide et la laveuse. *L'Homme*, 16(2), 103–128.
<http://doi.org/10.3406/hom.1976.367649>
- Walter, T. (2013). Contemporary community grieving, Talk to Cruse-Bereavement. Care Annual Conference, Bath: Centre for Death & Society, University of Bath.
- Zimmer M. (2010), “But the data is already public”: on the ethics of research in Facebook, *Ethics and Information Technology*, 12(4), 313–325.