

UNIVERSITE DE FRANCHE-COMTE
ECOLE DOCTORALE « LANGAGES, ESPACES, TEMPS, SOCIETES »

Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en
SOCIOLOGIE

**LA TRANSMISSION DES SAVOIRS DU SKATEBOARD A L'EPREUVE
DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA
COMMUNICATION**

(Volume 1)

Présentée et soutenue publiquement par

Sébastien CRETIN

Le 25 Octobre 2007

Sous la co-direction de Mme la Professeur Dominique JACQUES-JOUVENOT
Et M Gilles VIEILLE-MARCHISET Maître de Conférence Universitaire- Habilité à diriger
des recherches

Membres du jury :

Christophe GIBOUT, Maître de conférences à l'université du Littoral-Côte d'Opale

Dominique JACQUES-JOUVENOT, Professeur à l'université de Franche-Comté

Pascal LARDELLIER, Professeur à l'université de Bourgogne

Gilles VIEILLE-MARCHISET, Maître de Conférences à l'université de Franche-Comté -
Habilité à diriger des recherches

Remerciements

Je tiens sincèrement à remercier l'ensemble des personnes qui ont été à mes côtés durant la réalisation de cette thèse.

D'une part, à Dominique Jacques-Jouvenot et à Gilles Vieille-Marchiset qui ont accepté d'assumer la direction de mes recherches depuis mon DEA, et qui m'ont guidé par leurs regards avisés de sociologues. Je leur suis très reconnaissant de m'avoir fait part de leurs connaissances et d'avoir su orienter mes lectures et mes recherches. Leurs conseils, ainsi que leurs critiques, m'ont accompagné jusqu'à l'achèvement de ma thèse.

D'autre part, à Eric Amiotte et à Claude Filisetti qui ont cru en moi et qui m'ont donné la chance et les moyens, de réaliser cette thèse tout en travaillant dans leur entreprise.

Le ministère de la recherche et l'Association Nationale de la Recherche Technique, qui m'ont soutenu financièrement pendant ces trois années par l'intermédiaire d'une Convention Industrielle de Formation par la Recherche en Entreprise (CIFRE).

Aux skateurs interviewés, et particulièrement à Johan, Ludovic, et Guillaume qui m'ont consacré du temps et m'ont fait partager leurs passions sur cet univers fabuleux qu'est le skateboard.

Aux membres du laboratoire LASA et de l'association ACE-SHS, et notamment aux doctorants (Isabelle, Emmanuelle, Sébastien), qui s'attèlent à achever leur thèse, et qui m'ont apporté à de multiples occasions des références et des réflexions sur ma thématique.

Je termine par un grand remerciement à mon amour qui a su me reconforter, m'encourager pendant la rédaction de ma thèse, et m'aider par ses multiples lectures.

Table des matières

I. INTRODUCTION	7
II. PROBLEMATIQUE ET HYPOTHESES	16
III. METHODOLOGIE ET CADRE DES ENQUETES	33
A. LES ENTRETIENS	36
B. ETUDE ETHNOGRAPHIQUE DES LIEUX DE PRATIQUE.....	47
C. ANALYSE DES SUPPORTS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION.....	50
D. CONCLUSION : QUEL REGARD EPISTEMOLOGIQUE PORTER SUR NOTRE ETUDE	57
IV. HISTORIQUE ET PRESENTATION DU SKATEBOARD	58
A. LE SKATE : UNE DISCIPLINE APPARTENANT A LA GLISSE URBAINE	59
1. <i>Une discipline californienne importée en France</i>	62
2. <i>Les différentes disciplines</i>	69
3. <i>Le skateboard à Besançon</i>	75
4. <i>Synthèse</i>	78
B. LES ETUDES RECENSANT LES SKATEBOARDEURS.....	80
1. <i>Approche quantitative des pratiquants</i>	82
2. <i>Approche qualitative des pratiquants</i>	86
C. LE MARCHÉ DES FABRICANTS DE VETEMENTS ET D'EQUIPEMENTS	91
1. <i>Les entreprises américaines à l'origine du marché</i>	93
2. <i>La France, un marché en pleine structuration</i>	94
3. <i>La fabrication des planches, roues et trucks</i>	95
4. <i>Le mix marketing appliqué au marché du Skateboard</i>	96
a) <i>Le produit</i>	96
b) <i>La distribution</i>	98
c) <i>Le prix</i>	101
d) <i>La promotion</i>	102
5. <i>Synthèse</i>	105
D. LES SKATEBOARDEURS : DES PROFILS ATYPIQUES	107
1. <i>Les savoirs être et les normes sociales des skateboardeurs</i>	111
2. <i>Le langage</i>	113
3. <i>La musique</i>	115
4. <i>L'occupation et la réappropriation de lieux urbains</i>	117
5. <i>L'apparence</i>	121
6. <i>La prise de risque</i>	124
7. <i>Synthèse</i>	131
E. LES SAVOIRS TECHNIQUES NECESSAIRES A LA PRATIQUE :	132
1. <i>Les figures</i>	133
a) <i>Le nom des figures</i>	133
b) <i>Les catégories de figures</i>	133
c) <i>Le vocabulaire</i>	134
2. <i>Le matériel utilisé pour skater</i>	136
a) <i>La planche</i>	136
b) <i>Les axes ou « trucks »</i>	136
c) <i>Les roulements</i>	137
d) <i>Les roues</i>	137
e) <i>Le coût d'un skateboard</i>	137
F. <i>SYNTHESE</i>	140
V. MONOGRAPHIE DES SKATEBOARDEURS INTERROGES	142
A. PRESENTATION DE LEUR PROFIL	143
1. <i>Comment sont-ils devenus skateurs ?</i>	144
2. <i>L'âge des skateurs</i>	146
3. <i>L'intensité de la pratique</i>	148
4. <i>l'itinéraire sportif et associatif des skateurs</i>	149
5. <i>Un sport essentiellement masculin</i>	150
6. <i>Une discipline majoritairement pratiquée par des urbains</i>	153

7.	<i>Les modèles de skateurs</i>	155
B.	LE CONTEXTE FAMILIAL	156
1.	<i>Une origine sociale marquée</i>	157
2.	<i>Le capital sportif et associatif des parents</i>	158
3.	<i>Une pratique acceptée par les parents</i>	159
VI.	L'ORGANISATION ET LA CIRCULATION DES SAVOIRS	161
A.	LA CIRCULATION DES SAVOIRS GRACE AUX INTERACTIONS LOCALES.....	163
1.	<i>Les lieux de pratique</i>	164
a)	L'organisation spatiale de la pratique à Besançon	164
b)	La circulation des savoirs sur les spots	167
c)	L'exemple du Macba à Barcelone.....	171
d)	Synthèse sur les lieux de pratique	190
2.	<i>Le binôme</i>	193
a)	Deux skateurs de niveau similaire pratiquent ensemble.....	193
b)	L'expert prenant sous son aile un novice.....	194
c)	Des différences de références entre les générations	196
3.	<i>Le groupe de pairs</i>	198
a)	La composition des groupes.....	198
b)	Les savoirs circulants dans le groupe.....	199
4.	<i>Le choix des « héritiers »</i>	205
5.	<i>Les contests</i>	207
6.	<i>Les magasins</i>	212
7.	<i>Les associations</i>	215
8.	<i>La famille</i>	220
9.	<i>Synthèse</i>	223
B.	LA MEDIATION DES SAVOIRS PAR DES SUPPORTS DE COMMUNICATION PLANETAIRES ?	225
1.	<i>Les formes d'apprentissages issus des NTIC</i>	226
2.	<i>La place des TIC dans la société française</i>	230
3.	<i>La presse</i>	239
a)	Présentation des magazines lus par les skateurs.....	239
b)	Un outil d'apprentissage technique	241
c)	Un support véhiculant la culture urbaine	246
d)	La Production d'information face aux enjeux économiques.	251
4.	<i>Les publicités dans les magazines de skate</i>	254
5.	<i>Les vidéos</i>	261
a)	L'organisation des vidéos	262
b)	L'usage des vidéos par les skateurs.....	262
c)	Les vidéos comme élément déclencheur de la pratique.....	263
d)	Un outil didactique.....	264
e)	Le skateur « pro », élément central de la vidéo.....	271
f)	La difficile différenciation de la fiction et de la réalité	274
g)	Le risque en filigrane	279
h)	Se filmer pour perfectionner ses techniques.....	282
i)	Filmer pour promouvoir l'activité et diffuser mondialement sa culture locale	283
j)	Constats basés sur un entretien assisté par une vidéo.....	284
T6.	<i>Le téléchargement, la copie et l'échange des vidéos</i>	287
7.	<i>Les significations du téléchargement</i>	294
a)	La notion de don et de contre-don applicable au « peer to peer »	294
b)	Le piratage, une façon de contester et de défier l'ordre établi.....	295
c)	La dématérialisation des œuvres culturelles.....	297
8.	<i>Les sites Internet</i>	299
a)	Les différents types de sites	299
b)	L'hypertexte à la base de l'utilisation d'Internet.....	310
c)	L'usage des sites Internet.....	312
d)	Internet pour se rendre visible aux autres.....	314
9.	<i>Synthèse</i>	326
C.	L'EXPERIENCE : UNE ETAPE INEVITABLE A LA CONSTRUCTION DES SAVOIRS.....	329
1.	<i>Une expérience personnelle et privée</i>	331
2.	<i>Une expérience collective</i>	334
VII.	CONCLUSION	340
VIII.	BIBLIOGRAPHIE	348

A.	OUVRAGES	349
B.	ENQUETES	358
C.	ARTICLES SCIENTIFIQUES	360
D.	ARTICLES DE MAGAZINES	369
E.	ARTICLES ELECTRONIQUES.....	370
IX.	INDEX	372
X.	GLOSSAIRE.....	375
XI.	ANNEXES	378
A.	LES ENTRETIENS	379
B.	EXTRAIT DE L'ANALYSE TRANSVERSALE DES ENTRETIENS	441
C.	LES SITES INTERNET A VOCATION COMMERCIALE	466
D.	LES SYSTEMES DE TELECHARGEMENT « PEER TO PEER »	468
E.	LES VIDEOS DE SKATE	470
F.	LE CONTENU DES MAGAZINES	478
G.	LES PUBLICITES DANS LES MAGAZINES DE SKATE.....	482

I. Introduction

Notre objet d'étude, le skateboard, va être abordé durant cette thèse de nouveau régime sous l'angle de la transmission des savoirs techniques et culturels. Cette discipline qui « s'inscrit dans un mouvement plus large de transformations techniques, technologiques, culturelles et sociales qui touche le sport depuis un quart de siècle »¹ est l'une des manifestations de la glisse au sein des aires urbaines. Le skateboard a construit ses bases et son succès sur une nouvelle manière d'aborder le sport. Celui-ci privilégie d'autres rapports au corps, à l'autre, à l'espace, bien différents de ceux qui ont été historiquement prônés par le sport compétitif. La grande majorité des pratiquants réalise comme le désigne Pierre Parlebas un *quasi-jeu sportif*: « Ni activité quelconque, ni situation minutieusement réglée, le quasi-jeu sportif représente l'immense frange des pratiques ludomotrices dans lesquelles le pratiquant s'éprouve dans ses canons personnels, dans lesquelles les groupes partagent une expérience motrice, souple et tolérante »².

Les adeptes du skateboard dépassent ainsi cette pratique physique et sportive pour considérer l'activité comme un style de vie « où sont réintroduites des notions de jeu, de plaisir, de liberté ludique, de création esthétique et qui s'intègre dans une dimension culturelle autorisant les relations, la socialité, la convivialité, la fête, bref un lieu de vie »³.

Ainsi, l'activité en marge du modèle sportif institutionnalisé (fédération, ligue, club), nous présente des skateurs dont la logique de fonctionnement et d'acquisition des savoirs apparaît atypique. Nous allons ainsi chercher à comprendre durant ce doctorat comment aujourd'hui au sein de notre société dans laquelle se mêle « un monde plat de la circulation instantanée et un monde épais de l'assimilation lente »⁴, les skateurs deviennent techniquement experts, et obtiennent les valeurs et références afférentes au skate.

Si notre analyse va avoir comme tâche principale d'appréhender comment cohabitent les savoirs locaux et planétaires au sein de la communauté skate, il semble opportun d'effectuer en premier lieu durant cette introduction, une présentation succincte de notre objet, en présentant notamment les différentes phases qui se sont succédées, et les individus qui ont créé les fondements de cette discipline. Pour aborder notre objet, nous avons pris le choix de dépasser la simple expérience vécue par une génération d'individus, pour s'attacher au passage de cette culture sur plusieurs générations. Il est à noter néanmoins, qu'en

¹ Loret A., Waser A.M., *Glisse urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001.

² Parlebas P., *Eléments de sociologie du sport*, Paris : PUF, 1986.

³ Moscovici S., « *Réflexions sur les représentations sportives* », *Anthropologie du sport. Perspectives critiques*, Actes du colloque international francophone Paris-Sorbonne, 19-20 avril 1991, ANDHA, MATRICE, QUEL CORPS ?, (1991), p. 131-136.

⁴ Soriano Paul, « *La vaporisation de la valeur* », *In Medium* 7, Février 2006.

comparaison de nombreuses études sur la transmission⁵, le concept de génération dans le skateboard est singulier dans la mesure où une « carrière » de skateur ne semble que très rarement excéder quinze années.

Le skate est une des nombreuses pratiques nées du phénomène « glisse ». C'est ainsi dans un souci de remonter aux prémices que nous commençons par expliquer la naissance de ce mouvement.

En explorant les origines culturelles de la glisse, nous pouvons remarquer que ces activités sont localisées géographiquement, et disposent d'idéaux politiques. « L'esprit de la glisse » fut élaboré durant les années 1950 sur les plages californiennes par les adeptes du surf, qui étaient des sportifs, mais *surtout des marginaux et des rebelles sociaux* »⁶. Ces précurseurs se manifestaient par des conduites alternatives, mettant en avant un profond rejet de la société de consommation américaine⁷ (qui était durant cette période, l'un des principes de la culture américaine). Se voulant en marge d'une société qui ne leur correspondait pas (le « *surf way of life* » supplantant l' « *american way of life* »), ils se sont exclus pour recréer une entité qui répondait à leurs besoins et à leurs conceptions de la société : « *Alors que depuis une bonne centaine d'années, le sport a été considéré comme un moyen efficace d'intégration sociale, pour la première fois une activité physique va apparaître comme une pratique de rupture et comme un symbole de l'exclusion volontaire de la société. Ce faisant, les surfers vont établir un nouveau code de conduite « sportif » qui rejettera règles et organisations traditionnelles pour construire une sorte de « socle doctrinal » initiateur de la glisse d'aujourd'hui.* »⁸. Contestant radicalement les valeurs sportives alors dominantes, le mouvement « fun » inventa des sports avant tout ludiques.

La naissance de ce mouvement sportif en Californie, n'est historiquement pas un hasard, elle s'inscrit dans les mentalités contestataires de cet état : « *il faut considérer, en effet que la Californie a longtemps été un état particulier, un monde en marge de la société américaine, marquée par une orientation politique nettement de gauche et remarquable par une absence presque totale de traditions puritaines* »⁹.

Les comportements de ces individus sont intéressants à analyser et doivent être soulignés, car ils inaugurent un véritable schisme dans le système de valeurs élaboré par le

⁵ Jacques-Jouvenot D., *Choix du successeur et transmission patrimoniale*, Paris : L'Harmattan, 1997, p. 47-48.
Delbos G. & Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984.

⁶ Stecyk C., Carson D., *Surf Culture: The Art History of Surfing*, Gingko Press, 2002.

⁷ Kampion D., *Stoked! A History of Surf Culture*, Gibbs Smith Publisher, 2002.

⁸ Loret A., *Génération Glisse*, Paris : Editions Autrement, 1995.

⁹ Loret A., « *les fédérations sportives au risque de la culture californienne* », in *Actes et colloque, Géopolitique du sport*, Besançon : mars 1990.

mouvement sportif tout au long du vingtième siècle. Le sport moderne et sa définition élaborée par les sept critères d'Allen Guttmann¹⁰, sont ainsi remis en cause par « *ces sports s'inscrivant dans le courant contre-culturel que l'on a pu nommer la sensibilité alternative* »¹¹. Selon Guttmann, les sports modernes ont cette caractéristique : « *ils ont un caractère séculier, égalitaire, spécialisé, rationnel, bureaucratiquement organisé, quantifié, et à la poursuite de records* ». Ces sports adhèrent donc à un ensemble de valeurs, héritées principalement de l'idéal coubertinien. Dès ses prémices, la culture glisse s'écarte de ce modèle en proposant une activité (le surf) basée sur le refus des compétitions, et donc des records, de l'affiliation (à un club, à une fédération), et ne disposant pas d'un caractère rationnel (ces activités sont pratiquées avant tout pour le plaisir). Dans cet esprit nouveau qui se traduit notamment par le refus des règles et de l'arbitre (*no ref, no rules*) : « *l'arbitre n'existe pas. Il est symboliquement et ostensiblement évacué au profit d'une autolimitation des participants, afin de souligner le caractère doux prédominant. Les sensations demeurent de cette façon l'enjeu central* »¹². Ce refus de subir les contraintes et les règles du système sportif institutionnalisé¹³, relie indirectement notre analyse à la sociologie de la déviance. Nous pouvons notamment repérer les similarités de ce modèle avec les musiciens de jazz étudié par Howard S. Becker¹⁴, ces individus se classent selon des critères et une hiérarchie informelle qu'ils ont eux-mêmes établie. Leurs activités sont formellement légales, mais leurs références culturelles et leur mode de vie sont suffisamment atypiques et non conventionnels pour qu'ils soient qualifiés et étiquetés comme « marginaux » par les membres plus conformistes de la communauté.

Les surfeurs californiens jetèrent à cette époque, les bases d'une culture qui ne cessera de s'alimenter de nouvelles disciplines et d'objets techniques, permettant l'arrivée de nouveaux adeptes. En reprenant Hugues, nous pouvons émettre l'hypothèse qu'à l'époque, ses adeptes avaient créé une culture : « *Une culture se constitue chaque fois qu'un groupe de personnes mène une existence en partie commune, avec un minimum d'isolement par rapport aux autres, une même position dans la société et peut-être un ou deux ennemis en commun.* »¹⁵. Dans la mesure où cette culture existe à l'intérieur de la culture de la société globale, mais en se distinguant d'elle, nous pouvons l'appeler micro-culture.

¹⁰ Guttmann A., *From Ritual to Record: the Nature of Modern Sport*, New York: 1978.

¹¹ Pedrazzini Y., *Rollers & skaters : sociologie du hors piste urbain*, Paris : L'Harmattan, 2001, p.12.

¹² Maurice, *Le surfer et le militant*, Paris : 1982.

¹³ Young N., *Surf Rage: Turning Negatives into Positives*, Australia: Nymboida Press, 2000.

¹⁴ Howard S. Becker, *Outsiders : Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A-M Métailié, 1985.

¹⁵ Hugues, *Students's culture and perspectives : lectures on medical and general education*, University of Kansas Law School, 1961. p.28-29.

Cinq périodes vont ensuite se succéder, et ce grâce aux nombreuses évolutions et changements techniques, culturels, politiques, spatiaux dont vont profiter ces nouvelles disciplines.

La première se situe dans les années 1960, avec comme objet symbolique la planche de surf : c'est le temps de l'esprit cool, « *beatnik* », de la plage et de la contestation sociale. Ce style de vie s'applique d'abord aux Etats-Unis, puis en France. Il est à noter que le surf apparaît en France dès 1955, grâce à Peter Viertel qui, lors d'un séjour à Biarritz, remarqua l'amplitude des vagues et se fit envoyer une planche de Californie.

La seconde, se situant dans les années 1970, est caractérisée par l'apparition de la planche à voile, objet type de l'innovation technologique artisanale mais vite relayée par les premiers fabricants industriels.

Les années 1980 symbolisent la troisième période grâce au skate (le retour)¹⁶, au roller¹⁷, mais aussi au snowboard ; c'est l'époque des « guérillas urbaines », en ville bien sûr, mais aussi à la montagne. « *Au début des années 1980, de jeunes adultes chaussés de quads se retrouvent sur la dalle Montparnasse à Paris, lieu particulièrement adapté pour rouler car les dalles très lisses favorisent la glisse. Cette première génération de patineurs invente ou plutôt réinvente des jeux où jeunes et moins jeunes se côtoient. (..) A l'image des cracheurs de feu de la place Georges Pompidou ou du pont Saint-Louis, les sauteurs et slalomeurs sollicitent la générosité des passants. Les figures et les sauts qu'ils réalisent deviennent les éléments de base des épreuves de street, discipline phare des contests, compétitions de skateboard et de roller qui voient le jour au début des années 1990, d'abord aux Etats-Unis, puis en Europe* »¹⁸.

Les années 1990 sont marquées par l'omniprésence du risque, avec notamment la mise en valeur des sports extrêmes, et une culture musicale « *trash* » accompagnant ces activités. Les X-Games¹⁹ (compétition privée réunissant différents sports extrêmes) présentent aux yeux du grand public grâce à des retransmissions télévisées²⁰, les envolées de ces sportifs d'un nouveau genre.

¹⁶ Le skateboard apparaît sur la côte californienne au milieu des années 60 (nous le verrons dans notre 3^{ème} partie) & . . cf. : Pedrazzini Y., *Rollers & skaters : sociologie du hors piste urbain*, Paris : L'harmattan, 2001. Il apparaît en France en 1965, à Biarritz, Joachim Moraiz organise la 1^{ère} compétition de skate en France. Douze ans plus tard, ont lieu à Bayonne les 1^{ers} championnats de France

¹⁷ « C'est à la fin des années 1970 que les rollers envahissent pour la première fois les avenues bitumées du Golden Gate Park de San Francisco » : Loret A. & Waser A-M., *Glisse urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001, p.16.

¹⁸ Loret A. & Waser A.M., *Glisse urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001, p.85.

¹⁹ Murdico S.J., *Skateboarding in the X-Games*, The Rosen Publishing Group, 2003.

²⁰ Youngblut S., *Way Inside ESPN's X Games*, ESPN – Hyperion, 1998.

Depuis 5 ans, une nouvelle étape est franchie par les nouveaux sports de glisse grâce au roller in-line et au skateboard : « *il s'agit de la phase de cultururation sportive contemporaine que nous aimerions nommer : l'urbanisation des nouveaux sports* »²¹. Les néo-sportifs sont en majorité des urbains et leurs pratiques sont, dès lors des pratiques urbaines. Cette constatation introduit une nouvelle dimension au skateboard qui devient un sport pratiqué par des citoyens. Il est à noter que les premiers pratiquants de cette activité sont loin du modèle du skateur que nous connaissons aujourd'hui. Même si la naissance du skate est sujette à caution, il semble que l'origine de cette activité relève des surfeurs californiens des années 1960 qui innovèrent en intégrant des roulettes à leur planche de surf. L'évolution fut ensuite très rapide, notamment grâce à des passionnés « casse-cou ». Ils inventèrent à l'époque des figures dangereuses qui s'intégrèrent dans un modèle que l'on appelle aujourd'hui la « old school ». De nos jours, les figures ont beaucoup évolué, et les skateurs de la nouvelle génération revendiquent leur appartenance à la « new school » qui privilégie une pratique plus technique.

A travers ce récapitulatif socio-historique des différentes étapes de construction de ce mouvement, nous pouvons constater que des nouveaux sports sont apparus à chaque décennie, mais il faut surtout retenir que des valeurs se sont transmises aux nouvelles disciplines, conservant alors l'esprit rebelle originel de la « glisse », qui est encore à ce jour le « *principe supérieur commun* »²² à l'ensemble de ces activités. Cette remarque, doit être un point de départ à notre étude, dans la mesure où des valeurs se sont transmises dans le temps, et ont circulé entre les continents, et ce malgré l'absence de contact direct entre eux.

Les sports de glisse²³, développés durant ces cinquante dernières années doivent être conservés à l'esprit car, aujourd'hui encore, cette logique interne de la « glisse » perdure²⁴. En effet, les concepts de marginalisation, de rupture, de rébellion, même s'ils ont considérablement perdu de leur pertinence dans certaines activités de glisse ayant connu un engouement récent, et une ouverture à un public pluriel (le roller par exemple), restent des concepts récurrents de cette entité : « *l'extrême n'est plus réservé à des athlètes confirmés ou à des spécialistes mais s'ouvre à des pratiquants de loisirs sportifs ordinaires qui décident un jour de vivre une expérience extraordinaire. L'extrême s'est donc massifié et sa banalisation*

²¹ Pedrazzini Y, *Rollers & skaters : sociologie du hors piste urbain*, Paris : L'harmattan, 2001.

²² Boltanski L., Thevenot L., *De la justification, les économies de la grandeur*, Paris : Edition Gallimard, 1991.

²³ Surf, planche à voile, snowboard, BMX, skate, roller.

²⁴ Notamment le refus de l'entraîneur, du club, des horaires fixes d'entraînements, du champion.

ne signifie pas son agonie mais au contraire la fascination que cette valeur exerce dans un monde privé d'aventure collective »²⁵.

Autrefois réservé à des marginaux, la pratique des sports de glisse est aujourd'hui intégrée dans le paysage sportif. Elle s'apparente cependant plus à une juxtaposition, qu'à une intégration dans le modèle sportif. Ces pratiquants refusent toujours le cadre institutionnel et réglementé du sport traditionnel, au profit d'activités dites « sauvages ». Ils n'attendent pas de récompenses médaillées, mais seulement un sentiment de bien-être grâce à l'accomplissement d'un but qui leur est propre, ou la reconnaissance du groupe de pairs. Selon Alain Loret, les adeptes de ces pratiques sont « à la recherche de l'extrême, du hors limites, du destroy, du hors piste, du site radical, de la tribu, de la glisse, et du fun ». Ces spécificités expliquent en grande partie l'éloignement, pour un grand nombre, du secteur associatif vers des pratiques non-institutionnalisées. Elles correspondent à l'ère du temps, en s'inscrivant dans des activités prônant une liberté, une autonomie : le sport doit avant tout, pour un nombre croissant d'individus, être un plaisir²⁶. Les sports de glisse ont construit leur succès grâce à une nouvelle offre sportive. Celle-ci valorise d'autres rapports au corps, d'autres rapports à l'autre, d'autres rapports à l'environnement, qui divergent de ceux qui ont été historiquement prônés par le sport olympique.

C'est ainsi sur ces bases culturelles et sportives, que le skate a conçu ses normes et ses valeurs. Néanmoins, depuis quelques années, la place grandissante des *contests*²⁷, remet en cause cette marginalité sportive, en réintroduisant les classements, les champions (sponsorisés). Cette influence de plus en plus grande de la part du secteur commercial, transforme techniquement, technologiquement, culturellement et socialement ce mouvement qui semble être réapproprié par des adeptes voulant imposer leur vision de ce que doivent être les sports de glisse, et notamment ce qui nous intéresse : le skateboard.

Par ailleurs, cette présence de la sphère marchande apparaît également à travers le développement spectaculaire des technologies de l'information et de la communication qui modifient le maillage social, et diffusent par l'intermédiaire de nombreux supports (vidéos, Internet, magazines), de nombreuses références culturelles. Les tentacules mercantiles semblent arriver jusqu'à nos agglomérations par l'intermédiaire des distributeurs locaux

²⁵ Bessy O., « Sociologie des pratiquants de l'extrême : le cas de figure des participants au Grand Raid de La Réunion », Toulouse : Acaps, 2003.

²⁶ 75% des jeunes interrogés en 1998 par une étude CFES (Comité Français pour l'Education et la santé.), déclarent s'adonner à une pratique sportive pour le plaisir.

²⁷ Compétitions, le plus souvent parrainées par des entreprises multi-nationales.

dénommés d'une façon « branchée » des « skateshops », et de ce réseau mondial, autant adulé que craint, qui se caractérise par un éclectisme des valeurs et des cultures²⁸, qu'est Internet.

Ces éléments qui n'existaient pas au fondement de la glisse nous renvoient aujourd'hui au concept de surmodernité, que Marc Augé relie étroitement à la notion d'excès : « *surabondance événementielle qui rend le temps de plus en plus difficile à penser, surabondance spatiale liée à la multiplication des moyens de transport... il en résulte une prolifération de non-lieux par opposition à la notion sociologique de lieu, associée par Mauss et toute une tradition ethnologique à celle de culture localisée dans le temps et l'espace* »²⁹. Nous pouvons compléter que ces deux « surabondances » révèlent un excès d'information qui « *nous permet de voir sur les écrans la planète* »³⁰. Ces aspects contemporains posent ainsi la question de la place des interactions au niveau local face au développement de l'économie mondiale et des NTIC³¹ : « *La surmodernité mondialisante engendre continûment des univers jusqu'alors inconnus, des territoires de l'inédit. Les contemporains, les surmodernes habitent de moins en moins des pays, des espaces physiques, et de plus en plus des univers issus des savoirs nouveaux, de la créativité, des entreprises transformatrices et génératrices de milieux et de cadres artificiels où l'existence humaine ne cesse de se techniciser* »³².

Notre thèse a ainsi comme objectif de décrire, comprendre et analyser comment au sein de ce contexte surmoderne, marqué par des spécificités socio-économiques et culturelles fortes, se transmettent les techniques et les valeurs du skate. Il sera question de connaître comment s'organise la transmission des savoirs « traditionnels » hérités des anciens pratiquants et des pratiquants experts, face aux réseaux électroniques porteurs de savoirs contemporains qui ont un intérêt et un impact encore mal connus.

Notons que durant notre étude sur le skateboard, le concept de « savoir » comprendra l'ensemble des aspects techniques (noms et méthodes de réalisation des figures, connaissance du matériel) et culturels (regroupant bien entendu les normes et les valeurs, et plus largement le langage, le style de vie, les comportements atypiques, la musique, l'apparence) liés à la pratique.

L'organisation de notre travail va se décliner en cinq parties : Dans un premier temps, nous allons expliquer la problématique et les hypothèses mises en place durant

²⁸ Balandier G., « *Les espaces de la surmodernité* », In Sciences Humaines n°73, Juin 1997.

²⁹ Augé M., *Non-lieux. Introduction à une sociologie de la surmodernité*, Paris : Le Seuil, 1991, p.48.

³⁰ Arino M., « *L'écran, comme nouveau territoire des relations sociales* », Esprit critique, Vol 03, n°10, Octobre 2001.

³¹ Nouvelles techniques de l'information et de la communication.

³² Balandier G., *Le grand système*, Paris : Editions Fayard, 2001, p.7-9.

notre thèse, nous verrons notamment l'articulation hypothétique entre savoirs locaux et planétaires ; ensuite, nous allons exposer la méthodologie employée ; dans un troisième temps, nous effectuerons une monographie du skateboard afin de présenter le contexte dans lequel évoluent aujourd'hui les pratiquants de la discipline; succédera une présentation de notre échantillon d'étude ; puis, nous analyserons nos résultats d'enquête en montrant comment s'organisent et circulent les savoirs techniques et culturels par l'intermédiaire d'une part des interactions locales, et d'autre part du secteur marchand et des TIC. Nous consacrerons enfin, une partie sur le rôle de l'expérience dans l'acquisition des savoirs.

Tout l'enjeu de notre thèse est de comprendre comment dans ce contexte surmoderne, les skateurs s'organisent aujourd'hui pour s'approprier les techniques et la culture skate. Notre étude va ainsi appréhender cette question avec les paradoxes des sociétés surmodernes en oscillant continuellement entre communication/ transmission, espace/ temps, traditionnel/contemporain, local/planétaire.

II. Problématique et hypothèses

Notre problématique et les hypothèses que nous allons énoncer à présent sont l'aboutissement d'une réflexion menée sur les skateurs de Besançon durant ces cinq dernières années. Cette réflexion s'articule autour de deux hypothèses complémentaires que nous allons questionner successivement.

Pour élaborer notre première hypothèse, nous nous sommes appuyé sur la sociologie des professions, en considérant que ce champ d'analyse nous permet de faire des comparaisons et d'appréhender quels individus, quelles institutions, et quelles formes d'organisation sociale permettent la circulation de la culture et des techniques de cette discipline ? Ces questions, semblent soulever de multiples réponses et révéler la présence de divers protagonistes garants de ce don culturel. Nous avons pu constater à travers notre introduction, que les valeurs et les techniques du skate ont perduré entre les générations et ce malgré le fait qu'aucun agent et institution ne mettent en place les conditions nécessaires à la circulation de ces savoirs. Les pratiquants semblent ainsi s'auto-organiser et adopter une démarche active pour acquérir et entretenir les savoirs indispensables à la pratique.

Notre seconde hypothèse, va quant à elle, mettre en avant la sociologie des médias dans la mesure où il nous semble palpable que dans ce contexte surmoderne, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont une place dans le processus d'apprentissage des techniques et des valeurs du skate.

1^{ère} hypothèse :

L'héritage du skate semble ainsi permis grâce à une organisation sociale informelle au niveau local. La mise en relation d'individus exerçant la même pratique semble permettre une circulation des savoirs. Plusieurs formes d'organisations s'avèrent exister et cohabiter pour que ces savoirs circulent.

Le premier modèle semble être le binôme. Il s'agit des moments où deux skateurs pratiquent ou conversent ensemble. Ils peuvent soit disposer d'un niveau technique similaire, et ainsi évoluer ensemble, soit l'un peut être le « maître », et le second, l'élève.

Ensuite, nous pouvons approcher des savoirs techniques et culturels du skateboard au sein des groupes de skateurs. Sur les lieux de pratiques, des groupes éphémères de skateurs disposant de centres d'intérêts communs semblent ainsi être créés. Ces rassemblements entre pairs peuvent être abordés comme des formes d'organisations socialisantes aux normes, valeurs et techniques de la discipline. Au sein de ces communautés, de nombreux éléments sont à étudier : quels sont les déterminants permettant d'être intégrés dans ces groupes ?

Quels savoirs sont présents ? De quelle manière circulent-ils ? Qui sont les donateurs et les donataires ? Tous les membres reçoivent-ils et perçoivent-ils les mêmes savoirs, ou y-a-t'il des logiques de désignation, et de mise en valeur de certains individus ? Des pratiquants sont-ils écartés des groupes lorsque certains savoirs sont transmis ?

Ainsi, les regroupements éphémères de skateurs peuvent être des moments où sont acquises de nouvelles techniques, notamment grâce à des observations : « à partir de l'observation d'autrui, nous nous faisons une idée sur la façon dont les nouveaux comportements sont produits. Plus tard, cette information sert de guide pour l'action. Les individus sont capables d'apprendre ce qu'il faut faire à partir d'exemples vus, au moins de façon approximative avant de produire le comportement »³³. Il est important de comprendre comment l'apprentissage a lieu, notamment s'il s'agit d'un apprentissage imitatif ou vicariant ? En d'autres termes, est-ce un apprentissage instructif, construit, provoqué par un skateur voulant expliquer ses gestes par l'intermédiaire de consignes verbales, d'aides visuelles, et de démonstrations à un skateur essayant en temps réel d'accomplir ces figures ; ou est-ce un apprentissage auto-adaptatif au cours duquel l'apprenant observe sans pouvoir essayer, et ne devient actif qu'une fois le modèle disparu, cela peut notamment être le cas lorsque les débutants laissent la place aux experts, et ne réintègrent l'aire de jeux qu'à l'issue de leur session ?

Les espaces sur lesquels les skateurs se retrouvent sont par conséquent également un de nos champs d'investigation. A travers l'occupation spontanée de lieux inédits, les pratiquants semblent se réappropriier la ville. Les skateparks, les rues, les places deviennent des lieux de sociabilités, où les adeptes peuvent se réunir pour débattre de leur activité. Selon Eric Adamkiewicz, ces lieux de pratiques hors des équipements sportifs sont devenus des « lieux de rencontres entre citoyens »³⁴, voire même Selon Marc Augé « des lieux anthropologiques comme éléments identitaires, relationnels et historiques »³⁵. Nous devons ainsi nous demander quelles places ont ces lieux et ces groupes apparaissant ponctuellement dans un processus éventuel de circulation ? Ne sont-ils pas comme le parc ostréicole³⁶, un lieu de circulation des savoirs faire et des savoirs être, où novices et professionnels peuvent se côtoyer ? La proximité des individus permet-elle une imitation des gestes techniques ? En reprenant cette analogie, nous pouvons penser qu'il se diffuse plus des modèles que des

³³ Bandura A., *L'apprentissage social*, Bruxelles : Editions Pierre Mardaga, 1980, p.29.

³⁴ Adamkiewicz E., « Les performances sportives de rue », in *Sports en ville, Les annales de la recherche urbaine*, n° 79, juin 1998, p.50-58.

³⁵ Augé M., *Non lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris : Editions du Seuil, 1992.

³⁶ Delbos G. & Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la maison des sciences de l'homme, 1984.

savoirs directement réutilisables. De plus, par l'occupation de certains « *hauts lieux de pratiques, connus de tous les pratiquants autonomes et reconnus comme prestigieux dans la hiérarchie intériorisée des espaces dans la ville* »³⁷ n'y a-t-il pas du symbolique qui se transmet ? Les rues piétonnes, les skateparks devenus lieux d'apprentissages, d'expériences, de représentations ne sont-ils pas des espaces de socialisation « *en imprégnant les mémoires à la fois des initiés de l'intérieur et des profanes de l'extérieur* »³⁸ ?

Selon Catherine Paradeise³⁹, ces relations qui apparaissent comme une instance de socialisation technique peuvent fonctionner du même coup comme une instance de socialisation à la culture. Nous pouvons ainsi nous demander si ce contact spatial n'induit pas la circulation d'autres connaissances. En empruntant à Régis Debray⁴⁰ sa réflexion sur les salons du 19^{ème} siècle : « *L'utilisateur n'en sort pas dans le même état qu'il y est entré (...) Comme les cafés du début du 19^{ème} siècle, plus que de simples lieux de passage ou de rencontre, ont informé des modes de discussion publique, un certain style de journalisme... et jusqu'à une certaine conscience de classe.* ». Ainsi, ces échanges participeraient à la circulation des valeurs détenues par les locaux, et à la construction identitaire des skateurs.

Parallèlement, nous devons étudier les relations de pouvoir qui peuvent exister d'un individu à un autre, voire d'un groupe à un individu durant la circulation de ces éléments culturels et techniques. L'action d'un esprit sur un autre est en effet inséparable des places de pouvoir, institutionnelles ou informelles, occupées par les protagonistes⁴¹. « *Donner semble ainsi instaurer une différence et une inégalité entre donateur et donataire, inégalité qui dans certaines circonstances peut se muer en hiérarchie : si celle-ci existait déjà entre eux avant le don, celui-ci vient à la fois l'exprimer et la légitimer. Deux mouvements opposés sont donc contenus dans un seul et même acte. Le don rapproche les protagonistes parce qu'il est partagé et les éloigne socialement parce qu'il fait de l'un l'obligé de l'autre* »⁴². De ce fait, nous nous attacherons à étudier si les personnes recevant cet héritage culturel conservent les valeurs qui leur ont été léguées (parce qu'ils se sentent redevables), ou si au contraire par un phénomène de métissage, ils en choisiront certaines, et conserveront leur culture d'origine.

³⁷ Vieille Marchiset G., « *La construction sociale des espaces sportifs ouverts dans la ville. Enjeux politiques et liens sociaux en question* », in *L'homme et la Société*, n°157, avril 2006.

³⁸ Vieille Marchiset G., *idid.*

³⁹ Paradeise C., « *Des savoirs aux compétences : qualification et régulation des marchés du travail* », In *Sociologie du travail n°1-87*, Editions Gauthier Villars, p.39.

⁴⁰ Debray R., *Transmettre*, Paris : Editions Odile Jacob, 1997, p.179.

⁴¹ Père ou enfant, employeur et employé, professionnel et bénévole.

⁴² Godelier M., *L'énigme du don*, Paris : Editions Fayard, 1996, p. 21.

Selon Pierre Héraux⁴³ : « *Transmettre l'héritage veut dire aussi, au moins partiellement, être capable de le mettre en cause et de la modifier* ». Ainsi, les valeurs de rébellion, prônées par les adeptes du skate, sont-elles acceptées et incorporées dans la culture sportive de nouveaux pratiquants ? En d'autres termes, la succession de ces savoirs est-elle complète ou les agents recevant cet héritage en sélectionnent une partie ? N'y-a-t'il pas un risque de distorsion, voire de transformation des valeurs face à des ruptures et des dissidences de la part de certains groupes ? Jacques Defrance a montré que la succession de plusieurs vagues de nouveaux entrants, ou encore des nouveaux venus dans un groupe, peuvent être sociologiquement différents⁴⁴. Le poids successif des générations n'est-il pas une des explications de la radicalisation de la pratique à laquelle nous assistons depuis trois décennies dans les aires urbaines ?

Le problème des générations semble en effet tenir une place importante dans notre étude, car nous ne pouvons appréhender les évolutions de ces activités sans constamment se replacer dans le contexte historique. En empruntant la typologie de Karl Mannheim, rappelons notamment que les conceptions d'un même objet changent à différentes époques : « *Les rapports tendus entre générations...résultent plus profondément du décalage qui s'est instauré entre des conceptions même de la vie, conceptions qui ne se sont pas formées au même moment et qui l'ont été de ce fait dans des conditions différentes* »⁴⁵.

L'apparition de nouvelles générations se caractérise avant tout par le fait que la création et l'accumulation culturelles ne sont plus accomplies par les mêmes individus, de nouvelles « classes d'âge » au contraire, y émergent constamment. Le problème réside dans la transmission de ce legs aux nouveaux skateurs de telle manière qu'ils deviennent des membres à part entière de la collectivité, c'est-à-dire : « *qu'ils acceptent l'héritage, l'assument et le transmettent à leur tour* »⁴⁶. C'est ainsi que le skateboard s'est renouvelé ; les anciennes générations laissant peu à peu la place aux générations émergentes.

Nous avons pu constater qu'une génération de skateurs ne représente en général guère plus qu'une décennie. Notre cohorte de skateurs dont l'âge semble compris entre 13 ans pour les plus jeunes et 32 ans pour les plus anciens crée une unité composée d'individus aux références, valeurs, et comportements différents. Cette constatation, nous laisse à penser

⁴³ Héraux P., *Modes de socialisation et d'éducation*, in Encyclopédie de la pléiade, Histoire des mœurs, publié sous la direction de Jean Poirier, Tome 2, Edition Gallimard, 1991, p.310.

⁴⁴ Defrance J., *Sociologie du sport*, Paris : Edition La découverte, 2000, p.43.

⁴⁵ Champagne P., *La reproduction de l'identité*, in Les actes de la recherche en sciences sociales, n°65, novembre 1986, p.60.

⁴⁶ Héraux P., *Modes de socialisation et d'éducation*, in Encyclopédie de la pléiade, Histoire des mœurs, publié sous la direction de Jean Poirier, Tome 2, Edition Gallimard, 1991, p.308.

qu'au sein de cette génération de pratiquants (génération au sens démographique, c'est-à-dire avec comme critère de référence l'âge) sont présentes différentes générations de skateurs (génération au sens culturelle, nous prendrons ici comme critère la « *old school* » et la « *new school* ») dont l'âge (les 13-17 ans, les 18-24 ans, les 25-30 ans) modifie les comportements et les références culturelles. Ainsi, cette succession accélérée des générations n'est pas sans susciter des remises en question, notamment par les approches que peuvent avoir les nouvelles générations : « *compte tenu des dispositions de nos structures physiques, « approche nouvelle » signifie en même temps, nouvelle distanciation par rapport à l'objet, nouvelles attitudes dans l'appropriation, la transformation et le développement de ce qui existe* »⁴⁷. Avec les années, viennent des générations pour qui les combats d'hier sont des acquis, presque « allant de soi ». Les batailles d'hier, même si elles évoquent la nostalgie, l'émotion, ne rencontrent plus de résonance forte. C'est ainsi que les anciens « glisseurs », essentiellement hippies, beatniks, opposés à la société de consommation (notamment « *l'american way of life* ») ont disparu, et que des jeunes skateurs issus essentiellement de catégories socioprofessionnelles élevées et caractérisées par un consumérisme exacerbé ont succédé.

Par ailleurs, nous devons noter que tous les skateurs au sein d'un « ensemble générationnel » ne vont pas forcément s'approprier de la même façon les expériences, et les problématiques. Ils se constituent des « unités de générations » insérées dans un même « ensemble générationnel ». Au sein de notre génération de skateurs pratiquants cohabitent en effet des individus avec des buts totalement divers. Souvent liés aux classes sociales, ces groupements révèlent des manières de penser et d'agir différentes. Nous pouvons par exemple douter que les skateurs du centre ville de Besançon, disposent des mêmes buts et des mêmes références que les skateurs de Thise et de Planoise.

Ainsi, à partir de la culture glisse originelle, les groupes d'héritiers se sont réappropriés à chaque génération le skateboard en acculturant leur propre système de valeurs. Ces successions montrent que l'évolution d'une activité ne suit pas un principe de reproduction mécanique, mais qu'elle évolue constamment face à un jeu d'acteurs insérés dans des contextes singuliers.

Par ailleurs, il est important de comprendre si un phénomène de désignation s'opère. Nous évoquons beaucoup la circulation des savoirs, mais il est également important d'inclure la

⁴⁷ Mannheim K., *Les problèmes de génération*, Paris : Nathan, 1990, p.48.

notion de place⁴⁸. Régulièrement nous pouvons croiser sur Besançon des groupes de skateurs dans lesquels des rôles et des places semblent être établis. Des savoirs semblent circuler entre ses membres, mais tous les individus reçoivent-ils les mêmes savoirs ou sont-ils choisis par les experts sur des critères formels et informels ? Il semble que les savoirs transmis sont dépendants de la place occupée par les membres et sont, comme le souligne Florent Schepens⁴⁹, activables que si celui qui les détient est à sa place ?

Ce questionnement nous conduit à nous interroger sur la pérennisation de cette culture. Quels effets peuvent produire l'arrivée de nouveaux pratiquants, et de nouvelles valeurs dans le skate ? Dans quelles mesures cet héritage culturel peut-il être modifié ? Cette problématique sera réutilisée en analysant les divers processus, agents et vecteurs pouvant influencer sur ce legs. Ainsi, nous verrons que ce legs n'est pas exempt de stratégies conscientes aussi bien de la part de ceux qui transmettent que de ceux qui reçoivent.

Nous devons donc inclure une réflexion sur le rôle des individus dans la donation et la réception de l'héritage culturel. Les « héritiers » subissent-ils cette donation, leur est-elle imposée ? Ou, sont-ils au contraire acteurs de ce legs et émettent-ils une volonté de recevoir ? Dans ce cas, ils effectuent un travail d'appropriation et ont une place centrale dans le processus de circulation⁵⁰. Les « donateurs » choisissent-ils leurs successeurs, ou leurs valeurs et techniques leurs sont dérobées impunément par des individus voulant s'accaparer et s'identifier à cette culture ?

Enfin, il est utile de s'interroger sur le rôle des *skateshops* proposant les équipements et les vêtements aux pratiquants. Suite à de nombreux passages devant ces magasins, et notamment à Besançon devant le magasin Slidebox⁵¹, j'ai pu constater la présence régulière de jeunes. Ceux-ci ne viennent pas exclusivement pour acheter, ils viennent pour se tenir au courant des nouveautés et semble-t-il, pour profiter d'un lieu permettant de nouer des sociabilités avec des pratiquants avertis. D'autre part, nous pouvons constater la présence de jeunes vendeurs assurant également des missions de conseils, cette proximité dans la relation vendeur-client permet une complicité qu'il sera utile d'examiner. Nous devons donc nous demander dans quelle mesure la présence des magasins spécialisés a un rôle dans le développement de ces sports, en devenant d'une part un lieu de sociabilité en

⁴⁸ Jacques-Jouvenot D., *Choix du successeur et transmission patrimoniale*, Paris : L'Harmattan, 1997.

⁴⁹ Schepens F., «Être à sa place : socio-anthropologie de la transmission des savoirs forestiers», In Rurality, 2005. Disponible sur : <http://rurality.revues.org/document1096.html>.

⁵⁰ De Singly F., « L'appropriation de l'héritage culturel », Lien social et politiques, n°35, 1996, p.153-165.

⁵¹ Rue Proudhon à Besançon.

montrant : « ceux qui en font et ceux qui n'en font pas »⁵² ; et d'autre part, un lieu de conseil permettant aux pratiquants de s'informer ?

Face aux nombreuses questions énoncées préalablement, nous devons souligner que le concept de circulation va être utilisé, et va remplacer dans de nombreux cas le concept de transmission, dans la mesure où ce dernier éprouve de nombreuses distorsions lorsqu'il est appliqué à notre objet d'étude. En effet, pour aborder cette discipline sportive et être rigoureux, nous devons comme le souligne Burke, replacer et confronter notre objet aux champs d'analyses abordés précédemment dans d'autres études sociologiques : « Pour dire ce qu'est une chose, on la place en regard d'autres choses. L'idée de placer, ou de situer, est implicite dans le terme même de définition : définir ou déterminer une chose, c'est circonscrire ses limites. »⁵³

D'une part, le processus de transmission s'opère généralement sur des temporalités longues, et nous retenons de fait l'idée d'une carrière de vingt à quarante années. Dans le skateboard, la durée d'une carrière est courte. Rares sont les skateurs qui ont excédé deux décennies de pratique. Ainsi, ce qui éloigne deux générations de skateurs se résume selon nous à une quinzaine d'années. (En revanche, il faut remarquer que l'apprentissage pour devenir un « expert » est relativement long (sept à dix ans) et s'apparente ainsi en durée, à l'apprentissage de certains métiers.)

D'autre part, le processus de transmission inclut communément plusieurs générations : les anciens avec un rôle d'initiateur et les jeunes à initier. Nos entretiens permettront de confirmer notre intuition, mais les techniques et les valeurs du skateboard ne semblent pas être léguées par des individus d'un âge éloigné, mais au contraire, par des interactions d'amis ou d'individus présents dans le groupe de pairs ou sur les lieux de pratique. En effet, nos premières observations participantes n'ont jamais permis de rencontrer un skateur de plus de 35 ans, la brièveté de la pratique étant peut-être un élément explicatif. Cette perspective nous conduit ainsi à relativiser en partie un rôle intergénérationnel et donc un legs du à une transmission verticale.

Ces éléments laissent donc à penser que nous sommes face à une transmission horizontale, (nommée aussi intragénérationnelle). La succession des générations ne semble pas être un élément constitutif dans ce schéma. En outre, le niveau technique, la connaissance des valeurs et des normes, ainsi que le comportement semblent des éléments pouvant

⁵² Segalen M., *Les enfants d'Achille et de Nike*, Paris : Editions Métailié, 1994, p.13.

⁵³ Burke K., *A Grammar of Motives*, New York: Prentice hall, 1945, p.24.

démarrer les novices, des experts. Ce modèle laisse donc peu de place à l'histoire familiale, et le rôle des aînés dans le processus de transmission apparaît totalement hasardeux.

De plus, le processus de transmission dans les professions induit une notion de poste à pourvoir et d'initiation à celui-ci. Une place, un statut se profile donc en même temps que l'apprenant intègre les méthodes de travail et la culture de la profession. Ce mode de fonctionnement analysé par Goode, permet de fait une régulation des arrivées dans la mesure où les contextes économique⁵⁴, démographique⁵⁵, dictent la nécessité d'un renouvellement ou d'une expansion des postes de travail. Dans le skateboard, aucune régulation formalisée n'apparaît, et il se présage que le bornage du nombre de pratiquants n'ait de limites qu'au niveau des infrastructures et des skateboards fabriqués par les équipementiers. Il sera utile de se demander si comme le prévoit A. Gotman⁵⁶, un preneur et un donateur doivent être mis en relation, ou si les novices peuvent d'une autre façon s'approprier l'activité sans les conseils et la bénédiction d'un expert. Les travaux de Pierre Tripier⁵⁷ sur l'idéologie professionnelle pourront être une piste de réflexion. En effet, nous verrons que des stratégies conscientes ou inconscientes permettant de limiter l'apparition de nouveaux skateboardeurs, s'apparentent par analogie au traçage des frontières professionnelles où les membres de la profession ferment l'entrée aux profanes en établissant un langage spécifique, et des règles compréhensibles uniquement par eux.

Nous voyons ainsi que le concept de transmission, élément balisé dans la sociologie des professions est, lorsqu'il est appliqué à un mouvement sportif et culturel comme le skateboard, composé de plusieurs distorsions, qui nous laissent à penser que nous sommes davantage face à un phénomène de circulation des savoirs et des techniques.

Synthèse et limite de la 1^{ère} hypothèse

Notre première conceptualisation nous incite donc à faire l'hypothèse que des interactions au niveau local permettent la circulation des valeurs et des techniques et ainsi participent au développement d'aptitudes physiques et mentales⁵⁸. En effet, une mise en relation entre des individus dotés du savoir et des apprenants, semble s'effectuer localement sur les lieux de pratique.

⁵⁴ Récession ou expansion.

⁵⁵ Départ en retraite, migration de la population.

⁵⁶ Gotman A., « *Le présent de l'héritage* », in Jeudy (Henri-Pierre), "Patrimoines en folie", Paris : Maison des Sciences de l'Homme, 1989, p.109-117.

⁵⁷ Tripier P., *Du travail à l'emploi*, op. cit.

⁵⁸ Strauss A., *Miroir et masques*, Paris : Editions Métailié, 1992. p.96.

Néanmoins, comme le souligne Jean-Claude Passeron « *ne cédon pas à un excès de vitesse* »⁵⁹ car ce modèle semble faire face à un écueil de taille. Nos observations participantes révèlent en effet deux problèmes centraux dans la circulation des savoirs au niveau local. D'une part, les lieux de pratique, et même l'agglomération bisontine dans son ensemble, fournit peu de modèles techniques et culturels imitables. D'autre part, nous pouvons remarquer une « cassure physique » entre les communautés de skateurs. En effet, nous pouvons douter que des pionniers de cette discipline, soient venus dans l'ensemble des agglomérations, et notamment dans nos villes d'enquête (Besançon, Barcelone, Lausanne et Thise (ville de 5000 habitants)) répandre leurs valeurs et leurs styles de vie. Comment expliquer ainsi l'uniformisation et les ressemblances culturelles et techniques de skateurs éloignés géographiquement ? Cette absence de contact remet en cause pour un certain nombre de pratiquants, un apprentissage par imitation, parfois rencontré dans la transmission de la culture et des savoirs faire⁶⁰.

Serait-ce comme le prétend Gabriel Tarde, des « *ressemblances qui se sont produites spontanément entre des civilisations restées sans communication connue ni probable les unes avec les autres ; et j'admets, en général, qu'une fois lancé dans la voie des inventions et des découvertes, le génie humain se trouve resserré par un ensemble de conditions internes ou extérieures, comme un fleuve par des coteaux, entre des limites étroites de développement, d'où résulte, en des bassins même éloignés, une certaine similitude approximative de son cours, et même par hasard, moins souvent pourtant qu'on ne le suppose, le parallélisme d'idées géniales* »⁶¹, soit très simples, soit parfois assez compliquées, apparues indépendamment, et équivalentes sinon identiques »⁶². Mais d'abord, en tant que l'homme a été contraint, par l'uniformité de ses besoins organiques, de suivre ce même chemin d'idées »⁶³. Le développement des skateurs bisontins aurait ainsi suivi une similarité temporelle avec des skateurs d'autres villes et continents. Cette hypothèse qui d'un point de vue extérieur pourrait

⁵⁹ Passeron J-C, « *Attention aux excès de vitesse* », in Esprit, Numéro spécial « Le nouvel âge du sport », 1987, p. 129-134.

⁶⁰ « *Ça se fait tout seul, j'ai appris à force de voir* » : Delbos & Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984.

⁶¹ À plus forte raison, d'idées très simples, et qui n'exigent qu'un faible effort d'imagination. C'est le cas de bien des particularités de mœurs, même des plus singulières. Par exemple, en lisant l'ouvrage de M. Jametel sur la Chine, j'avais été surpris d'y voir relaté l'usage de *l'éruktion par politesse*, chez les convives, à la fin d'un repas. Or, d'après M. Garnier et M. Hugonnet (*La Grèce nouvelle*, 1889), les Grecs modernes pratiquent la même observance cérémonielle... Évidemment, ici et là, le besoin de fournir la preuve évidente qu'on est rassasié, a suggéré l'idée ridicule, mais naturelle, de cette bizarre coutume.

⁶² Par exemple, les mêmes besoins ont donné l'idée, dans l'ancien continent, de domestiquer le bœuf, et, en Amérique, d'appriivoiser le bison et le buffle (Voir Bourdeau, *Conquête du monde animal*, p. 212), ou bien, là, d'appriivoiser le chameau, ici, d'appriivoiser le lama.

⁶³ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Paris : Editions du Seuil, Les empêcheurs de tourner en rond, 2001, p.102.

être valable, souffre néanmoins d'un problème important. Les skateurs bisontins ont pu tout à fait développer des techniques simultanément aux skateurs des autres villes ; en revanche comment expliquer qu'ils manifestent et revendiquent les mêmes références culturelles et techniques principalement issues de la culture américaine ? Ainsi, comment ces savoirs ont-ils atteints notre continent ?

Nous devons donc chercher d'autres explications et d'autres sources d'inspirations culturelles. Cette spécificité semble donner à la transmission du skate une singularité.

2^{ème} Hypothèse :

Notre deuxième hypothèse qui s'insère sur le champ de la sociologie des médias, a pour genèse une remarque empruntée à Marcel Mauss : *« une sorte de révélation me vint à l'hôpital. J'étais malade à New York. Je me demandais où j'avais déjà vu les demoiselles marchant comme mes infirmières. J'avais le temps d'y réfléchir. Je trouvais que c'était au cinéma. Revenu en France, je remarquai surtout à Paris la fréquence de cette démarche ; les jeunes filles étaient françaises, et elles marchaient aussi de cette façon. En fait les modes de marche américaine, grâce au cinéma, commençaient à arriver chez nous. C'est une idée que je pouvais généraliser »*⁶⁴, les représentations culturelles et les comportements des français, et notamment des jeunes skateurs, ne sont plus le simple fait des relations sociales, d'autres réseaux doivent donc être explorés.

Notre enquête exploratoire menée durant notre DEA, nous a permis de révéler qu'une grande majorité des skateurs bisontins consultait régulièrement des informations sur leur sport grâce à des vidéos, à Internet, et à des magazines. Selon Jacques Defrance, *« le sport intéresse tous les nouveaux moyens de diffusion mis au point depuis la fin du 19^{ème} siècle : la radio dans les années vingt (Etats-Unis) ou trente (Europe), puis la photoreportage (années trente) et la télévision à partir des années cinquante ou soixante (selon les pays) »*⁶⁵, nous pouvons poursuivre sa description en agrégeant aujourd'hui Internet. Cette particularité révèle une présence commerciale extrêmement importante de la part des médias et d'équipementiers produisant et diffusant également les images des skateurs qu'ils sponsorisent à des fins promotionnelles.

Notre thèse a comme deuxième objectif d'étudier si des supports médiatiques permettent à notre échantillon d'acquérir des savoirs afférents au skateboard ? Ainsi,

⁶⁴ Mauss M., *Sociologie et anthropologie*, Paris : PUF, 1997, p.368.

⁶⁵ Defrance J., *Sociologie du sport*, Paris : Edition La découverte, 2000, p.64.

nous envisageons que l'apparition de ces nouvelles technologies de l'information et de la communication pourrait modifier la donne culturelle ?

Les médias⁶⁶, peuvent-ils véhiculer des savoirs ? Internet, les vidéos, et les revues spécialisées ne diffusent-ils pas de nouvelles références techniques et culturelles ? Cette interrogation qui semble questionner le pouvoir de transmettre par des outils contemporains peut soulever certainement la critique des conservateurs. Mais que reproche-t-on réellement à ces supports ? Le manque de professionnalisme des producteurs qui diffusent avant tout à des fins mercantiles une culture de l'instant ? Le manque de contrôle et d'authenticité des informations, notamment parce qu'aucune institution n'exerce de garde fou ? Les remarques et les réticences formulées à ces nouveaux supports ne sont-elles pas les mêmes que nos ancêtres ont énoncé lors des différentes révolutions culturelles et techniques⁶⁷ ? Les premières transmissions médiées par un support furent contrôlées par l'Eglise et notamment les prêtres qui avaient en charge d'écrire les ouvrages. Lorsque l'imprimerie fut inventée, et que des profanes disposant des moyens techniques et économiques se mirent à reproduire des œuvres, l'église s'insurgea contre ces pratiques ! Pourtant, force est de constater que cette invention a assuré un développement et une diffusion considérable de la culture. De nos jours, le document a changé d'aspect, mais cette révolution dite numérique, nous laisse envisager que des savoirs peuvent également être diffusés et circuler par ces supports.

En revanche, cette révolution semble apporter un nouveau monde, celui des réseaux. Elle introduit notamment les forums, les groupes de discussions, les blogs, et autres plateformes qui induisent de nouveaux rapports sociaux et manières d'échanger. Peut-on faire circuler des savoirs en conversant par l'intermédiaire d'une webcam reproduisant image et son ? Les savoirs et ficelles afférentes à la pratique du skateboard, déposés sur ces sites, sont-ils consultés par les internautes de manière récréative ou sont-ils des éléments annexes que les skateurs utilisent dans leur quête de techniques et de valeurs ?

En outre, nous avons pu comprendre durant notre introduction, que la culture skate est marquée par un langage, par des *pros* charismatiques, par des styles de figures, par une apparence (notamment grâce aux vêtements) unicentrés sur le modèle et la culture américaine (Californienne ou New Yorkaise). En effet, la discipline ne semble pas s'être acculturée au modèle national ou local, et les Etats-Unis restent le modèle de référence pour les pratiquants. Face à cette spécificité, il est d'ailleurs intéressant de se demander si les interactions au niveau local ne servent pas également à véhiculer une partie de la culture américaine ?

⁶⁶ T.V., Presse, Cinéma, Radio, Internet.

⁶⁷ Debray R., *Des machines et des âmes*, Paris : Editions Descartes & Cie, 2002.

Différents éléments laissent à penser que les médias, mais également le merchandising de séduction de l'industrie du skateboard permettent la circulation des références culturelles et des valeurs. En utilisant la réflexion de David Andrews, sur le développement du basket américain en Europe, « *la NBA n'a pas besoins d'institutions pour se développer, elle passe par des réseaux parallèles* »⁶⁸, nous pouvons comprendre que la logique capitaliste au sein d'une économie libérale, peut concourir à assurer le développement d'une discipline où l'individu se sent seul responsable de lui même. Il est important d'approcher cette logique sous un angle idéologique, et notamment de réfléchir si, comme le souligne Nye⁶⁹, les médias traitant du skateboard et les ventes de produits culturels ne sont pas indirectement des instruments diffusant la culture américaine. En effet, nous pourrions penser que ces supports peuvent « *provoquer l'avènement d'une civilisation de l'universel au sein de laquelle se maintiendront, comme des variations, les différences culturelles* »⁷⁰. Mais il semble que dans le skateboard, cette diffusion suit un chemin unilatéral dans la mesure où d'une part le style de vie américain, ses valeurs (liberté, droits de l'homme, démocratie) sont élevés au rang de modèles, et d'autre part les médias fabriquent selon les termes de Jean Baudrillard : « *de la non communication... ce qui interdit à jamais la réponse, ce qui rend impossible tout procès d'échange* »⁷¹. Malgré une pratique sportive qui se veut atypique et « antisociale », le grand commerce spécialisé dans la promotion permanente de ses produits⁷², semble propager au sein de la discipline une culture de masse banalisante. Ainsi, les commanditaires de ces médias n'essayent-ils pas de récupérer ces pratiquants pour les transformer en clients dignes de notre société de consommation⁷³ ? Par l'analyse de films, de magazines, et de sites web, nous étudierons les représentations et les idéaux véhiculés par ces supports. Il faudra de plus, s'intéresser aux techniques sportives transmises par ces médias. En effet, nous pourrions constater un écart considérable entre d'une part, les pratiquants de nos villes d'étude et d'autre part, les pratiquants américains se produisant sur des vidéos, apparaissant comme des modèles techniques presque inégalables.

Dans le prolongement de notre étude sur la culture médiatique des sports de glisse urbains, nous devons nous intéresser à la place du secteur commercial au sein de cette

⁶⁸ Andrews D, « *The (Trans)National Basketball Association: America's Commodity Sign Culture and Global Localization* », In A. Cvetovitch and D. Kellner (Eds.), *Articulating the Global and the Local. Globalization and Cultural Studies*, Westview Press, 1997.

⁶⁹ Nye Joseph S., *Bound to lead ; the changing nature of American Power*, New York: Basic Books, 1990.

⁷⁰ Balandier G., *Le grand système*, Paris : Editions Fayard, 2001.

⁷¹ Baudrillard J., *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris : Gallimard, 1976, p.208.

⁷² Nye Joseph S., *The paradox of American Power, why the world's only superpower can't go it alone*, Oxford: Oxford university Press, 2002.

⁷³ Baudrillard J., *La société de consommation : ses mythes, ses structures*, Paris : Editions Gallimard, 1986.

discipline. Nous pouvons remarquer que des liens engageant des skateurs de haut niveau et des marques ont été tissés. Ce rapprochement, sous la forme d'un sponsoring, semble être intéressant aux deux parties. Les fabricants de vêtements et d'équipements peuvent en effet personnaliser leur image en utilisant des sportifs reconnus par les pratiquants⁷⁴, nous pouvons à ce titre constater que les objets sont devenus de véritables outils de distinction⁷⁵ (être authentique pour se différencier du « casual » non sportif⁷⁶). Ensuite, les sponsorisés peuvent bénéficier d'un soutien financier pour s'adonner à leur sport. Nous verrons ultérieurement que si ce rapprochement peut tout à fait être légitime de la part de ces protagonistes, il reste une source de déviance. De nombreux sports ont ainsi montré leur fragilité et leur dépendance, notamment par l'omniprésence de la sphère commerciale. Nous étudierons dans quelles mesures la présence du monde marchand dans le skate peut influencer cette discipline et les représentations de ses pratiquants. Nous analyserons ainsi le rôle moteur de ce secteur dans l'organisation de « *contest* ». Par ailleurs, nous verrons de quelles manières les marques, par l'intermédiaire des médias, relatent les exploits accomplis par les « *riders* » sponsorisés, véritables icônes pour la jeunesse. Il est intéressant d'examiner et de comparer les valeurs que ces entreprises transmettent par rapport aux valeurs détenues et plébiscitées par les pratiquants. Nous pouvons ainsi douter d'une communication sans intérêt économique et idéologique.

Synthèse de la 2^{ème} hypothèse :

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication deviennent en rassemblant textes, images et sons, des supports d'apprentissages pour ces jeunes ne recevant pas l'ensemble des modèles techniques et culturels grâce aux interactions. Par ailleurs, ces supports deviennent eux-mêmes des objets culturels, leur possession et leur utilisation révélant l'appartenance des jeunes à la culture skate.

Il s'agit bien sur de comprendre que des moyens techniques nouveaux sont mis en œuvres, mais également qu'une nouvelle démarche d'acquisition des savoirs prend forme, modifiant de fait les comportements sociaux et individuels des pratiquants. Il reste à savoir si l'utilisation de ces supports qui permettent avant-tout de communiquer

⁷⁴ Pichot L., *La construction d'une politique de communication de l'entreprise : stratégies de partenariat et développement des organisations sportives dans les secteurs public et privé*. Presses universitaires de Septentrion, 2000.

⁷⁵ Bourdieu P., *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris : Minuit, 1979.

⁷⁶ Desbordes M., Ohl F., Tribou G., *Marketing du sport*, Paris : Economica, 1999.

en « transportant un message dans l'espace » peut transmettre en « transportant un message dans le temps ». Il est intéressant de se demander si face à une succession de génération très rapide, les supports médiatiques dans le skate ne sont pas une manière qu'ont les pratiquants de stocker et de conserver les savoirs, et de les transmettre dans le temps. Cette singularité reprendrait la pensée de Régis Debray, selon laquelle : « *ce qui fonde l'humanité, c'est la capacité de l'homme à externaliser certaines de ses fonctions dans des objets qui durent plus longtemps que lui, permettant ainsi la transmission d'une culture, et l'accumulation des connaissances* »⁷⁷.

Remarque sur la 2^{ème} hypothèse :

Notons que nous introduisons à cet instant une notion ambiguë : des réseaux de communication seraient en phase de transmettre des valeurs et des techniques. En effet, si l'acte premier de ces réseaux de communication est de « prendre de l'espace », ils peuvent au final transmettre des savoirs et perdurer dans le temps sans pour autant s'appuyer sur des institutions. Du moment où des personnes intègrent dans leur système de valeurs et de normes ce qui a été communiqué, et que ces actions perdurent dans le temps, c'est que quelque chose s'est transmis. L'individu a accepté et intégré une notion qui développe ultérieurement un nouveau comportement.

Il semble essentiel d'interpréter la présence et le rôle de ces réseaux médiatiques. Comment expliquer leur place dans ce processus ? Hormis un prix de plus en plus attractif (qui ne peut être en soi une explication à l'utilisation de ces réseaux), il semble que face à la montée de l'individualisme (exacerbée d'ailleurs dans les aires urbaines), les rapports de voisinage et le temps consacré aux échanges sociaux diminuent ; les médias assureraient ainsi le complément de dissémination des connaissances primaires. Cette diffusion, par l'intermédiaire de supports médiatiques peut poser des problèmes dans la mesure où, comme le souligne Bernard Voyenne⁷⁸ : un nivellement des savoirs et donc un appauvrissement peuvent être engendrés par ces organes qui répondent et satisfont au plus grand nombre.

Enfin, l'apparition des nouveaux supports ne doit pas pour autant créer un mythe de l'apprentissage instantané. Si les contenus circulent certes plus vite, leur appropriation ne peut s'effectuer qu'en y consacrant des phases d'apprentissages importantes. Le gain de temps et l'efficacité de ces supports reste donc à analyser.

⁷⁷ Debray R., *Introduction à la médiologie*, Paris : PUF, 2000.

⁷⁸ Voyenne B., *La presse dans la société contemporaine*, Paris : Editions Armand colin, Collection U, 1962.

Problématique et hypothèses globales :

Pour synthétiser, notre objet d'étude a pour but de déterminer quels réseaux et quels types d'organisations permettent la transmission des savoirs techniques et culturels du skate ? Il faut donc définir l'ensemble des protagonistes entrant en jeu dans cette diffusion. En reprenant le cheminement de notre réflexion initiale, l'absence d'agents⁷⁹ reconnus par les pratiquants, et spécialement dédiés à l'organisation et à la promotion du skate a incité les adeptes à hériter de modèles techniques et culturels provenant de réseaux originaux.

Les interactions directes entre les skateurs grâce aux lieux de pratique et au groupe de pairs semblent fournir une partie des modèles techniques et culturels. Par ailleurs, d'autres réseaux sont susceptibles de véhiculer ces savoirs. Selon mon hypothèse, les technologies de l'information et de la communication (vidéos, magazines, Internet et forums) semblent détenir aujourd'hui une place dans l'apprentissage des savoirs-être et des savoirs-faire des skateurs. Nous pouvons supposer qu'ils sont devenus chez les skateurs des outils complémentaires de formation. En s'inspirant de certains médiologues⁸⁰, ces supports de communication pourraient venir combler certains déficits de transmission.

Nous allons ainsi essayer de comprendre quelle est la place aujourd'hui des échanges de proximité entre les skateurs au regard des messages hérités des médias ? Les savoirs locaux qui permettaient autrefois de s'informer et de transmettre aux nouvelles générations une culture régionale, ne cohabitent-ils pas aujourd'hui avec cette culture planétaire que les médias diffusent ? N'assiste-t-on pas à un marqueur révélant le caractère surmoderne de ces pratiques ? Les langages qui relient ces interlocuteurs éloignés sont peut-être identiques en comportant de l'information, des paroles, des messages, du texte et des images, mais ils divergent par leur mode d'accès et l'absence de présence physique. Et cette nouvelle manière d'échanger nous met face à un paradoxe : afin d'obtenir les valeurs afférentes au skateboard, et notamment l'esprit rebelle, contestataire, opposé à la société de consommation, qui sont encore à ce jour les « principes supérieurs communs »⁸¹ de cette activité, les skateurs entrent dans un conformisme relatif en adoptant une démarche consumériste par l'utilisation des

⁷⁹ Entraîneurs, associations, fédérations.

⁸⁰ Burnet R. & Baffoy T., *La théopub et ses clichés*, Paris : Editions Babylone, Médiologie n°6, 2006.

⁸¹ Boltanski L., Thevenot L., *De la justification, les économies de la grandeur*, Edition Gallimard, 1991.

technologies de l'information et de la communication. Cette logique de fonctionnement semble confirmer comme le souligne Jean Baudrillard⁸² que notre société capitaliste transforme tout en marchandise, y compris la connaissance, qui se mercantilise et prolifère par le développement des moyens d'information.

Notons que nos premières observations de DEA ont révélé des nuances fortes entre des skateurs isolés évoluant en binôme ou en groupe. Il n'existe pas un idéal-type pour schématiser l'apprentissage du skate, mais une multitude de façons de se former et d'être formé. Il sera donc nécessaire de réaliser une typologie des modes d'apprentissages, notamment en différenciant les modèles par des critères multiples⁸³.

⁸² Baudrillard J., *La société de consommation*, Paris : Gallimard, 1970 - Baudrillard J., *Amérique*, Paris : Grasset, 1986.

⁸³ Le lieu d'habitation, le type d'agglomération, le sexe, l'âge, l'origine sociale, etc...

III. Méthodologie et cadre des enquêtes

Cette thèse tente de répondre à de nombreuses questions soulevées dans nos hypothèses et notre problématique énoncées préalablement : quels savoirs les skateurs possèdent ? Comment les acquièrent-ils ? Quels acteurs participent à cette circulation ? Quelles organisations permettent ce legs ? Quelle est la place et le rôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans la diffusion de ces savoirs ?

Différents réseaux et divers acteurs semblent faire circuler le savoir technique et culturel du skate auprès des pratiquants. Nous pouvons avancer que ces différents vecteurs n'ont pas tous le même poids fonctionnel, certains réseaux pouvant en effet être davantage privilégiés que d'autres. Notre objectif sera donc de hiérarchiser et d'intégrer dans un système explicatif, un ensemble de facteurs permettant de léguer le patrimoine culturel et technique du skate.

Découvrir les influences que peuvent recevoir les skateurs, nous oblige à immerger notre réflexion au sein de cette pratique « *la sociologie du skate est une sociologie « ethnologique » qui privilégie le regard et l'écoute* »⁸⁴, ainsi que l'observe George Balandier : « *tout se joue de moins en moins sur le terrain des institutions et de plus en plus sur celui de la sociabilité des initiatives micro-locales* »⁸⁵.

Après des observations au skatepark de Besançon et des rencontres informelles nous permettant de connaître la signification de certaines pratiques (« *il est nécessaire d'étudier les acteurs dans leur environnement naturel, en procédant par observation, seule méthode capable de saisir l'ensemble du processus par lequel les individus construisent l'interprétation de leur situation, et par-delà, leurs actions* »⁸⁶), nous avons pu agrémenter notre culture littéraire et scientifique des sports de glisse urbains d'informations de terrain.

Pour répondre à notre problématique, nous avons mis en place une méthodologie employant des techniques polymorphes. Cette diversité a pour objectif d'éviter des écueils. En effet, les nombreuses études sur la transmission ont révélé de la part des donateurs comme des donataires, de nombreux non-dits et des négations par fierté ou ignorance. Ainsi, mener une enquête plus globale nous permettra certainement d'éviter des interprétations hâtives.

Notre enquête, menée de 2003 à 2005, a utilisé trois formes d'investigation : des entretiens auprès d'un échantillon composé d'individus de Besançon et de Thise, permettant

⁸⁴ Fize M., *Le skateboard : Une nouvelle forme de sociabilité sportive d'adolescents en milieu urbain*, in : « *Sport, relations sociales et action collective* », Bordeaux : Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 1993, p.167.

⁸⁵ Balandier G., *Anthropo-logiques*, Avant-propos à l'édition de 1985, Paris : Le livre de poche, p.17.

⁸⁶ Howard S. Becker, *Outsiders : Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A-M Métailié, 1985, p.16.

ainsi d'effectuer de surcroît une étude comparative ; une étude ethnographique de terrain sur Besançon et sur Barcelone ; et une analyse des contenus et des supports d'information et de communication utilisés par les skateurs de Besançon et de Thise. Au total, une cinquantaine d'entretiens ont été effectués, dont une trentaine ont été enregistrés et retranscrits.

Notons que notre étude est dépourvue d'une enquête quantitative pour deux raisons : d'une part, l'enquête menée par le CNRS⁸⁷ que nous allons expliciter dans une prochaine partie, a permis d'appréhender très clairement le mouvement skate et d'autre part, l'analyse des processus de communication et de transmission par une étude quantitative apparaît très mal adaptée dans la mesure où l'itinéraire des acteurs, les stratégies des agents, les comportements sociaux et les récits de vie ne peuvent pas être appréhendés. De plus, il me semble indispensable qu'un lien soit tissé avec ces jeunes pour qu'ils expriment le plus objectivement possible leur logique de fonctionnement. Des questionnaires trop impersonnels et surtout trop brutaux (souvent remplis en 5 minutes), vont faire face à de nombreux biais que nous souhaitons éviter, tant au niveau des conditions de passation qu'au niveau du traitement des résultats.

⁸⁷ Enquête du CNRS, 1989, ayant donné la publication d'un ouvrage : Fize M., Touché M., *Le skate : la fureur de faire*, Lion-sur-mer : Editions Arcane-Beaunieux, 1992.

A. Les entretiens

Nos entretiens ont pour objectif de prendre en compte des trajectoires individuelles et des dynamiques sociales au sein de groupes. Ils nécessitent de se doter d'instruments à la fois méthodologiques et théoriques.

Si l'usage de méthodes longitudinales, impliquant l'interrogation régulière à des temps donnés des mêmes personnes, permet de comprendre l'évolution et l'acquisition des compétences des individus. Face à notre échantillon composé de jeunes adolescents parfois très mobiles, et face à une étude de terrain trop courte pour appréhender des changements substantiels, nous avons préféré pratiquer des entretiens biographiques.

En empruntant une perspective microsociologique, à l'instar des méthodes interactionnistes d'Erving Goffman⁸⁸, Howard Becker⁸⁹, Anselm Strauss⁹⁰, nous accordons aux acteurs individuels et collectifs une place prépondérante.

Ces récits de vie constituent une méthode mieux adaptée à la compréhension des dynamiques identitaires et à la prise en compte de la pluralité des temporalités pertinentes pour ces skateurs ayant une carrière composée d'étapes, de moments de progression, et de rencontres ponctuelles.

Ces récits vont permettre de comprendre des faits sociaux dans la globalité des individus, et notamment d'identifier les logiques d'action⁹¹, en interprétant comment les différents aspects de la vie d'un individu interagissent les uns sur les autres. Pour donner une représentation du phénomène social, il faut dans ce type de démarche bien délimiter son champ, puis poursuivre ses entretiens jusqu'à atteindre une saturation des discours (disposer d'une multitude de récits jusqu'à n'apprendre plus rien sur le phénomène).

Le choix de l'échantillon

Pour connaître les différents agents responsables de ce don culturel, nous avons étudié des individus aux parcours plus ou moins élaborés. Nous nous sommes donc intéressés à des débutants, comme à des skateurs confirmés pratiquant l'activité depuis au moins 5 années (période normalement suffisante pour devenir un sportif confirmé tant en termes de savoirs faire que de savoirs être).

⁸⁸ Goffman E., *La mise en oeuvre de la vie quotidienne*, 2 tomes, Paris : Minuit, 1973.

⁸⁹ Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métailié, 1985.

⁹⁰ Strauss A., *Miroirs et masques*, Paris : Métailié, 1992.

⁹¹ Bertaux D., *L'enquête et ses méthodes : Les récits de vie*, Paris : Nathan, Collection 128, 1997.

En outre, notre corpus est composé d'individus jouant à leur tour un rôle dans la promotion de ces activités. Ce statut nous a permis d'analyser la logique de Marcel Mauss en observant dans quelles mesures ceux-ci lèguent ensuite le don qu'ils ont hérité.

Notre échantillon n'a pas été calqué en fonction d'une méthode précise, et ce pour plusieurs raisons. D'une part, notre population de référence (les skateurs) est faible, et appliquer une méthode des quotas allait rendre nos catégories non représentatives. Ensuite, l'objectif de cette thèse est avant-tout d'identifier les différents modèles de circulation des savoirs, ainsi même si certains sous-groupes ont un effectif réduit, il me semble important de comprendre leur logique de fonctionnement. Enfin, notre étude s'est particulièrement intéressée à des skateurs ayant un itinéraire élaboré ou en cours d'élaboration, l'objectif étant de recueillir des propos riches. Notons que notre étude ne comporte que des entretiens de garçons, car aucune fille d'un niveau confirmé n'a été rencontrée sur Besançon et ses environs. Il me paraissait donc imprudent de mêler ces quelques témoignages de filles (tout au plus quatre) dont les parcours peu aboutis n'apporteraient pas de loi explicative. Ainsi, nous nous sommes centrés sur des skateurs de sexe masculin qui sont dans une très grande majorité la population pratiquante.

Par ailleurs, notre enquête s'attache à comprendre les modèles de circulation présents chez les skateurs pratiquant dans la rue et dans les skateparks. Des formes de pratiques plus anonymes, telles que la rampe ou le slalom, n'auront pas leurs effectifs incorporés dans notre échantillon pour plusieurs raisons. D'une part ces disciplines ne sont pas présentes à Besançon (lieu principal d'étude pour notre thèse); d'autre part, l'organisation de ces disciplines s'intègre plus dans un système associatif et dans des lieux définis, donc éloignés de l'organisation que nos skateurs de rue semblent mettre en place.

Ø Entretien semi-directif auprès de skateurs de Besançon et de Thise⁹²

Besançon est une ville que je connais bien pour y être né et pour y vivre encore. La recherche de notre échantillon a été permise grâce à notre fréquentation des places et skateparks de l'agglomération. De plus, afin d'étudier les savoirs circulant dans les groupes, nous avons demandé aux skateurs interrogés de nous céder des coordonnées de skateurs pratiquants avec eux. L'objectif était avant tout de comprendre l'effet du réseau, et les ressemblances et dissemblances pouvant exister entre les membres d'un groupe.

⁹² Grille d'entretien présente en annexe.

Nos explorations se sont déroulées entre 2003 et 2005 à divers moments de l'année (périodes de vacances ou scolaires), de la semaine et de la journée. De la même manière que Michel Fize, nous avons constaté très rapidement que le temps du skate est « *une sorte d'interstice entre le temps scolaire et le temps familial* »⁹³. Des temps forts ont été rapidement repérés, notamment sur les skateparks ou certaines heures présentes une concentration importante de skateurs (les mercredis après-midi, les fins d'après-midi, les week-ends, les périodes de vacances scolaires).

Deux critères ont été retenus afin d'interviewer les skateurs :

- Leur niveau de pratique : les novices ont un intérêt particulier dans notre étude en nous permettant de comprendre comment aujourd'hui les nouveaux pratiquants acquièrent des savoirs et montent en puissance jusqu'à un niveau performant. Les experts ont également un intérêt en nous permettant de comprendre de quelles manières ces personnes ont pu atteindre un niveau technique élevé mais également comment elles ont pu devenir « *savantes* » et transmettent à leur tour des savoirs.

- Leur intégration dans un ou plusieurs groupes : il est intéressant de comprendre quels rôles et statuts les skateurs interviewés individuellement ont au sein de leur groupe. L'objectif secondaire étant d'appréhender le fonctionnement de ces groupes, et les savoirs présents et circulants.

Ø Entretien semi-directif auprès de skateurs inscrits sur des forums

Comme le prouve le nombre d'inscrits, il existe un réel engouement pour les forums et les blogs sur Internet. Les skateurs utilisent ces plateformes pour échanger, confronter leurs propos, et créent au fil des commentaires (auto-archivés) « *un document numérique dynamique, produit collectivement de manière interactive* »⁹⁴. Ces « *dispositifs hybrides de communication interpersonnelle* »⁹⁵ ont en effet deux vocations : d'une part, émettre et recevoir des messages de manière interpersonnelle ; d'autre part, de poster des messages à une communauté pouvant répondre librement. Notre travail a consisté à identifier dans un premier temps le profil des participants conversant sur ces salons accessibles. Nous avons retenu

⁹³ Fize M., Touché M., *Le skate : la fureur de faire*, Editions Arcane-Beaunieux, 1992, p.13.

⁹⁴ Marcoccia M., « *L'animation d'un espace numérique de discussion : l'exemple des forums usenet* », document Numérique 5, 2001, p.15.

⁹⁵ Baym N.K., « *The emergence of the on-line community* », In Jones S.G., Edition Cybersociety 2.0 : *Revisiting computer-mediated communication and community*, Sage, Thousand oaks, 1998, p.35-68.

comme « participant » à ces forums la définition de Goffman : « *toutes les personnes qui peuvent se retrouver à un moment donné dans l'espace de l'interaction* »⁹⁶. Dans notre étude, il s'agissait des personnes ayant posté un message sur un salon dédié au skateboard. Faisons remarquer, comme le souligne Michel Marcoccia, que l'établissement d'un corpus par l'intermédiaire d'un forum de discussion pose un problème méthodologique dans la mesure où celui-ci n'a pas véritablement de début, ni de fin : « *lorsque l'analyste prévoit d'enregistrer des messages, enregistrer un forum, il n'a pas toujours accès aux premiers messages, sauf si tous les messages sont archivés ou s'il travaille sur un forum qu'il vient d'ouvrir. Concrètement, cela veut dire que l'on va analyser des messages qui sont des réactions à des messages qui ne sont éventuellement plus conversés. Dans l'autre sens, la clôture du corpus ne pourra se faire que de manière arbitraire (en choisissant un nombre de messages ou une date), car on ne peut pas avoir accès à la fin des échanges, sauf si, par hasard, on tombe sur un forum qui ferme* »⁹⁷. De ce fait, nous avons pris la décision d'enregistrer un soir un salon sur un forum et de définir ses membres comme constitutif de notre corpus. Nous avons ainsi rencontré des skateurs de Besançon, mais également d'autres skateurs éloignés géographiquement.

Dans un second temps, nous avons envoyé un message à ces internautes (dont les adresses de messagerie instantanée sont présentes dans leurs commentaires postés) en les invitant à nous consacrer une heure sur notre thématique. Presque l'ensemble des individus sollicités se sont prêtés au jeu immédiatement ou dans la semaine. Certains nous ont même relancés régulièrement en nous envoyant des compléments d'informations, ou des liens sur des sites Internet. L'objectif de ces entretiens (dont certains sont présents en annexe) était de comparer d'une part, la façon dont ces skateurs ont acquis les techniques et valeurs du skate et d'autre part, de quelle manière ils utilisent le *chat*, notamment si ceux-ci recréent comme d'autres Internautes des communautés⁹⁸.

Notons que cette manière d'interviewer des skateurs modifie en partie les règles du jeu de l'entretien traditionnel. En effet, ces échanges médiatisés par des ordinateurs conduisent à ce que l'interviewé et l'intervieweur soient dépourvus d'une présence physique pouvant influencer leur jugement. J'ai ainsi été régulièrement surpris à la fin de mes entretiens électroniques de découvrir avoir conversé à des heures tardives en semaine (de 22 heures à 1

⁹⁶ Goffman E., *Façons de parler*, Paris : Minuit, 1987.

⁹⁷ Marcoccia M., « *L'analyse conversationnelle des forums de discussion : questionnements méthodologiques* », In *Les discours de l'Internet : nouveaux corpus, nouveaux modèles ?*, Presse Sorbonne nouvelle, Les carnets du Cediscor 8, 2004, p.25.

⁹⁸ Marcotte J.-F., « *Communautés virtuelles : la formation et le maintien des groupes sur Internet* », *Esprit critique*, 3(10), 2001, consulté sur Internet : <http://www.espritcritique.org>.

heure) avec des internautes de treize ou quatorze ans. Nous pouvons remarquer que cette technique d'enquête permet une certaine neutralité axiologique. Néanmoins, cette indépendance peut être préjudiciable, par le fait que les données recueillies sont parfois difficilement vérifiables. Enfin, le fait de répondre de manière textuelle m'a permis de me rendre compte que les interviewés répondent de manière plus brève et plus directe aux questions. L'absence d'attitudes et de comportements durant l'entretien (nommé par Goffman le « footing »)⁹⁹ est également pénalisante car il est parfois difficile de mesurer si les commentaires apportés sont complets et si des relances sont nécessaires.

Sur les blogs et les forums, différents échanges informels ont été enregistrés et transformés en corpus de données. Ces données ont ensuite été soumises à une analyse sémantique. Sur les forums et les *chats*, j'ai effectué des conversations de manière totalement anonymes par l'intermédiaire de pseudos. Ceci m'a permis d'obtenir plusieurs statuts et d'employer différents langages afin de comprendre comment se comportaient les skateurs « entre eux ». Il faut néanmoins noter que ma méthode quelque peu « rusée » a pu être menée également par mes interlocuteurs. Ainsi, les individus avec qui j'ai pu converser ont pu être de simples énonciateurs guidés par des auteurs à proximité.

En outre, les conversations par l'intermédiaire de Messenger que j'ai pu avoir avec des skateurs (parfois toutes les semaines pendant un semestre), ont été régulièrement enregistrées et répertoriées sur un cahier de notes afin d'assurer une continuité dans mes discussions. J'ai pu remarquer, de la même manière que Stéphane Héas, que « *le retranchement de l'individu derrière sa machine produit une autre forme de dialogue* »¹⁰⁰. Les échanges sont en effet plus brefs, beaucoup plus directs : « *on écrit comme on parle, c'est-à-dire le plus vite possible. Un langage inédit s'est créé, propre aux échanges via le réseau* »¹⁰¹. Moins de retenues et de complexes sont présents, mais les conversations multiples que les *chatteurs* mènent en parallèle, rendent parfois les discussions désorganisées.

Ø **Entretien d'individus investis dans le domaine associatif et marchand du skateboard**

⁹⁹ Goffman E., *Façons de parler*, Paris : Minuit, 1987.

¹⁰⁰ Héas S., Poutrain V., *Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet*, Ethnographiques.org, Numéro 4 - novembre 2003 [en ligne]. <http://www.ethnographiques.org/2003/Heas,Poutrain.html> (consulté le 3/10/2006).

¹⁰¹ Herbert J., « *L'internet : un nouveau moyen de se réunir* », *Esprit critique*, vol 03 no 10, Octobre 2001, consulté sur Internet : <http://www.espritcritique.org>.

Il semblait déterminant d'étudier l'environnement institutionnel et commercial qui gravite autour du skate local. Ces différents agents, parfois organisateurs d'évènements et initiateurs de regroupements ont une volonté et une vision du skateboard intéressantes à appréhender.

Ø ***Comité directeur dans des associations de skateboard***

Aseb : Association des Sports Extrêmes Bisontins

Président : Charles J D

Responsable de la section skate : Manu S

Secrétaire de la section skateboard : Yoann F

ADSL : Association Des Skateurs Libres (de Thise)

Président: Ludovic G

Secrétaire : Alexandre S

Ø ***Responsables Marketing dans le domaine du skateboard***

Christophe Chabaud : responsable « Split » Europe

Philippe V : Gérant XCESSLAB (agence de communication spécialisée dans les sports de glisse : skate-surf-snowboard)

Manu L : Gérant de l'entreprise « Pull-in Underwear » marque de sous-vêtements à destination initialement des pratiquants de sports de glisse.

Ø ***Responsables de magasins de skate à Besançon***

Patrick N : ancien gérant de « Switch »

Manu S : responsable de « Slidebox » Besançon

Ø **Le choix de la méthode**

S'agissant d'une seconde prise de contact avec notre thématique (une pré-enquête ayant déjà été menée durant notre DEA), nous avons opté pour des entretiens semi-directifs. Cette méthode nous permet de guider les interviewés sur les thèmes qui nous intéressent. Nous devons apporter une critique préalable à ce type d'analyse, en soulignant notamment que les entretiens semi-directifs circonscrivent et orientent la réflexion des interviewés sur des thématiques chères aux chercheurs, et occultent nécessairement des représentations sur certains sujets. De ce fait, nous avons privilégié certaines thématiques en émettant l'hypothèse que celles-ci vont servir à notre travail de recherche. Autrement dit, nous avons fait des choix sur les questions qui méritent d'être posées.

Par ailleurs, Pierre Bourdieu nous fait à juste raison remarquer¹⁰² qu'en questionnant des individus sur des sujets auxquels ils ne se sont jamais interrogés, nous provoquons un effet d'imposition de la problématique. Les enquêtés produisent en effet, des réponses que nous analysons à tort comme étant l'expression de leur opinion personnelle. Un certain recul sur les entretiens devra donc être de rigueur.

De ce fait, la grille d'entretiens que nous allons présenter ultérieurement n'a pas été figée, il m'a semblé important de la dépasser dans les cas où les interviewés disposaient de ressources supérieures à ce qui avait été prévu. En s'inspirant de Tocqueville, nous avons conversé jusqu'à obtenir l'ensemble des informations détenues par l'interviewé : « *en mettant naturellement chaque homme sur ce qu'il sait le mieux [...] il s'agit de porter l'interlocuteur à développer le plus sa pensée* »¹⁰³. Par ailleurs, à la manière d'un entretien de vente, nous avons effectué une « *phase de découverte* » de l'interviewé, dans lequel nous intervenons le moins possible, sauf pour relancer l'enquêté sur sa présentation.

Nous souhaitons parvenir à la construction d'un idéal type. Ce travail, comme le souligne Max Weber : « *n'entre pas en ligne de compte comme but, mais uniquement comme moyen de la connaissance* »¹⁰⁴. Ce tableau de pensées qui ne révèle pas la réalité authentique mais un idéal conçu à partir d'un travail conceptuel, nous permettra de clarifier et de schématiser le contenu et les réseaux utilisés dans cette circulation.

La grille d'entretiens permettant d'interviewer des skateurs

Notre première approche sur le terrain a permis de détecter de nombreux agents susceptibles de transmettre des savoirs et des valeurs aux pratiquants. En les regroupant thématiquement, nous avons pu définir une grille d'entretiens¹⁰⁵ :

- Ø **La découverte de l'activité** : comment ont-ils connu l'activité ? Qui leur a enseigné les bases, le nom des figures ? Qui les a intégrés dans un groupe de pratiquants ?
- Ø **Les modalités de pratique** : lieux, nombre d'individus pratiquant en même temps, fréquence. L'appartenance à une association, à un groupe.
- Ø **L'image des sports de glisse urbains et du skate** : Qui incarne le mieux l'esprit de la glisse et du skate aujourd'hui ? Que pensent-ils de l'image du

¹⁰² Bourdieu P., *Le métier de sociologue : préables épistémologiques*, Paris : Mouton, Bordas, 1968.

¹⁰³ Tocqueville A., *De la démocratie en Amérique*, Paris : Union générale d'éditions, 1963.

¹⁰⁴ Weber M., *Essai sur la théorie de la science*, Paris : Plon, Press Pocket, collection Agora, 1992, p.173, (1^{er} essai édité en 1904).

¹⁰⁵ Présentée ici succinctement, l'intégralité étant insérée en annexe.

skate transmise par les médias ? Achètent-ils des revues ou des cassettes (étrangères) ?

- Ø **Les nouvelles technologies de l'information et de la communication** : leur consommation et l'origine de ces supports, ce qu'ils recherchent, ce qu'ils prélèvent ? Le temps consacré à ces différentes pratiques
- Ø **Le rôle des magasins dans le développement de l'activité** (développement commercial, conseils apportés aux skateurs, *skateshops* comme lieu de rencontre)
- Ø **La vision de la compétition** : pratiquent-ils des compétitions ? S'intéressent-ils aux résultats des compétitions ? De quelles façons obtiennent-ils les résultats ? Les champions sont-ils l'image de la glisse urbaine ?
- Ø **Les équipements** : utilisent-ils les skateparks, et pourquoi ? Y-a-t'il des modèles sur ces lieux de pratiques qu'ils souhaitent imiter ?
- Ø **Le cadre familial** : leurs parents sont-ils ou ont-ils été des sportifs ? Ont-ils participé à des associations ? Se sont-ils investis pour des causes politiques ou sociales ?
- Ø **Les renseignements personnels** : ceux-ci permettront d'établir le profil des interviewés en définissant leur âge, leur profession, leur lieu d'habitation, et la profession de leur parents.

La place de l'enquêteur

L'entretien impose une relation sociale au milieu étudié ; l'enquêteur doit s'adapter au monde social qu'il veut analyser, et s'efforcer d'y trouver sa place. Les différences de PCS, d'âge, de sexe, de pratiques sociales, sont autant de critères qui peuvent influencer la viabilité des réponses. Selon André Guittet¹⁰⁶ : « *la plupart des problèmes qui se posent à un enquêteur en pénétrant dans ce milieu pour l'observer sont déterminés par le type de relation, qu'il va entretenir avec lui en tant qu'individu social et investigateur* ».

La différence entre mon âge et celui des enquêtés physiquement se limite à cinq années. Il ne réside donc pas de relation de pouvoir dû à un effet d'âge durant les entretiens. Par ailleurs, nous pouvons considérer une inégalité de statut sportif, entre moi-même novice (au vu de mon niveau de pratique dans le skate), et des pratiquants expérimentés ayant un vécu important dans ces activités.

¹⁰⁶ Guittet A., *L'entretien : techniques et pratiques*, Paris : Editions Armand colin, 2001.

Il a été indispensable d'insister sur les bases de cet apprentissage, même si pour certains individus, elles apparaissent comme éloignées, car apprises il y a plusieurs années. Durant les entretiens, j'ai peu à peu appris ou réappris certains termes. Ainsi, l'acquisition de certaines connaissances m'a permis de comprendre et également d'échanger avec les skateurs experts en étant relativement crédible.

Le principe de réflexivité

Le parcours social de chaque individu conditionne dans une certaine mesure ses représentations et sa vision des phénomènes sociaux : « *Tout phénomène est vu à travers les prismes et les lunettes colorées de la langue maternelle, de la religion nationale, d'une préoccupation dominante, d'une théorie scientifique régnante* »¹⁰⁷. Les résultats des chercheurs sont orientés par leur parcours individuel, qui peuvent leur faire émettre des hypothèses et formuler des réponses, qui ont ensuite une influence sur leur interprétation.

Par un mouvement de réflexivité (de retour sur soi et sur l'activité), l'enquêteur peut éviter les erreurs liées à l'intellectualisme, qui consistent à prendre son propre rapport intellectuel à l'objet d'analyse pour le rapport de l'agent à l'action : « *On ne peut voir le monde empirique qu'à travers un schéma ou une représentation qu'on en a. Le processus de la recherche scientifique est orienté et informé dans son intégralité par l'image sous-jacente du monde empirique que l'on utilise. Cette image détermine le choix et la formulation des problèmes, définit ce qu'est une donnée, les moyens à mettre en œuvre pour l'obtenir, les types de relations que les données entretiennent entre elles, et le moule dans lequel les positions sont coulées. Etant donné l'influence à la fois fondamentale et omniprésente qu'exerce cette représentation initiale du monde empirique sur l'ensemble du processus de recherche scientifique, il est ridicule de faire comme si cette représentation n'existait pas. La représentation sous-jacente du monde est toujours identifiable sous la forme d'un ensemble de prémisses. Ces prémisses sont constituées par la nature conférée explicitement ou implicitement aux objets clés qui forment la représentation. Tout traitement méthodologique digne de ce nom doit donc nécessairement inclure un travail d'identification et d'évaluation de ces prémisses* »¹⁰⁸.

La capacité pour le sociologue de prendre en compte la relation qu'il entretient avec son objet constitue donc un des moyens d'améliorer la qualité scientifique de son travail.

¹⁰⁷ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Paris : Editions du Seuil, Les empêcheurs de tourner en rond, 2001, p.104.

¹⁰⁸ Blumer H., *Symbolic interactionism : perspective and method*, Englewood cliffs, NJ, Prentice Hall., 1969, p. 24-25.

D'où l'importance de ce que Pierre Bourdieu appelle « *une objectivation participante* », l'objectivation (au sens ici de connaissance scientifique) du rapport subjectif du sociologue à son objet (sa participation à l'objet qu'il analyse) faisant partie des conditions de la scientificité de son analyse.

Il est donc nécessaire d'effectuer une sociologie réflexive, qui invite le sociologue à passer par un travail d'*auto-socio-analyse* (de son rapport à l'objet, qui peut être lié à sa place dans le champ intellectuel, à son propre parcours social, etc.), afin de rendre sa recherche plus rigoureuse. Cette orientation réflexive trouve des convergences avec les travaux en ethnologie, comme ceux de Gérard Althabe, qui ont pris acte de la participation du chercheur aux relations sociales qu'il observe, et ont alors insisté sur l'intégration des relations enquêteur/enquêtés dans l'analyse.

Nos travaux de recherches ont comme objectif d'élaborer une analyse des différents réseaux et sources d'inspirations intervenant dans la circulation des valeurs et des techniques. Cette vision du réel nous amène à privilégier certains aspects et à en omettre d'autres. Ainsi, pour être objectif, et respecter une neutralité axiologique chère aux sciences sociales, nous devons mentionner et assumer pleinement la subjectivité de nos choix (nos rapports aux valeurs) qui conditionneront l'orientation donnée à notre recherche de doctorat. Il est en effet, indispensable de circonscrire les thématiques abordées, sans quoi cette étude est vouée à s'étendre sur d'interminables recherches.

Le traitement des données

Nous présenterons comme le fait Howard S. Becker¹⁰⁹, en décrivant le rôle des pratiquants expérimentés dans l'apprentissage des sensations de la marijuana auprès des nouveaux fumeurs, les différents agents contribuant à ce que des skateurs deviennent des pratiquants expérimentés, et leur rôle dans ce processus.

Pour extraire les clivages notables émanant des entretiens, nous avons effectué des analyses transversales. Cette méthode nous permet de révéler des tendances récurrentes pour chaque thématique abordée.

Cependant, lorsque nous effectuons une analyse transversale des entretiens, « *on suppose que toutes les opinions se valent* »¹¹⁰ : nous pouvons démontrer qu'il n'en est rien, nous savons en effet que chaque individu a vécu une carrière sportive différente. Le fait de cumuler des opinions qui n'ont pas la même force, peut aboutir à une distorsion du réel. Nous

¹⁰⁹ Ibid

¹¹⁰ Bourdieu P., *Question de sociologie*, « L'opinion n'existe pas », Paris : Minuit, 1984, p.222-235.

resterons ainsi prudents sur l'étude, afin de ne pas définir un cas dans un entretien, comme une généralité ou un fait établi.

Par ailleurs, nous avons abordé les entretiens grâce à des études longitudinales pour comprendre l'évolution et le parcours de ces individus. En effet, aborder le processus de transmission, nous oblige à analyser les pratiquants durant plusieurs périodes de leur vie pour révéler leurs évolutions dans la connaissance des savoirs faire et des savoirs être, et notamment les changements d'identités, de statuts, « les carrières » chers à Anselm Strauss. L'usage des matériaux oraux comme des récits de vie, permet de dépasser le schéma de la détermination infra/superstructure, en accordant une place importante aux dispositions et aux pratiques d'acteurs individuels et collectifs¹¹¹.

L'apprentissage, quel qu'il soit, est une longue montée en puissance. Souvent semé d'embûches et d'interruptions (blessure, emploi, école), il n'est pas linéaire et interagit avec des agents extérieurs incitant ou contraignant la pratique. Les analyses longitudinales permettront notamment de voir sur Besançon comment l'évolution du matériel, des politiques sportives municipales, des infrastructures sportives, et du nombre de pratiquants a agi sur la pratique de notre corpus.

¹¹¹ Becker H.S., « *Biographie et mosaïque scientifique* », In Actes de la recherche en sciences sociales, 62-63, 1986, p.105-110.

B. Etude ethnographique des lieux de pratique

Nos entretiens permettent d'obtenir des récits précis sur le fonctionnement de notre échantillon, mais il me semblait essentiel de compléter notre enquête par une étude de terrain. Rappelons comme le souligne Héraclite d'Ephèse que « *les yeux sont des témoins plus fidèles que les oreilles* »¹¹². Il me semble déterminant que les pratiques sociales que nous décrivons dans notre objet soient validées par des observations directes en étant spectateur de leur déroulement afin « *de les reconstituer autrement qu'au travers du seul discours des acteurs* »¹¹³.

En vivant cette discipline au plus près de notre corpus et en s'immergeant dans des lieux singuliers, nous espérons comprendre le fonctionnement et les logiques d'apprentissage mises en place par ces individus. Ce fonctionnement reprend les conseils méthodologiques de Becker : « *De là, résulte la nécessité d'étudier les acteurs dans leur environnement naturel, en procédant par observation, seule méthode capable de saisir l'ensemble du processus par lequel les individus construisent l'interprétation de leur situation, et par delà, leurs actions.* »¹¹⁴

Nous avons ainsi exploré différents sites (Besançon, Thise, Lausanne, Barcelone) pour comprendre leur fonctionnement. Nous sommes tout d'abord allés sur les lieux que l'on nous a indiqué. Nos explorations se sont déroulées à divers moments, les mercredis après-midi, les week-ends, les périodes de vacances scolaires. Ensuite, nous avons fréquenté des lieux conçus pour la pratique (skateparks, places aménagées). Enfin, nous avons exploré des lieux connus par les skateurs pour leur densité de pratiquants et leur omniprésence dans les vidéos (comme par exemple le MACBA à Barcelone).

Ø Les lieux et les moments formalisés (skateparks, contests) à Besançon et à Lausanne.

Sur les lieux de pratique, j'ai adopté dans un premier temps une attitude passive. J'étais considéré comme un observateur, voire parfois comme surnomme les skateurs « un poseur ». Je possédais des vêtements me permettant de me confondre avec les skateurs (chaussures de skate, pantalon et t-shirt usés). Ensuite, j'ai pris de nombreuses photos en me faisant volontairement remarquer. Cette technique me permettait d'avoir rapidement des

¹¹² Pradeau J.F., *Fragments : Citations et témoignages d'Héraclite*, Paris : Flammarion, 2002.

¹¹³ Arborio A.M. & Fournier P., *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Editions Armand Colin, collection "128", 2005.

¹¹⁴ Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métaillé, 1985, p.16.

skateurs venant me demander si leurs sauts apparaissaient sur les photos et ainsi d'engager une conversation.

Ø Les lieux squattés, prohibés, réappropriés à Besançon et à Barcelone

En suivant l'expérience méthodologique de l'école de Chicago et en reprenant l'expression d'Ulf Hannerz, notre démarche consistait à « explorer la ville »¹¹⁵, ses quartiers, ses institutions, ses réseaux, les communautés ethniques et professionnelles, et les différents usagers de ces lieux : « le sans domicile fixe, le vagabond, le touriste, l'étranger ».

Sur Besançon, de nombreux lieux ont été étudiés. Mais il est à noter que les sites les plus exposés et les plus fréquentés par le grand public ne sont pas skatés car d'une part les forces de l'ordre veillent et d'autre part, les spots sont généralement « *antiskatés* ». Ainsi, nous avons observé des skateurs sur des lieux prohibés, comme par exemple dans des parkings souterrains (surtout durant l'hiver), ou dans des hangars désaffectés (*Manpower* sur le Boulevard, et le site de la *Rhodia* aux Prés de vaux). Très vite, des moments et des sentiments se sont émanés de ces lieux informels.

A Barcelone, notre étude ethnographique a eu lieu du 12 au 22 Décembre 2005 et s'est portée sur la place du Musée d'Art Contemporain (le MACBA). L'objectif était de comprendre quelle organisation sociale les skateurs mettaient en place, et quels savoirs circulaient sur ce lieu. Effectuée durant l'hiver, notre étude a permis de comprendre le fonctionnement de la place en présence des locaux et en l'absence des touristes. Nous avons procédé à une monographie urbaine afin d'appréhender des questions plus larges comme la place des groupes et des marginaux dans ces lieux ouverts à tous, la cohabitation interethnique, le changement urbain. D'un point de vue méthodologique, j'ai porté particulièrement attention à ma place sur ce lieu. Chaque jour, je suis venu à 11 heures, afin d'être présent avant les premiers skateurs. Je me suis placé le plus loin possible de la zone d'ombre. Ainsi, lorsque le soleil tournait et que la zone d'ombre augmentait, les skateurs se rapprochaient et venaient s'asseoir à côté de moi. De fait, je n'avais pas à engager une démarche pour me mettre à proximité d'eux. Parfois même, ils venaient me demander s'ils pouvaient mettre leurs affaires à côté de moi. Par ailleurs, je suis revenu tous les jours à des heures différentes pour voir l'évolution quantitative et qualitative des individus fréquentant la place.

¹¹⁵ Hannerz U., *Explorer la ville : Éléments d'anthropologie urbaine*, Traduit de l'anglais (États-Unis) et présenté par Isaac Joseph, Paris : Les Editions de Minuit, Collection « Le sens commun », 1983.

Les skateurs étaient relativement intrigués par ma présence sur les lieux de pratique dans la mesure où je disposais d'un cahier de notes, régulièrement complété par des descriptions des scènes (nombre d'individus, niveaux de pratiques, interactions, discussions, essayant les mêmes figures, temps de pratique, lieux de pratique et déplacement au cours de la journée et en fonction des autres pratiquants)

C. Analyse des supports d'information et de communication

L'étude des technologies de l'information et de la communication relève d'une approche pluridisciplinaire. Durant notre analyse, nous avons emprunté en effet des théories scientifiques, et un outillage méthodologique aux médiologues, aux sciences de la communication et de l'éducation.

Avant d'expliquer notre méthodologie, nous devons souligner la différence entre information et communication.

L'information est une connaissance, un savoir ou un contenu de sens qu'un locuteur détient, qu'il peut transmettre à d'autres ou garder pour soi. Informer est une des tâches essentielles des médias, et ces supports diffusent avant-tout sur un chemin unilatéral.

La communication désigne les échanges sociaux directs ou médiés par le canal des nouvelles technologies. Elle réside dans la mise en commun et l'échange d'informations. En ce sens elle suppose des situations où des partenaires, échangent des significations et produisent, de ce fait, des effets de sens. Suscitant des échanges, la communication peut être, au moins potentiellement, conflictuelle, « *même si, au-delà de ces différences et divergences, il y a place, à travers la négociation pour des convergences, des compromis et des accords* »¹¹⁶.

Nous souhaitons analyser différents supports d'information et de communication afin de comprendre quelles valeurs et techniques étaient présentes sur ces supports, et quels savoirs les skateurs prélevaient.

Parmi la multitude de supports disponibles, il a été nécessaire de faire un choix, notamment par la richesse d'information de certaines productions, mais également par le nombre d'auditeurs. Il ne doit pas être occulté que le choix de ces supports d'information et de communication sont dictés en dernier lieu par mes choix personnels : « *Je savais que je ne photographiais que ce que je trouvais intéressant, non pas en fonction de l'intérêt des événements ou de l'intérêt des gens, mais en fonction de ma capacité à trouver une raison pour m'y intéresser. Tout pouvait être intéressant, tout était intéressant : il suffisait que j'arrive à m'y intéresser* »¹¹⁷, ainsi de la même manière que les entretiens, un mouvement de réflexivité doit être de rigueur.

¹¹⁶ Ardoino J., *Information et communication*, Paris : Editions d'organisation, 1964 ; Communications et relations Humaines, Bordeaux, 1966.

¹¹⁷ Becker H.S., *Les ficelles du métier*, Paris : Editions La découverte, 2002, p.160.

Trois types d'analyses ont ainsi été menés :

Ø **Analyse des vidéos grâce à des skateurs commentant les savoirs prélevés**

Nos interviews guidées par une grille d'entretiens, avaient pour objectif de révéler ce qui faisait sens pour des skateurs en position de spectateur devant des vidéos de skate. Ainsi, nous pouvions confronter la richesse du message et la capacité de traitement de notre récepteur. Ce rapport induit forcément une réactivité et nous révèle donc dans quelles mesures le récepteur « est concerné »¹¹⁸.

En l'absence de méthodologie adaptée à la conception de grilles d'entretiens pour des vidéos, nous avons repris quelques thématiques de la grille d'analyse de Laurent Gervereau¹¹⁹, en y agrégeant les spécificités des « *images en mouvement* ». Rappelons notamment sa principale mise en garde : « *le grand danger des images mobiles est de les traiter par des arrêts sur images, c'est-à-dire de rendre fixe ce qui était mobile en occultant la temporalité (...) une image mobile inscrit le spectateur dans son espace-temps* ». En effet, l'impression de réalité que nous communique l'image cinématographique provient essentiellement du mouvement qui l'anime : « *Le film se présente à nous comme une succession dans le temps d'images, de paroles, de musique et de sons que nous apercevons comme réalité. L'image n'a de sens que par rapport à la trame temporelle du discours filmique. Le film en propose un ordre, un rythme et il raconte une histoire* »¹²⁰. Ainsi, selon Merleau-Ponty, la sémantique du film est dans son rythme et l'idée émerge de sa structure temporelle¹²¹.

Il faut par ailleurs considérer, comme le souligne Henri Wallon, que l'enchaînement des images dans les vidéos créaient un mouvement incitant le spectateur à poursuivre le visionnage : « *nous ne pouvons pas lâcher des yeux le film dont les images se remplacent les unes les autres, parce que nous lâcherions le fil de l'histoire, parce que nous ne comprendrions plus ce qui va suivre, mais aussi parce qu'au cours des images qui se succèdent, il y a une sorte d'attraction, sur nos sens, sur notre vue, pour que nous n'en perdions pas. Le mouvement est donc, par lui-même, quelque chose d'attirant, de*

¹¹⁸ Pedler E., *Sociologie de la communication*, Paris, Nathan, 2002, p.81.

¹¹⁹ Gervereau L., *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris : Editions La découverte, 2000.

¹²⁰ Allard C., *L'enfant au siècle des images*, Paris : Editions Albin Michel, 2000, p.65.

¹²¹ Merleau-Ponty M., « *Le cinéma et la nouvelle psychologie* », In *Sens et non-sens*, Paris : Nagel, 1966.

captivant »¹²². Ainsi cette posture adoptée par le téléspectateur est complètement différente du lecteur face à des images fixes.

Il est à noter que cet aspect méthodologique qui peut être négligé dans certaines analyses est important dans notre thématique car les vidéos de skate possèdent des séquences visuelles rapides, souvent en rapport avec le fond sonore, ce qui leurs confèrent un rythme soutenu. De plus, de nombreuses techniques cinématographiques (ralenti, accéléré, zoom, panoramique) sont employées, et semblent conférer dans certains cas une approche pédagogique intéressante. Ainsi, pour éviter les écueils d'une analyse d'images fixes, nous avons décidé de guider l'interviewé grâce à notre grille, mais nous avons insisté sur le fait qu'il pouvait interpréter à sa guise cette vidéo. En aucun cas, notre présence ne devait lui révéler des détails qu'il avait occulté. Le but étant d'identifier avec exactitude ce que l'interviewé percevait dans ce support.

Guide d'entretien pour les vidéos :

Cette grille est destinée à des skateurs. Munis d'une vidéo qu'ils auront eux-mêmes choisie, ils me commenteront des séquences qu'ils jugent importantes. Par ailleurs, il leur sera imposé des questions concernant les techniques, les protagonistes de l'action et le cadre de l'image.

a. Le support :

La provenance de ces supports (lieux et modalités d'achats, choix, dates d'acquisition)

Les commanditaires (origines géographiques, statut juridique, sponsors)

Les protagonistes, les acteurs (sont-ils des représentants de leur philosophie du skate)

Les moments filmés (*road trip, contest, etc..*)

Pourquoi as-tu fait un arrêt sur cette image, ou pourquoi as-tu choisi cette séquence ?

b. Les techniques :

Les techniques présentes

Leur connaissance des techniques (comment les ont-ils apprises, noms, modalités d'exécution, *Pros* réalisant ces figures)

Leur niveau et leur mode de pratique est-il en correspondance avec la vidéo ?

c. Les protagonistes.

Les *riders* présents

¹²² Wallon H., « *l'acte perceptif et le cinéma* », revue internationale de filmologie, t. IV, n°5, avril-juin 1953, p.97-110. Reproduit In *Lecture d'Henri Wallon*, Paris : Editions Sociales, 1976.

Sont-ils appréciés par le skateur et pour quelles raisons ?

Les figures que le *pro* privilégie sont-elles les figures que privilégie le skateur ?

Le style vestimentaire des *pros* est-il le même que celui de l'interviewé (punk, hip-hop, etc....). Pourquoi achètent-ils ces marques ?

d. L'environnement, le cadre de la vidéo :

Connaissent-ils les lieux où ont été filmées ces vidéos ?

Ont-ils skaté ces lieux (*Skatepark, street*) ?

Le style musical est-il en rapport avec leurs goûts musicaux ?

Remarque sur cette analyse :

Notre approche n'a pas comporté d'analyse sur les mouvements oculaires. Cette étude trop coûteuse aurait pu être intéressante pour révéler les détails visionnés par les skateurs. Des appareils, dont notamment le Nac Eye Marker¹²³, pourraient être utilisés dans nos analyses ultérieures (également sur les lieux de pratique). En effet, de nombreuses activités étudiées grâce à ces outils (comme le basket-ball et le hand-ball), ont révélé quelles informations les pratiquants (novices et experts) prélevaient sur leur environnement.

Ø **Analyse de contenu des publicités présentes dans les magazines**

Notre étude a été effectuée sur 3 magazines de l'année 2003 : *Transworld skateboarding*, *Sugar*, *Freestyler*. Le premier provient des Etats-Unis, et est rédigé uniquement en anglais ; les deux autres sont publiés dans l'hexagone, et écrits en Français.

Le choix de l'échantillon :

Le choix de ces revues a été dicté d'une part grâce à une enquête menée sur 25 skateurs bisontins durant les années 2002 et 2003. Il s'est révélé en effet que ces magazines étaient récurrents dans nos entretiens et qu'ils semblaient être les principaux magazines lus par notre échantillon. D'autre part, ils ont été choisis pour leur présence dans les linéaires des bureaux de tabacs bisontins.

96 publicités ont ainsi été analysées. Cinquante publicités proviennent du magazine américain, et 46 répartis entre les deux magazines français (ce choix est justifié d'abord par l'omniprésence du magazine *Transworld* dans nos entretiens, et ensuite à cause de sa taille surdimensionnée par rapport aux magazines français : 400 pages illustrées contre 100 pour un magazine français).

¹²³ Appareil japonais, raccordé à une caméra ou un magnétoscope, qui se fixe sur la tête, et permet de garder la mobilité des mouvements de la tête.

La grille d'analyse :

Notre grille a été établie grâce au logiciel de statistiques *Sphinx*. Je me suis inspiré de Laurent Gervereau pour établir une grille d'analyse iconographique qui a été complexifiée et adaptée aux particularités de notre objet d'étude qui recouvre de nombreux aspects singuliers.

La grille est composée de 60 questions de faits¹²⁴. Nous insistons sur cet aspect pour signaler que notre étude souhaite exclure toute opinion et toute prise de décision personnelle. En effet, notre travail a été uniquement d'observer les différents détails présents sur les images et de les recenser ensuite dans le logiciel, le but étant d'éviter un écueil important : un manque de réflexivité.

Le questionnaire est composé de 3 parties : (présentation succincte des thèmes)

- ≠ **Les commanditaires** : leur rôle, leur localisation, leur message
- ≠ **La publicité** : son emplacement, son architecture, la place du logo et de la marque, ses couleurs, les détails présents, les allusions à la mort et à la rébellion.
- ≠ **Les images de skate** : ce qu'elles montrent (présence des *riders*, du paysage, du mobilier urbain, de marques de délinquance urbaine : tags, conflits avec des riverains), de quelles façons les photos ont été prises (angle, zoom, ligne directrice, répartition des volumes), le type de figures réalisées (difficultés, amplitude, aspects techniques).

Le traitement des résultats :

Grâce à nos questions de fait, les résultats chiffrés sont particulièrement objectifs. Nous avons complété cette analyse par des tris croisés permettant de révéler si des corrélations pouvaient exister entre les différentes publicités. Une synthèse de ces résultats a été rédigée afin d'apporter une compréhension globale des éléments présents dans ces publicités.

Ø Analyse de contenu des sites Internet, et des réseaux *Peer to peer*

Les premières analyses d'Internet par les sciences sociales datent d'une décennie¹²⁵. Les communautés virtuelles (salons, forums) deviennent en effet un champ d'analyse

¹²⁴ Questionnaire Sphinx visible en annexe.

¹²⁵ Hakken D., *Cyborg@Cyberspace, An Ethnographer Looks to the future*, 1999.
TURKLE T., *La vita sullo schermo (La vie dans l'écran)*, Apogeo, 1997.

privilegié¹²⁶ pour les sociologues. Il nous semble ainsi utile de compléter notre enquête par une analyse des différents sites Internet consultés par les skateurs.

De nombreux sites marchands sous l'impulsion d'entreprises spécialisées dans le skate se sont développés sur Internet. Des sociologues tels que Breton¹²⁷ et Saint-Martin¹²⁸ ont souligné ce grand marché de l'information idéologiquement marqué par cette rationalité économique. Il était donc nécessaire de parcourir les sites marchands de skateboard en essayant de comprendre si des singularités culturelles (valeurs, références) et techniques pouvaient être relevées.

Parallèlement de nombreux sites *persos*, des *blogs*, et des forums ont fleuri grâce à l'initiative de skateurs passionnés. Ce développement qui suit une courbe exponentielle doit attirer notre intérêt dans la mesure où le 28 août 2006 nous pouvions compter 3640 blogs (sur le serveur skyblogs) ayant comme thème principal le skateboard.

Le travail que nous avons réalisé sur ce média a tout d'abord été une étude de terrain. Nous avons effectué de façon totalement autonome une analyse quantitative, afin d'évaluer le nombre de pages, de sites Internet, et de vidéos en ligne sur le thème du skate. Ensuite, nous avons analysé le trafic de ces sites. Nous avons ainsi pu constituer un corpus composé des sites de skateboard les plus consultés (blogs, pages *persos*, et sites marchands). Enfin, nous avons procédé à une analyse de contenu, afin de comprendre quels savoirs pouvaient être présents sur ces supports.

Ensuite, par l'intermédiaire de nos entretiens auprès des skateurs, nous avons essayé de comprendre comment les skateurs utilisaient ce média, et quelles informations ils recherchaient. *Surfer* est devenu une activité récréative pour les jeunes internautes, qui changent en moyenne sept fois de thèmes de recherche durant une session sur le net. Nous devons comprendre dans quelles conditions et dans quels buts les skateurs recherchent des informations, consultent les blogs d'autres skateurs, et apportent leurs commentaires. Certaines théories avancent que « *les sites web personnels partagent une fonction de terrain d'expérimentation et constituent un lieu d'apprentissage* »¹²⁹. Rappelons comme le souligne

¹²⁶ Valastro O. M., « *Recherche ethnographique et communautés virtuelles : Entretien avec Alessandra Guignoni* », *Esprit critique*, 4(5), consulté sur Internet : <http://www.espritcritique.org>, 2002.

Rheingold H., *Les communautés virtuelles* (traduit par L. Lumbroso), Paris : Addison-Wesley France, collection Mutations technologiques, 1995.

¹²⁷ Breton P., *L'utopie de la communication ; le mythe du village planétaire*, Paris : La Découverte, 1997.

¹²⁸ Saint-Martin A., « *Technosocialité et irrationalismes postmodernes : analyse d'une notion molle* », *Esprit critique*, 3(10), consulté sur Internet : <http://www.espritcritique.org>, 2001.

¹²⁹ Beaudoin V., Fleury S., Pasquier M., « *Les pages personnelles comme terrain d'expérimentation* », In *Les discours de l'Internet : nouveaux corpus, nouveaux modèles ?*, Presse Sorbonne nouvelle, Paris : Les carnets du Cediscor 8, 2004, p.143.

Belisle que « *pour qu'il y ait apprentissage, il ne suffit pas d'ouvrir des fenêtres, de parcourir des hyperespaces, de naviguer dans des cédéroms multimédia, de dialoguer avec un programme intelligent. Encore faut-il que l'ensemble de ces opérations soit piloté par un sujet en quête d'informations afin de réaliser un but d'apprentissage* »¹³⁰. Notre analyse doit donc se centrer sur les savoirs prélevés et retenus par les skateurs, plus que sur les contenus disponibles tant ceux-ci sont multiples, mais n'ont pas forcément un intérêt pour les Internauts.

Enfin, nous avons analysé les logiques d'échanges par l'intermédiaire du peer to peer. Il s'agissait essentiellement de comprendre quels usages étaient faits de ces logiciels de téléchargement, et quels contenus étaient recherchés et échangés par les skateurs. Le recueil de ces données a été permis grâce à des entretiens et à l'étude des courbes de téléchargement présentes sur les réseaux.

¹³⁰ Belisle C., « *Enjeux et limites du multimédia en formation et en éducation* ». In Les Cahiers de l'ASDIFLE n° 9, Multimédia et français langue étrangère. Association de didactique du français langue étrangère, Paris, 1998, p.7-24.

D. Conclusion : quel regard épistémologique porter sur notre étude

Notre thèse a pour objectif d'étudier l'ambivalence d'apprentissage par l'intermédiaire de réseaux locaux et planétaires. Notre étude sur les interactions locales, dont la méthodologie a été empruntée à la tradition sociologique et anthropologique, est ainsi complétée par l'étude des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui en offrant une lucarne sur le monde extérieur, diffusent en continu des références culturelles (appartenant au réel ou à la fiction).

Nous espérons que notre travail fournira une réflexion sur l'utilisation de ces nouvelles technologiques par les jeunes, mais également une méthodologie d'analyse de ces supports, car comme le souligne Friedrich Nietzsche : « *les vraies richesses sont les méthodes* ».

L'analyse d'Internet conduit à des biais méthodologiques dont nous devons avoir conscience. Le principal danger est qu'il « *se présente le plus souvent comme un endroit où tout peut-être exprimé de manière anonyme, incontrôlable* »¹³¹. Parfois considéré sans limite, cet espace composé de sites, de forums, de plateformes d'échanges connaît un corpus évoluant constamment (et souvent de manière exponentielle). Néanmoins, il nous semble important et incontournable d'étudier chez les jeunes skateurs ce mode de communication parallèle, qui tout en se réalisant dans la sphère privée (importante à l'adolescence), permet sans pour autant « perdre la face » dans des interactions physiques (souvent problématique à cet âge), l'accès à une information planétaire et la rencontre d'Internauts disposant de la même passion de l'activité.

¹³¹ Héas S., Poutrain V., *Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet*. ethnographiques.org, Numéro 4 - novembre 2003 [en ligne]. <http://www.ethnographiques.org/2003/Heas.Poutrain.html> (consulté le 3/10/2006).

IV. Historique et présentation du ***skateboard***

A. Le skate : une discipline appartenant à la glisse urbaine

Dans un souci de rigueur, nous allons établir une conquête de notre objet à partir de ses premières manifestations en Californie. Nous partirons ainsi des pionniers et montrerons l'évolution du skateboard jusqu'à son apparition en France, puis son développement sur Besançon.

Ce travail historique s'inspirant de l'expérience méthodologique d'Emile Durkheim, nous permettra de définir les concepts clefs afférent à notre étude : « *toutes les fois qu'on entreprend d'expliquer une chose humaine, prise à un moment déterminé du temps- qu'il s'agisse d'une croyance religieuse, d'une règle morale, d'un précepte juridique, d'une technique esthétique, d'un régime économique- il faut commencer par remonter jusqu'à sa forme la plus primitive et la plus simple, chercher à rendre compte des caractéristiques par lesquelles elle se définit à cette période de son existence, puis faire voir comment elle s'est peu à peu développée et compliquée, comment elle est devenue ce qu'elle est au moment considéré.* »¹³².

Nous devons souligner que le skateboard appartient à la famille de la glisse urbaine. Deux formes de pratiques peuvent être discernées : d'une part, celle qui utilise les espaces urbains tels quels, en se les appropriant, c'est le cas des skaters et des rollers « *qui exploitent le mobilier urbain* »¹³³. Les espaces publics sont d'abord des lieux de passage, ces pratiquants y introduisent la notion de « *stationnement ludique, sportif et sonore* »¹³⁴. La rue est alors considérée comme un espace privilégié pour s'entraîner¹³⁵. D'autre part, celle qui utilise des espaces urbains spécialement conçus pour ces pratiques, comme par exemple les skateparks ou les pistes de BMX.

Il est à noter que, sous la désignation « sports de glisse urbain », sont considérés le roller, le skate, le BMX. Les autres activités sportives pouvant se rattacher à cette famille (comme par exemple la trottinette ou l'escalade en milieu artificiel) ne seront pas pris en compte (car trop éloignées culturellement de notre étude).

¹³² Durkheim E., *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris : PUF, 1912, p.5.

¹³³ Loret A., Waser A.M., *Glisse Urbaine*, Paris, Editions Autrement, 2001.

¹³⁴ Calogirou C., Touché M., *Le skateboard : une pratique urbaine sportive, ludique et de liberté*, In *Au miroir du sport* N°1226- Juillet- août 2000, p.39.

¹³⁵ Calogirou C. & Touché M., *Le skate, un jeu, un sport, un moyen de déplacement*, « *Le plaisir de ma vie* », *le skate à Poitiers 1977-1999*, Paris : CNRS-Confort Moderne, 1999.

Ces sports urbains sont remarquables à travers de nombreux phénomènes. Nous avons vu apparaître des manifestations de masse, comme par exemple des randonnées nocturnes en roller¹³⁶. A Besançon, celles-ci s'organisent le vendredi soir et permettent à ces pratiquants de parcourir le centre-ville¹³⁷. Par ailleurs, la création d'infrastructures (financées par les collectivités locales), spécialement dédiées à ces sports (les skateparks à Chamars) permet d'ajouter une visibilité à ces pratiques, qui peuvent désormais être observées dans des lieux définis.

Malgré l'apparition de lieux spécifiques de pratiques et de randonnées organisées par des associations¹³⁸, les « glisseurs urbains » maintiennent leur esprit rebelle. Un nombre inestimable d'individus préfèrent en effet, s'adonner à des pratiques en dehors des lieux conventionnels : « *Les sports de glisse comme le roller se singularisent par leur manière d'occuper la ville. Ils s'insèrent dans tous les endroits qui n'avaient pas été désignés comme étant interdits tant ils semblaient peu prévus pour de telles pratiques. Leur utilisation des lieux fait de cette rue ou de cette rampe un enjeu qui n'avait été prévu ni par les autorités ni par aucune jurisprudence.* »¹³⁹. Les adeptes de cette culture sont éternellement en quête de nouveaux lieux de pratique, loin de toute pression et de toute gestion fédérale. Ce qu'ils recherchent avant tout, ce sont des espaces pour s'exprimer librement¹⁴⁰.

Passer des sports de glisse « fun », pratiqués dans des espaces naturels (la montagne, l'océan), aux sports de glisse urbains, nous oblige à nous interroger sur la part prise par le milieu dans la définition même de ces sports, « *Le skate est une nouvelle pratique de la ville (..) Tout ça vient de la rue* »¹⁴¹. La localisation de ces activités, l'espace et les relations sociales ont une influence sur les pratiquants : « *Contests ou parades, trottoirs ou rampes, chacun imprime à sa pratique les styles et les codes de sa cité, de sa culture, de sa personnalité et de sa tranche d'âge* »¹⁴².

La glisse urbaine étant à présent définie, nous allons nous intéresser plus précisément à notre objet d'étude : le skateboard. La partie qui va suivre va présenter historiquement le

¹³⁶ La Friday Night Fever de Paris (cf : Mémoire de recherche STAPS : V. Ianutolo, Les patineurs et la Friday night fever, Besançon, 2000), la Blade Night de Berlin ou la Friday Night Skate d'Amsterdam.

¹³⁷ Cette manifestation est organisée par l'ASEB : Association des Sports Extrêmes Bisontins.

¹³⁸ A Besançon, l'ASEB (Association des Sports Extrêmes Bisontins) s'occupe de la logistique de la randonnée.

¹³⁹ Françoise Schenk, directrice de l'Institut des Sciences du Sport et de l'Education Physique, de la Faculté des Sciences Sociales et Politiques (SSP) de l'Université de Lausanne.

¹⁴⁰ En dehors du système fédéral.

¹⁴¹ FizeM., *Les bandes : « l'entre-soi » adolescent*, Paris, Collection Habiter, 1993, p.168.

¹⁴² Loret A., Waser A.M., *Glisse Urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001.

skate depuis sa naissance aux Etats-Unis dans les années 1960, jusqu'à son développement en France de nos jours.

1. Une discipline californienne importée en France

Pour faciliter la compréhension de l'évolution du skateboard, nous allons effectuer une présentation chronologique des différentes phases successives. Cette rétrospective montrera l'évolution parallèle du mouvement en Californie et en France.

Dès la fin des années 1950, le « *roll-surf* » apparaît en Californie. La légende prétend qu'un surfeur en l'absence de vagues adapta sur une planche en bois les rollers de sa petite soeur¹⁴³. D'autres sources viennent confirmer la naissance de cet objet : « *Ce sont des amateurs de surf de Californie qui, les premiers, eurent l'idée de retrouver sur la terre ferme une partie des plaisirs du surf, en attachant des patins à roulettes à de petites planches de surf*¹⁴⁴. [...] *c'est finalement vers 1962 que les premières planches furent fabriquées* »¹⁴⁵.

A cette époque, le skate se compose d'une planche en bois lourde et résistante (en chêne par exemple) et de trucks fixes ne permettant pas d'envisager des trajectoires. Les roues quant à elles sont en fer (créant des nuisances sonores incroyables) puis en argile (atténuant le son, mais devenant dangereuses en pouvant se briser à tout moment). Malgré l'aspect rudimentaire, en 1959 est commercialisé le premier skateboard « *roller Derby* », et la première version professionnelle sera lancée par Larry Stevenson en 1964 sous la marque « *Makaha* »¹⁴⁶.

La difficulté de pratique et le peu de ludisme de l'objet expliquent en grande partie le manque d'engouement dont souffre le skate à ses origines. De plus, cette période laisse une place importante au rêve américain, et les jeunes préfèrent s'adonner au surf, objet d'autant plus mythique, agréable, et fun. Le skate est trop agressif à cet instant, et l'esprit « *search and destroy* » n'est pas encore présent à l'esprit des américains, même les plus révoltés, qui évoluent dans une société en pleine euphorie économique et culturelle.

Le tout premier *contest* officiel a lieu en 1963 à la Pier Avenue Junior School de Hermosa (Californie). La même année, nous trouvons les premières apparitions du skateboard en France. La situation est relativement similaire, le surf (dans le sud-ouest) occupe davantage l'esprit du public au détriment du skateboard. Deux personnes sont cependant significatives de cette apparition : d'une part, Joachim Moraiz, qui organise en

¹⁴³ Simoni C., Moreau F., *Skate*, collection Solo, 1989, p.15.

¹⁴⁴ *Dogtown and Z-Boys*, film documentaire, A Vans off the wall productions, 2001.

¹⁴⁵ Arnold, P. *Le livre du skateboard, Technique de la « planche à roulettes »*, Pully : Nathan, 1978.

¹⁴⁶ Glasman J.M., *Skate et street graphics*, Biarritz : Editions Yocar, 2005, p. 6.

1965 la première compétition de skate en France¹⁴⁷. Fort de ce succès, l'année suivante l'engouement gagne la capitale et les seconds championnats de France sont organisés au Trocadéro. D'autre part, le skateboard se fait remarquer par un de ses pratiquants : Arnaud de Rosnay, considéré comme le meilleur skateur français durant les championnats de France de 1965, 1966, 1967.

Afin d'interpréter les causes de l'évolution et de la diffusion du skateboard hors des Etats-Unis, il est inévitable, comme le souligne Gabriel Tarde, de mener en parallèle un historique des inventions techniques successives que l'activité a subit : « *Il faut partir de là, c'est-à-dire d'initiatives rénovatrices, qui, apportant au monde à la fois des besoins nouveaux et de nouvelles satisfactions, s'y propagent ensuite ou tendent à s'y propager par imitation forcée ou spontanée, élective ou inconsciente, plus ou moins rapidement, mais d'un pas régulier, à la façon d'une onde lumineuse* »¹⁴⁸. Cette vision nous permet d'appréhender les initiatives d'inventeurs, devenus parfois des industriels du skate.

Au début des années 1970, l'invention du « *truck orientable* » par les marques *Bennett*¹⁴⁹ et *Tracker*¹⁵⁰, permet de changer la trajectoire du skateboard en inclinant la planche et va accélérer le développement de l'activité. Les surfeurs résidant en milieu urbain, vont être les premiers à s'approprier l'activité, grâce à des skateboards qui permettent enfin de dessiner des courbes¹⁵¹. Le nombre de pratiquants augmentant, les fédérations de skate commencent peu à peu à prendre de l'ampleur, et à organiser des challenges.

Jusqu'en 1973, le skate n'arrive pas à se développer de façon significative. La seconde révolution est permise grâce à deux californiens, Franck Nashaworthy et Bob Bahn qui créent alors la roue en « uréthane »¹⁵². Nommées les « *Cadillac Wheels* », ces roues apportent silence et sécurité, et métamorphose le roll-surf en véritable skateboard. Une campagne publicitaire faite dans les magazines de surf (*Surfing, Surfer magazine*) est mise en place pour commercialiser ces roues¹⁵³. Ce matériau sera en outre utilisé pour les plateaux des skates qui seront soit en bois (plus légers que les premiers) ou en uréthane permettant d'apporter des fantaisies au niveau des couleurs et d'adapter les formes en fonction de

¹⁴⁷ Calogirou C., Touché M., *Le skate, un jeu, un sport, un moyen de déplacement... « le plaisir de ma vie » le skate à Poitiers-1977-1999*, Paris : 1999.

¹⁴⁸ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Les empêcheurs de tourner en rond, Paris, Editions du seuil, 2001, p.62.

¹⁴⁹ « *The story of skateboarding* », *Skateboard!*, n°1, Octobre 1977, p.20.

¹⁵⁰ Russell M. & Sawford B., *The complete skateboard book, Fontana and Bunch*, Londres, 1977, p.10.

¹⁵¹ Stevenson L., « *The father of the skateboard* », In *Brooke, concrete wave*, p.22

¹⁵² Alliage de plastique permettant d'obtenir un objet plus ou moins souple selon la concentration chimique

¹⁵³ Breguet S., Forestier I., Hussenot P., *Le skateboard, la planche à roulettes*, Paris : Editions de la table ronde, 1978, p. 20.

l'utilisation. L'ère de l'industrialisation du skateboard se structure au sein d'un marché fortement concurrentiel et concentré principalement à Los Angeles.

Le *shape* (la forme de la planche) se met à varier selon les périodes et les disciplines. Le slalom nécessite une planche étroite, souple et profilée ; le saut en hauteur, privilégie une planche en bois pouvant mesurer jusqu'à un mètre de long ; enfin le skate de descente emprunte un équipement plus polyvalent.

A partir de 1975, l'évolution du matériel et sa production industrielle permettent d'inonder le marché des agglomérations occidentales. Remportant un fort engouement auprès des jeunes qui y voient désormais un objet ludique, les premiers skateparks et rampes apparaissent. A titre indicatif, les américains vendront 15 millions de planches en 1975 ; et en 1977, l'industrie du skate accomplira un chiffre d'affaires de 300 millions de dollars¹⁵⁴.

En 1975, les championnats du monde à Del Mar voient apparaître des skateurs d'un nouveau genre. Un groupe « avec une attitude comparable à celle des gangs »¹⁵⁵, surnommé les *Dogtowners*¹⁵⁶, se présente aux championnats. Cette bande, sponsorisée par un surf-shop de Venice-Beach en Californie (Zephyr), est issue des ghettos de Los Angeles et est à l'opposée des surfeurs funs. Pratiquant dans des rues mal famées et des piscines vides de Los Angeles¹⁵⁷ (à cause de la sécheresse de l'époque), leur participation est très remarquée aux championnats du monde, bien-sûre techniquement par l'apparition de figures radicales, mais aussi et surtout culturellement, avec pour certains, l'avènement d'un style¹⁵⁸. Ce mode de pratique fut l'un des premiers à être considéré comme « agressif » par son intensité de pratique : « *It was all hardcore aggression. Back then, you knew it was aggression, Alva, J. Adams, Yeron, all those guys. I mean it was 100% aggression* »¹⁵⁹.

Aux Etats-Unis le skate correspond désormais à l'état d'esprit de la population. L'innocence du rêve américain a fait place à une morosité induite par les images des mutilés de la guerre du Viêt-Nam. Dans les aires urbaines, le skate symbolise alors une période contrastée où les américains sont face aux réalités. Les premiers skateparks en forme de piscines sont construits et les tagueurs décoorent ces lieux de symboles alternatifs.

En France, le mouvement sportif s'organise, le skate est reconnu par le ministère des sports et rejoint en 1974 la Fédération Française de Surf. Des skateparks en béton et des modules fleurissent dans les agglomérations françaises. A Paris, quatre pistes sont construites

¹⁵⁴ Fize M, Touché M., *Le skate : la fureur de faire*, Editions Arcane-Beaunieux, Jouve, 1992, p. 22.

¹⁵⁵ Le Mao F., *Skate*, Paris: Editions Fitway Publishing, 2004, p. 23.

¹⁵⁶ Peralta S., *Dogtown*, film, 2005.

¹⁵⁷ Peralta S. & Biniak B., « *Pool riding symposium* », In *Skateboarder*, vol.3, n°1, Octobre 1976, p.74

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ Alba M., Interview dans *Trasher Magazine*, Vol 2, n°6, juillet 1982, p.32.

dans un ensemble de 6500 m² à la Villette. A Issy-les-Moulineaux, un complexe de 1850 m² nommée le « béton hurlant » est installé. La province suivra cette course à l'équipement, tant est si bien qu'en 1978, 27 skateparks sont créés et plus d'une quinzaine sont en phase de projets. Le Trocadéro, lieu emblématique sature face à l'envahissement des skateurs « *je me rappelle de cette grande époque du Trocadéro où, les dimanches après-midi, il était pratiquement impossible de poser son skate sur le sol. Les deux flancs du Troca étaient monopolisés par les slaloms. Sur la partie supérieure évoluaient des skateurs au saut en hauteur ou en freestyle. Pour couronner le tout, un half-pipe en plexiglas dressé face à la Tour Eiffel, comme par défi prouvait chaque week-end que le Trocadéro attirait plus de curieux que cette vieille dame en acier, célèbre à travers le monde entier*¹⁶⁰. »

De 1976 à 1979 le skate connaît une évolution fulgurante. La fédération compte plus de 6500 licenciés en 1978. Evidemment, la fédération ne regroupe qu'une fraction du mouvement, évoluant en partie en marge des institutions. Selon les estimations, en juin 1977, 530 000 personnes font du skate en France, et en février 1978 1 200 000. A titre de comparaison, les Etats-Unis évaluent à 22 millions le nombre de pratiquants. Les médias, (télévision, radio, presse), le show business, les fabricants et différents marchés profitent du phénomène skate. A cette époque, les disciplines prépondérantes sont le saut en hauteur, le *freestyle* et le slalom. De nouvelles figures et possibilités apparaissent grâce à des skateurs révolutionnant l'activité par leur niveau technique (Eddie Elguera, etc...). Des ouvrages présentant la discipline, les lieux de pratiques, et l'apprentissage du skate sont d'ailleurs édités, mais resteront relativement dans l'anonymat¹⁶¹.

Mais, 1980 sonne comme une date maudite pour la planche à roulettes et les industriels du secteur. Depuis longtemps saturé, le marché s'écroule et les faillites font disparaître de nombreux fabricants et détaillants. Les lieux de pratiques, Trocadéro inclus, sont désertés (le nombre de licenciés chutent à 1000 en 1981, et les championnats de France en 1984 ne réuniront que quatre concurrents).

Aux yeux du grand public, le phénomène skate s'effondre. Néanmoins, quelques irréductibles continuent à pratiquer dans un anonymat presque complet. C'est à cet instant que l'activité va se transformer. D'une part, au niveau des matériaux, les planches vont être élargies et les roues vont être durcies. Les skateboards étant plus rapides vont devenir également plus dangereux. D'autre part, au niveau culturel, l'activité va se durcir. Le

¹⁶⁰ Simoni C., Moreau F., *Skate*, Grenoble: Editions Glenat, 1989, p.19.

¹⁶¹ Un seul ouvrage est en effet disponible dans les bibliothèques de Besançon alors que quatre ont été édités durant cette période (Cf bibliographie).

mouvement « *fun* » fait place au trash, le « *search and destroy* » s'impose au sein de cette micro-culture. Dorénavant, cet état d'esprit concentre également une culture musicale et graphique (tags, graffitis) revendicatrice.

La marché économique a subit de plein fouet cette décadence, quelques fabricants de skates passionnés et employant essentiellement des pratiquants perdurent difficilement (Santa Cruz, Powel-Peralta, Alva). Un magazine, *Trasher Magazine*¹⁶², naît durant cette période controversée et « *devient très vite un objet de propagande permettant aux skateurs du monde entier d'enseigner l'esprit trash, le search and destroy apparu pendant ces quelques années de réflexion et d'action underground. Trasher possède une rubrique musicale très forte où les groupes présentés ont pour but de traduire en musique le regard des skateurs sur le monde contemporain* »¹⁶³.

Alors que des skateparks en béton, mythiques et immenses, sont à l'abandon et vont être détruits¹⁶⁴, 1985 symbolise pour le skate sa douce reprise sur la scène internationale sous l'impulsion d'un fabricant de planche (Powell-Peralta). Ne souhaitant pas reproduire les erreurs du passé, la marque ne s'engage pas dans une politique commerciale à destination du grand public. Elle s'investit d'une part dans le skate en sponsorisant des jeunes skateurs devenus aujourd'hui des références (Christian Hosoi, Gator, Steve Caballero, Tony Hawk, ces deux derniers appartenant à la légendaire « *Bones brigade* »¹⁶⁵), et d'autre part en produisant et en réalisant des vidéos de skate dont la « *Bones Brigade* », afin de diffuser leur image de marque et leur philosophie du skateboard. D'autres marques suivront ensuite ce modèle (Vision, Santa Cruz), et il apparaîtra dans ces vidéos que le skate est désormais plus rapide, plus technique et plus agressif.

Simultanément, un autre évènement change le skate. La discipline fait son apparition dans la rue. Rodney Mullen invente le Ollie au sol, puis d'autres skateurs (Natas Kaupas, Marc Gonzales) agrémentent l'activité en glissant et en sautant sur le mobilier urbain. C'est ainsi qu'apparaît l'ère du *street*.

Le nombre de pratiquants ne cesse de croître depuis cette renaissance. Les planches (souvent en érable) composées de sept fines lamelles superposées et placées sous presse se modifient, adoptant une forme plus concave, et profilées aux extrémités. Des équipements de sécurité : coudières, genouillères, casques sont proposés, rassurant ainsi le grand public et les assureurs, mais il faut admettre que ces protections seront très peu utilisées (seuls les enfants

¹⁶² Naît en janvier 1981, littéralement : « trasher »= « celui qui se bat, qui se rebelle »

¹⁶³ Simoni C., Moreau F., *Skate*, Grenoble: Editions Glenat, 1989, p.22.

¹⁶⁴ Destruction des Skateparks de « Dell mar » en 1986, et de « Pipe-line » en 1988

¹⁶⁵ « Powell-Peralta », publicité, In *Trasher magazine*, vol.7, n°2, Février 1987, p.69

et les *pros* accomplissant des prouesses portent ponctuellement ces équipements). Durant cette popularité, certains vont jusqu'à croire à la présence du skateboard au jeux olympiques, il est d'ailleurs présenté en sport de démonstration aux JO de Séoul en 1988.

En France, l'impulsion du phénomène *street* en 1989, fait connaître au skate un enthousiasme extraordinaire¹⁶⁶. Une équipe de passionnés crée le Comité National Skateboard au sein de la Fédération Française de Surf. Dès lors, le skate se pratique dans la rue autant que dans les espaces réservés.

En 1990, une récession inexplicée est observée. Néanmoins la chaîne américaine ESPN2 produit les *Xtreme Games*¹⁶⁷, programme télévisé réunissant plusieurs activités extrêmes : Skate, bmx, moto, snowboard. Le skate est alors mis à disposition du grand public. Les produits dérivés fleurissent : le jeu de skate « *Tony Hawk Pro skater* » réalise la meilleure vente de jeux vidéos. Des émissions tel que Jackass sur MTV, sont produites par des skateurs et s'inspirent du phénomène pour diffuser des programmes « *trash* ».

A partir de cet instant, le skate sera montré régulièrement sur des chaînes généralistes et spécialisées, complétés par de nombreuses vidéos et magazines, les médias diffuseront sur toute la planète des images de ces sportifs urbains d'un nouveau genre.

En France, en 1996 et 1997 le Comité National Skateboard se détache de la Fédération Française de Surf par obligation ministérielle, pour intégrer la Fédération Française de RollerSkating (FFRS). Il s'en suivra une perte de l'appellation "Comité", devenant "Commission Nationale Skateboard" au sein du Comité National Course de la FFRS.

Aujourd'hui encore le skateboard est présent dans la FFRS. En minorité face au poids écrasant des rollers (seulement 1409, soit 3,2% des membres affiliés sont des skateurs en 2004¹⁶⁸) son développement au sein du système sportif institutionnalisé est insignifiant.

Le skate professionnel s'est quant à lui structuré. Les fabricants d'équipements et de vêtements sont les principaux financeurs de ce marché qui offrent à leurs bénéficiaires une vie plus qu'agréable.

Aujourd'hui, il est difficile de définir le skateboard comme un sport ou un art. La question se pose dès que l'on désire aborder le style et la philosophie de la discipline. Un sport est une discipline mettant l'accent sur la performance, tandis qu'un art vise à atteindre un idéal

¹⁶⁶ 550 000 planches sont vendues.

¹⁶⁷ Serra I., « *Corporate death burger: Xtreme Games, providence, Rhode Island* », In Trasher, Vol. 16, n°11, Novembre 1996.

¹⁶⁸ Chiffres officiels issus du site Internet de la Fédération Française de Roller Skating.

esthétique, par une technique, un style propre. Selon les skateurs, et selon leur pratique et leur philosophie, l'une ou l'autre des définitions caractérise l'activité. En fait, face à une activité non normée et non définie officiellement par une institution fédérale, les pratiquants définissent à leur manière les valeurs de cette discipline.

Par ailleurs, les systèmes d'évaluation des skateurs lors des compétitions montrent l'ambivalence de la discipline. Ainsi, à l'issue de son « run » (passage, prestation), le skateboardeur sera jugé non seulement sur la technique et la performance, mais aussi sur la créativité et le style (l'esthétisme). Dès lors, les compétitions souffrent d'une évaluation subjective que les autorités sportives (notamment le comité olympique) et les pratiquants ont du mal à considérer comme représentatif et fiable.

De ce fait, la plupart des adeptes de skateboard ne considèrent pas leur discipline comme un sport à part entière. De nombreuses critiques sont d'ailleurs érigées auprès d'une fraction de skateurs favorisant une recherche de hauteur et de difficulté (comme par exemple Tony Hawk). Deux voies parallèles semblent donc coexister. Si le skateboard ne saurait devenir un sport à part entière notamment face aux difficultés d'évaluer objectivement la pratique (problème déjà rencontré dans la danse et le patinage artistique par exemple), l'esthétisme visuel et la recherche de sensation restent des buts faisant l'unanimité des skateurs.

Ainsi, les valeurs attribuées à la discipline sont essentiellement issues d'un héritage de la « culture glisse ». Les valeurs du sport ne sont que très rarement retrouvées dans les propos des skateurs. En effet, nous retiendrons principalement dans les valeurs des skateurs, les notions de liberté, d'indépendance par rapport au modèle fédéral et économique, d'anticonformisme voire de rébellion. Nous verrons ultérieurement que cette description apparaissant relativement simple se complexifie rapidement selon les individus et les groupes dans la mesure où de nombreux pratiquants revendiquent des aspects rebelles, mais appliquent dans les faits un conformisme exemplaire. De la même façon au vu des ventes réalisées, le rejet de la société de consommation n'est qu'une façade.

2. Les différentes disciplines

Le skateboard est constitué de cinq types de pratiques¹⁶⁹ : le street, la mini-rampe, la rampe, le flat, et le slalom. Nous allons à présent expliquer ces multiples façons d'aborder l'activité, et constater notamment que ces différences sont essentiellement constituées par des changements d'infrastructures.

Le street

Comme son nom l'indique, cette discipline s'exécute dans la rue. L'ensemble du mobilier urbain est considéré comme une immense aire de jeux. Les bancs, marches, mains courantes, murets, plans inclinés et autres infrastructures urbaines sont utilisés pour glisser et sauter sur ses obstacles. Ce type de pratique est le plus fréquent (environ 90% des pratiquants) et nécessite en soi aucune installation.



La mini-rampe

Généralement en bois, en forme de « U », elle est composée de deux plates formes peu hautes et équipée de deux courbes reliées par un plat au niveau du sol. A la manière d'une balançoire, le skateur bascule de chaque côté et effectue des figures grâce au coping (barre d'acier qui borde la plate-forme)

¹⁶⁹ *Le skate-board : un sport jeune*, Bordeaux : Collection Sport pour tous, 1981.



La rampe

Discipline très spectaculaire, la rampe est la grande sœur de la mini-rampe. Elle dépasse régulièrement trois mètres de haut et ses courbes, au rayon plus important, se terminent sur une partie verticale qui permet aux skateurs de s'élever dans les airs. Le port de protections est presque inévitable face à la dangerosité de l'activité. Cette infrastructure très lourde induit des investissements et des entretiens importants, de fait peu de lieux sont équipés.



Le flat

Cette pratique récente a remplacé le *freestyle*. Elle regroupe de nombreuses figures qui sont réalisées au sol. Cette spécialisation ne nécessite qu'une surface roulante plate en général en macadam, et un plan incliné permettant de prendre de la vitesse.



Le slalom

Il s'agit de la discipline la plus ancienne, qui consiste à slalomer entre des cônes. Cette forme de pratiques est très peu répandue en France. Le chronomètre est le seul juge de cette discipline qui permet d'effectuer des classements sur des critères très simples. Le slalom nécessite un skateboard spécifique avec des *trucks* très souples permettant de changer rapidement de trajectoires.



Le pool riding (le skate en piscine)

Historiquement, cette pratique s'est exécutée pour la première fois dans les piscines vides de Californie durant la sécheresse de 1976. L'activité est très dangereuse car le sol est classiquement en béton et les murs très abrupts. Les piscines ovales ou en forme d'haricots sont les modèles qui se prêtent le mieux au skateboard. Leurs bords doivent être incurvés (en forme de U) afin d'établir une continuité de la surface roulante.

Quelques skateparks en France ont été créés en forme de piscines, mais ceux-ci restent extrêmement rares.



Le pipe (tube)

Le skate dans des tubes est relativement rare. On retrouve ces structures dans quelques grands skateparks (notamment aux Etats-Unis) et dans des grandes agglomérations disposant de tuyaux d'évacuations conséquents (cf photo ci-dessous).



Le skatepark

Le skatepark n'est pas en soi une discipline, mais il est indispensable de présenter ce lieu réunissant un grand nombre de skateurs et permettant la pratique de plusieurs disciplines dans un lieu restreint. Le skatepark est une infrastructure publique ou privée composée de modules permettant d'accomplir des figures (*tricks*). Ci-dessous, le skatepark de la ville de Besançon créé en 2005. Cette photo, prise deux mois après l'achèvement des travaux montre également les tags déjà présents sur le lieu.



170

Depuis mai 2000, ces équipements en accès libre ou surveillés sont construits en respectant la norme AFNOR NF S 52-401. S'agissant d'activités exposant par nature le pratiquant à des chutes et des chocs, la prévention des accidents dépend à la fois des équipements en eux-même (matériaux, formes), de leur installation (distance entre les modules, distance d'élan), et de leur entretien (définissant notamment les obligations des collectivités territoriales). La norme s'adresse donc autant aux gestionnaires de skateparks qu'aux fabricants d'équipements. Ses dispositions sont le résultat d'une réflexion commune

¹⁷⁰ Skatepark de la « Gare d'eau » à Besançon. Photo obtenue sur le site Internet de l'association de skate de Thise : <http://www.avenirskateThise.com/>

du mouvement sportif, d'industriels, de responsables de collectivités territoriales et de représentants des pouvoirs publics.

3. Le skateboard à Besançon

Les premiers rassemblements significatifs de skateurs ont lieu dans les années 1980 à Besançon autour du magasin « Matos ». Celui-ci vend à l'époque les premières planches de skate et participe également au développement de ce sport en installant des modules sur lesquels des skateurs s'essayent. Très rapidement le mouvement prend de l'ampleur, et une association « Macadam surfer » fédère ces pionniers¹⁷¹. Durant cette période, l'association permet de faire des rencontres, mais également de participer à des compétitions grâce à une licence de 30 €.

En 1990, un premier skatepark d'un coût de 45 000 € apparaît à Besançon sous l'impulsion d'une dizaine de skateurs et de la Maison pour Tous de Planoise. Situé à Planoise, il ne connaîtra jamais une forte influence, notamment à cause de son éloignement du centre ville et à l'insécurité régnant dans le quartier : *« ça a vite dégénéré, les motos, les scooters, on se faisait jeté des cailloux quand on allait dessus, donc il n'y a pas eu vraiment une grosse fréquentation sur ce skatepark, qui était très bien fait. Le problème, c'est que le lieu n'allait pas. En fait, à l'époque il y avait 2 groupes, ceux qui faisaient du skate à Planoise, et ceux qui habitaient en ville, ceux qui habitaient en ville ne venaient jamais à Planoise pour faire du skate. Généralement, c'était une classe bourgeoise et ils ne venaient pas dans notre quartier, je le comprends, parce que s'ils étaient venus dans notre quartier, ils se seraient pris des cailloux, mais il y avait déjà eu un projet, quelque chose. »*¹⁷²

En 1992, Patrick Nuss, skateur de Besançon et jeune diplômé d'un BTS Action Commerciale crée à Besançon avec un associé le magasin « Switch ». Ce magasin va donner un enthousiasme aux skateurs bisontins qui disposeront à nouveau d'un lieu pour s'équiper et se rassembler. Trois magasins seront ouverts dans d'autres villes, puis disparaîtrons 4 années plus tard pour plusieurs raisons : *« on équilibrait tout juste, parce que tout était importé et les marges n'étaient pas bien larges, il fallait jouer sur le volume et ce n'était pas évident. Maintenant avec le boum, c'est un peu différent. »*¹⁷³.

Les nuits de la glisse sont également un évènement qui a permis de développer le skate à Besançon. Grâce à leurs retransmissions dans le Kursall de Besançon, de nombreux pratiquants ont pu comprendre la culture skate et les figures qui existaient : *« entre 89 et 95, il y a eu à Besançon la nuit de la glisse, qui se passait au Kursall, et le gros boum aussi, c'est*

¹⁷¹ L'association comptera d'ailleurs dans ses membres le futur gérant du magazine *Freestyler*.

¹⁷² Yoann, skateur de Planoise, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

¹⁷³ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

quand on a vu les vidéos américaines, genre Street on fire, de Santa Cruz, Santa Cruz c'est une marque de skate, c'est eux qui ont fait cette vidéo, et puis on a vu les ricains en faire, et puis c'était magique. Il y avait vraiment une différence. Déjà en rampe, ils faisaient des trucs incroyables, ils arrivaient sur une borne de pompier, ils montaient dessus, ils tournaient, et puis ils descendaient les rues de San Francisco à fond. On voyait vraiment qu'il y avait une culture, c'est pas seulement un sport, c'est un mode de vie, une culture, une façon de penser, une façon de skater dans l'environnement de la ville, d'utiliser tout ce qui est trottoir, rail, mobilier urbain, de prendre des rails et de glisser sur des trucs, c'est les parties en acier sous la planche qui tiennent les roues, glisser sur des trottoirs qui ont une matière qui permet de glisser, prendre des rambardes d'escalier. Tout ça c'est vachement important, parce que c'est des figures de skate, le but c'est de les rentrer, tout ça c'est des figures où tu peux travailler sur le mobilier urbain »¹⁷⁴.

En 1995, face au développement du skate à Besançon, et aux nuisances dues à sa pratique sur les places du centre ville¹⁷⁵, la municipalité adopte une politique consistant à « antiskater » les places en installant des barrières et en rainurant les marches « *Si tu vas au square Saint- Amour aujourd'hui, il y a des barrières vertes c'est à cause de nous. Au centre Saint-Pierre, c'est pareil, ils grillent les spots* »¹⁷⁶.

Néanmoins, les pratiquants maintiendront en partie leur activité tout en se heurtant aux forces de l'ordre qui se serviront d'un arrêté municipal établi le 14 mars 1978 : « *la pratique du patin et de la planche à roulettes est interdite sur tout l'étendue du domaine public de la ville de Besançon (voies ouvertes à la circulation, places, trottoirs, zones piétonnes, parc de stationnement, etc.).* »

Face à cette résistance, de nombreux skateurs du centre ville, et toujours dans l'objectif de réduire les nuisances sonores et visuelles, la municipalité votera un budget pour la création d'un nouveau skatepark, et permettra ainsi en 1998 son installation à côté du parking Chamars. Cet équipement réduira en partie les errances des skateurs bisontins, mais ne supprimera pas complètement leur pratique dans les rues, places et parkings du centre ville.

Parallèlement, l'ASEB¹⁷⁷ se crée en 2001. Cette association à but non lucratif a pour objectif de fédérer les pratiquants de roller et de skate de Besançon. Si la section roller va connaître un franc succès avec des regroupements hebdomadaires lors de virées nocturnes le

¹⁷⁴ Guillaume, interviewé le 24 février 2003, à Besançon.

¹⁷⁵ Square Saint-Amour, Place Pasteur, Place du marché, Centre Saint-Pierre.

¹⁷⁶ Guillaume, interviewé le 24 février 2003, à Besançon.

¹⁷⁷ Association des Sports Extrêmes Bisontin.

vendredi soir au centre ville¹⁷⁸, et grâce à une école de roller, la section skateboard quant à elle va conserver une taille insignifiante : « *les skateurs licenciés ont toujours été en nombre anecdotique 1 à 2 les meilleures années. Toutefois l'ASEB a toujours eu des membres adhérant mais non licenciés. En 2003 sous l'impulsion de Manu Schang (gérant de SLIDE BOX) et Johan Ferreux un semblant de mouvement est né. Bien qu'ayant obtenu le financement d'un nouveau skatepark, des querelles de personnes ont fait exploser le groupe en 2004* »¹⁷⁹.

Aujourd'hui, il est difficile d'évaluer le nombre de skateurs sur Besançon dans la mesure où aucun pratiquant n'est fédéré. A Thise, où presque l'ensemble des skateurs est fédéré, l'association compte 12 skateurs. Si nous prenons cette proportion comme base pour Besançon, nous pouvons évaluer qu'environ 350 skateurs sont pratiquants dans l'agglomération. A ce propos, nous pouvons remarquer que le skatepark de Chamars est depuis quelques années régulièrement saturé par une trentaine de skateurs lors des après-midi de beau temps hors périodes scolaires, ce qui révèle l'ampleur du développement de cette pratique à Besançon.

En 2004, le skatepark de Chamars a du être rénové tant les conditions climatiques et l'usage intensif des skateurs ont dégradé l'infrastructure. Il a été décidé de créer un nouveau skatepark. Si le projet initial prévoyait d'implanter celui-ci sur la place Leclerc, les nombreuses oppositions de l'association des riverains obligeront la municipalité à rediriger le skatepark à proximité du précédent et surtout le maintenir à distance des zones résidentielles.

¹⁷⁸ Environ 100 participants réguliers.

¹⁷⁹ Charles Janier Dubry, Président de l'ASEB, propos recueillis en 2005.

4. Synthèse

Notre étude sur le skate montre que les skateurs d'aujourd'hui n'ont pas reproduit à l'identique le modèle que les skateurs fondateurs du mouvement avaient élaboré. De nombreuses évolutions techniques et culturelles ont eu lieu.

Ces changements peuvent être expliqués par la temporalité qui inscrit ses nouveaux adeptes dans un contexte historique et technologique nouveau. Le skate s'adapte ainsi à ces changements comme bon nombre de disciplines sportives. S'agissant d'un sport moderne, non réellement codifié par un règlement, il subit les changements au gré des évolutions techniques de ses fabricants. Remarquons que ceci n'est pas une singularité propre aux sports modernes, des sports ancestraux comme la lutte continue à voir évoluer leur règlement chaque année en s'adaptant aux exigences physiques des lutteurs, mais aussi aux exigences télévisuelles (combats plus brefs, plus intenses, et surtout plus spectaculaires).

De plus, le nombre de skateurs est intimement lié aux structures et aux évolutions des villes. Selon l'ONU, en 1950, 33% de la population mondiale vivait dans une zone urbaine (supérieur à 5000 habitants), de nos jours plus de 50% y sont présents. Nous pouvons ainsi imaginer une corrélation entre l'accroissement du nombre des skateboardeurs et l'augmentation des citadins depuis ces trois dernières décennies.

D'autre part, les mutations du skateboard sont dues au changement d'espace qui n'est pas sans rappeler la singularité de chaque nation, et de chaque groupe social. En effet, les unités géographiques peuvent faire varier le « champ des probables » et agir sur les mobilités collectives¹⁸⁰. La culture californienne, largement contestataire, est en effet très éloignée culturellement de notre société française (marquée par un conservatisme que seuls quelques événements tel mai 68, a entamé depuis 50 ans). En terme d'analyse également, nous devons souligner que la définition d'une ville peut nous induire en erreur dans la mesure où la population urbaine agglomérée est souvent le critère retenu, alors que ce chiffre est très variable selon les pays. Il y a ville, lorsqu'une agglomération dépasse 2000 habitants en France, alors qu'au Japon cela s'élève à 30 000 habitants. De plus, l'étude du skateboard dans les agglomérations est très différente lorsque celle-ci est abordée en France où les centres historiques regroupent les monuments, lieux de culte et de pouvoir, et logements d'exception réservés à une population aisée ; l'Espagne qui mêle en plein centre ville des quartiers d'exception et des quartiers délabrés et très mal fréquentés (le Barrio Chino ou le Raval à

¹⁸⁰ Berthaux D., *Familles et mobilité sociale : La méthode des généalogies sociales comparées*, Actes du colloque de Libouac, Juin 1992, p.290.

Barcelone) ; et les Etats-Unis qui ont le quartier des affaires au centre, des friches urbaines et des ghettos en deuxième couronne, pour finir sur des quartiers résidentiels en périphérie (modèle de Chicago, Détroit, etc..). La ville dispose par ailleurs d'une configuration spatiale en constante mutation, notamment de par les rapports qu'entretiennent les différents groupes sociaux. **Ainsi, les différences de villes, d'urbanisation des pays, et leurs évolutions nous invitent à être prudent lorsque nous comparons nos phénomènes urbains avec ceux rencontrés sur d'autres continents.**

Enfin, les découvertes et les avancées technologiques récentes, notamment dans les technologies de l'information et la communication, nous contraignent à aborder différemment la circulation des valeurs et des techniques. En effet, les premiers adeptes de ces disciplines ne disposaient pas d'Internet, de vidéos, de magazines. Cet ensemble médiatique né avec la jeunesse actuelle, transforme tout en spectacle, et modifie notre cadre d'analyse, notamment en le complexifiant. Grâce à la découverte de modèles différents, ces nouveaux réseaux sont peut-être une des raisons de l'évolution des techniques et des mentalités, et de surcroît de leur diffusion aussi rapide.

B. Les études recensant les skateboardeurs

Préalablement à une analyse quantitative puis qualitative des skateurs au niveau national, nous nous proposons de présenter succinctement la pratique sportive des français, et notamment des jeunes. Cette première approche nous permet d'obtenir une vue d'ensemble du mouvement sportif et nous apporte également des éléments de comparaison pour l'étude du skateboard qui va succéder.

On recense 36 millions de « sportifs »¹⁸¹, qui déclarent se dépenser physiquement au moins une fois dans l'année, à l'occasion des vacances notamment, y compris ceux qui ne le déclarent pas spontanément mais le font après relance de l'enquêteur, soit 83% de la population âgée de 15 à 75 ans. Pour 10 millions, cette pratique est occasionnelle, soit moins d'une fois par semaine. Selon les sports pratiqués, on se perçoit plus ou moins sportif : dans les disciplines telles que le roller, le skate, la planche à voile ou l'escalade, la relance de l'enquêteur est souvent nécessaire pour obtenir l'information.

En 2003, 14,2 millions de licences sportives et 0,9 million d'autres titres de participation ont été délivrés par les fédérations françaises agréées¹⁸². Plus de la moitié des licences sportives sont détenues par des jeunes de 19 ans et moins, soit près de 8 millions de licences, dont environ 3 millions et demi par des enfants de « 10 ans à 14 ans ».

Si l'on rapporte ce nombre (8 millions) à la population des 19 ans et moins, on dénombre 500 licences pour 1 000 habitants de cette catégorie d'âge en France (hors TOM), soit plus du double que dans l'ensemble de la population (231 licences pour 1 000 habitants). Mais cela ne signifie pas que la moitié des moins de 20 ans possèdent une licence sportive étant donné qu'une même personne peut détenir plusieurs licences.

A cet instant, 70% des adolescents de 12 à 17 ans déclaraient en 2001 pratiquer au moins un sport (77% de garçons et 60% de filles), et 72% d'entre eux faire au moins une de leurs activités en club.

En reprenant cette présentation, nous pouvons constater que 36 millions de français se déclarent sportifs, alors que 14,2 millions ont souscrit une licence dans une fédération

¹⁸¹ Mignon P., Truchot G., *Pratiques sportives 2000*, Ministère de la Jeunesse et des Sports et de l'institut National du Sport et de l'Education Physique, Paris : Editions Vigot, 2000. (Enquête menée en juillet 2000 auprès d'un échantillon de 6526 personnes représentatives de la population âgée de 15 à 75 ans se trouvant en France ou dans les DOM).

¹⁸² Canneva H., *Les jeunes dans la pratique sportive licenciée en 2003*, Ministère des sports, STAT INO n°05-01-, février 2005.

sportive agréée. Cette étude succincte nous montre ainsi, que 21,8 millions de « sportifs » pratiquent hors du cadre fédéral. De nombreuses disciplines, dont le skateboard suivent en effet ce modèle.

1. Approche quantitative des pratiquants

Le skateboard est éternellement en quête de nouveaux lieux de pratique, loin de toute pression et de toute gestion fédérale. L'étude de la représentativité du skateboard est ainsi extrêmement périlleuse dans la mesure où les pratiquants de cette discipline sont pour la plupart en marges de toutes organisations pouvant les recenser.

Quatre organisations permettent d'approcher ce phénomène sportif : d'une part des études statistiques nationales provenant du Ministère de la Jeunesse et des Sports et de l'Institut National du Sport et de l'Education physique ; d'autre part le recensement des licences sportives de la Fédération Française de Roller Skating. Notons que cette dernière, nous allons pouvoir le constater, n'est pas représentative du mouvement. Enfin, l'utilisation des chiffres commerciaux des fabricants et distributeurs de skates (en chiffre d'affaires, et en volume). En approchant la consommation de ces planches indispensables à la pratique, nous pourrions évaluer l'ampleur du phénomène.

L'enquête « pratiques sportives des Français en 2000 »¹⁸³

Menée par le ministère de la Jeunesse et des Sports et l'Institut National du Sport et de l'Education physique, elle n'a pu aboutir à la production de données chiffrées concernant le skateboard, car l'effectif des pratiquants n'atteint pas le seuil de saturation. Ainsi mêlé aux rollers, l'effectif des skateboardeurs ne peut être appréhendé rigoureusement. Les données officielles, combinant roller et skateboard recense 1,86 Millions de pratiquants en France, dont un âge moyen de 25 ans et avec la présence de 38% de femmes. Toutefois, le cumul des deux disciplines nous apporte peu d'informations sur la part du skateboard par rapport au roller. Nous pouvons même penser que cette enquête est source de conclusions hâtives dans la mesure où le skate est très loin de fédérer 38% de femmes.

Des données ne faisant pas partie des rapports ministériels pour cause de non représentativité, obtenues par Guy Truchot (co-auteur de l'article), révèlent que 25 personnes sur 6526 personnes interrogées pratiquent du skateboard (soit 0,4% de la population), dont 23 ont moins de 25 ans, ce qui confirme la forte représentativité des jeunes (92%) dans cette discipline. Rapportées sur l'ensemble de l'hexagone, 170 000 personnes pratiqueraient le skateboard, dont 116 000 auraient entre 15 et 19 ans.

¹⁸³ Op.cit. Mignon P. & Truchot G.

L'enquête « les adolescents et le sport »¹⁸⁴

Elle conserve ce problème méthodologique en combinant skate et roller. Cette étude confirme les conclusions précédentes : ces activités sont pratiquées par les jeunes, dans la mesure où 23% des adolescents entre 12 et 17 ans déclarent avoir fait du roller ou du skate durant l'année.

La Fédération Française de Roller Skating

En comparant cette fois-ci les chiffres précédents avec le nombre d'inscrits dans la FFRS à la même période (793), nous pouvons nous rendre compte que le skate est avant tout une pratique qui se déroule hors du champ sportif institutionnalisé.

Comme le démontre le tableau suivant, le nombre d'inscrits dans la section skateboard de la FFRS (1409 en 2004) est insignifiant par rapport à l'ampleur du phénomène que nous venons d'évaluer précédemment à environ 170 000. Nous pouvons d'ailleurs remarquer, que globalement cette tendance, reflète bien l'esprit des « *glisseurs* » qui pratique sans se doter de licences sportives¹⁸⁵.

	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04
ARTISTIQUE	8172	7428	7718	8221	8102	7516	7423	7096
COURSE	4457	4798	5165	5990	6942	7286	7977	8427
SKATEBOARD	275	412	403	574	793	938	1122	1409
ROLLER ACROBATIQUE	1499	2226	1939	1807	1753	1799	1985	2054
RANDONNEE	46	482	1430	3398	5806	6454	8063	8871
RINK-HOCKEY	5258	5103	5599	5420	5392	5306	5036	5131
ROLLER IN LINE HOCKEY	3213	5349	6899	8339	8686	9373	10309	11032
LOISIR*	629	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	23549	25798	29153	33749	37474	38672	41915	44020

En complément, nous pouvons exposer une étude de marché menée par CREATEST, confirmant une absence d'affiliation des pratiquants des sports de glisse

¹⁸⁴ Canneva H., *Les adolescents et le sport : Enquêtes 2001*, collectif Fabrice Burlot, Dominique Crosnier, Jean-François Lamour, Paris : Editions INSEP, 2005.

¹⁸⁵ 1% dans le roller contre 23% pour l'ensemble des sportifs.

Êtes-vous membres d'un club ¹⁸⁶		
	Effectifs	%
oui	16	2,3
non	677	97,7
TOTAL	693	100

L'industrie du skate

Les skateboarders doivent pour pratiquer, disposer obligatoirement d'une planche de skate. Hormis un problème de confidentialité commerciale, cette donnée nous permet d'approcher de manière réaliste et objective la quantification de cette discipline instrumentée. Selon Hoff SA, importateur de planches Powell-Peralta, 5 millions de skate ont été vendus en 1989 en France.

En prenant comme exemple une activité de glisse urbaine similaire, le roller, nous pouvons nous rendre compte que celui-ci éprouve et révèle les mêmes écarts entre le nombre de pratiquants selon les industriels et le nombre de licenciés. En 1997, il s'est vendu 706 000 paires de rollers en France, en 1998, 1,4 million¹⁸⁷ ; il faut de plus compter le nombre de paires vendues précédemment que les détaillants estiment à 2 millions de paires¹⁸⁸, (soit un total approximatif de 4 Millions de paires). A cette même période, la fédération française de roller skating recensait 24 796 licenciés¹⁸⁹. Cet écart entre le nombre de licenciés et le nombre de paires de rollers vendues sur le marché montre l'ampleur du développement de ce sport en dehors des institutions sportives, et invite à conclure que l'évaluation en terme de licence, ne peut donc pas être un indicateur dans les sports urbains.

Selon le Ministère Jeunesse et Sport, 1,9 million d'individus pratiquent le roller, alors que selon la fédération française de roller skating, le phénomène concerne entre 5 à 6 millions de pratiquants¹⁹⁰. En ne reproduisant pas les erreurs commises dans le roller, la seule façon d'évaluer alors le nombre de skateurs, seraient d'enquêter grâce à des questionnaires pour l'ensemble de la population, ou bien de fréquenter l'ensemble des sites susceptibles d'être détournés afin de recenser le nombre de pratiquants. Ces deux méthodes extrêmement

¹⁸⁶ Createst, étude de marché en ligne effectuée auprès de 700 particuliers pratiquant un sport de glisse.

¹⁸⁷ Christophe Leray, « Roller et urbanisme : mariage de raison non dénué de sentiments », *in* Sport et décision n°1, janvier-février-mars 2002, p.9.

¹⁸⁸ *In* Sport première magazine n°179, septembre 1998, p.55.

¹⁸⁹ Lettre de l'économie du sport n°431.

¹⁹⁰ Christophe Leray, « Roller et urbanisme : mariage de raison non dénué de sentiments », *in* Sport et décision n°1, janvier-février-mars 2002, p.9.

compliquées à mettre en place, voire impossibles, montrent bien les difficultés rencontrées par ceux qui s'aventureraient dans ce décompte.

Pour synthétiser, nous n'avons pas d'autres alternatives que d'approcher cette multitude de résultats en fournissant un effectif par l'intermédiaire d'une fourchette. Ainsi, le nombre de skateurs français est compris entre 200 000 et 250 000. Nous voyons que le décompte des skateurs impose un exercice de style très subtil. En rapportant à Besançon de manière proportionnelle cet effectif (130 000/ 60 000 000 habitants), nous pouvons estimer que sur l'agglomération bisontine sont présents 433 à 541 skateurs.

A présent nous allons approcher qualitativement cette population en essayant de saisir les différents critères socio-démographiques (sexe, âge, origine sociale, profession, localisation géographique).

2. Approche qualitative des pratiquants

Les constats qui vont suivre sont issus principalement de l'enquête menée par le CNRS en 1989¹⁹¹, qui a donné lieu à un ouvrage : « *skate : la fureur de faire* », rédigé par Marc Touché et Michel Fize ; et des enquêtes du Ministère de la Jeunesse et des Sports, et de l'institut National du Sport et de l'Education Physique commentées précédemment ; enfin une étude du CFES¹⁹² approchant le roller peut nous apporter des éléments de réflexion.

Enquête CNRS 1989 : Marc Touché & Michel Fize

Selont cette enquête, 83,6% des skateurs interrogés ont entre 12 et 17 ans, dont plus du tiers sont âgés de 14 et 15 ans. La masculinisation du skateboard est également une tendance lourde dans l'étude, avec moins de 10% de pratiquantes, Eric Adamkiewicz, vient d'ailleurs confirmer cette donnée : « *des filles sont présentes sur les lieux de pratiques, mais elles ne s'impliquent dans l'activité que comme spectatrices* »¹⁹³.

Par ailleurs, les zones rurales sont majoritairement à l'écart du phénomène. Il serait intéressant de savoir si cette donnée est explicable par un manque d'infrastructures à destination de cette population, ou si le skate est un phénomène culturel qui ne trouve pas sa place chez les individus résidant dans les zones rurales.

La pratique fait preuve également d'une ségrégation nette au niveau du recrutement de ses membres : d'une part, seule une minorité de ses membres (11%) sont d'origines étrangères (jeunes issus des pays du Maghreb ou des territoires d'outre-mer), « *sans doute est-il à relier à l'appartenance sociale modeste de ces jeunes* ». D'autre part, les milieux favorisés sont majoritairement les pratiquants de cette activité. 75% des pratiquants sont issus des classes moyennes et catégories supérieures. Leurs parents appartiennent aux groupes intermédiaires salariés (ingénieurs, cadres, enseignants, techniciens, ou bien aux « groupes supérieurs dirigeants ». Au-delà, leur lieu de résidence (60,1% en maison individuelle), apparaît comme un marqueur de cette surreprésentation des catégories supérieures.

Une tendance macro-sociale lourde se dessine ainsi dans cette étude, même si de nombreux contre-exemples individuels pourraient être soulignés. **Les skateurs pratiquant en**

¹⁹¹ Enquête regroupant 100 entretiens, et 300 questionnaires de skateurs au niveau national.

¹⁹² CFES : Comité Français pour l'Education et la santé.

¹⁹³ Adamkiewicz E., « *Les performances sportives de rue* », in *Sports en ville, Les annales de la recherche urbaine*, n° 79, juin 1998, p.51.

France décrit par Fize et Touché sont globalement des garçons, de moins de 20 ans, issus des catégories moyennes et supérieures.

L'étude montre également que ces pratiquants sont généralement en difficulté scolaire : « *il résulte de ces chiffres que les garçons de 14 et 15 ans, qui composent les gros bataillons de notre échantillon, ont en moyenne un an de retard et ceux de 16 ans, 2ans. Je remarque que les skateurs sont souvent des enfants en rupture d'école* »¹⁹⁴. Notons, que le constat des deux chercheurs du CNRS n'est cependant pas sans appel, dans la mesure où des redoublants ne sont pas systématiquement des exclus du système scolaire.

Par ailleurs, Gilles Vieille-Marchiset apportent une étude complémentaire, révélant que ces individus ont le plus souvent des « *pentades de trajectoires* » sociales orientées vers le haut. En d'autres termes, « *l'ascension sociale semble être constatée tant au vu des itinéraires scolaires effectifs qu'envisagés* »¹⁹⁵.

Enquêtes du Ministère de la Jeunesse et des Sports, et de l'INSEP

Cette enquête nous offre une vue beaucoup moins approfondie, mais il nous apparaît tout de même pertinent de la citer dans la mesure où elle nous donne la vision que portent les institutions sur le phénomène de la glisse urbaine.

La glisse urbaine, avec 45% de pratiquants qui en font au moins une fois par semaine, appartient à la famille des sports que l'on fait régulièrement. (Notons qu'à Besançon, l'activité est un peu différente dans la mesure où les conditions climatiques et l'absence de structures couvertes empêchent la pratique durant la période hivernale).

Les pratiquants des sports de glisse, comme l'ensemble des sportifs, privilégient aussi le fait d'être en contact avec la nature, en plein air, d'être avec des proches, de se détendre, de se dépenser ou encore d'améliorer leur performance. Mais ils se distinguent des autres sportifs par l'importance qu'ils attachent à la recherche de sensations fortes et de risques ainsi qu'à l'amélioration de leurs performances.

Le processus d'engagement dans l'activité sort des schémas traditionnels d'adhésion, médiatiques (exemple d'un sportif célèbre), institutionnels ou hygiénistes (se maintenir en bonne santé). Le profil original de la glisse urbaine met en évidence un schéma de « glisse urbaine communautaire » : l'envie de nature est bien entendu faible tout en laissant pourtant entrevoir un souhait d'activité de plein air dans la ville (45% avouent cette raison). La

¹⁹⁴ Ibid, p.65.

¹⁹⁵ Vieille-Marchiset G, *Sports de rue et pouvoirs sportifs*, Paris : Presse Universitaires Franc-comtoises, 2003, p.110.

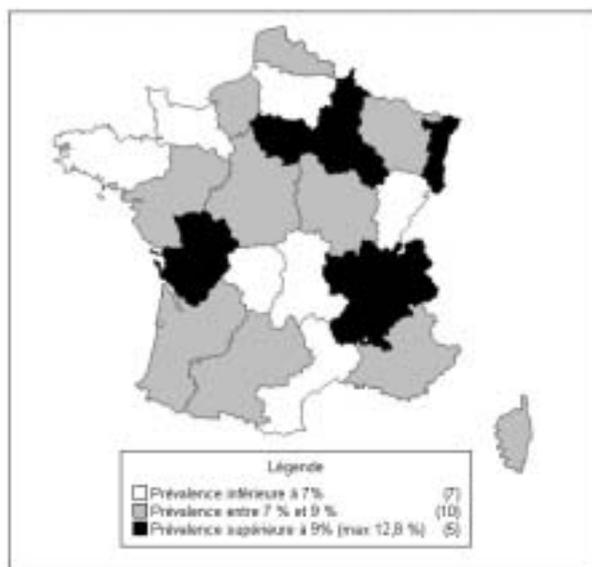
recherche d'une forme de sociabilité (rencontre avec les autres) et le caractère urbain semblent prépondérant.

L'étude du Comité Français pour l'Education et la santé

Toujours en utilisant des données à notre portée, nous nous appuyons sur une étude effectuée par le CFES en 2000 sur une discipline très proche du skateboard dans sa dimension « *agressive* » : le roller.

La première étude met en relation la pratique du roller selon la taille de l'agglomération. Plus l'agglomération est importante, plus la prévalence des pratiquants de roller est grande : 6,7% des personnes interrogées vivant dans une commune rurale ont fait du roller au cours des 12 derniers mois, versus 9,1% vivant dans une agglomération de 100 000 à 200 000 habitants, et 12,3% vivant en région Parisienne. Le roller est une pratique urbanisée qui s'adresse principalement à des citoyens. Le skate semble respecter la même corrélation. Activité urbaine par excellence, il connaît un engouement principalement dans les villes, et notamment celles disposant de skateparks, ou de places et infrastructures bétonnées permettant la pratique.

Figure 2 : La pratique du roller au cours des 12 derniers mois selon la région d'habitation (n = 13 685)



Par ailleurs, la profession et la catégorie socio-professionnelle sont des critères discriminants de la pratique du roller. Parmi les personnes exerçant une activité professionnelle, les différences selon la PCS dans la pratique du roller sont globalement significatives (P inférieur à 0,001) : 8,1% des individus de la catégorie des professions

libérales, professeurs et cadres ont fait du roller et ils sont 8,2% de la catégorie des professions intermédiaires contre seulement 1,4% de la catégorie des agriculteurs, 2,4% de la catégorie des artisans, commerçants et chefs d'entreprise, 3,8% de la catégorie des ouvriers et 4,4% de la catégorie des employés. Les résultats selon le revenu sont cohérents avec les données précédentes : plus le revenu mensuel est important, plus la prévalence de la pratique du roller est élevée.

La population scolaire doit aussi être étudiée, car elle nous présente des singularités intéressantes. Ainsi un jeune sur quatre a fait du roller au cours des 12 derniers mois. Mais cette pratique ne concerne pas de manière semblable l'ensemble des jeunes, il y a des différences selon le type d'enseignement suivi. Ainsi 40,9% des jeunes en collège d'enseignement général et 33,3% en collège d'enseignement technique ont fait du roller au cours de l'année écoulée contre 9,5% des jeunes en CAP. Dans le secondaire, 23,7% des jeunes en lycée d'enseignement général ont fait du roller et 20,6% en lycée d'enseignement technique. Les jeunes en lycée professionnel sont significativement moins nombreux à avoir fait du roller, à savoir 11,5%.

Nous pouvons agrémenter l'étude du CFES, par l'enquête sur les *Pratiques sportives en 2000*. Les élèves et les étudiants représentent plus de la moitié des pratiquants de roller et de skate (Fize et Touché trouvent 46,3% de skateurs entre le 4^{ème} et la 3^{ème}). Les pratiquants sont en moyenne plus diplômés que l'ensemble des sportifs : la part des personnes d'un niveau d'étude égal ou supérieur au baccalauréat est de 47% contre 31% pour la population sportive dans son ensemble. La population des sports de glisse urbain est plus que les autres engagée dans des études longues, et appartient plus souvent à des foyers dont la personne de référence (chef de famille ou conjoint) est dans la catégorie des cadres et professions intellectuelles supérieures ou des professions intermédiaires. Ces milieux plus aisés représentent 42% de l'ensemble des « glisseurs » alors qu'ils ne sont que 30% de la population sportive. Les revenus déclarés pas les « glisseurs » sont par ailleurs plus élevés que la moyenne : 41% déclarent avoir un revenu égal ou supérieur à 2285€ (contre 27% pour les sportifs dans leur ensemble).

Tableau : Praticants de glisse urbaine en fonction des diplômes. (En % des pratiquants)

	APS ¹⁹⁶ en général	De la glisse urbaine
Aucun diplôme	18	17
Inférieur au bac	51	36
Bac	14	17
Supérieur au bac	17	30

Synthèse :

Ces résultats viennent confirmer les différentes études effectuées précédemment par divers instituts¹⁹⁷ de sondages et chercheurs¹⁹⁸. **Nous pouvons déterminer un profil type du skateur : il est jeune, de sexe masculin, urbain, de milieu socio-économique plutôt favorisé, et globalement en ascension sociale.**

Notons que les enquêtes de Claire Calogirou et Marc Touché sur Annecy (1997) et Poitiers (1998) révèle que la pratique est actuellement sur une phase ascendante, atteignant tous les milieux sociaux (même s'il existe encore une prédominance des couches moyennes et des milieux aisés), qu'elle concerne de plus en plus des jeunes hommes de vingt à trente ans environ. Ces remarques sont enrichissantes dans la mesure où nous pouvons observer un vieillissement des utilisateurs, et donc approcher des carrières sportives, voire même professionnelles.

Parallèlement, l'engouement pour cette activité sportive a créé un marché économique fleurissant composé de fabricants (de vêtements et d'équipements) et d'éditeurs de produits culturels (vidéos, magazines, sites Internet...). Pour séduire cette clientèle segmentée, nous allons pouvoir constater, dans la partie suivante, que ces entreprises se positionnent et proposent une offre par l'intermédiaire d'un mix marketing très spécifique.

¹⁹⁶ APS : Activités physiques et sportives.

¹⁹⁷ Mermet G., *Franoscopie 2001*, Paris : Editions Larousse, 2001.

¹⁹⁸ Vieille-Marchiset G., *Sports de rue et champ des pouvoirs sportifs*, thèse de sociologie, université Marc Bloch, Strasbourg 2000.

C. Le marché des fabricants de vêtements et d'équipements

Depuis sa médiatisation, le skate s'est ouvert à un public plus large. Ceci a créé une révolution dans tous les secteurs économiques liés au skate, faisant passer les petits entrepreneurs au rang d'industriels. : « À l'origine du mouvement fun, ce furent les pratiquants eux-mêmes qui inventèrent et créèrent artisanalement les premiers engins néo-sportifs, planches de surf, planches à voile, skateboards, snowboards, etc. (Bessas, 1982 ; Maurice, 1987 ; Midol, 1992). Mais très vite, les fabricants se sont professionnalisés et, d'alliances stratégiques en joint ventures, sont devenus de grosses entreprises de statures parfois multinationales, même si toujours très fun (disent-ils !..) »¹⁹⁹.

Le marché du skateboard en France s'est développé à partir des années 80 et a pris un réel essor depuis une décennie. Pendant tout ce temps, les produits étaient essentiellement importés des Etats-Unis. La première marque française (Cliché) a seulement vu le jour en 1997. Depuis, plusieurs autres marques ont suivi à tel point que le salon de la glisse (Glisseexpo) a dédié un espace spécifique à ces entreprises émergentes. De même, les premiers magazines français spécialisés dans le skateboard comme *Sugar* et *Tricks* sont apparus en 1998. Le marché français est donc relativement récent.

Ce marché, qui est en évolution constante, n'est pas vraiment structuré contrairement à la plupart des autres sports. En effet, nous avons pu voir qu'il n'existe pas de syndicats professionnels, ni de fédération française, mais simplement une commission nationale de skateboard rattachée à la fédération française de roller-skating. Face à cette désorganisation, les études concernant le marché du skateboard sont très rares, voire inexistantes. Les informations relatives à ce marché sont par conséquent assez réduites et diffuses.

Ainsi, afin d'examiner le marché économique du skateboard en France, nous allons produire essentiellement une analyse marketing à la manière d'une étude de marché sectorielle.

En outre, nous présenterons une vision d'ensemble du phénomène skate grâce à l'IASC (International Association of Skateboard Companies) qui estime à 16 millions le nombre de skateurs aux Etats-Unis pour 20 millions de skateurs dans le monde (Etats-Unis compris). Cette association parle aussi d'une forte augmentation du nombre de skateparks et du nombre d'entreprises de skateboard. Malgré la concentration, elle estime à plus de 300 le

¹⁹⁹ Pedrazzini Y., *Rollers & skaters : sociologie du hors piste urbain*, Paris : L'Harmattan, 2001, p.182.

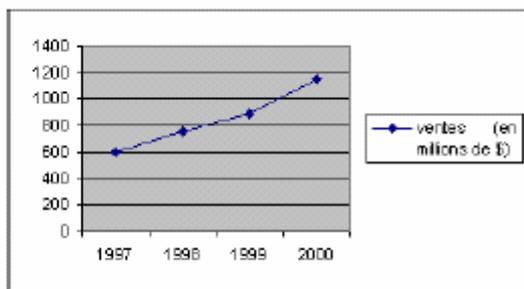
nombre de marques proposant des produits relatifs au skateboard. D'autre part, elle parle de 50 distributeurs aux Etats-Unis et 100 distributeurs internationaux.

1. Les entreprises américaines à l'origine du marché

Nous avons pu constater dans notre présentation historique que le skateboard est né dans les années soixante grâce aux surfeurs présents sur les côtes Californienne. Les Etats-Unis ont utilisé cette activité dès les années soixante-dix pour réaliser des profits grâce à la fabrication de vêtements et d'équipements. Beaucoup mieux organisés, leurs chiffres d'affaires peuvent donner une première idée du marché.

Une étude sur la vente au détail dans les skateshops (tous produits du skate inclus, chaussures et textile compris) a été réalisée par « *Transworld skateboarding business* » au printemps 2000 dans 132 skateshops aux Etats-Unis. C'était la troisième année que cette étude était faite afin de déceler les tendances dans l'industrie du skateboard. Actuellement, l'industrie serait pour la troisième fois de son histoire en phase de croissance. Les magasins interrogés soulignent que le nombre de skateurs croît à un taux remarquable et qu'un grand nombre de non-pratiquants achètent chaussures et vêtements dans les skateshops. Il faut remarquer que la barrière des 1000 millions de dollars a été dépassée pour la vente au détail aux Etats-Unis dès l'année 2000, cela ne représente qu'un pourcent des dépenses annuelles des jeunes de cette génération, mais il s'agit d'un record pour l'industrie du skateboard. A travers ces études, le volume de la vente au détail pour l'année 1997 est estimé à 600 millions de dollars. En 1998, ce montant passe à 756 millions de dollars ce qui représente une hausse de 26 %. En 1999, la croissance est de 18.5 % pour atteindre 896 millions de dollars. Enfin, cette étude du printemps 2000 a montré une croissance moyenne de 28.8 % par rapport au printemps 1999. On constate donc pour ces dernières années une croissance très forte et régulière, ce qui montre bien que le marché du skate est en plein essor.

	ventes (en millions de \$)	progression (en %)
1997	600	
1998	756	26%
1999	896	18,50%
2000	1154	28,80%



(Ventes au détail annuelles dans les skateshops américains, source : *Transworld skateboarding business*)

Néanmoins, il faut prendre en compte que ces chiffres comprennent les chaussures de skate et le textile qui représentent la majeure partie des ventes d'un *skateshop*. Ainsi une bonne partie de la croissance peut être attribuée aux achats réalisés par des non pratiquants, dans la mesure où le look skateur connaît un engouement considérable auprès de nombreux jeunes urbains.

2. La France, un marché en pleine structuration

Avec un retard de vingt ans par rapport aux Etats-Unis, la France n'est pas capable d'alimenter son marché de manière autonome. Les consommateurs sont habitués et ont un véritable culte pour les produits *made in USA*, ainsi de nombreux distributeurs ont choisi d'importer ses produits. La France est un marché majeur pour les produits américains relatifs au skateboard. *Transworld Skateboarding Business* estime que ces importations représentent 8 millions de dollars dans les ventes au détail annuelles. Selon une estimation de la commission nationale de skateboard, 900 000 planches ont été vendues en 1998 dans les 250 points de vente spécialisés répartis sur l'ensemble du territoire français. Ces magasins ne vendent, la plupart du temps, que du skateboard et des accessoires haut de gamme destinés à la seule pratique sportive. Notons que ce chiffre exclut la grande distribution vendant des produits bas de gamme fabriqués en Asie, qui ne sont destinés qu'à un usage strictement ludique.

Il existe un faible nombre de distributeurs qui se partagent les différentes marques. L'importateur « *V7 Distribution* », qui est le premier à avoir distribué ces produits en France, détient un quasi monopole sur la plupart des marques américaines. Le volume de leurs ventes est tenu secret, à tel point qu'ils ne diffusent pas leurs comptes depuis 1995. C'est pourquoi il est difficile d'avoir une estimation précise des ventes en France. Actuellement, ce monopole tend à évoluer : en effet, *V7* ne pouvant pas s'occuper efficacement de toutes les marques, des distributeurs comme « *Templar* » ou « *Hoff* » ont réussi à en distribuer un grand nombre. De plus, certaines marques plus petites ont fait directement appel à de petits distributeurs, afin d'assurer au mieux leur promotion dans notre pays. C'est le cas par exemple des marques *Split*, *Serial Killer* qui utilisent un petit distributeur (*C5 SARL*) qui a en charge la commercialisation de 5 marques. Cette pratique, bien qu'encore marginale, a tendance à se développer sur le marché français.

3. La fabrication des planches, roues et trucks

Les planches sont des produits relativement standards du point de vue de la fabrication, des matières utilisées, et de la forme. Leur production nécessite une organisation industrielle pour réaliser le pressage des planches et faire face à la concurrence tant en terme de prix que de capacités de production. Ainsi, le ticket d'entrée nécessaire pour accéder au rang de fabricant de planches de skateboard est très élevé. La quasi-totalité des fabricants se situent aux Etats-Unis et au Canada. Ils sont relativement peu nombreux et fabriquent la plupart du temps pour plusieurs marques du monde entier. Il existe une presse en France (au pays basque) mais la qualité est inférieure. Les marques françaises, par exemple, importent plutôt les planches d'Amérique du nord pour être sûres d'avoir une qualité équivalente à la concurrence. Mis à part trois grandes marques américaines qui fabriquent elles-mêmes leurs propres planches (*Powell, Santa Cruz, Acme*), les autres marques font appel à des fabricants. Ceux-ci sont peu nombreux et fabriquent pour une multitude de marques, nous pouvons citer : Ps-Stix qui fabrique par exemple pour les marques : *Girl, Alien Workshop, Plan B,Platinum, New Deal, Element, Mad Circle, Planet Earth, Rythm...* ; Taylor qui fabrique pour : *Chocolate, Expedition, Real, Stereo, Think, Birdhouse, Anti Hero, Invisible...* ; Watson qui fabrique pour: *Toy Machine, Zero, Maple, Foundation, Cartel* (marque française)... ; Prime Wood qui fabrique pour: *World Industrie, Blind, Shortie's, Flip...*

Pour ce qui est des roues, des *trucks*, le système est à peu près le même ; il y a peu de fabricants qui produisent pour plusieurs marques, et ceux-ci se trouvent aussi en Amérique du Nord.

4. Le mix marketing appliqué au marché du Skateboard

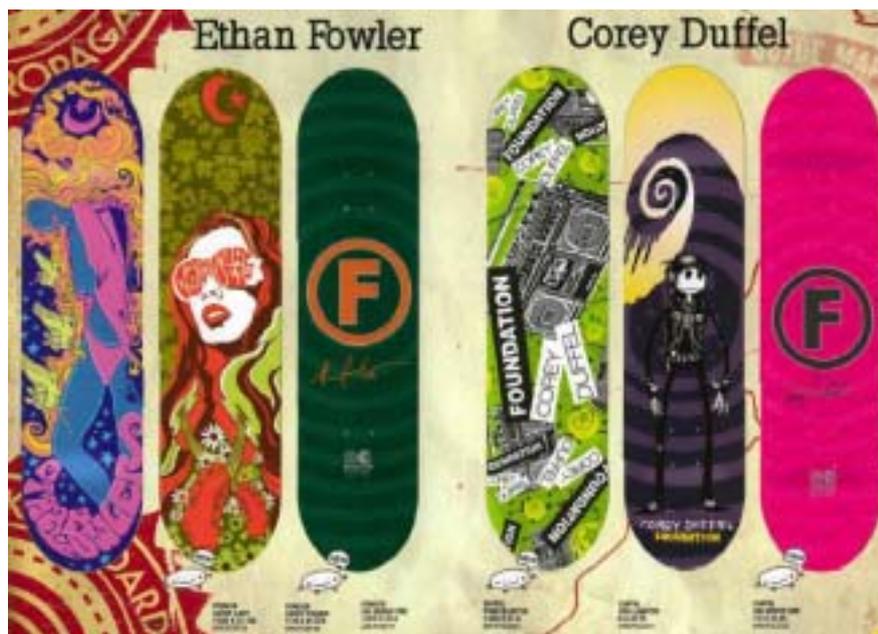
a) Le produit

Les produits sont mis en avant grâce à leurs attributs techniques et esthétiques. Sur ce premier point, peu de différences existent entre les divers fabricants distribuant dans les magasins spécialisés, du fait d'un procédé de fabrication et de matériaux presque identiques. En revanche, des spécificités, notamment sur la forme (longueur, largeur, concavité) sont apportées à certaines planches, ce qui permet aux skateurs de choisir leurs planches en fonction de leur pratique et de leur gabarit. Enfin, les qualités esthétiques apportées aux skateboards, roues et *trucks* sont une manière de différencier les nombreuses marques et font également office de packaging dans les linéaires. A ce propos, les marques n'ont pas de packagings spécifiques dans la mesure où ces équipements peuvent être stockés aisément, et le graphisme remplit de façon autonome toutes les fonctions commerciales. (Ci-dessous, nous présentons le graphisme de 3 marques (collection 2004)).

Marque :
Zéro



Marque :
Foundation
Ministry of
Propaganda



Marque :
Toy Machine



Notons que les dirigeants de ces marques sont fréquemment d'anciens skateurs professionnels. Voulant perdurer dans ce milieu qui leur a tout offert, ils ont eux-mêmes créé leur propre marque. Cette particularité a permis à leur créateur d'avoir une connaissance importante du marché, tant au niveau de l'offre que de la demande des skateurs : « Pierre André entre en scène. Déjà installé en Californie, il rachète la marque et lance *Ethnies America*. Son premier coup de maître viendra en 1993. Un modèle, un seul suffira à faire décoller la marque : la *Lo Cut*. Comment ? Pierre André livre le secret : « je ne voulais plus que les skateurs ressemblent à des clowns. Plus que sur le logo où l'aspect graphique de notre communication, la réussite venait du produit en lui-même : nous avons remarqué qu'à cette époque il y avait beaucoup de modèles tige haute sur le marché, les skaters les coupaient carrément au cutter pour faire des modèles bas ! S'amuse-t-il plus de dix ans plus tard. La deuxième chose, c'est que les skaters se mettaient à porter des vieilles Adidas

vintage. Remises au goût du jour notamment pas les beastie Boys, comme les Gazelle, les Campus. Seul problème : elles étaient inskatables car n'avaient aucun renfort. Nous avons été inspirés par ce style pour créer la Lo Cut »²⁰⁰

Ces entrepreneurs ont par ailleurs agrégé leurs propres visions du skate à leurs marques, qui nous le verrons dans notre étude sur les publicités apparaissent parfois comme de véritables instruments de propagande.

b) La distribution

La vente au détail des skateboards et des vêtements de skate emprunte en grande majorité le chemin de la distribution sélective, c'est-à-dire des magasins spécialisés, dont principalement les skateshops (On estime en France qu'il existe entre 200 et 300 skateshops), et à une moindre mesure les surfshops. Les produits sont distribués dans ces magasins par les importateurs cités précédemment. Notons que deux types de magasins spécialisés sont à dissocier : les petits indépendants et les magasins avec un fonctionnement commercial intégré (type Slide Box à Besançon et Mulhouse, etc...). Il faut souligner qu'en général, les marques américaines représentent la grande majorité du marché. Ajoutons aussi qu'un *skateshop* fait l'essentiel de ces ventes sur le textile et les chaussures de skate (de 60 à 70 %). Ces produits adaptés à l'origine à la pratique du skate profitent du phénomène de mode et sont tout autant vendus à des non pratiquants. Les magasins spécialisés ont un positionnement en harmonie avec ces marques, qui peuvent conserver un esprit authentique grâce à une relation client efficace par des vendeurs techniciens et passionnés de l'activité. Les marges sur ces produits sont beaucoup plus importantes (coefficient multiplicateur de 2,5 à 3) et induisent des prix de vente élevés au consommateur final (par exemple, les chaussures de skate coûtent entre 80 et 150 €, selon les marques : Emerica, Es, Globe, Ethnies, Vans, Circa, DC, DVS, Osiris, Aeon...). De grandes sociétés, comme Adidas ou Nike, ont essayé de pénétrer ces réseaux de distribution porteurs mais sans succès, car elles n'ont pas de légitimité suffisante aussi bien auprès des responsables de magasin qui veulent conserver un positionnement pointu, qu'auprès des skateurs qui ne se reconnaissent pas dans ces marques devenues grand public.

²⁰⁰ Glasman J.M., *Skate et street graphics*, Biarritz : Editions Yocar, 2005. Interview de Pierre André Senizergues, ancien skateur pro, aujourd'hui gérant des marques *Ethnies, Emerica, Es, Thirty Two*.

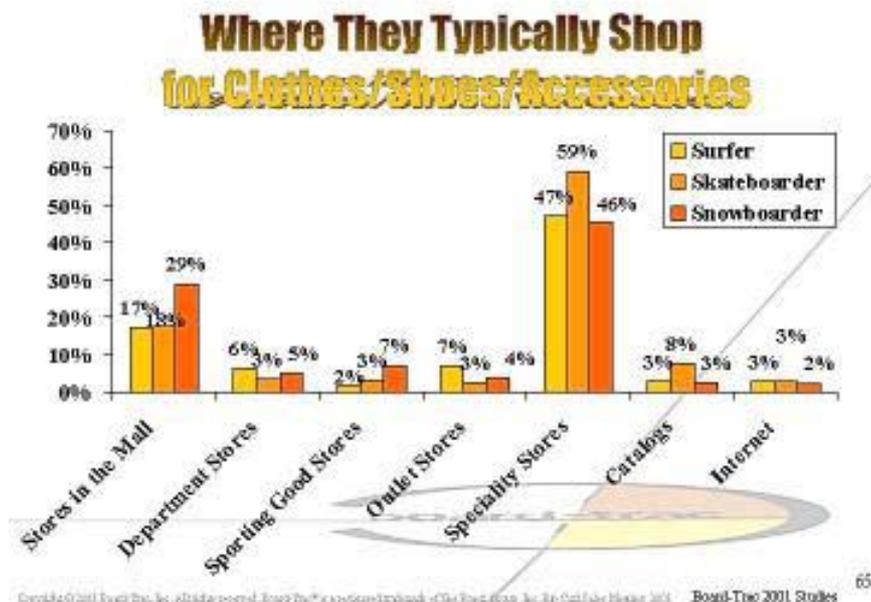
Ensuite, d'autres modèles de distribution existent mais à un niveau inférieur. C'est le cas des grandes et moyennes surfaces (*Carrefour, Géant casino, Auchan, Cora*) qui distribuent des produits essentiellement sans marque. Les grandes surfaces spécialisées distribuent sous la forme d'un commerce associé (*Intersport*) ou intégré (*Décathlon*), elles proposent une offre qualitative supérieure aux GMS mais elles ne disposent pas non plus de marques américaines reconnues. Enfin, la vente par correspondance est un modèle alternatif qui propose deux types de produits : des produits grand public avec des marques non reconnues par l'intermédiaire de réseaux tels que La redoute, Camif, etc... et d'autre part, des magasins en ligne sur Internet qui proposent des produits de marques sensiblement identiques à ceux rencontrés dans des skateshops, à des prix souvent très intéressants, et directement importés des Etats-Unis.

Ci-dessous la répartition des lieux d'achats du matériel de glisse et des vêtements streetwear²⁰¹ :

Les lieux d'achats du matériel de glisse			Lieux d'achats des vêtements streetwear		
	Effectifs	%		Effectifs	%
magasins spécialisés	512	67,4	magasins spécialisés	330	63,5
grandes surfaces	139	18,3	grandes surfaces	83	16
vente par correspondance (VPC)	27	3,6	vente par correspondance	68	13,1
autre(s) :	82	10,8	autre(s)	39	7,5
TOTAL	760	100	TOTAL	520	100

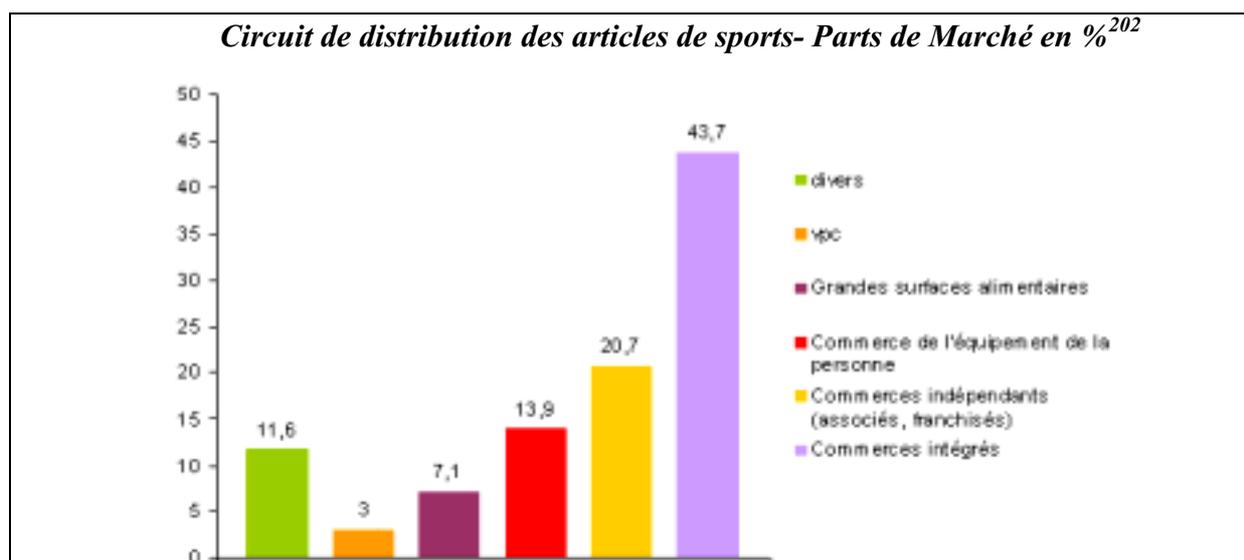
Une étude américaine publiée par Board-trac, confirme que la distribution du matériel skate se fait en grande partie par l'intermédiaire des magasins spécialisés :

²⁰¹ Etude de Marché, *Commerce spécialisé dans les Sports de Glisse*, In CREATEST, Etudes de marché en ligne n°165 (700 Questionnaires auto-administrés sur Internet), 2001.



Nous devons souligner que les différents modèles de distribution présentés prouvent que le circuit conduisant du fabricant au client final est long. Ainsi, de nombreux intermédiaires, (notamment les importateurs et les distributeurs commercialisant les marques américaines) prennent des marges qui augmentent sensiblement le prix de vente final, et empêchent toute relation et veille commerciale des fabricants auprès de leurs clients.

Enfin, nous remarquons grâce au graphique ci-dessous, que la distribution des équipements liés au skate emprunte un modèle atypique dans le secteur sportif. En effet, d'une manière générale la distribution des articles de sport passe faiblement par des commerces indépendants (20,7%), au profit des commerces intégrés (*Go Sport, Decathlon* (à titre indicatif, le groupe *Décathlon* a réalisé à lui seul un chiffre d'affaires de 3,4 milliards d'euros en 2004)).



Cette particularité peut certainement être expliquée par le fait que les skateurs plébiscitent des services et des produits pointus qu'ils ne peuvent pas trouver dans ces grands ensembles, et que le prix ne semble pas être l'élément absolu que recherchent les skateurs (cf tableau ci-dessous²⁰³). De nombreuses marques refusent ainsi d'être présentes en dehors des magasins spécialisés.

Quel(s) type(s) de service(s) attendez-vous d'un skateshop ?		
	Effectifs	%
prix	430	20,4
qualité	431	20,5
conseils	428	20,3
choix	338	16,1
esprit de glisse	184	8,7
nouveautés	258	12,3
autre(s)	35	1,7
TOTAL	2104	100

c) Le prix

Les prix varient énormément selon les marques et les réseaux de distribution utilisés. Néanmoins, nous pouvons dissocier deux modèles de produits.

²⁰² Source : ConsoScan TNS Secodip

²⁰³ Etude de Marché, *Commerce spécialisé dans les Sports de Glisse*, In CREATEST, Etudes de marché en ligne n°165 (700 Questionnaires auto-administrés sur Internet), 2001.

D'une part, les produits de marque empruntent des réseaux sélectifs, véhiculent une image pointue et insistent sur leurs qualités techniques. L'ensemble de ces critères fait que ces produits sont vendus à des prix élevés, et il est fréquent que des stratégies de rareté (nombre limité, éditions spéciales) soient mises en place. Nous pouvons à ce propos déceler chez certains fabricants une politique d'écrémage, dans la mesure où leurs prix élevés sont gages d'une clientèle provenant des catégories sociales supérieures. Ces équipements peuvent ainsi être considérés comme des objets symboliques assurant une reconnaissance sociale.

D'autre part, nous retrouvons des produits commercialisés dans des réseaux de grande distribution (alimentaire ou spécialisée), qui ne disposent pas de marques (donc ne possédant pas un graphisme original) et proviennent fréquemment d'Asie. Dans ce cas, les prix sont accessibles et s'adressent essentiellement à des pratiquants non initiés. Nous assistons ainsi à une stratégie de pénétration où l'objectif est avant tout de réaliser des volumes de vente importants, et où seule la distribution intensive garantit une marge.

d) La promotion

Le positionnement communiqué

Les entreprises (présentées durant la partie sur les fabricants) commercialisant des équipements ont adopté un positionnement de marque singulier. Ces marques disposent de différentes qualités que nous pouvons recenser : courtes, mémorables, en anglais donc évocatrice et exportable dans de nombreux pays, déclinables (pouvant être utilisées sur d'autres produits et d'autres marchés comme le surf par exemple).

Afin de promouvoir l'image des marques, l'authenticité est un argument fréquemment utilisé²⁰⁴. L'usage d'une image véritable et d'une identité sportive forte, permettent aux fabricants de se positionner sur ce marché et de se différencier des marques trop généralistes à l'image de Nike, Adidas, ou Reebok.

Face à ce développement, de nombreuses entreprises se sont engouffrées sur le marché. Pour les premiers arrivés, il a fallu légitimer leur place. Les fabricants de vêtements et d'équipements ont bien compris les enjeux d'un positionnement en phase avec la demande de ses jeunes urbains « pointus »²⁰⁵. Communiquer sur des valeurs précises et de rébellion

²⁰⁴ Ohl F., « L'efficacité symbolique de l'authenticité sur les marchés des biens sportifs » in SFMS revue n°1, www.infosport.org, 2001.

²⁰⁵ Cretin S, *Stratégies marketing des fabricants de Surfwear et déterminants de l'achat chez les jeunes*, Mémoire de Maîtrise, UFR STAPS Besançon, 2002.

leur ont garanti une position prépondérante sur un marché extrêmement concurrentiel : « *les producteurs, par intérêt stratégique, et les consommateurs, aux repères identitaires bousculés, sont plus sensibles aux questions relatives à l'authenticité. Ainsi vont apparaître une multitude de produits authentiques.* »²⁰⁶.

Une part importante de leur communication a consisté à construire les conditions de leur propre insubstituabilité. Grâce à un travail de fond, les marques de skate ont peu à peu atteint une légitimité sur un marché pourtant fermé à ses prémices à une logique économique.

Le skate n'est plus aujourd'hui la chasse gardée de puristes. Des multinationales ont pris le train en marche, et force est de constater qu'ils nourrissent de grand espoir sur cette activité. Décathlon par exemple, a pris le choix de communiquer sur le skateboard pour la rentrée scolaire de septembre 2004, par l'intermédiaire de l'agence de communication « *Young & Rubicam* ». Le groupe justifie cette initiative commerciale de deux raisons : d'une part Décathlon distribue ses produits et donc a un intérêt économique ; d'autre part, c'est un sport de glisse à la mode qui montre le dynamisme du distributeur. Nous comprenons dès lors les enjeux de ces groupes qui peuvent séduire grâce à ces efforts de communication une population jeune.

Aujourd'hui les marques de vêtements et d'équipements sont extrêmement nombreuses et suivent des stéréotypes marketing. Il faut remarquer que les entreprises emploient une communication adoptant des codes supranationaux et véhiculent des valeurs presque identiques selon leurs inspirations culturelles. Leur rébellion est devenue conforme et analogue aux concurrents. Prisonnier de leur modèle économique, les fabricants doivent donc maintenir une idéologie contre-culturelle. Cette contestation ostentatoire est devenue le passage obligé des marques pour entrer sur ce marché.

Les actions mises en place

La PLV (la publicité sur les lieux de vente) : elle permet d'orienter et d'informer les clients dans le magasin et de mettre en valeur une marque par rapport à ses concurrents.

Le Sponsoring : il donne à la marque des représentants charismatiques, ce qui permet de personnaliser le produit. De plus, il permet de communiquer régulièrement sur des *contests* dans lesquels sont présents les sponsorisés.

La publicité dans les magazines : elle se fait exclusivement dans les magazines spécialisés (une étude est d'ailleurs effectuée et présentée dans la partie sur les magazines), la

²⁰⁶ Ohl F., « *L'efficacité symbolique de l'authenticité* » sur les marchés des biens sportifs », in SFMS revue n°1, 2000.

communication sur ce support consiste essentiellement à présenter des images de skate, peu de textes d'accompagnement sont présents.

L'organisation de road trip : régulièrement les marques salarient des skateurs faisant une tournée (dans toutes les villes de France par exemple). Ils font ainsi la promotion de la marque dans les skateparks et les skateshops, et profitent également de l'occasion pour faire des séances photos sur les spots des villes visitées.

Les contests : les marques organisent des *contests* leur permettant d'asseoir leur notoriété, et d'obtenir une couverture médiatique. Ce fonctionnement est similaire à celui rencontré dans d'autres sports de glisse (surf, snowboard).

5. Synthèse

Un marché économique centré sur la production d'équipements et de vêtements gravite autour de cette activité sportive. Importés dans un premier temps des Etats-Unis, ces produits sont aujourd'hui concurrencés par les pays de l'Union Européenne qui se structurent et peuvent à présent produire et distribuer des produits techniquement similaires (notamment la France). Si au commencement, ce secteur était réservé à des spécialistes pratiquants, l'heure est aujourd'hui à l'industrialisation : « *des groupes de taille mondiale émergent et contribuent ainsi à renforcer la concentration économique* »²⁰⁷. Les nombreux achats et fusions de sociétés révèlent l'intérêt financier de produire et vendre des volumes importants.

Un *mix-marketing* très spécifique est appliqué à ces produits. Si d'un point de vue technique, ces biens empruntant une distribution sélective, et vendus à des prix relativement élevés, ont peu d'attributs différenciateurs, ils ont en revanche une image de marque dotée d'attributs psychologiques atypiques et forts (entretenue par des efforts de communication important). Ce positionnement spécifique où l'argument technique semble secondaire permet de convaincre des consommateurs qui poursuivent (inconsciemment ou consciemment) des objectifs subjectifs : « *la demande sportive correspond à un désir, souvent mis en scène, où des enjeux symboliques et sociaux apparaissent* »²⁰⁸.

Ces producteurs de biens sportifs utilisent ainsi une communication qui tourne autour du quatuor « marque-produit-technologie-champion ». Toute la stratégie commerciale de ces entreprises s'articule autour de ces quatre axes : - Une marque expérimentée qui a joué un rôle historique dans son sport (ou qui le fait croire !) et qui véhicule des valeurs contre-culturelles - Un produit efficace qui est décliné en gammes et devient un des vecteurs privilégiés de la politique de communication des firmes - Une technologie particulière, synonyme de progrès et de performance, qui apporte un plus au pratiquant (les roues en uréthane, les sept plis des plateaux, etc...) - Un champion emblématique et surtout charismatique qui a fait la renommée de la marque et qui légitime la place de l'entreprise auprès des spécialistes de l'activité.

Par ailleurs, les fabricants et distributeurs dépassent la commercialisation des produits et prennent place aujourd'hui dans les différents médias proposés aux skateurs. Ainsi de nombreuses entreprises (que nous verrons dans les parties ultérieures), commercialisent des

²⁰⁷ Desbordes M., *Gestion du sport*, Paris : Vigot, collection Repères en Education physique et sportive, 2000, p.23.

²⁰⁸ Ohl F., « *Les usages sociaux des objets sportifs : le paraître "sportif" en ville* », In *Loisir et société/Leisure and Society*, vol. 24, n° 1, 2001, p. 111-136.

magazines et vidéos de skate pour assurer la promotion de leur marque, mais également pour se placer sur de nouveaux marchés financièrement intéressants.

En outre, ces entreprises sont les instigatrices des contests qui assurent leur promotion auprès du grand public, et participent à la hiérarchisation des skateurs professionnels dans les nombreux championnats mondiaux.

Une partie de l'activité se développe ainsi en dehors du système fédéral. L'entreprise en devient un des moteurs, notamment grâce à « *un gain d'autonomie financière qui se traduit dans le domaine des biens sportifs, par l'achat de biens de façon plus indépendante* »²⁰⁹. Les skateurs participent à des pratiques sociales où la musique, les habitudes et les styles de vie sont au moins aussi importantes que la pratique sportive en elle-même.

Succintement à l'étude des fabricants de vêtements et d'équipements, nous allons nous intéresser aux pratiques et représentations culturelles des skateurs.

²⁰⁹ Brée J., *Les enfants, la consommation et le marketing*, Paris : Presses Universitaires de France, 1993.

D. Les skateboarders : des profils atypiques

Nous avons pu constater durant notre approche qualitative des skateurs qu'une grande majorité des adeptes du skate sont des jeunes²¹⁰ ; il apparaît donc indispensable d'étudier leurs caractéristiques. Nous allons ainsi, avant d'aborder les spécificités des skateurs, effectuer un détour sur la composition des cultures juvéniles.

Avec le développement de l'urbanisation depuis les années 1950, le nombre de jeunes dans les villes s'est fortement accru. Si les jeunes acquièrent de nos jours une nouvelle visibilité, ce n'est pas parce qu'ils sont plus nombreux, mais c'est parce que leur statut s'est transformé en même temps que la société a évolué. Les représentations sociales de la jeunesse ont changé. Il s'est agrégé sur ce phénomène démographique et social, la création de multiples instances de socialisation qui établissent un véritable maillage dans l'espace des villes, et participent à leur fonction culturelle, leur expression et leur représentation. Nous devons procéder ainsi à l'analyse de la jeunesse, avant d'examiner les différents processus pouvant entrer en interaction dans la circulation des valeurs et des techniques du skate.

Philippe Ariès²¹¹ a été le premier à proposer une lecture à la fois historique et sociologique de l'apparition du sentiment de l'enfance dans notre société. Selon lui, la société traditionnelle se représentait mal l'enfant et encore plus mal l'adolescent. L'enfant était très tôt mêlé aux adultes ; de très petit enfant, il devenait tout de suite un homme jeune, sans passer par les étapes de la jeunesse qui sont devenues des aspects essentiels de notre société.

La jeunesse est devenue un fait de masse : l'extension numérique de la scolarité due à la démocratisation de l'enseignement, d'une part, son prolongement en terme d'âge, d'autre part, ont pour conséquence directe de retarder, pour une durée de plus en plus longue (encore accentuée avec la crise économique) l'entrée dans la vie active d'un nombre de plus en plus élevé d'individus : « *l'âge d'entrée dans la vie adulte – si on définit celle-ci par l'accès au travail, à un logement autonome et à la vie en couple – est de plus en plus tardif* »²¹².

Les 15-25 ans représentent 15% de la population française, soit 8,2 millions d'individus²¹³. Les plus âgés d'entre eux sont nés en 1981, début d'une crise économique qui a accompagné leur vie et influencé leur vision du mode. Les plus jeunes sont nés en 1991 ; ils

²¹⁰ 83,6% des skateurs interrogés ont entre 12 et 17 ans, dont plus du tiers sont âgés de 14 et 15 ans. Enquête CNRS 1989 : Marc Touché & Michel Fize.

²¹¹ Ariès P, *Les jeunes et la vie familiale sous l'ancien régime*, Paris : Editions Le Seuil, 1973.

²¹² Galland O, *Sociologie de la jeunesse*, Paris : Editions Armand Colin, 1991.

²¹³ Mermet G., *Francoscopie 2001*, Paris : Editions Larousse, 2001.

ont grandi dans les années 90, qui marquaient la fin de la longue période de transition sociale amorcée au milieu des années 60.

Grâce à l'omniprésence des médias et à l'apparition de modèles familiaux plus ouverts, les enfants parviennent plus vite à l'adolescence que les générations précédentes, mais ils acquièrent rapidement le sentiment que l'intégration dans le monde des adultes sera difficile. Ils prolongent ainsi leur présence au sein du foyer parental : entre 20 et 23 ans, 71% des hommes et 51% des femmes sont hébergés par leurs parents ou grands-parents²¹⁴, contre respectivement 51% et 38% en 1982. « *Les bornes de la jeunesse s'écartent ainsi l'une de l'autre comme les taquets d'un instrument de mesure, et la conséquence en est un allongement de la jeunesse aux dimensions inédites, tant du point de vue démographique que dans la durée* »²¹⁵.

La jeunesse est « un mode de vie ». Elle est présentée comme un monde à part, dotée d'une culture adolescente. Mais, même si les jeunes ont leurs propres réseaux, ils sont en tête de presque toutes les pratiques culturelles : sport, danse, cinéma, Internet, télévision, musique, fréquentation des musées, expositions, théâtre, ou encore pratique de l'écriture ou de la lecture (84% de lecteurs pour les 15-24 ans contre 75% pour le reste de la population)²¹⁶.

Le premier poste de dépenses concerne l'apparence (habillement, hygiène, beauté) : « *Le vêtement participe à la démonstration de l'être bien dans son corps* »²¹⁷, devant les sorties et loisirs, puis les frais de téléphone. Beaucoup ont une consommation plutôt boulimique et font preuve en même temps d'une attitude critique à l'égard de la société de consommation. Ils hésitent entre la volonté de marquer leur différence et celle d'appartenir à un groupe. « *Plus pragmatiques que révoltés, plus réalistes qu'idéalistes, ils sont attachés à la liberté de mouvement et recherchent des émotions renouvelées* »²¹⁸. La vie culturelle des jeunes oscille constamment entre le conformisme et la rébellion. Par conformisme, « *ils adaptent leurs styles de vie aux modes ambiantes (musicales, vestimentaires, langagières..) amplifiées par les médias et le marché* »²¹⁹. Ce phénomène d'assimilation par ressemblance est éclatant dans la culture glisse urbaine. Ces jeunes adeptes de sports extrêmes, qu'ils pratiquent à Paris, à Lyon ou à Besançon disposent du même habillement, à tel point que nous

²¹⁴ INSEE 1996.

²¹⁵ Galland O., *Sociologie de la jeunesse*, Paris : Editions Armand Colin, 1991, p.247.

²¹⁶ Mayol P., « *Les sept piliers de la culture jeune* », In *Le Monde de l'Éducation*, Juillet-Août 1997.

²¹⁷ Lacroix G., « *Le look fun et ses enjeux* », in *Géopolitique du sport*, actes du colloque, Besançon 23-24 Mars 1990, p.61.

²¹⁸ Mermet G., *Francoscopie 2001*, Paris : Editions Larousse, 2001.

²¹⁹ Mayol P., *Les enfants de la liberté, études sur l'autonomie sociale et culturelle des jeunes en France 1970-1996*, Paris : L'Harmattan, 1997, p.120.

pouvons parler d'« uniforme ». Par ailleurs, ils disposent d'un langage similaire, et de références aux idoles semblables.

La rébellion, bannière de l'originalité individuelle, contient du conformisme dans la mesure où elle est le passage obligé de l'adolescence : une rébellion qui touche tout le monde ou presque est nécessairement conformiste. Et dans bien des skateparks, on est rebelle parce qu'il le faut « *La jeunesse est toujours insolente, c'est son droit- une nécessité pour elle ; il lui faut s'affirmer, et toute cette affirmation de soi en ce monde de doutes est un défi, une insolence* »²²⁰. Donc là aussi, nous pouvons identifier du conformisme.

Les valeurs des jeunes diffèrent de celles de leurs parents. Conscients de l'héritage qui leur est laissé, beaucoup sont tentés par le refus du système de valeurs traditionnelles, et l'invention de nouveaux codes sociaux. Globalement, ils sont 44% à souhaiter que la société change un peu et 52% à ce qu'elle change beaucoup²²¹.

La famille et, dans une moindre mesure, le travail, restent cependant pour eux des valeurs sûres. Mais ces mots n'ont plus tout à fait le même sens que pour les adultes des générations précédentes. Le travail n'a plus la valeur mythique que lui attribuaient les anciens. Il est un moyen de gagner sa vie et, idéalement de s'épanouir ; mais les jeunes ne sont pas prêts à lui consacrer la totalité de leur énergie et de leur temps.

Les 15-25 ans aiment se regrouper avec les autres jeunes en général. Mais ils se différencient aussi entre eux en formant des tribus dont les membres se choisissent à partir de critères liés à des modes de vie ou à des centres d'intérêt « *le temps de la jeunesse est associé à des pratiques de sociabilité et de loisirs particulières. En effet, le regroupement systématique et prolongé des jeunes ne peut manquer de générer des comportements et des goûts propres à ce milieu* »²²². Ils se retrouvent dans des lieux spécifiques, leurs signes de reconnaissance sont vestimentaires, gestuels ou liés à l'usage d'un vocabulaire particulier : « *il s'organise des tribus qui communient à des valeurs minuscules* »²²³. Toute une culture s'élabore ainsi autour de cette génération. « *L'émergence de cette culture se mesure certes à la présence d'un certain nombre d'éléments spécifiques, lieux, objets ou pratiques qui lui sont propres ou plutôt caractéristiques. D'une part, les biens et pratiques adultes ont été récemment déclinés à l'usage des jeunes (presse pour ados, vêtements pour ados, radios pour ados..). En outre, nombre de pratiques musicales ou sportives comme le rap ou le skateboard*

²²⁰ Conrad J., *Lord Jim*, Collection Penguin Twentieth-century classic, 1900.

²²¹ Enquête « Les lycéens 91 », enquête réalisée auprès de 2989 lycéens des filières professionnelles, technologiques et générales par SCP communication Le Monde, la MNEF et l'ONISEP (Courtois, 1991).

²²² Galland O., *Sociologie de la jeunesse*, Paris : Editions Armand Colin, 1991.

²²³ Maffesoli M., *Au creux des apparences*, Paris : Editions Plon, 1990.

se sont révélées être spécifiques d'une tranche d'âge qui pourra se doter, par ailleurs, d'un langage typique »²²⁴.

L'univers de la glisse exerce une forte influence. Né avec le sport, il révèle une tendance lourde portée par les jeunes. Le « Glisseur » est devenu un personnage emblématique de la société. Indépendant et libre, il est davantage en harmonie avec sa tribu qu'avec l'ensemble des hommes. La mode vestimentaire s'est largement inspirée du phénomène, avec les pantalons larges et l'émergence des marques spécialisées. Il est à noter qu'à l'origine, le surfeur s'opposait à la mode, aux valeurs et aux normes de la société : « si dans la tradition « beatnik », le surfeur des années 1960-70 traînait éternellement en jean délavé (éventuellement troué et sale) ou en short pour signifier son refus du conformisme, des règles d'hygiène contraignantes et de la société de consommation, l'apparence du fun d'aujourd'hui est beaucoup plus codée »²²⁵. La glisse est synonyme de mobilité, d'absence de contrainte. Ces idées sont toutes fondatrices de la nouvelle civilisation qui se met en place. L'esprit de tribu sert de modèle implicite au fonctionnement des jeunes. Une sociabilité conviviale marque les principaux traits de caractère des jeunes qui manifestent, dans leur ensemble, une réelle ouverture aux autres. La pratique du skateboard dans la ville devient pour les jeunes une fonction rituelle d'intégration dans leur groupe d'âge et de sexe. Ce sport facilite aussi une forme de socialisation plus globale, par l'apprentissage de l'espace urbain et de ses codes²²⁶. En effet, les jeunes skateurs, usagers atypiques de la rue, doivent intérioriser d'autres façons de faire et les normes en vigueur qui leur sont imposées par divers agents (forces de l'ordre, gardiens, vigiles). Les effets du territoire sur les conduites et représentations juvéniles, étudiés par Alain Vulbeau²²⁷, nous montre que l'espace public constitue une « arène de socialisation »²²⁸ et permet un apprentissage de l'altérité.

²²⁴ Bruno P., *Existe-t-il une culture adolescente ?*, In Press Editions, 2000, p.28.

²²⁵ Lacroix G., « *Le look fun et ses enjeux* », in *Géopolitique du sport*, actes du colloque, Besançon 23-24 Mars 1990. p.61.

²²⁶ Calogirou C., *Touché M., Le skateboard : une pratique urbaine sportive, ludique et de liberté*, In *Au miroir du sport*, n° 1226, Juillet Août 2000, p. 33.

²²⁷ Vulbeau A., *La jeunesse et la rue*, Paris : Editions Desclée de Brouwer, collection habiter, 1994.

²²⁸ Callu E., Jurmand J.P., Vulbeau A., *La place des jeunes dans la cité - Tome 2 : Espaces de rue, espaces de parole*, Paris : L'Harmattan, 2005.

1. Les savoirs être et les normes sociales des skateboardeurs.

« Pour plus de la moitié des jeunes interrogés (50,9%), avant d'être un sport ou un loisir, le skate est d'abord une façon de vivre »²²⁹. Mêlant langage, apparence, manières d'être et d'agir, nous pouvons comprendre qu'il s'agit pour ces individus d'une façon de vivre atypique.

De nombreux éléments nous permettent d'affirmer que le skateur fait preuve d'une volonté de se marginaliser et de s'exclure de nombreux modèles préétablis. Comme l'énoncent Smith et Basson, de manière certes un peu catégorique, les skateurs font preuve d'un « refus de l'organisation sportive traditionnelle (fédération, club, encadrement, entraînement, compétition...), refus de contraintes sportives (horaires, calendrier, convocations, hiérarchisation...), refus de la discipline sportive (règles, arbitrage, sanctions des fautes, évaluations....), rejets des marques d'appartenance à la communauté sportive (licences, couleurs du club, fréquentation des vestiaires, du bar du club, participation aux fêtes du club...), enfin désaffection des équipements sportifs traditionnels ou vandalisme contre ces derniers »²³⁰ (notons que le seul panneau d'interdiction attendant au skatepark de Besançon a été brûlé puis tagé).

Sans vouloir être aussi manichéen, et dépeindre le skateur comme un individu refusant les valeurs et normes de la société sous tous abords, nous proposons d'aborder avant tout cette population par les théories de la déviance, afin de montrer dans quelles mesures ils adoptent des règles singulières.

Faisons également remarquer que ce que nous allons définir comme rébellion et marginalisation est à contextualiser et à relativiser en fonction du lieu et de l'époque. En soit, les skateurs n'apportent que très peu de nuisance au grand public, mais ils sont jugés sur de nombreux critères que nous allons décrire à présent. Rappelons, comme le souligne Faulkner, que la déviance est définie parfois par un acte atypique, mais aussi et surtout par le jugement qu'en font les membres de la société : « Des fois, je ne sais pas trop si on a le droit de dire qu'un homme est fou ou non. Des fois, je crois qu'il n'y a personne de complètement fou et personne de complètement sain tant la majorité n'a à décider dans un sens ou dans l'autre.

²²⁹ Fize M., Touché M., *Le skate : la fureur de faire*, Lion-sur-mer : Editions Arcane-Beaunieux, 1992, p.61.

²³⁰ Basson J.-C., Smith A., « La socialisation par le sport : revers et contre-pied. Les représentations sociales du sport de rue », in *Les annales de la recherche urbaine*, n°79, 1998.

Ce n'est pas tant la façon dont un homme agit que la façon dont la majorité le juge quand il agit ainsi.²³¹ »

Pour expliquer les manières d'être et les normes des skateurs nous proposons une approche du langage, des valeurs, de leur occupation et réappropriation de lieux urbains, de leur apparence, et de leur manière de prendre des risques.

²³¹ Faulkner W., *Tandis que j'agonise*, Paris : Gallimard, Folio, p.221.

2. Le langage

Cette partie s'inspire des conseils méthodologiques d'Anselm Strauss, en rappelant qu'« *il est impossible de mener une réflexion sérieuse sur les identités et les actions humaines sans mettre la linguistique au cœur des débats* »²³².

Les skateurs utilisent un langage spécifique²³³. Issu principalement de l'argot américain, leur langage met tout de suite à distance les néophytes, qui ne peuvent pas comprendre le sens de leurs phrases. Ces expressions sont utilisées pour décrire les figures, le placement du corps sur la planche, les modules permettant d'effectuer les sauts, et les lieux de pratique souvent gardés secrets pour éviter l'intrusion d'un trop grand nombre de pratiquants. Les skateurs maîtrisant ce langage semblent prouver aux autres pratiquants leur connaissance de l'activité, et ainsi créer une communauté relativement fermée. Le grand public et les parents (surtout ceux ne parlant pas anglais) sont ainsi très rapidement distancés des pratiquants, et la compréhension des expressions et des discussions devient très difficile sans un skateur faisant la traduction.

L'utilisation de ces termes révèle par ailleurs que le skateboard n'est pas une activité récente. Le langage utilisé est le fruit des différentes générations de pratiquants qui ont apporté des expressions notamment du fait de l'évolution technique et culturelle, et de la diffusion géographique de l'activité.

Nos premières observations participantes dans divers lieux pressentent que le langage n'est pas uniforme dans l'univers du skate. Chaque ensemble géographique (quartier, ville, région, pays) semble apporter des singularités aux expressions communes. Selon Strauss, ce signe est la preuve que des sous-groupes semblent se constituer : « *Tous les groupes d'individus ayant une permanence élaborent un langage particulier, jargon, argot, qui reflète leur manière d'identifier tout ce qui est important pour l'activité du groupe* »²³⁴.

Cette utilisation d'un langage spécifique au sein d'une communauté, rappelle le processus d'auto-ségrégation mis en place par les musiciens de jazz et commenté par Becker : « *certaines expressions symboliques, et en particulier l'usage d'un argot de métier permet d'identifier rapidement l'utilisateur compétent comme n'étant pas un « cave », et de reconnaître aussi rapidement « l'étranger » qui l'utilise de manière incorrecte ou pas du*

²³² Strauss A., *Miroir et masques*, Paris : Editions Métailié, 1992. p.17.

²³³ A la fin de la thèse est présent un glossaire montrant les mots les plus fréquemment utilisés par les skateurs

²³⁴ Strauss, *ibid*, p.23.

tout »²³⁵. Néanmoins, nous devons remarquer qu'en France, le skate n'a eu qu'une acculturation très limitée de son langage. Très rares sont les expressions qui privilégient le français à l'anglais : « *De par son origine américaine, le vocabulaire lié à la discipline est truffé de néologismes directement inspirés de l'anglais. Même au niveau de son nom, le skateboard revendique ses origines anglophones. En effet, ce terme est aujourd'hui largement plus utilisé que l'appellation originale et officielle : planche à roulettes. Il en est de même en ce qui concerne les noms des tricks (de l'anglais astuce) : du varial kickflip au boardslide, toutes les figures sont nommées à l'anglaise. Il n'est même pas rare d'entendre un skateur qualifier une simple rotation de 360° de « three-sixty » (trois (cent) soixante, en anglais). Certains éléments ont aussi une appellation double. Ainsi, dans un skatepark, on n'hésitera pas à parler de rampes (FR), mais on précisera de quel type il s'agit en parlant de half-pipe (ENG) et de quarter-pipe (ENG). Dans d'autres cas, l'appellation anglaise côtoie l'appellation française sans préférence pour l'une ou l'autre forme (ex: truck (ENG) et axe (FR)) »²³⁶.*

Cette particularité peut être retrouvée dans d'autres sports de rue, c'est le cas par exemple du basket (streetball) qui utilise un langage technique basé sur des références américaines.

Notons que le langage des skateurs ne semble pas être utilisé en dehors de leur communauté. Ce changement de langage, comme par exemple utiliser des termes américains qu'en présence de skateurs, suppose que dans certaines situations l'acteur n'est plus ce qu'il était dans la situation précédente « *l'apparition plus ou moins brusque d'un mot dans le sein d'une communauté linguistique indique presque toujours un changement dans la vie des hommes qui la composent* »²³⁷. On retrouve ici une théorie de l'homme pluriel²³⁸, où l'individu, inséré dans un champ différent adapte son comportement : « *Changer de contexte (professionnel, conjugal, familial, amical, religieux, politique...), c'est changer les forces qui agissent sur nous* ». Ainsi, dans un souci d'intégration dans la communauté skate, les pratiquants adaptent leur langage. Le langage usuel pratiqué à l'école ou dans la famille vient ainsi disparaître au profit d'expressions de spécialistes crédibilisant de fait son locuteur.

²³⁵ Howard S. Becker, *Outsiders : Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A-M Métailié, 1985. p.124.

²³⁶ Contributeurs à Wikipédia, « *Skateboard* », Wikipédia, l'encyclopédie libre, <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Skateboard&oldid=13916345>, page consultée le 11 février 2007.

²³⁷ Elias N., *La civilisation des mœurs* (1939), Paris : Calmann-Lévy, Collection Presses Pocket, 1989, p.79.

²³⁸ Lahire B., *L'homme Pluriel*, Paris : Nathan, 1998, p.69.

3. La musique

Comme le fait remarquer Mary Douglas : « on ne peut pas dire d'un groupe qu'il a un comportement – encore moins une pensée ou un sentiment »²³⁹. Ainsi, d'un point de vue musical, il n'est pas possible de stéréotyper l'univers du skateboard. Si certains prétendent que les skateurs apprécient surtout les musiques de la « *street culture* » américaine (*hip-hop*, *rap*), d'autres ne pourront que s'insurger devant cette affirmation.

La culture musicale qui se trouve en arrière plan du skateboard est le résultat d'une longue évolution, et est ainsi très diversifiée. Issu du *surf*, discipline à la culture profondément *Rock'n'Roll* et originaire de villes comme San-Francisco (à l'Est des Etats-Unis), le skateboard s'est ensuite développé dans la rue, sur des rythmes de *hip-hop* ou de *rap*, dans des villes comme New-York (à l'Ouest des Etats-Unis).

Le *hip-hop* est utilisé par les skateurs pour son appartenance à la *street culture* américaine. Ce mouvement culturel et artistique, issu des ghettos New Yorkais, est apparu aux États-Unis au début des années 1970. Marqué par un fort esprit de contestation sociale, il associe des discours revendicatifs faisant échos aux déviances de groupes urbains et aux problèmes vécus dans les quartiers. Nous pouvons citer quelques pionniers comme *James Brown*, *Wu Tang Clan*, *Beastie Boys*, *Public Enemy*.

En Europe, le *rock* et ses dérivés semblent supplanter le *hip-hop* dans le monde du skateboard. Le *rock* rappelle l'euphorie des prémices et les premiers adeptes de la glisse : les surfeurs californiens. L'un de ses dérivés : le « *skate-punk* » est un type de musique (et une mode vestimentaire associée, notamment des habits noirs, tee-shirts déchirés avec slogans provocateurs, épingles à nourrice) que les amateurs de skateboard, de surf et d'autres sports de glisses écoutent. Apparu à la fin des années 1970, il culmine en 1976. Parmi les groupes associés à cette tendance, nous pouvons retrouver “*The Offspring*”, “*Millencolin*”, “*Pennywise*”, “*No Use For A Name*”, “*Suicidal Tendencies*”, “*Satanic Surfers*”, “*Anti-Flag*”, “*Nofx*”, “*Rancid*”, “*The Wild Spirits*”, “*Find-U 90*”, “*Youth Way Records*”, “*Voodoo Glow Skulls*”, “*Uncommonmenfrommars*”. Les *rockers* (et à fortiori les *punks*) américains emploient aujourd'hui un discours beaucoup plus radical que les rappeurs, et font régulièrement références à la mort (exemple : *Bad Brains*, groupe de San Francisco ambassadeur du « *skate or die* »). Il est à noter que ce mouvement musical était dans les années 1980 basé sur le *hardcore* (musiques et chants puissants, souvent de mauvaises

²³⁹ Douglas M., *Comment pensent les institutions*, Paris : La Découverte, 2004, p.39.

qualités, saturant régulièrement les hauts-parleurs) et qu'il s'est assagit musicalement durant les années 1990. En outre, il conserve dans ces discours une dimension politique et éthique.

La musique des skateurs doit donc être contextualisée. Elle varie selon, les nations, les régions, les époques et surtout semble-t'il, selon la culture des groupes de skateurs.

Les skateurs professionnels ont un style de pratique associé à la musique : les pros *hip-hop* privilègient ainsi un skate technique (enchaînement rapide de plusieurs figures techniques) ; à l'inverse les skateurs *rock, punk, hard-core* privilègient un skate à grande amplitude (sauts dangereux).

Par ailleurs, certaines musiques sont plébiscitées par les skateurs car leurs paroles évoquent un style de vie et des valeurs qu'ils défendent. Néanmoins, nous pouvons noter que la majorité des skateurs se fient plus aux styles et aux rythmes, qu'aux paroles dans la mesure où la plupart de ces adolescents ne comprennent pas les textes des chansons américaines et les revendications politiques associées.

Nous pourrons comprendre dans les parties ultérieures, comment les choix musicaux des skateurs interagissent avec leur mode de pratique, leur style vestimentaire, et les skateurs professionnels adués.

4. L'occupation et la réappropriation de lieux urbains

Dans les centres urbains contemporains, les villes de l'hexagone étant le meilleur exemple, la pression foncière est telle, que les fonctions ludiques sont souvent négligées au profit des fonctions commerciales et administratives les plus rentables. Cette rareté d'espaces pour la jeunesse, considérée comme improductive, n'a pas été compensée par des espaces de jeux en libre accès comme l'étaient autrefois les terrains vagues. Cette gestion exacerbée des lieux a normalisé la ville dans un tout n'englobant pas ces électrons libres que sont les skateurs : « *les villes modernes cherchent à tout régler, à tout saturer dans l'espace social et privent de lieux l'activité individuelle* »²⁴⁰. Il y a donc un espace pour chaque chose et chaque chose à (ou doit avoir) son espace. Mais face à une activité récente et atypique comme le skateboard, force est de constater que nos centres, souvent historiques et donc immuables par la protection des monuments de France, ne peuvent formuler une offre à ces jeunes citoyens désireux d'aventures dans la cité.

Ainsi, pour pratiquer le *street*, activité préférée des skateurs (57,5% des garçons interrogés disent ne pratiquer que ça²⁴¹), une grande partie des pratiquants, et nous retrouvons ce phénomène de manière analogue dans de nombreuses villes, ont du s'approprier ou se réapproprier des territoires interdits, des espaces publics et collectifs pour s'adonner à leur passion : « *Hier cantonné à des stades, gymnases, le sport conquiert aujourd'hui de nouveaux espaces. Les sports de glisse en milieux naturels furent les premiers à innover en s'appropriant des spots inédits. Vinrent ensuite les coureurs hors-stade, qui colonisèrent les routes et les skateboarders, qui exploitèrent le mobilier urbain* »²⁴². Ces spots sont choisis pour des raisons pratiques, techniques, et symboliques, et sont souvent inclus dans des parcours plus ou moins improvisés.

Dans certains lieux, nous sommes face des conflits latents ou ouverts devant ces prises de contrôle collectives. Ces oppositions sont d'autant plus présentes, que les skateurs se démarquent du citoyen classique. L'espace public a en général pour fonction le transit des personnes, le skate induit la stagnation des pratiquants. Ils s'arrêtent, occupent les espaces publics (trottoirs, places, parking...), les lieux deviennent aire de jeux, les biens objets ludiques : un banc devient une rampe, une poubelle obstacle à franchir : « *On fait du bruit, on*

²⁴⁰ Dolle J.P., *Inventer ou mourir*, propos recueillis par Bertrand Sachs, in Faces, le magazine social, Ile de France, Juillet 1990, n°4, p.15.

²⁴¹ Fize M., *ibid*, p.79.

²⁴² Loret A., Waser A-M., *Glisse Urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001.

*l'assume. On « déprave » un petit peu les bancs, les petits murets »*²⁴³. Les lieux deviennent aussi liens. L'espace commun privatisé devient espace de sociabilité, la rue un vaste terrain d'aventures et de rencontres, formant « *des repères micro-culturels sous le regard impressionné des citadins/ voyageurs pressés* »²⁴⁴.

De surcroît, cette présence induit forcément différents types de nuisances. La première est visuelle : « *chaque centimètre du monument porte les stigmates de cette utilisation détournée. Rebords des marches ébréchés, et polis par-dessus, rayures et griffures le long des murets, traces de peintures, empreintes de gommages... au point que certaines marches ne sont plus utilisées* »²⁴⁵. D'autres traces reflètent le passage des skateurs : les tags, la wax (produit permettant de mieux glisser) noircissant le mobilier urbain. Nous avons pu constater que les représentations des skateurs sortent du cadre de références que de nombreux citoyens peuvent avoir de l'espace urbain. Comme le souligne Nicolas Hossard et Magdalena Jarvin, de nombreux utilisateurs de l'espace urbain (et notamment les skateurs) remettent régulièrement en cause les lois établies et dictées selon des règles parfois difficilement défendables : « *Après tout, quelle différence de pollution visuelle entre une affiche sauvage et une affiche publicitaire, si ce n'est que l'une obtient sa légalité en payant son emplacement... Quid des graffs et des tags qui sont tant sujets à polémiques ?* »²⁴⁶. Ensuite, la seconde nuisance est sonore²⁴⁷. Elle est présente lorsque les skateboarders se déplacent, engendrant un bourdonnement ininterrompu des roulements; et d'autre part, lorsque les skateurs effectuent leurs figures, avec leurs *trucks* qui crissent sur la pierre ou le béton en glissant, et leurs planches qui claquent par terre à chaque envolée ou atterrissage. Ces nuisances sont d'autant plus insoutenables pour nombre de citadins que le skate est une pratique immergée au sein des zones résidentielles.

Notons que les difficultés d'organiser le skateboard dans la ville sont amplifiées par le fait que les skateurs ne sont pas forcément demandeurs de lieux circonscrits. En effet, au lieu de réclamer la création d'espaces intérieurs ou extérieurs qui seraient expressément et officiellement destinés à la pratique du skateboard, de nombreux individus préfèrent

²⁴³ Wulschleger T., Deuel C., Maury M., Pedrazzini Y., « *La ville en jeux : Vers une nouvelle vision des places de jeux à Genève. L'aventure en ville : comment partager l'espace public ?* », Table ronde : « *Mais qu'est-ce qu'elle a ma ville ?* », Genève : Actes du Forum, décembre 2004.

²⁴⁴ Remy J., Voye L., *Ville, ordre et violence*, Paris : PUF, 1981, p.93.

²⁴⁵ Duriez I., « *Jeux de planches sur bitume* », in « *Modes de ville. Les skateurs s'approprient l'espace urbain* », L'humanité, Jeudi 17 Juin 1999, p. 19.

²⁴⁶ Hossard N., & Jarvin M., *C'est ma ville! De l'appropriation et du détournement de l'espace public*, Paris : L'Harmattan, 2005, p.7.

²⁴⁷ Calogirou C., Touché M., « *Des jeunes et la rue: les rapports physiques et sonores des skateurs aux espaces urbains* », In *Espaces et société: « les langages de la rue »*, 1997.

requalifier temporairement certains espaces existants d'infrastructures sportives informelles : « *en situation de mobilité improvisée, les skateurs guettent l'inattendu, recherchent des sensations urbaines toujours nouvelles ; ou bien, en situation de mobilité organisée, ils suivent des trajectoires cent fois empruntées et se localisent même pour un temps donné, allant de quelques jours à plusieurs mois, sur un spot qu'ils s'approprient selon des modalités précises, notamment sonores* »²⁴⁸.

Cette manière d'habiter et de vivre la cité, est encore un élément révélant le caractère atypique et rebelle des skateboarders²⁴⁹. Défiant régulièrement les autorités et les citoyens, et étant inéluctablement expulsés, ces nomades n'ont de cesse de trouver de nouveaux lieux de rassemblement. Ainsi, cette singularité propre au skateboard, doit être questionnée car les études sur la transmission révèlent la présence de lieux formalisés et institutionnalisés. En l'absence de lieux, comment peuvent se réunir des communautés et s'échanger des savoirs et techniques ? Sur ce thème, il semble palpable que les skateparks ont un rôle dans le développement de ces activités. Nous verrons lors de notre enquête dans quelle mesure les deux infrastructures bisontines ont une implication dans la circulation des savoirs.

Notons que les faits que nous allons analyser pour Besançon, et que nous allons prendre en compte dans notre analyse du processus de transmission, sont également visibles dans d'autres agglomérations²⁵⁰, et relève plus globalement d'une volonté sociale souhaitant atténuer les innovations perturbatrices. Ainsi, les skateurs bisontins que certains classes comme déviants, sont identifiés de la même façon dans d'autres villes, et les différentes politiques municipales essayent régulièrement de limiter les perturbations. Nous retrouvons cette constatation dans les commentaires d'Alain Loret et d'Anne-Marie Waser : « *Des espaces et des équipements spécifiques leurs sont pourtant réservés, car il s'agit de baliser ces innovations le plus rapidement possible afin d'éviter les troubles de l'ordre sportif et de l'ordre public. Cette politique de balisage ne relève jamais d'un projet social ou sportif, mais plutôt d'une imperturbable volonté d'enfermement qui transforme les innovateurs en exilés du sport, en marginaux* »²⁵¹.

Nous sommes ici au cœur de la problématique adolescente, qui suppose de s'éloigner des autorités établies (famille, école...), de trouver de nouveaux partenaires, de nouveaux

²⁴⁸ Calogirou C., Touché M., « *Sport-passion dans la ville : le skateboard* », In Terrain, Numéro 25, septembre 1995, consulté sur <http://terrain.revues.org/document2843.html>.

²⁴⁹ Bach L., *Sports without facilities : The use of urban spaces by informal sports*, In International review for the sociology of sport, Vol 28, 1993, p. 281.

²⁵⁰ De nombreuses villes ont mis en place des règlements interdisant les skateurs dans les rues : Calogirou & Touché, « *Sport-passion dans la ville : le skateboard* », in Terrain, n°25, Paris, septembre 1995, p.37 à 48.

²⁵¹ Loret A., Waser A.M., *Glisse urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001, p. 39.

espaces non-régies par les codes d'une autorité instituée (d'où le relatif échec des Maisons de Jeunes et de la Culture ainsi que des mouvements sportifs traditionnels). L'adolescent a besoin de construire et d'organiser lui-même son espace. Le skate lui offre cette possibilité. Comme les taggers, les skateurs « *habitent et explorent l'espace urbain comme des aventuriers de l'infra-ordinaire. Ils sont des adeptes de l'errance urbaine. Ils ont leurs coins, leurs spots, leurs circuits* »²⁵².

²⁵² Fize M., *ibid*, p.79.

5. L'apparence

« Si « posséder » connote « avoir », posséder des objets à une signification beaucoup plus forte que les avoir à portée de main. ... Ce qui appartient à quelqu'un constitue un indice de ce qu'il est, à condition de prendre la peine de discerner ces acquisitions fortuites de ce à quoi il est vraiment attaché. Ce n'est pas un hasard si les individus soulignent leurs changements sociaux symboliques (l'accession à une classe par exemple) par l'abandon ou l'acquisition de vêtements... »²⁵³

Si nous abordons durant cette thèse l'apparence des skateurs, ce n'est pas pour décrire, de manière grossière et stéréotypée, leur look singulier. L'objectif est avant tout de montrer, que grâce à une combinaison de vêtements, les pratiquants arrivent à se reconnaître et à identifier les valeurs de leurs condisciples.

L'apparence est un autre signe de ralliement chez les skateurs. Loin de la tenue négligée autrefois adoptée par les surfeurs *hippies*, ils ont reconstitué un système normatif de l'apparence²⁵⁴ en portant des vêtements spécifiques, d'une part pour faciliter la pratique du skate, et d'autre part pour se différencier du sportif et du jeune urbain lambda. L'apparence permet ainsi de se reconnaître entre skateurs dans la rue, et de signifier aux autres sa pratique.

Les skateurs ont créé leur propre look, et donc mis en place des codes vestimentaires semblables à ceux que l'on pourrait rencontrer dans d'autres circonstances (porter un costume dans des postes à responsabilités). Ces codes ont pris une telle ampleur : « *La place du spectacle sportif dans les médias, la survalorisation de l'héroïsme sportif, l'emprise du marketing et diverses mutations sociales s'épaulent pour faire de la culture sportive une culture prisée des adolescents* »²⁵⁵ qu'un individu s'aventurant sans se vêtir d'un « *costume de scène* »²⁵⁶ faisant référence à ces valeurs est immédiatement identifiable. Les jeunes skateboarders, doivent donc manifester leur appartenance aux valeurs de la glisse urbaine en exhibant leur look, afin de ne pas se démarquer du groupe et des membres de leur génération

Chaque groupe dispose d'une apparence qui lui est propre. Les groupes revendiquant un esprit « métal » portent ainsi des habits sombres avec des images et des logos faisant référence à une rébellion très dure (dite aussi « pointue »), ils portent également des jeans serrés. Les groupes prônant le « rock » sont vêtus également de jeans serrés, mais ils

²⁵³ Strauss A., *Miroir et masques*, Paris : Editions Métailié, 1992. p.40.

²⁵⁴ Cretin S., *La glisse à l'épreuve du marché, stratégie marketing des fabricants de surfwear, et déterminants de l'achat chez les jeunes*, Mémoire de Maîtrise, UFR STAPS Besançon, 2002.

²⁵⁵ Ohl F., *Les usages sociaux des objets : paraître « sportif » en ville, in loisir et société, society and Leisure*, Presses de l'université du Québec, vol.24, numéro 1, 2001, p.111-136.

²⁵⁶ Maffesoli M., *Au creux des apparences pour une éthique de l'esthétique*, Paris : Editions Plon, 1990.

divergent en ne portant pas seulement des couleurs noires. Les groupes revendiquant un esprit « rap » portent des habits avec des images, logos et slogans connotés de mouvement de contestation ou mettant en avant des malaises de la société. Ils se dotent en général de vêtements amples, à l'instar des rappeurs américains. Tous les membres au sein des groupes ont une relative ressemblance. Nous retrouvons les mêmes comportements exprimés par Mead (1934) et Blumer (1966, 1969), puis repris par Becker, dans la mesure où les skateurs adaptent sans cesse leur apparence aux nouvelles modes et agissent en suivant le mouvement du groupe : « *Ils font ce qu'ils font avec un œil sur ce que les autres ont fait, sont en train de faire, ou sont susceptibles de faire dans le futur. Les individus cherchent à ajuster mutuellement leurs lignes d'actions sur les actions des autres perçues ou attendues. On peut appeler action collective le résultat de tous ces ajustements* »²⁵⁷. Ainsi, malgré une relative marginalisation des comportements, nous retrouvons une apparence bien codifiée au sein des groupes.

Enfin, la chaussure de skate est l'élément vestimentaire commun à tous les skateurs. Si son rôle premier est bien sûr de tenir le pied, les skateurs ont ici un moyen de reconnaître les adeptes de ce mouvement sportif. Pourtant distribuées uniquement dans des magasins spécialisés, ces chaussures ont conquis aujourd'hui un large public s'identifiant aux valeurs de la glisse et de la culture urbaine.

De nombreuses manœuvres permettent ainsi aux skateurs, d'être similaires aux autres jeunes présents dans le même groupe qu'eux, et ne remettent pas en cause leur acceptation. Selon David Le Breton : « *le corps doit passer inaperçu dans l'échange entre les acteurs, même si la situation implique pourtant sa mise en évidence. Il doit se résorber dans les codes en vigueur et chacun doit pouvoir retrouver chez ses interlocuteurs, comme dans un miroir, ses propres attitudes corporelles, et une image qui ne le surprenne pas.* »²⁵⁸. Dans ce sens, les skateurs ont un look qui ne les surprend pas entre eux. En effet, à l'intérieur d'un groupe, ils disposent tous d'un style semblable, ce qui semble ainsi être défini comme une tenue de référence par ces pratiquants. Par ailleurs, la presse spécialisée amplifie cette « mode », en présentant exclusivement ce look auprès des jeunes. Les marques ont donc à cet instant, toute la responsabilité et sont créatrices du style skateur, car ce sont elles qui enrichissent les magazines spécialisés de skate de stéréotypes faisant référence au « look du skateur urbain idéal ».

²⁵⁷ Howard S. Becker, *Outsiders : Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A-M Métailié, 1985. p.206.

²⁵⁸ Le Breton D., *Anthropologie du corps et modernité*, Paris, PUF, 1990, p.126.

« S : peux-tu me décrire les habits que tu portes ?

D : c'est le style skateur, je vais pas dire le contraire, c'est le style streetwear

S : comment choisis-tu les habits que tu portes, c'est par rapport à la marque, aux logos ?

D : au début ça a été la mode, fallait que je mette un baggie, sinon je n'étais pas un vrai skateur, maintenant je me suis habitué et je ne peux plus mettre des pantalons qui moulent, ce n'est plus possible, j'aime bien être à l'aise. »²⁵⁹

A travers l'image que diffuse le jeune skateur par son look, nous constatons qu'il est dirigé par trois regards inconscients : le sien, focalisé sur son apparence et sur sa volonté de se mettre en valeur et de se sentir bien dans son corps ; celui de l'autre, qui apparaît comme un juge sur son apparence, grâce notamment à des pratiques formelles ou informelles (indifférence) qui mettent en doute son appartenance au groupe ; et enfin, le regard critique des médias qui mettent en évidence des individus à l'image souvent éloignée de l'individu concerné. Face à toutes ces influences, le skateur se construit une identité souvent semblable aux individus présents dans le groupe de pairs afin de ne pas apparaître comme « une pièce rattachée ». En adoptant la même apparence que le groupe, l'individu sous-entend aussi choisir leurs valeurs et leurs comportements : *« l'attrait physique est bien l'une des caractéristiques individuelles fondamentales permettant non seulement de décrire les individus mais de prédire les perceptions et les comportements effectifs dont ils sont l'objet »²⁶⁰.*

²⁵⁹ David, interviewé le 20 mars 2002 à Besançon.

²⁶⁰ Bruchon-Schweitzer M., *Une psychologie du corps*, PUF, 1990, p.70.

6. La prise de risque

A présent, nous allons travailler sur un aspect fondamental dans le skateboard : la prise de risque. Si cet élément pouvait être étudié de concert avec la pratique technique du skateboard, il est pour notre part, envisagé comme un savoir-être détenus par les skateurs. Cette prise de risque possède une signification, dans la mesure où, comme le souligne David Lebreton : « *même quand le corps est outil, il n'en demeure pas moins le fait de l'homme et relève donc de la dimension symbolique. Le corps n'est jamais un simple objet technique (ni même l'objet technique). L'utilisation de certains segments corporels comme outils ne fait pas non plus de l'homme un instrument. Les gestes qu'il accomplit, même les plus élaborés techniquement, recèlent signification et valeur* »²⁶¹.

Préalablement à une explication des conduites à risque des skateurs, nous nous proposons de présenter brièvement l'ampleur des accidents en skateboard.

Depuis son apparition, les accidents de skate ont toujours été soumis à spéculation. Le mythe du risque entretenu notamment par ses adeptes rend l'activité atypique aux yeux du grand public. D'un point de vue objectif, le magazine « L'aurore » faisait état en 1978, de 28 décès de skateurs américains depuis 1975, de 106 000 blessés pendant la période de juin 1976 à 1977. Ces chiffres étaient confortés par la commission américaine sur la sécurité des produits à la consommation faisant état de 375 000 skateurs blessés en 1977 (dont 40% de fractures : surtout du poignet ou du coude, 24% de contusions et déchirures musculaires, 18% d'entorses et 15% de blessures légères ou égratignures)

Au niveau français, les données de l'ARVAC²⁶² relèvent 224 accidents de patins à roulettes, patins en ligne et planches à roulettes, sur un nombre total de blessés recensés de 11 600 sur la période de 18 mois considérée (du 11 janvier 1995 au 30 juin 1996). Les accidents de patins sur roues représentent, pour cette même période, 1,5% des accidents survenus sur la voie publique²⁶³, (à noter qu'un accident sur 3 se produit pendant le premier mois de pratique, et même 1 sur 5 lors de la première sortie). L'étude menée par le CNRS atteste cette tendance, avec selon leur enquête quantitative « 60% des skateurs reconnaissent avoir déjà été blessés dans leur pratique du skateboard. »²⁶⁴

Les chiffres du roller reprennent des données similaires :

²⁶¹ Lebreton D., *La sociologie du corps*, Paris : PUF, Collection Que sais-je, 1994, p.52.

²⁶² Association pour le registre des victimes d'accidents de la circulation.

²⁶³ *La Commission de la Sécurité des Consommateurs, Avis relatif à la Pratique du patin à roulette (roller quad), du patin en ligne (roller in line) et de la planche à roulette (skateboard)*, Paris, novembre 2000.

²⁶⁴ Fize M, Touché M., *op.cit.*, p.58.

Parmi 1 192 personnes ayant déclaré avoir fait du roller au cours des 12 derniers mois, 15 ont déclaré avoir eu un accident de roller au cours de l'année écoulée, ayant entraîné une consultation chez le médecin ou à l'hôpital (soit 1,1 % parmi l'ensemble des pratiquants de roller ²⁶⁵ .

En dépit de leur caractère éclaté et sans doute sectoriel, les données statistiques disponibles montrent clairement que le skate s'accompagne d'un taux élevé d'accidents, mais dont les conséquences sont rarement dramatiques.

Face à ces accidents, les assurances et les institutions restent relativement impuissantes. Les conseils promulgués restent très loin de la culture jeune et de la pratique vécue par les skateurs :

Dossier de presse de la sécurité sociale²⁶⁶

- € Porter un casque aux normes ce qui, en outre, présente l'avantage de renforcer le "look"!
- € Porter des protège-genoux, protège-coudes et protège-poignets. Toutes ces parties du corps sont en effet très exposées aux "brûlures", notamment en cas de chutes et de frottement sur le macadam ;
- € Éviter les rues et routes ; choisir des endroits tranquilles ou, si possible, des skate-parks. La plupart des villes en ont aménagés, (se renseigner à la mairie) ;
- € Choisir des chaussures anti-dérapantes, solides avec des renforts autour des lacets et des coutures.

Remarque : Nous pouvons voir que la pratique du skate et notamment sa vision par les skateurs est loin du modèle prôné au niveau des institutions.

Il est nécessaire de différencier la question de la prise de risque de celle du risque proprement dit. Le concept, trop général, recouvre deux registres : « celui des dangers inévitables auquel l'activité soumet tous pratiquants et celui où le sportif décide de lui-même, dans le feu de l'action de prendre une option plus engagée. Le risque est donc considéré ici à la fois comme une menace indésirable (probabilités d'atteinte à l'intégrité physique, accidents ou mort) dont les sportifs cherchent à se garder et comme une dimension valorisée de la pratique. Caractérisé par l'exposition de l'enjeu et l'incertitude du dénouement, il se présente comme la mesure d'un danger potentiel dont l'accident et la matérialisation »²⁶⁷ .

La prise de risque est donc à distinguer du risque. Le premier, souligne l'engagement volontaire du sujet dans une situation incertaine, alors que le second est un danger subi.

La prise de risque est un état d'esprit indispensable à la pratique du skate. Pour progresser, il est nécessaire de s'entraîner et donc de se mettre dans des situations périlleuses. En effet, aucune aire de pratiques, ni pédagogie adaptée existe pour que l'activité ne soit pas

²⁶⁵ Bourdessol H., Gautier A., Guilbert P., Arwidson P., Baudier. F, *Pratique du roller et port du casque*, CFES, Bulletin épidémiologique hebdomadaire n°13, 2001.

²⁶⁶ Degroux A., Dupuy R., Alfandari E., *Prévention des accidents de sport et de loisirs chez les adolescents*, Dossier de presse Sécurité sociale, novembre 1999.

²⁶⁷ Raveneau G., « *Prises de risque sportives : représentations et constructions sociales* », In *Ethnologie française, Sports à risques ? Corps du risque*, Paris : PUF, octobre 2006.

au contact direct du risque. Dans ces conditions, le skate peut être considéré comme un sport dangereux. De surcroît, les skateurs dépassent ce risque obligatoire, en générant eux-mêmes des dangers supplémentaires. Ainsi, refusent-ils de porter des protections qui pourraient leur éviter de nombreuses fractures. Les chiffres mettent en évidence un pourcentage important d'absence de port d'équipements de protection (plus de 60 %²⁶⁸). De plus, il n'est pas rare de rencontrer des pratiquants torse-nu, ce qui conduit à la moindre chute à une brûlure sur le goudron. En roller par exemple, le port du casque et des protèges poignets qui est devenu fréquent lors des randonnées urbaines a sensiblement diminué le nombre d'accidents.

Nous pouvons donc constater qu'une culture du risque est présente chez les skateurs, et ceux-ci semblent même la revendiquer par leur attitude et par les figures qu'ils essayent de réaliser. Certains skateurs à l'état d'esprit « trash » s'entraînent à franchir des obstacles extrêmement dangereux. A Besançon par exemple, des skateurs s'attèlent régulièrement à sauter les 10 marches (dont le dénivelé est d'environ 1,80 mètre) constituant l'entrée de l'esplanade de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs.

Nous sommes face à une conduite atypique : depuis deux siècles l'Etat français et plus généralement les membres des sociétés occidentales prononcent des réglementations afin que la violence s'atténue²⁶⁹. Dans un même temps, la mort et ses représentations ont été atténuées et masquées de notre monde moderne²⁷⁰.

Conjointement, le développement des relations d'interdépendance a conduit les individus à maîtriser leurs émotions en public. Nous sommes ainsi passés d'une contrainte sociale, à une autocontrainte se traduisant par une intériorisation des émotions et des pulsions qui tendent à atténuer considérablement les comportements anormaux dans les relations sociales.

En revanche, même si l'Etat en légiférant essaie d'éviter et empêche sous toutes ses formes les conduites à risque dans le sport²⁷¹, les skateurs recherchent à travers leur activité des situations très risquées pouvant leur infliger des souffrances extrêmes.

Comment expliquer ces comportements ? Sommes-nous en présence de figures inédites de « l'ordalie », ce jugement de Dieu devenu la version moderne d'un rite personnel

²⁶⁸ ARVAC.

²⁶⁹ Elias N., *La civilisation des mœurs*, Paris : Editions Calmann-Lévy, collection Liberté de l'esprit, 1991.

²⁷⁰ Ariès P., *Essais sur l'histoire de la mort en Occident*, Paris : Editions du Seuil, 1975/ Ariès P., *L'homme devant la mort*, Paris : Editions du Seuil, 1977/ Thomas L-V., *Anthropologie de la mort*, Paris : Payot, 1975/ Thomas L-V., *La mort en question*, Paris : L'Harmattan, 1992.

²⁷¹ Seuls des accidents indirects apparaissent encore lors de manifestations sportives (24 heures du Mans par exemple) : Vigarello G., *Du jeu ancien au show sportif*, Paris : Editions du Seuil, 2002.

de passage²⁷² ? Les skateurs recherchent-ils un « *contact symbolique avec la mort* »²⁷³, une célébration de « *l'amour du défi* » ? Où sommes-nous face à « *un risque habilement calculé* »²⁷⁴ où les skateurs tirent avant tout profit du contrôle d'eux-même et de la situation ?

Cette prise de risque peut être expliquée par l'âge des pratiquants. Les skateurs généralement en pleine adolescence, ont besoin de s'affirmer face aux autres, et veulent essayer de nouvelles expériences²⁷⁵ (alcool, cigarette). Le skateboard est ainsi une activité qui réunit toutes les conditions pour que les jeunes revendiquent leur personnalité : prise de risque personnelle, affirmation de leur personnalité au sein du groupe de pairs. Selon David le Breton, ces conduites à risque sont « *une mise en jeu de soi dont l'enjeu n'est pas de mourir mais de vivre plus. Ce sont des rites intimes de fabrication de sens. Pour les jeunes générations, il s'agit d'un dernier sursaut pour se mettre au monde, accoucher de soi dans la souffrance, accéder enfin à une signification de soi permettant de reprendre sa vie en main* »²⁷⁶. Nous nous trouvons donc confrontés à un risque choisi que l'individu recherche et provoque dans un but de dépassement de soi et de ses limites. Cette attitude lui permet de prouver qu'il existe à travers l'identité qu'il se forge. Dans les marathons des sables, des comportements sociaux similaires sont rencontrés²⁷⁷. Ces courses hors normes permettent à leurs participants d'affirmer une identité non pas de « *gagneur* » mais de « *coureur de l'extrême* » dépassant les limites physiques et mentales. Ses marathoniens mettent ainsi en avant des qualités morales, mentales et corporelles. La jouissance de « *flirter avec la mort comme preuve d'une intensité de vie* »²⁷⁸ semble dans un premier temps animer ces pratiquants. Cette recherche d'une « *réalisation de soi* » tend vers l'autosuppression non plus subie mais vécue.

D'un point de vue psychologique, Françoise Dolto fait remarquer que « *l'adolescence est une période de risques. Chaque fois qu'on se sent dans le risque, on est quelqu'un de formidable... L'adolescence, c'est un âge où risquer consciemment, c'est s'assumer et exiger de soi de s'assumer tout seul* »²⁷⁹. Cette vision du risque correspond d'ailleurs bien au fait que

²⁷² Le Breton D., *Passions du risque*, Paris : Métailié, 1991, p.22.

²⁷³ Le Breton D., *La sociologie du corps*, PUF : Collection Que sais-je ?, 2002.

²⁷⁴ Collard L., « *Le risque calculé dans le défi sportif* », In L'Année sociologique, vol.52, n°2 : « *Sociologie du sport en France, aujourd'hui* », novembre 2002, p.353.

²⁷⁵ Pasquier D., *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Paris : Editions Autrement, collection Mutations n°235, 2005.

²⁷⁶ Le Breton D., *Conduites à risque*, Paris : PUF, 2002.

²⁷⁷ Ruano-Barbalan, J.-C., *L'identité : l'individu, le groupe, la société*, Paris : Editions Sciences Humaines, 1998.

²⁷⁸ Baudry P., *Le Corps Extrême, approche sociologique des conduites à risque*, Paris : L'Harmattan, 1991, p.56.

²⁷⁹ Dolto F., *Paroles pour adolescents ou le complexe de homard*, Paris : Hatier, 1989, p.129.

les jeunes sportifs de rue veulent avant tout s'assumer en étant libre de leurs mouvements et de leurs actes. Ils ont une volonté d'indépendance, surtout vis-à-vis de leur famille. Leur objectif est de montrer aux membres de la cité qu'ils sont dans « la cour des grands ». Parfois, cette recherche du risque peut être assimilée à un rituel auquel tout adolescent doit être confronté pour atteindre un statut supérieur. Notons que ces défis ont avant tout pour but de solliciter « *un imaginaire du risque. Ces activités ne sont pas génératrices d'un véritable danger mais l'appréhension vaut comme une « instance de fabrication de sens »*²⁸⁰, pour le jeune comme un moyen de s'estimer davantage et d'apprendre à se situer au sein d'un groupe »²⁸¹.

Bien que les risques physiques soient incontestablement réels, et non simplement imaginés, nous assistons, comme ont pu le remarquer Mary Douglas et Aaron Wildavsky²⁸² (dans le domaine des accidents nucléaire, chimique ou biologique) à une construction sociale et culturelle du risque. Les dangers eux-mêmes n'ont pas changé durant les dernières décennies et ne sont pas différents d'autres activités sportives traditionnelles, mais la perception et la connotation du risque que les skateurs et les spectateurs ont, est le produit d'un discours érigé par des médias et des *pros* reconnus : « *Le sentiment de vivre que promouvent nombre de publicités suppose les « sensations fortes », où se mêlent jouissance et souffrance. [...] La prise de risque inhérente au « produit » ou qui accompagne son usage, signifie la toute puissance d'un corps au fond libéré de lui-même, projeté dans l'univers des sensations extrêmes. Risquer la mort, de manière explicite ou euphémisée, devient la garantie de l'existence. La conduite de risque atteste l'intensité de vie, c'est elle qui signifie le mieux que l'on est « en vie »*²⁸³.

Cette perception du risque peut être expliquée. Les *pros* qui pratiquent l'activité quotidiennement vivent et subissent ces risques. Ils définissent ensuite, sur une échelle très subjective, l'intensité et la part de risque encourue par la pratique. Lorsque l'on sait que les professionnels sont reconnus par des aspects techniques et de prise de risques, nous comprenons leur volonté d'amplifier le danger vécu durant leur pratique, afin de se doter d'une réputation valorisante. Ces prouesses ensuite retransmises et commentées sur des médias spécialisés (vidéos, magazines), entretiennent un mythe du risque, et un imaginaire qui va parfois dans certains films jusqu'à la mort (exemple : *Dying to live* : vidéo de Jamie

²⁸⁰ Le Breton D., *Conduites à risque*, Paris : PUF, 2002.

²⁸¹ Machard L., *Sport adolescence et famille*, Ministère de la Santé, de la Famille et des Personnes Handicapées, Ministère délégué à la Famille, Ministère des Sports, Novembre 2003.

²⁸² Douglas M., Wildavsky A., *Risk and Culture*, Los Angeles: University of California Press, 1983.

²⁸³ Baudry P., *Le Corps Extrême, approche sociologique des conduites à risque*, Paris : L'Harmattan, 1991, p.60.

Thomas) : « *ce sont les représentations associées à ces activités qui jouent par rapport à ce pôle un rôle d'amplificateur ; côtoiement de la mort, figures héroïques et exploits mythiques sont relayés par une médiatisation croissante* »²⁸⁴.

Les skateurs ont une gestion et une connaissance du risque. Nous ne devons pas les considérer comme des *kamikazes*, mais plutôt comme des individus faisant preuve d'un sens des responsabilités en côtoyant constamment les limites de leur corps. Les skateurs cherchent avant tout à se connaître, à ressentir des sensations fortes en se faisant peur : « *Une dernière espèce de jeu rassemble ceux qui reposent sur la poursuite du vertige et qui consiste à une tentative de détruire pour un instant la stabilité de la perception et d'infliger à la conscience lucide une sorte de panique voluptueuse. Dans tous les cas, il s'agit d'accéder à une sorte de spasme, de transe ou d'étourdissement qui anéantit la réalité avec une souveraine brusquerie. Ce vertige s'apparie volontiers avec le goût normalement réprimé du désordre de la destruction. Il traduit des formes frustes et brutales de l'affirmation de la personnalité.* »²⁸⁵. Le skateur ne cherche pas à se confronter symboliquement avec la mort²⁸⁶, mais, au contraire, en réduisant les incertitudes par des séquences d'entraînements il montre ses capacités à prendre en main « son destin »²⁸⁷. Les skateurs apprennent à maîtriser leurs émotions et à aborder sereinement ces situations risquées : « *ce qui compte ici ce n'est pas tant ce qui est appris, mais le sang-froid, le sérieux, etc., que l'on apprend en les passant* »²⁸⁸.

En définitive, nous pouvons considérer l'action des skateurs comme un risque habilement calculé. Il ne s'agit pas, à l'instar de David Le Breton, de « côtoyer la mort », pour voir si vivre à encore une signification, ou par « amour du défi », mais plutôt de prendre des risques évalués, et d'éprouver des blessures témoignant socialement d'un courage, d'une manière d'être valorisante. Ainsi, les skateurs semblent prendre des risques mesurés, où la blessure (dans la grande majorité des cas légère) est théâtralisée sur la scène sociale, et envisagée comme un « rite de passage » avant tout social et non pas individuel. De surcroît, les techniques, les compétences et les qualités morales mobilisées, induites par la prise de risque, introduisent une hiérarchie parmi les pratiquants. D'une part parce qu'elles sont souvent nécessaires pour progresser et donc permettent d'accéder à l'excellence sportive ; d'autre part, parce que les figures les plus risquées, jouissent souvent d'un certain prestige

²⁸⁴ Soulé B., Corneloup J., « *Jeunes et prises de risque sportives. Vers une approche sociologique contextualisée* », Corps et Culture [En ligne], I - Thématiques : Formes du lien, mis en ligne le : 20 décembre 2004, Disponible sur : <http://corpsetculture.revues.org/document471.html>.

²⁸⁵ Caillois R., *Les jeux et les hommes*, Paris : Gallimard, 1958.

²⁸⁶ Le Breton D., *Passions du risque*, Paris : Editions Métailié, 2000.

²⁸⁷ Ehrenberg A., *Le culte de la performance*, Paris : Calmann-Lévy, 1991.

²⁸⁸ Collard L., « *Le risque calculé dans le défi sportif* », In L'Année sociologique, vol.52, n°2 : « *Sociologie du sport en France, aujourd'hui* », novembre 2002, p.368.

auprès du groupe de pairs. Nous rendrons compte dans nos entretiens et dans les vidéos de skateurs, que les accidents occupent une place centrale est valorisante. Le fait d'aller jusqu'à la blessure, de la faire attester par ces pairs, d'en porter les « stigmates », et de la mettre en scène, témoignent d'une pratique complète et extrême de l'activité : « *je souffre donc je suis* »²⁸⁹. Nous pourrions constater également que la prise de risque est envisagée à différent niveau selon les individus et les groupes. Elle partage notamment les skateurs aux inspirations Californiennes et New-yorkaises, qui disposent de conceptions divergeantes de la pratique : plus engagés corporellement pour les premiers, notamment par la réalisation de sauts dangereux de grande amplitude, plus techniques pour les derniers, notamment par la réalisation d'enchaînements rapides et précis.

Dans une société urbanisée et aseptisée par des normes paralysantes, une partie de ces enfants désireux de s'affirmer, se mettent ainsi en marge des bonnes mœurs par l'intermédiaire de conduites à risque. Ils révèlent également l'ambivalence de notre société qui, tout en prônant un contrôle croissant des menaces physiques, est fascinée par ceux qui s'en affranchissent délibérément²⁹⁰.

²⁸⁹ Nouvet F., « *Je souffre donc je suis : Bienvenue dans un monde de douleurs. Celle qu'on subit. Et celle qu'on choisit* », In l'Humanité, 15 novembre 2003.

²⁹⁰ Peretti-Wattel P., *La société du risque*, Paris : La découverte, collection Repères, 2001.

7. Synthèse

L'ensemble de ces efforts de marginalisation et de rébellion fait par les skateurs doit être abordé comme un tout dans la mesure où une cohérence existe entre tous ces marqueurs. Au sens de Le Boterf, nous sommes en présence d'une compétence. Les skateurs font preuve d'un « savoir agir »²⁹¹ en combinant et mobilisant un ensemble de ressources et en produisant des attitudes spécifiques.

En effet, les skateurs se construisent généralement une personnalité qu'il faut justifier par un look, des comportements, des pratiques culturelles et sportives, des goûts musicaux et télévisuels spécifiques et cohérents. L'un des enjeux étant d'afficher aux membres de la collectivité, un style de vie et de pensée bien spécifique, garant d'une acceptation dans le groupe de pairs. Selon Claire Calogirou et Marc Touché « *à travers des attitudes vestimentaires, des habitudes langagières différentes, à travers également la prise de risque et la performance, la pratique du skateboard devient pour les jeunes une fonction rituelle d'intégration dans leur groupe d'âge et de sexe* »²⁹². L'intégration du groupe et au groupe passe donc par l'intériorisation des manières d'être et de faire corporels de ce groupe.

Nous pouvons remarquer que si auparavant l'apparence et le langage étaient essentiellement conditionnés et déterminés par des instances de socialisation comme l'école ou la famille, de nos jours les interactions entre les jeunes ont acquis une place prépondérante dans certaines pratiques. Elles dictent et imposent des manières d'être qui, en cas de déviance, peuvent être soumises à des sanctions informelles et symboliques par le groupe de pairs beaucoup plus sévères à cet âge.

Pour succéder à cette présentation des savoirs-être, nous allons exposer les savoirs-faire et techniques liés à la pratique du skateboard.

²⁹¹ Le Boterf G., *De la compétence : essai sur un attracteur étrange*, Paris : les Editions d'organisation, 1995.

²⁹² Calogirou C., Touché M., *Le skateboard : une pratique urbaine sportive, ludique et de liberté*, In *Au miroir du sport* n°1226- Juillet- août 2000, p.33.

E. Les savoirs techniques nécessaires à la pratique :

Dérivé du grec « Teckné », le mot « technique » est d'abord synonyme d'art et désigne un savoir faire permettant de réaliser une action, un mouvement. Nous allons inventorier et expliquer le contenu des savoirs et des savoirs faire nécessaires aux skateboarders pour pratiquer leur activité. Cette méthode, commentée par Dominique Jacques-Jouvenot de la manière suivante : « *Une des approches habituelles des savoirs consiste à les appréhender du point de vue de leur contenu. Ainsi, de nombreux travaux se sont attachés à la description précise de certaines activités professionnelles mettant en évidence un corpus de savoirs nécessaires à la réalisation de l'activité observée. Ce type de recherches concerne notamment des savoirs habituellement désignés sous le terme de savoirs-faire* (D. Schwint, *Le savoir artisan* ; M. Salmona, *Les paysans français*). »²⁹³ est un préalable à notre analyse sur les différents réseaux susceptibles de faire circuler les valeurs et les techniques du skate. En effet, il est indispensable de saisir les techniques qui doivent être intégrées, avant de comprendre comment ces jeunes pratiquants deviennent experts.

Notons que les savoirs et les savoirs-faire que nous allons décrire sont valables à ce jour. Le skate a déjà évolué en passant de la « *old school* » à la « *new school* » et, n'est pas exempt de nouvelles mutations.

Les savoirs des skateurs sont très différents de ceux que nous pouvons rencontrer chez des sportifs pratiquant des sports traditionnels. Pour preuve, nous allons les énumérer en les commentant.

²⁹³ Jacques-Jouvenot D., *Entre logique dynastique et méritocratie : La transmission d'une place au travail, « Qu'est-ce qu'apprendre par alternances ? Les enjeux de l'alternance »*, Ouvrage collectif, Les cahiers du travail social hors série, Néo éditions, 2006.

1. Les figures

a) Le nom des figures

Les skateurs utilisent un langage spécifique. Issu principalement de l'argot américain, nous pouvons appréhender dès les premières conversations techniques avec des skateurs, que cette activité n'a que très rarement incorporé des mots et expressions français à son lexique. Par ailleurs, et cela représente une conséquence directe de l'usage de ces termes américains, nous pouvons constater que les néophytes sont tout de suite mis à distance, et ne peuvent pas comprendre le sens de leurs phrases. Ces expressions sont utilisées pour décrire les figures, le placement du corps sur la planche, et les modules permettant d'effectuer les sauts. Les skateurs maîtrisant ce langage semblent prouver aux autres pratiquants leur connaissance de l'activité, et ainsi créer une communauté relativement fermée.

b) Les catégories de figures

Les différentes figures (*tricks*) peuvent être classées selon différents critères (membres utilisés, endroit où il est possible de le faire...). Voici quelques unes de ces catégories :

Les flips : Réaliser un flip consiste à s'élever dans les airs, à faire tourner le skate d'une façon prédéfinie et à retomber dessus. Pour réussir un flip, il faut des heures d'entraînement et une technique bien développée. Il existe des dizaines de flips différents, (dont le *kickflip*, le *heelflip*, le *180-flip*, le *pop shove-it*, etc²⁹⁴). Des combinaisons peuvent être faites entre ces différents *tricks* (par exemple le *varial flip*, le *3-6 flip*...). Ces *tricks* sont également appelés *tricks* de « *flat* » (car ils peuvent être effectués sur un terrain plat), et peuvent être réalisés à l'arrêt ou en roulant.

Les grabs : Un grab consiste à s'élever dans les airs, à saisir sa planche avec une ou deux mains tout en la laissant en dessous des pieds, puis à retomber sur le sol (comme par exemple le *nosegrab*, le *tailgrab*, le *indy*, etc...).

Les slides et les grinds : il s'agit de figures que l'on effectue sur une barre (un rail), un curb, ou tout autre pièce de mobilier urbain s'y prêtant. Ces figures sont ainsi appelées *tricks* de « *street* ». Le but est de sauter, d'atterrir sur la cible, de se laisser glisser, puis de retomber sur la terre ferme. Lorsque le contact entre le rail et le skateboard s'effectue au niveau de la planche ou des roues, les skateurs appellent ça un slide. Lorsque ce contact se passe au niveau

²⁹⁴ Cf. Glossaire en fin de thèse.

d'un ou des axes, il s'agira d'un *grind*. Une multitude de *grinds* et *slides* existent, (citons entre autres le *50-50*, le *nosegrind*, le *5-0*, le *boardslide*, le *lip-slide*, etc...)

Les manuals (ou wheelings) : ils consistent à rouler non plus sur les quatre roues mais sur deux seulement. Si on roule uniquement sur les roues arrières, on parle tout simplement de *manual*, et si on se déplace au contraire sur les roues avant, on parle alors de *nose manual*. Il existe également des manuals sur une seule roue, (*one-wheel manuals*) ainsi que des manuals effectués avec seulement un pied sur le skate (*one-foot manuals*).

Les *wheelings* sont souvent combinés avec d'autres figures, qui sont exécutées avant ou après (par exemple: le *flip to wheeling* est un *kickflip* après lequel l'on atterrit sur les deux roues arrières tout en gardant l'équilibre. Le *manual to kickflip out* est un *manual* suivi d'un *flip* (après lequel on atterrit alors bien sur quatre roues), lancé depuis la position de *wheeling*.) A partir de ces concepts, nous pouvons faire de multiples combinaisons (*kickflip to wheeling to kickflip out* par exemple).

c) Le vocabulaire

Le vocabulaire²⁹⁵ employé pour définir les figures dépend énormément de l'endroit où l'on se trouve et de la génération de skateurs. La plupart des figures ont ainsi plusieurs noms, et certains noms, plusieurs prononciations.

Entrer ou replaquer (un trick) signifie que les skateurs ont réalisé correctement l'ensemble de la figure. Le skateur retombe ainsi sur sa planche convenablement, avec éventuellement la possibilité de continuer à rouler et d'enchaîner d'autres figures.

Taper : se dit lorsque que l'on exécute une figure. Par exemple pour le ollie : taper un *ollie*.

Lancer (un flip particulier) consiste à s'élever dans les airs et à faire tourner la planche selon le mouvement correspondant. Généralement, dire que l'on sait lancer tel ou tel flip signifie que l'on ne sait pas encore retomber sur sa planche convenablement après l'avoir fait.

Popper équivaut à faire claquer ou rebondir l'arrière de la planche au moment de lancer une figure, dans le but de faciliter l'élévation (comme pour le ollie).

Le shove-it est aussi appelé *varial*. Il consiste par une légère impulsion du pied arrière, à tourner la planche de 180° sans que le corps du skateurs tourne. Couplé à un *ollie*, cela devient un *pop shove-it*.

²⁹⁵ Issu de l'encyclopédie Wikipedia, 2005.

Le 50-50 se prononce soit à l'anglaise (fifty-fifty), soit à la française (cinquante-cinquante).). Pour exécuter un 50-50, il faut commencer par effectuer un *ollie* permettant d'accéder sur un *curb* ou un *rail*. Ensuite, il faut se laisser glisser sur les 2 axes et garder son équilibre, tout en avançant. Pour terminer la figure, il faut réaliser un ollie (*ollie out*) pour quitter le rail ou le curb.

Une multitude d'autres termes pourrait encore être explicitée. L'objectif de cette présentation n'est pas de réaliser un inventaire exhaustif des figures, mais avant-tout de montrer les termes et les techniques employés par les skateurs. Nous pouvons en outre remarquer que de nombreuses figures ne sont pas normalisées et peuvent ainsi être décrites grâce à des termes différents.

2. Le matériel utilisé pour skater

Préalablement à une étude sur la transmission, nous nous devons de définir clairement ce qu'est un skateboard.

Si d'aspect il peut se résumer à une vulgaire planche en bois munie de roues, nous allons pouvoir constater, qu'une multitude de modèles aux qualités techniques et esthétiques très différentes, sont en vente à des prix très variables.

a) La planche

Il s'agit de l'élément principal. Il en existe plusieurs formes et tailles. Elle est en bois (érable Canadien) et composée de plusieurs couches fines ou *plys*, de 6 à 8, ayant été placées sous une presse afin d'assurer une meilleure résistance. Plusieurs tailles de planches existent. Pour les classer, on se réfère à la largeur. Celle-ci varie de 7.5' (inches) –utilisées généralement pour le *street*, jusqu'à 8.5' pour la rampe. Notons que la plupart des professionnels n'utilisent que des planches de 8' au minimum. D'autres critères que la largeur permettent de distinguer les planches. Premièrement, le motif, lié à une marque ou encore à un skateboarder célèbre (*pro-model*), mais également la longueur et la courbure (notamment la concavité). Les bords et les arêtes des planches sont arrondis, mais généralement ces dernières deviennent coupantes à force d'usure. La planche est recouverte d'un grip, une feuille adhésive « agrippante » comparable à du papier de verre, tout à fait indispensable pour entrer des *ollies* et des *flips* et responsable de l'usure rapide des chaussures. L'avant de la planche est appelé le *nose* (l'anglais pour « nez ») et l'arrière de la planche se nomme le *tail* (du mot anglais signifiant « queue »). Sur la plupart des planches actuelles, il n'y a pas de réelle distinction entre l'avant et l'arrière de la planche (on pourra cependant observer que le *tail* est légèrement plus court et plus courbé que le *nose*). Les mots *nose* et *tail* n'interviennent alors qu'en fonction de la position et de la direction que le skateur donne à la planche.

b) Les axes ou « trucks »

Il y en a deux par skate. Ce sont des modules directionnels en acier permettant de maintenir et d'orienter les roues afin d'établir des courbes et des figures. Ils sont directement vissés à la planche et doivent être solides pour pouvoir encaisser les chocs. Il en existe également de plusieurs sortes, bien que leur rôle soit évidemment toujours le même. Certaines

marques en proposant même de formes les plus inattendues, comme les axes de Blind, taillés en forme de personnage entouré de lettres formant le nom de la marque (le tout en relief).

c) **Les roulements**

Il existe plusieurs types de roulement tous de même diamètre. Une planche nécessite 8 roulements (deux par roue). Il y a les standards du type SKF-ZZ qui sont déjà de bonne qualité et il y a les fabricants de planches (Powell, World Industries...) qui en font aussi, souvent de meilleure qualité, grâce à leur composition (Alu, Acier, PVC, composite) et surtout grâce à un lubrifiant contenu à l'intérieur des roulements. Ces roulements sont classés de ABEC-1 à ABEC-9, du plus lent au plus rapide. Les roulements les plus lents sont considérés comme les plus solides. Beaucoup de marques actuelles ne tiennent plus vraiment compte de ce standard pour rendre leurs roulements plus rapides.

d) **Les roues**

Elles sont composées d'uréthane qui est un dérivé du plastique. Ce matériau offre une certaine souplesse et résiste bien à l'abrasion. Les roues se fixent sur les roulements.

Il existe plusieurs critères pour différencier les roues : la taille, la largeur, la couleur et la dureté et bien sûr des éléments esthétiques comme le graphisme. En général sur le flanc des roues est marqué le diamètre et la dureté qui est représentée par un chiffre en mm et un accompagné d'un A. Plus le chiffre est élevé plus la roue sera dure. Il existe sur le marché 3 duretés : le 92A qui offre une certaine souplesse et qui est conçu pour le *street*, le 95A qui est un compromis, et le 99A voire 101A qui offre des roues très dures et très rapides pour la rampe. Le diamètre des roues varie de 45mm à 67mm. Le 45mm est plutôt destiné au *street* et le 67mm plutôt aux Rampes. Néanmoins, dans tous les cas, le choix des roues est déterminé selon des critères personnels (sensation avec le sol recherchée, niveau de pratique) et selon les lieux skatés (*Street, Mini-Rampe, Big-Rampe, etc...*).

e) **Le coût d'un skateboard**

Selon l'étude du CNRS précédemment commentée, nous pouvons relever que la première planche est souvent d'un prix modeste, avec dans 64% des cas un prix inférieur à 75€. Cependant, dès que le niveau progresse, les skateurs vont rapidement s'équiper de

matériels techniques plus coûteux. Plus des $\frac{3}{4}$ des skates présents durant l'enquête valaient plus de 150 €, dont la moitié plus de 225 €. Cette dépense importante est d'autant plus remarquable que 40% disent se payer eux-mêmes leurs planches. En revanche, on retrouve le rôle de la famille, avec 35% des skateurs interrogés qui admettent obtenir une aide financière de sa part.

Par ailleurs, l'inconvénient direct de la légèreté et de la rigidité des skateboards est son usure prématurée lorsque celui-ci est utilisé intensivement. Les skateurs doivent accomplir régulièrement de nombreuses réparations et travaux sur leur skateboard. Ainsi, 25,3% des skateurs changent tout ou partie de leur équipement tous les 3 mois, et 36,1% tous les 6 mois. Selon le niveau et l'intensité de pratique, le rééquipement est très variable. Notons également que les plateaux (en bois) s'usent beaucoup plus vite que les *trucks* (en acier) et que le renouvellement s'effectue essentiellement sur cet organe. Ainsi, même si les plateaux sont d'aspect encore en bon état, de nombreux skateurs les renouvellent car ils trouvent que le skate « ne renvoie plus ». Des microfissures sur les différentes couches de bois suppriment une partie de la rigidité du skateboard, et absorbent les effets des skateurs lorsqu'ils essaient de produire des figures.

Notons que la qualité et la forme des plateaux varient selon la discipline et le niveau. Le free-styler se dote d'une planche assez dure. Les débutants ont intérêt à prendre une planche plutôt large, concave, munie de trucks assez larges, ce qui renforce la stabilité de l'objet.

Pour établir un montant global, le skate est une activité coûtant pour un pratiquant régulier entre 400 et 700 € par an. En reprenant les différents éléments d'un skateboard, nous pouvons souligner qu'une planche coûte entre 45 et 85 €, des trucks entre 23 et 45 €, les roues entre 31 et 46 €, les roulements entre 19 et 30 €. De nombreuses combines, notamment grâce à un marché parallèle de l'occasion, permettent de réduire néanmoins ces frais pour les pratiquants disposant d'un pouvoir d'achat inférieur. Par ailleurs, Internet permet l'importation de planches à bas prix venant des Etats-Unis. Cependant un grand nombre hésite encore à envoyer de l'argent auprès de boîtes postales parfois douteuses !

Le choix des plateaux, des roues, et leurs assemblages, le réglage de la dureté des *trucks* sont autant de savoirs techniques dont les skateurs doivent disposer. Il est en effet extrêmement rare que les pratiquants fassent monter de nouvelles pièces par un magasin.

L'indépendance semblant de rigueur, ces manipulations sont faites grâce à des connaissances qui ont nécessité un apprentissage.

Nous chercherons ainsi à comprendre grâce à quels agents et dans quels lieux, les skateurs débutants ont réussi à acquérir ses savoirs techniques.

F. Synthèse

Nous avons pu constater grâce à ce rappel historique que le skateboard a énormément évolué en quatre décennies. De nombreux facteurs tels que le changement d'espaces, de générations, de techniques expliquent en partie ces mutations. Nous avons pu également remarquer que l'activité n'a pas connu un développement linéaire, mais que des rencontres, des opportunités, des crises ont rythmé cette activité pour la faire aboutir aujourd'hui à une discipline comportant approximativement près de 200 000 pratiquants en France. Ces pratiquants sont en grande partie en marge du système institutionnel et du modèle sportif traditionnel (club, entraînement, entraîneur, lieux de pratiques définies) et privilégient une pratique dite libre.

Par ailleurs, notre présentation met en avant les problèmes d'acculturation et d'intégration du skateboard. En effet, le langage (notamment le nom des figures), l'apparence, la communication des fabricants d'équipements et de vêtements font référence de manière presque exclusive aux Etats-Unis. Cette particularité n'est pas unique dans le paysage sportif ; de nombreuses activités, comme par exemple le basket-ball véhicule dans une certaine mesure le modèle américain²⁹⁶. Les singularités locales n'ont en effet que très peu de place pour ces disciplines importées des Etats-Unis.

Notons cependant que sur d'autres territoires, le basket a subi une hybridation. Les travaux d'Yves Pedrazzini²⁹⁷, ont ainsi montré que le basket dans les *barrios* de Caracas fait désormais plus référence culturellement à la salsa et à la culture des gangs qu'au rap et au modèle américain plus généralement. Il serait ainsi intéressant de voir si le skateboard dans d'autres pays (l'Espagne par exemple) a subi une acculturation différente de la France, et si les pratiquants de ces activités ont intégré en partie ou globalement cette culture.

Par ailleurs, nous pouvons saisir que le marché économique qui gravite autour du skateboard a permis de développer sensiblement l'activité. L'augmentation du nombre de pratiquants, l'évolution des matériaux, sont essentiellement dûs aux progrès techniques que les équipementiers ont accomplis durant ces quatre dernières décennies. Davis Andrews, dans son travail sur le développement du basket grâce à la NBA, confirme le rôle moteur des fabricants dans le développement des activités sportives

²⁹⁶ Artiaga L., « Quand le ballon crève l'écran », in les Entretiens de L'INSEP, Colloque International « *Le basket-ball entre France et Amériques au 20^e siècle* », Paris, 30 Novembre 2005.

²⁹⁷ Pedrazzini Y., « *Les gangs et le basket-ball dans les barrios de Caracas : essai d'anthropologie métropolitaine* », in les Entretiens de L'INSEP, Colloque International « *Le basket-ball entre France et Amériques au 20^e siècle* », Paris, 30 Novembre 2005.

(avec notamment la marque Nike et son représentant emblématique Mickael Jordan), mais selon le chercheur « *il s'agit avant tout de faire du marketing* »²⁹⁸, sous-entendu que la volonté de ces agents est essentiellement marchande. Ses agissements non dénués d'intérêt peuvent induire des changements substantiels au sein d'une pratique sportive, et il est essentiel qu'au cours de cette thèse nous puissions nous demander dans quelle mesure ces changements peuvent affecter la culture et les comportements de ces membres.

²⁹⁸ Andrews D., "The (Trans)National Basketball Association: America's Commodity Sign Culture and Global Localization," in A. Cvetovitch and D. Kellner (Eds.), *Articulating the Global and the Local. Globalization and Cultural Studies*. Boulder, Co.: Westview Press, 1997.

V. Monographie des skateboarders
interrogés

A. Présentation de leur profil

Précédemment, nous avons pu expliquer dans quel contexte (économique, culturel, social) pratiquent les skateurs d'aujourd'hui. A présent, il nous semble pertinent d'étudier les caractéristiques des skateurs que nous avons interviewé à Besançon et à Thise de 2002 à 2006 afin de montrer leurs singularités.

Dans un premier temps, nous allons tenter de comprendre comment ces individus sont devenus skateurs ? Il sera ainsi utile de présenter leur itinéraire sportif, associatif, et professionnel. Nous pourrons décrire à l'instar d'Howard S. Becker, les différentes étapes qui constituent la carrière d'un skateur.

Dans un second temps, nous allons présenter notre échantillon en fonction de critères que nous avons jugé pertinents et qui nous permettront de donner des justifications aux faits sociaux décrits ultérieurement.

Ainsi, nous allons discerner si les skateurs de notre corpus ont un âge semblable aux études présentées préalablement. Nous pourrons par ailleurs analyser, si des singularités locales, quant à la présence de skateuses notamment, sont observables. En outre, nous allons décrire quand et avec quelle intensité ces individus s'adonnent à cette pratique.

Enfin, d'après cette monographie, nous essayerons de présenter les différents modèles de skateurs rencontrés dans notre enquête.

1. Comment sont-ils devenus skateurs ?

A la formulation énoncée par Howard S. Becker et contextualisé à notre objet « *comment devient-on skateur ?* », la réponse n'est pas uniforme, mais montre l'importance du réseau et du groupe d'amis. Le fait d'être en relation avec un ami pratiquant l'activité est un déterminant pertinent dans notre enquête (46%) : « *en fait c'est un ami qui faisait déjà du skate avant, et puis c'est lui qui m'a fait découvrir le sport et ça m'a tout de suite plus* »²⁹⁹.

Notons en second lieu, les vidéos et les magazines à hauteur de 20% : « *Tout a commencé par la mutation de mon père et un déménagement... Je me suis retrouvé dans une petite ville où je ne connaissais personne. Pour tromper mon ennui, j'allais régulièrement m'acheter des magazines à la maison de la presse locale. Et puis un jour, par hasard, je suis tombé sur le n°2 du magazine Noway. J'ai découvert un nouveau monde, avec son vocabulaire, ses codes, ses héros... Un truc qui ne ressemblait à rien de ce que je connaissais jusqu'alors, et j'ai su de suite que je voulais en faire partie. Le parcours a été long et difficile. Il n'y avait pas de skaters dans ma ville, il m'a fallu plusieurs mois pour comprendre le principe du ollie que j'ai appris tout seul, juste en regardant mes Noway* »³⁰⁰.

Viennent ensuite dans une moindre mesure une explication spatiale avec des voisins et des places urbaines sur lesquels s'effectuent du skate : « *en fait en allant en ville, square Saint-Amour, à l'époque c'était le spot à Besançon et il y avait la bande à Patou, il y avait Dani, il y avait Quentin, et puis en fait je trouvais ça trop bien et puis on s'est dit on va en faire avec Nutella et puis quelques pots* »³⁰¹ ; « *En fait quand je suis arrivé sur Besançon, que j'étais petit, mon voisin avait un petit skateboard en bois, et tout de suite j'ai accroché, tout le temps je lui demandais pour lui emprunter* »³⁰².

Remarquons que la famille n'a pas de rôle marquant dans la découverte de l'activité (7%³⁰³). Nous le verrons à ce propos dans les caractéristiques familiales des skateurs que la pratique de cette activité est généralement un cas unique dans la famille. Ainsi, en comparaison de nombreuses études sur les professions³⁰⁴, les skateurs ne peuvent pas dire être nés dedans, et avoir été sensibilisés à l'activité dès leur plus jeune âge.

²⁹⁹ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

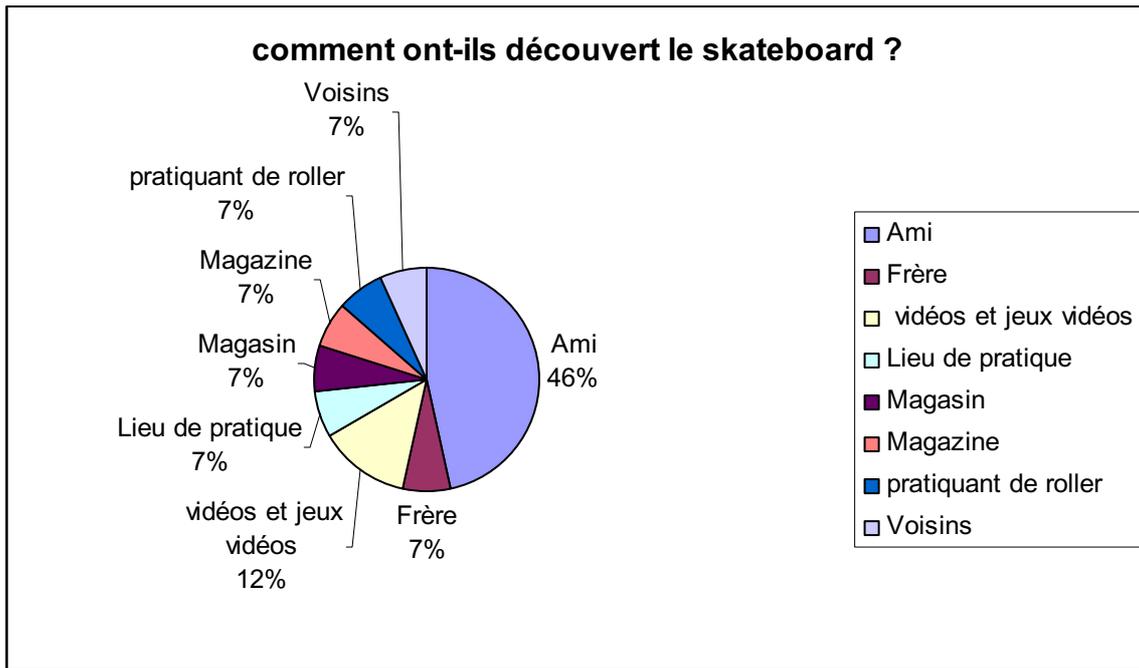
³⁰⁰ Mathieu interviewé par Jeff Osaure en 2005.

³⁰¹ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

³⁰² Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

³⁰³ Dans notre cas, il s'agit d'un frère qui a donné l'envie de pratiquer.

³⁰⁴ Dominique Jacques-Jouvenot, Delbos et Jorion.



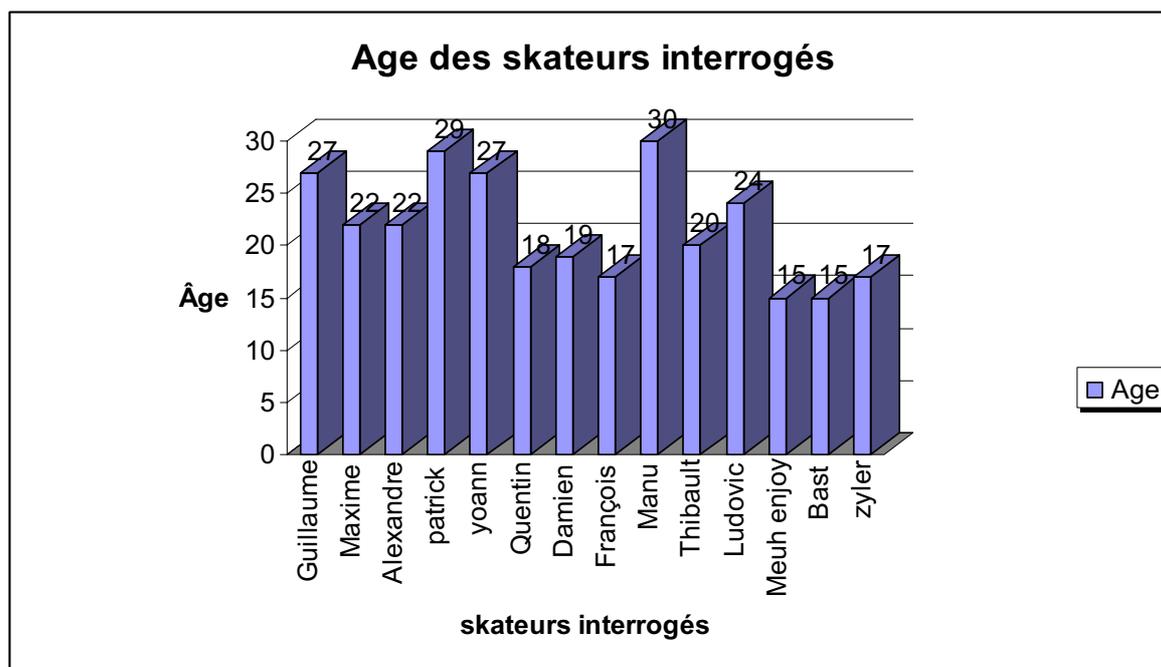
Rares sont les skateurs qui ont commencé l'activité et qui sont venus essayer seul sur un « spot », alors que l'entrée et la pratique sont libres. Mais il semble que venir seul est difficile dans la mesure où tous les skateurs se connaissent ou se reconnaissent, ainsi l'intégration sur un lieu de pratique s'effectue généralement par l'intercession d'un ami. On retrouve ici le principe de cooptation, dans lequel est recréée une micro-société où les membres sont choisis et élus selon des règles et des normes informelles énoncées par le groupe.

Enfin, notons que les nombreux propos ont révélé que les skateurs s'identifiaient dans un deuxième temps à des skateurs reconnus par leur niveau de pratique expert. C'est le cas par exemple de Patrick Nuss, ancien skateur et gérant d'un *skateshop*, qui est cité régulièrement comme modèle par les jeunes skateurs, et qui est selon beaucoup le déclencheur de leur implication dans l'activité : « *en fait, il y avait à l'époque un magasin qui s'appelait switch, et le type qui tenait le magasin qui était un proche et qui avait un super niveau, il a eu des expériences aux Etats-Unis, c'est lui qui nous a encore plus donné l'envie de faire du skate, il était plus vieux que nous, il a avait trop d'expériences, il était allé aux Etats-Unis, là où il y avait les meilleurs spots* »³⁰⁵.

³⁰⁵ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

2. L'âge des skateurs

Les skateurs que nous avons interrogés par entretien ont en moyenne 21,6 ans. Les plus jeunes ont 15 ans, et le plus âgé a 30 ans mais a interrompu sa pratique depuis 2 ans. En calculant l'écart type basé sur notre échantillon nous trouvons une valeur de 5,2 années. De ce fait, l'âge maximum entre les pratiquants excède rarement une décennie.



Les propos recueillis auprès des skateurs nous montrent que généralement la pratique s'arrête à environ 25 ans. Plusieurs raisons ont été avancées. D'une part, les skateurs ne supportent plus les blessures répétitives dues à la pratique ; d'autre part, ces blessures peuvent être pénalisantes au niveau professionnel dans la mesure où elles occasionnent des arrêts de travail. Ainsi, à l'entrée dans la vie active, les skateurs diminuent sensiblement voire arrêtent leur pratique.

Ces constatations confirment les études précédemment présentées et montrent que le skate est avant tout un sport juvénile, qui demeure essentiellement pratiqué par des étudiants ou de jeunes salariés. Nous voyons que le concept de génération demeure atypique dans notre étude, et qu'une « génération de skateurs » est bornée par une décennie. Cette remarque doit être soulignée car face à la courte durée d'une « carrière de skateurs » nous pressentons que la circulation et l'apprentissage des savoirs et des techniques doivent s'effectuer rapidement.

Enfin, nous devons noter que les skateurs de notre échantillon ayant un âge avancé ont fait partie des pionniers du skateboard à Besançon. Ainsi, l'étude de ces individus en termes de circulation ou de transmission des savoirs est différente de nos jeunes skateurs dans la mesure où ils n'ont pas eu de pratiquants avant eux, et doit être dissociée pour ne pas faire l'amalgame entre deux contextes différents.

3. L'intensité de la pratique

Les skateurs de notre échantillon ont une intensité de pratique élevée « *je skate à la moindre occasion* »³⁰⁶. Ils pratiquent en moyenne 7 heures par semaine à raison de 5 à 6 séances d'une heure environ : « *en fait, quand il fait beau, c'est quasiment tous les jours, et quand c'est en hiver, on en fait 4 ou 5 jours dans la semaine, c'est assez soutenu* »³⁰⁷.

Sur Besançon, cette pratique est davantage constatée l'été car l'absence d'infrastructures couvertes empêche les skateurs de pratiquer sur le skatepark par mauvais temps : « *dès qu'il fait beau et que j'ai le temps, je skate, donc par exemple en été, ça va être tous les jours* »³⁰⁸. Cette singularité doit être signalée et apparaît comme spécifique aux villes du nord ne disposant pas de skateparks couverts. Néanmoins, durant les périodes où le climat est difficile, les skateurs de Besançon maintiennent dans une certaine mesure leur pratique en occupant des espaces couverts abandonnés ou « squattés » : « *et puis après, s'il y a vraiment du mauvais temps, on a un spot vers le boulevard qui est couvert, c'est un espèce de préau, on a mis des curbs et comme c'est couvert on y va* »³⁰⁹.

Par ailleurs, cette activité est essentiellement pratiquée le soir, le mercredi après-midi et le week-end. En effet, les skateurs sont majoritairement des étudiants qui pratiquent après leur journée d'école. De la même manière que Michel Fize, nous constatons que le temps du skate est un interstice entre le temps familial et le temps scolaire.

Dans nos récits, nous retrouvons une corrélation directe entre l'intensité de pratique des skateurs et leur situation professionnelle. En effet, dès leur accès à un travail à temps complet, les skateurs les plus âgés éprouvent des difficultés pour pratiquer régulièrement, mais également pour se retrouver avec les autres pratiquants s'adonnant à des heures scolaires (à 17 heures en semaine ou le mercredi après-midi). Seuls, deux skateurs de notre enquête ont continué à pratiquer presque de la même façon, ceux-ci travaillant dans la fonction publique, ils profitent d'horaires aménagés et de nombreuses récupérations qu'ils utilisent pour leur passion.

³⁰⁶ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

³⁰⁷ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

³⁰⁸ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

³⁰⁹ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

4. l'itinéraire sportif et associatif des skateurs

Les skateurs interrogés ne sont que 23% à pratiquer ou à avoir pratiqué un sport traditionnel en club. S'ils reconnaissent des vertus évidentes à la pratique sportive « *j'ai rencontré des gens qui m'ont appris à bien me comporter à respecter les autres, ça c'est bien, le sport, ça inculque plein de valeurs, tu rencontres plein de milieux différents, et si tu n'en fait pas tu restes renfermé* »³¹⁰, le principal frein à leur engagement associatif réside dans l'imposition d'entraînements et de compétitions qui selon leurs propos ne correspondent pas à leur vision du sport : « *non, non j'ai arrêté c'était horrible l'entraînement, tout ça. Faire des matchs avec des types, ça soule au bout d'un moment, en tout cas c'est pas pour moi, c'est du sport de compétition, ils te mettent la pression.* »³¹¹. Nous retrouvons dans les interviews des skateurs, la recherche de liberté et de plaisir prônés par les pionniers.

Les trois quarts des skateurs ont pratiqué ou pratiquent un autre sport de glisse. Les récits ont montré qu'ils sont passionnés par le phénomène « *glisse* » et s'adonnent ainsi à plusieurs activités selon les circonstances (du snowboard dans les stations de montagne, du surf à l'océan). Remarquons néanmoins, que seul un skateur interrogé a déclaré avoir pratiqué du roller. Malgré une ressemblance extérieure de l'activité, les valeurs et les connotations liées sont selon les pratiquants totalement différentes, et les skateurs ne veulent pas être étiquetés comme des rollers. Ils revendiquent généralement les qualités de leur activité, et dévalorisent le roller, qui apparaît parfois comme un mode de déplacement doux³¹², et moins comme un sport urbain contre-culturel.

³¹⁰ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

³¹¹ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

³¹² Passavant E., « La hiérarchie des légitimités dans les sports de loisir : l'exemple du roller fitness », In Science et motricité n°3, De Boeck Université, 2005, p.97-107.

5. Un sport essentiellement masculin

Notre étude a révélé que le skate bisonin est essentiellement masculin. Quatre filles sur l'ensemble des pratiquants de l'agglomération ont pu être recensées. Cette tendance confirme ainsi la tendance nationale : le skate est avant tout un sport pratiqué des hommes.

Au premier abord, sur les lieux de pratique et au niveau institutionnel, il n'existe pas de détracteur opposé à la présence des femmes dans le skateboard. Nous sommes en effet loin, des contradicteurs du début du vingtième siècle tel le baron Pierre De Coubertin, qui édictait sa loi des quatre « i » : « *Une Olympiade femelle serait impratique, inintéressante, inesthétique et incorrecte* »³¹³. Néanmoins, il est pertinent de remarquer que le skate, sport dit moderne, reste réservé à un « clan de mâles »³¹⁴. Ainsi, en reprenant une interrogation majeure d'Erving Goffman : « *Comment dans une société moderne les différences biologiques non pertinentes entre les sexes en viennent-elles à sembler d'une telle importance sociale ?* »³¹⁵. Plusieurs facteurs peuvent selon nous empêcher une mixité des pratiquants dans le skateboard, et expliquer comme le souligne Dechavanne qu'il existe dans les pratiques sportives une « *appropriation spécifique [...] de la part des deux sexes* »³¹⁶.

Nous avons pu nous rendre compte que le skateboard fait référence continuellement au risque corporel et au défi personnel et collectif. Cette volonté d'afficher sa supériorité et son courage par des activités à risque, est une pratique sociale essentiellement masculine : « *Dans la diversité des situations que recouvre la notion de risque, la masculinité des prises de risque apparait comme une tendance lourde. Que ce soit dans les conduites routières*³¹⁷, *les consommations de drogues*³¹⁸, *les comportements sexuels*³¹⁹, *ou même les placements boursiers*³²⁰, *il semble que les prises de risque soient beaucoup plus souvent adoptées par les*

³¹³ Charpentier H., Boissonnade E., *La Grande Histoire des Jeux Olympiques*, Edition France-Empire, 2000.

³¹⁴ Reneaud M., « *la vie sportive locale : les dirigeantes* », Sport et changement social : actes des premières journées d'études, 3 et 4 avril 1987, Bordeaux : Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, France, 1987, p.317-324.

³¹⁵ Goffman E., *L'Arrangement des sexes*, Paris : La Dispute, 2002, p.89.

³¹⁶ Dechavanne N., « *La division sexuelle du travail gymnique. Un regard sur la gymnastique volontaire* », In Pociello C., *Sport et société, approche socioculturelle des pratiques*, Paris : Vigot, 1981, p.249-259.

³¹⁷ ONSIR (Observatoire national interministériel de la sécurité routière), 2003

³¹⁸ OFDT (Observatoire français des drogues et toxicomanies), 2003

³¹⁹ INSEE, 1995

³²⁰ Arrondel L., Masson A., Verger D., « *Préférences face au risque et à l'avenir : types d'épargnants* », In Clerse, Actes du colloque « Acteurs, risque et prise de risque à l'épreuve des sciences sociales », Lille, Ifresi, 2004.

hommes que par les femmes »³²¹. En effet, les femmes ont des conduites à risques plus intériorisées, très symboliques³²². Comme le souligne Badinter, dès la naissance, la société nous assigne à chacun une catégorie sociale masculine ou féminine, qui nous marque dans nos comportements sociaux : « *l'enfant déclaré garçon ou fille à l'Etat civil est immédiatement perçu comme tel par son entourage et en premier lieu par ses parents. Le regard et la conviction des parents sur le sexe de leur enfant sont absolument déterminants pour le développement de l'identité sexuelle de celui-ci* »³²³. Une expérience menée par Zella Luria et Jeffrey Rubin³²⁴ révèle que dès la maternité, les parents attribuent aux garçons des superlatifs centrés sur la grandeur, la force, alors qu'ils flattent les filles d'adjectifs de beauté (traits fins, mignonnes), alors même que ces enfants ont une taille similaire. L'ensemble des individus présents dès notre enfance, agissent de manière différente selon notre sexe³²⁵, véhiculant de ce fait l'ensemble des normes sociales et sociétales des concepts d'identité de sexe, et donc de genre, qui sont à la base de notre construction identitaire³²⁶. Ainsi, la masculinité et la féminité s'apprennent et se construisent en fonction de la perception de soi dans le regard des autres. De fait, une identité sexuelle naît³²⁷, et un rôle masculin ou féminin est adopté par les adolescents qui s'adonnent à des pratiques sociales liées à leur sexe. Le skateboard devient ainsi une activité sociale éloignée en grande partie des références identitaires des filles, et trop dangereux pour ces adolescentes attentives à leur corps. Les hommes entretiennent cette vision en ne manquant pas de montrer par des gestes ritualisés « *qu'ils considèrent les femmes comme des êtres fragiles et précieux, qu'il convient de protéger des dures réalités de la vie et auxquelles on doit témoigner amour et respect* »³²⁸.

Ensuite, nous pouvons avancer que le skateboard est un sport mal perçu par le grand public. L'activité comporte des connotations anti-sociales, et apparaît dangereuse. Les parents ont une action de censure et empêchent la pratique dans une certaine mesure : « *les sous-cultures sont des cultures de la rue, par nature plus difficiles d'accès aux filles, dont les*

³²¹ Penin N., « *Le sexe du risque* », In *Sports à risque ? Corps à risque*, Ethnologie française, Paris : PUF, octobre 2006, volume 4, p.652.

³²² Le Breton, D., *L'adolescence à risque*, Paris : Editions Autrement, 2002.

³²³ Badinter E., *XY De l'identité masculine*, Paris : Editions Odile Jacob, 1992, p.66

³²⁴ Luria Z., « *Genre et étiquetage : l'effet Pirandello* », In Sullerot E., Thibault O. (Dir.), *Le fait féminin*, Paris: Fayard, 1978.

³²⁵ Mussen P.H., Conger J.J., Kagan J., Huston A.C., *Child development and personality*, New York: Harper Collins, Seventh Edition, 1990.

³²⁶ Lloyd B., Duveen G., « The re-construction of social knowledge in the transaction from sensorimotor to conceptual activity: the gender system », in Gallatly A., Rogers D., Sloboda J. (Eds), *Cognition and social Words*, Oxford: Oxford University Press, 1989.

³²⁷ Hurtig M.-C., Pichevin M.-F., *La Différence des sexes*, Paris : Tierce, 1986.

³²⁸ Goffman E., *L'Arrangement des sexes*, Paris : La Dispute, 2002, p.89.

parents, surtout dans les milieux populaires, limitent les autorisations de sorties »³²⁹. Il s'agit d'une tendance actuelle que Sonia Livingstone a étudié, et qui révèle un sentiment d'insécurité éprouvée par beaucoup de parents, qui estiment que dans leur environnement géographique direct, leurs enfants et notamment les filles courent des risques bien plus importants qu'à l'époque de leur propre jeunesse. Ils restreignent donc au maximum les activités à l'extérieur et cherchent à offrir le plus possible de loisirs dans le cadre domestique³³⁰. La culture médiatique à domicile permet de contrer les risques de la culture de rue. Cette tendance est d'autant plus pernicieuse pour les filles qui sont toujours considérées comme beaucoup plus fragiles et amenées à encourir des risques importants dans la rue. A Besançon par exemple, les deux skateparks sont installés en bordure des quais du Doubs, et ne sont ni surveillés, ni éclairés. Ainsi, de nombreux actes de vandalismes (panneaux incendiés, cannettes cassées) ont été commis.

Par ailleurs, nous avons pu constater que la pratique du skate est intimement liée au groupe de pairs et au réseau de connaissance. A l'âge où débute les skateurs (entre 12 et 15 ans), les pratiques sociales sportives sont liées à des problématiques adolescentes, qui regroupent essentiellement les individus par sexe. Ainsi, les jeunes garçons skateurs côtoient rarement des filles qu'ils pourraient intéresser et initier à la pratique.

Enfin, nous pouvons souligner que les filles rencontrées sur les skateparks ont en grande partie un look masculin. La mode vestimentaire du skateur (le *street-wear*), semble contraindre les filles à dissimuler les marqueurs physiques de leur féminité : « *mis à part leur visage qui reflète leur appartenance sexuelle, il est très difficile, voire impossible de leur attribuer un sexe plutôt qu'un autre* »³³¹. Ainsi, il se peut qu'une partie des adolescentes, voulant afficher leur féminité, n'adhère pas à cette discipline et aux valeurs qu'elles véhiculent.

³²⁹ Pasquier D., *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Paris : Editions Autrement, collection Mutations n°235, 2005, p. 65.

³³⁰ Livingstone S., *Young People and New Media*, Londres: Sage, 2002.

³³¹ Rousseau A., *Les femmes dans le sport comme vecteur d'une nouvelle féminité*, Mémoire de maîtrise de management du sport, UFR STAPS Besançon, 2002.

6. Une discipline majoritairement pratiquée par des urbains

Les skateurs fréquentant le skatepark de Chamars sont principalement des résidents du centre ville et des quartiers bien fréquentés de Besançon (80%). Le reste (environ 20%), sont pour la plupart des skateurs issus des quartiers de l'agglomération ou des villages environnants.

Trois raisons peuvent expliquer la surreprésentation de skateurs de Besançon dans notre échantillon aléatoire :

D'une part, cette activité pratiquée par des jeunes est essentiellement effectuée sur des skateparks. Les villages environnants ne disposent pas (pour la plupart) d'un mobilier urbain ou d'infrastructures adaptées, ainsi ils comptent généralement peu de pratiquants. D'autre part, les adolescents ne possédant généralement pas de moyens de locomotion, les skateurs résidant en milieu rural ne peuvent venir dans le centre urbain. Enfin, la répartition de la population n'est pas homogène, et Besançon dispose d'une écrasante majorité d'habitants. Ainsi il n'est pas étonnant de rencontrer en premier lieu des skateurs de Besançon dans notre corpus.

Remarquons que ces données rejoignent les constats menés sur le roller en 2000 par le CFES³³² : « Plus l'agglomération est importante, plus la prévalence des pratiquants de roller est grande : 6,7% des personnes interrogées vivant dans une commune rurale ont fait du roller au cours des 12 derniers mois, versus 9,1% vivant dans une agglomération de 100 000 à 200 000 habitants, et 12,3% vivant en région Parisienne³³³. Le roller est une pratique urbanisée qui s'adresse principalement à des citoyens³³⁴ ».

Nous trouvons une explication à la présence de jeunes issus de catégories sociales élevées dans la mesure où dans les modèles économiques néoclassiques, le prix du terrain est considéré comme baissant en s'éloignant du centre ville, ce fait contraint les classes populaires à s'écarter des centres urbains. Ainsi, les classes aisées sont plus représentées, proportionnellement au reste de la population, dans les espaces urbains que dans les espaces ruraux : « En général, dans les aires urbaines, les taux d'emploi métropolitains supérieurs diminuent lorsqu'on s'éloigne de la ville centre, selon le modèle parisien : de 19,3 % dans la commune de Paris, à 6,6 % dans sa couronne périurbaine en passant par 15,7 % en

³³² CFES : Comité Français pour l'Education et la santé.

³³³ cf. : Figure 2.

³³⁴ Cf carte en annexe : La pratique du roller au cours des 12 derniers mois selon la région d'habitation (n = 13 685)

banlieue »³³⁵. Les individus issus de milieu aisé, éprouvent donc des facilités à accéder à ces disciplines urbaines grâce à la proximité « *des spots* » de pratique. La surreprésentation des catégories les plus aisées dans le skate pourrait donc être expliquée par un effet de ségrégation spatiale³³⁶. Notons qu'en sociologie, la ségrégation est une forme plus ou moins institutionnalisée de distance sociale qui se traduit par une séparation dans l'espace. La prudence face à ce concept est d'autant plus nécessaire qu'il porte généralement une connotation négative. Cette ségrégation révèle surtout que les catégories sociales vivent dans des univers urbains différents : la ville des cadres n'est pas celle des ouvriers, ni celle des étudiants ou des personnes âgées. Nous pouvons donc suggérer que les positions spatiales traduisent des positions sociales agissant sur les représentations et les pratiques des habitants.

³³⁵ Philippe Julien, INSEE Première n°840, Mars 2002, p.2.

³³⁶ Comme la course à pieds en région parisienne, s'effectuant dans les quartiers huppés (surreprésentés par les classes aisées) Segalen M., *Les enfants d'Achille et de Nike*, Paris : Editions Métailié, 1994.

7. Les modèles de skateurs

Comme dans beaucoup d'études sociologiques, nous pouvons être tenté de définir un idéal-type du skateur, l'objectif étant de définir dans quelle mesure ceux-ci mobilisent une culture, un langage, et des techniques spécifiques. Après avoir interviewé notre échantillon, nous pouvons remarquer qu'il n'existe pas qu'un seul modèle, et nous pouvons établir une dichotomie des modèles de skateurs :

Le premier modèle concerne les skateurs se reconnaissant dans le mouvement *Hip-hop* américain. Ils sont en général jeunes (moins de 20 ans), et résident au centre ville. Avec comme référence culturelle la ville de New-York, ceux-ci revendiquent un modèle urbain caractérisé par le port de vêtements atypiques (souvent amples). Ils pratiquent un skateboard très technique et enchaînent de nombreuses figures souvent très difficiles à réaliser.

Le second modèle concerne les pratiquants s'affiliant à un modèle de skate agressif. Ayant comme représentants charismatiques, des professionnels tel que Jamie Thomas, ces skateurs favorisent une pratique axée sur le passage de sauts de grande amplitude. Evoluant dans un contexte où la prise de risque est omniprésente, ces skateurs portent en général des vêtements sombres, près du corps (en opposition avec les vêtements amples New yorkais) faisant référence à des images de mort. Ses individus s'affilient à des mouvements musicaux marqués d'opinions rebelles tels que le rock, le hard et le métal. Des jeunes ont pu être reconnus dans ce modèle, mais la grande majorité semble être constituée d'individus âgés entre 19 et 27 ans.

Le troisième modèle est marqué par des anciens pratiquants issus du modèle « old school ». Souvent emprunts de nostalgie, ils trouvent leur inspiration culturelle dans les précurseurs californiens (voire parfois les surfeurs) et adoptent une technique épurée ou l'objectif premier est d'évoluer dans l'espace urbain de façon ludique.

B. Le contexte familial

Dans la partie précédente, nous avons pu comprendre les caractéristiques personnelles des skateurs interrogés.

A présent, l'objectif est de présenter le contexte familial dans lequel les skateurs évoluent. Aux espoirs liés à la démocratisation des pratiques sociales, revient rapidement la question des déterminants sociaux de chacun, dictés par des capitaux inégalement répartis.

En nous inspirant de l'œuvre de Pierre Bourdieu, nous explorons à ce stade de l'analyse, les inégalités de dotations en capitaux culturel (diplômes), économique et social (PCS) des parents, pouvant entraîner un investissement différent dans la pratique du skateboard par les enfants.

Par ailleurs, nous complétons cette analyse en essayant d'appréhender si une transmission des valeurs et des techniques peut avoir lieu (par le biais du contexte familial : notamment la pratique sportive et associative des parents), et dans un second temps si la non-pratique parentale peut restreindre la pratique et notamment le champ des possibles.

Enfin, nous montrerons la position que les parents adoptent devant la pratique du skateboard par leurs enfants.

1. Une origine sociale marquée

De la même façon que les sportifs de rue étudiés par Gilles Vieille-Marchiset³³⁷, notre étude a révélé une présence forte de parents issus de catégories socioprofessionnelles élevées. Par ailleurs, nous pouvons remarquer que ceux-ci sont en majorité membres de la fonction publique (dont notamment 27% de l'échantillon total étant enseignants).

	Pères	Mères
Chefs d'entreprises	18%	9%
Cadres, professions intellectuelles supérieures Fonctionnaires (documentaliste, professeurs, informaticiens..)	55%	64%
Cadres, professions intellectuelles supérieures secteur privé (consultant, chef de service...)	27%	0%
Employés (secteur privé)	0%	18%
Ouvriers (secteur privé)	0%	9%
Total	100%	100%

Le statut professionnel élevé des parents de skateurs peut être expliqué par les différents éléments présentés précédemment. Il faut en effet souligner, que le matériel indispensable à la pratique est extrêmement coûteux. Ce coût pour accéder à la pratique, élimine donc une partie de la population ne disposant pas d'un pouvoir d'achat suffisant. Ce facteur peut être un des éléments explicatifs d'une prévalence d'individus issus de PCS élevées.

³³⁷ Vieille-Marchiset G, *Sports de rue et pouvoirs sportifs*, Paris : Presse Universitaires Franc-comtoises, 2003.

2. Le capital sportif et associatif des parents

Les pères ont été 45% à prétendre pratiquer une activité sportive. Mais parmi ceux-ci 50% pratiquent en dehors d'un club, soit 22,5 % de notre échantillon total pratiquent dans un club. Quant aux mères, aucune n'a pratiqué une activité sportive. Cette constatation rejoint l'étude menée par Gilles Vieille-Marchiset sur les sportifs de rue « *en fait, l'investissement fédéral (pratique avec licence, encadrement) reste peu importante chez les sportifs de rue et leurs parents, notamment en référence aux tendances globales* »³³⁸. Lors de son étude, les pères des sportifs de rue étaient affiliés à hauteur de 19% (contre 25% au niveau national³³⁹), et les mères à 7% (contre 10,8% au niveau national).

Ainsi, ces données peuvent expliquer que les enfants ne se soient pas investis dans un sport traditionnel au sein d'une structure fédérée. Nous connaissons le rôle de la famille dans l'accès à une pratique, qu'elle soit culturelle, sociale, et notamment sportive³⁴⁰. D'un point de vue bourdieusien, nous pouvons même avancer que les skateurs se seraient conformés au modèle familial. Ils ont ainsi reproduit le mode de fonctionnement de leurs parents en pratiquant hors du système sportif institutionnalisé.

³³⁸ Vieille-Marchiset G., *Sports de rue et pouvoirs sportifs*, Paris : Presse Universitaires Franc-Comtoises, 2003, p. 48.

³³⁹ *Les pratiques sportives des Français*, Paris : Insep, 1987.

³⁴⁰ Louveau C., « *La genèse des goûts sportifs* », in Travaux et recherche ENSEPS, n°9, 1979.

3. Une pratique acceptée par les parents

Durant les différents entretiens que nous avons pu réaliser, nous avons compris que ce sport apparaissant comme rebelle et anticonformiste auprès du grand public, est dans la plupart du temps bien accepté par les parents. Seul, le non-accomplissement des devoirs pousse parfois les parents à restreindre l'activité : *« oui, bon en ce moment avec mes études, ils mettent un peu les ollas, mais ils ne sont pas contre. Parce que si je ne faisais pas du skate, qu'est-ce que je ferais, je serais chez moi, je serais un glandeur devant la télé, j'irais glander en ville, donc autant que je skate, j'ai toujours fait du sport depuis que je suis petit, j'ai fait du hockey sur glace pendant 13 ans, et ils n'ont jamais été contre le sport. Et puis le skate, ils me disent autant que tu fasses ça, et puis ils s'y intéressent aussi, tu vois quand je matte une vidéo et que mon père passe par là pour me dire de manger, je lui dit tiens regarde, et il va regarder avec moi, il est content, il sait que j'ai une bonne bande de pote, ils savent que je fais pas n'importe quoi, ils sont content que je voyage pour faire du skate et puis voila, donc ils sont vraiment favorables au skate »*³⁴¹. Nous percevons ainsi dans ces propos une vraie complicité autour de la pratique entre le père et le fils. D'autres pères de skateurs ont révélé un intérêt similaire, ils disposaient en effet d'articles de journaux, de magazines et d'ouvrages sur le skate, et de photos de leurs enfants sur certains spots.

L'accord des parents passe également par l'investissement de sommes importantes permettant à leurs enfants d'acquérir et de renouveler leurs équipements régulièrement : *« ils m'ont acheté une planche à Noël, ils ont participé au niveau de tout ; quand tu skates, tes chaussures s'usent à fond, il faut racheter des chaussures, et la maman fait plaisir et achète un t-shirt pour Noël, pour ton anniversaire, donc c'est vrai que mes parents m'ont bien aidé »*³⁴².

Les principales réticences exprimées par les parents viennent des risques de blessures qui apparaissent d'ailleurs généralement comme un obstacle à la banalisation de la pratique : *« ils m'ont dit que si je voulais m'acheter mon équipement, je devais me démerder, après ça occasionnait des problèmes de santé donc c'est normal aussi, en plus déjà au rugby, je me blessais alors ils avaient un peu peur »*³⁴³. Notons néanmoins que dans l'ensemble des propos recueillis, les parents, conscients des dangers encourus, laissent leurs enfants s'adonner à leur sport : *« ils me laissent le choix, ils savent que ça peut arriver que je me fasse vraiment mal,*

³⁴¹ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

³⁴² Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

³⁴³ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

mais ils s'opposent pas vraiment, et puis ils sont contents que j'ai quelque chose qui me tient à cœur »³⁴⁴.

Synthèse :

Cette monographie révèle que les skateurs présents dans notre corpus s'apparentent aux pratiquants recensés dans les analyses quantitatives et qualitatives que nous avons décrit préalablement. Ainsi, les skateurs sont avant tout des jeunes urbains scolarisés de sexe masculin (en grande majorité ayant moins de vingt-cinq ans). Le déclencheur de la pratique est généralement un ami ou un voisin qui a pu montrer ou initier le novice à l'activité. Nous avons pu remarquer que l'intensité de pratique est en générale importante à l'adolescence, puis s'atténue avec les multiples contraintes liées à l'âge adulte.

Notre corpus pratique souvent plusieurs sports de glisse. En revanche, peu s'adonnent à des sports traditionnels compétitifs.

Les parents ne sont pas d'anciens skateurs, nous pouvons à ce propos souligner le faible capital sportif et associatif détenus par les pères et les mères. Ainsi, il est identifiable que le savoir détenu par les skateurs, notamment les techniques, le langage, n'est pas le fruit d'une transmission verticale limitée au cercle familial.

A présent, nous allons étudier l'organisation sociale gravitant autour des skateurs de notre corpus. Ainsi, nous allons essayer de comprendre quelle est la place des interactions directes au niveau local, face aux nouvelles technologies de l'information et de la communication ?

³⁴⁴ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

VI. L'organisation et la circulation des **savoirs**

La circulation des valeurs et des techniques du skateboard doit être globalisée dans une approche systémique afin d'inclure l'ensemble des réseaux de transmission et d'évaluer leur poids fonctionnel.

Si au premier abord, nous pouvons être confronté sur les lieux de pratiques à des témoignages de skateurs prônant l'autodidactie dans le skateboard : « *Le skate, c'est plus dans la tête, c'est vraiment si tu as envie, il y en a bien qui peuvent te donner des tuyaux, mais ce n'est pas en écoutant que tu réussis les figures, il faut vraiment le vouloir* »³⁴⁵, nous remarquons rapidement qu'un ensemble de réseaux assurent la mobilité des savoirs entre les générations et les individus. Ces propos souvent sommaires révèlent d'une méconnaissance, d'un oubli des formes d'apprentissages que ces skateurs ont vécu ; d'autre part, ce peut être une ignorance, une difficulté à exprimer ces savoirs, selon Michel Verret : « *un savoir appris est un savoir qu'on ne sait plus qu'on sait, qu'on a sans le savoir* »³⁴⁶ ; enfin, ce peut être une manière, à l'instar des fumeurs de Marijuana de Becker, d'affirmer ses capacités à se construire seul : « *De nombreux débutants, honteux d'avouer leur ignorance, font semblant d'être au courant. Ils doivent alors apprendre à fumer par les voies plus indirectes de l'observation et de l'imitation* »³⁴⁷. Nous avons pu constater que le skate est un monde où les sentiments, les craintes sont dissimulés. Les pratiquants, essentiellement masculins et adolescents doivent montrer leur autonomie, et il règne régulièrement une rivalité et des comparaisons certes informelles et inavouées, mais bien réelles entre les différents pratiquants présents sur le même lieu de pratique. De ce fait, pour ne pas montrer leur infériorité technique, certains skateurs préfèrent occulter certaines périodes de leur vie où un apprentissage a été nécessaire.

Notre présentation des formes de circulation va être organisée en deux parties. Elle sera justifiée par nos divers entretiens réalisés durant le DEA et le doctorat, par nos études ethnographiques, ainsi que par nos différentes études des NTIC présentées dans notre méthodologie.

Ainsi, nous étudierons dans un premier temps, comment les interactions au niveau local participent à la transmission des savoirs.

Puis, dans un second temps, nous appréhenderons les techniques et les valeurs circulant par l'intermédiaire de supports issus des nouvelles technologies de l'information et de la communication. L'enjeu sera de comprendre comment les skateurs prélèvent les savoirs.

³⁴⁵ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

³⁴⁶ Verret M., *La culture ouvrière*, Paris : L'Harmattan, 1996.

³⁴⁷ Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métaillé, 1985. p.70.

A. La circulation des savoirs grâce aux interactions locales

Nous avons souhaité construire dans certaine partie une approche globale des lieux et des formes d'organisations permettant la circulation au niveau local des techniques et des valeurs du skate.

Ainsi, nous allons présenter comment les lieux de pratique, et les regroupements formels et informels s'organisent (en binôme, en groupe, etc...), nous essayerons notamment d'appréhender les logiques d'intégration au sein de ces groupes, et si une désignation s'opère dans le choix des « héritiers ». Ensuite, nous étudierons de quelle manière les *contests* (organisés par des associations ou des sociétés privées) peuvent apporter au niveau local des modèles techniques et culturels. Par ailleurs, nous analyserons le rôle des magasins, et l'impact que ces distributeurs de la culture marchande du skateboard peuvent avoir dans nos agglomérations. De plus, les associations seront également présentes dans notre champ d'analyse afin de mesurer leur place dans la promotion de cette activité. Enfin, la famille sera observée dans la mesure où des membres de celle-ci peuvent être pratiquants et transmettre des savoirs.

Tout au long de cette démonstration, nous nous sommes appuyés sur des entretiens menés auprès de skateurs de Besançon, Lausanne, Thise et Barcelone. De plus, nous avons complété cette analyse par une étude ethnographique menée sur le skatepark de Besançon, et sur la place du MACBA³⁴⁸.

³⁴⁸ Musée d'art contemporain de Barcelone.

1. Les lieux de pratique

Nous allons étudier dans un premier temps les lieux de pratique sur Besançon en analysant l'organisation spatiale et la politique de la ville de Besançon ; ensuite, nous présenterons les savoirs pouvant circuler sur ces lieux ; enfin, nous exposerons une étude ethnographique réalisée à Barcelone sur différents spots et nous nous attèlerons notamment à analyser les skateurs fréquentant la place du Musée d'Art Contemporain de Barcelone (MACBA).

a) L'organisation spatiale de la pratique à Besançon

Sur Besançon, les lieux de pratique pour les skateboarders sont très restreints. Depuis une décennie, la politique municipale Bisontine consiste à « antiskater » le centre ville afin de repousser les skateurs à la périphérie et ainsi réduire les nuisances sonores et le stationnement de groupe sur les places historiques. Ainsi des lieux historiques tels que le Square Saint-Amour et la Place Pasteur ont subi des aménagements empêchant toute pratique du « *street* ». Le mobilier urbain autrefois détourné de son utilisation première a été reconquis par la municipalité qui en restreint son utilisation.

D'autre part, nous rappelons l'article premier de l'arrêté municipal établi le 14 mars 1978: « *la pratique du patin et de la planche à roulettes est interdite sur tout l'étendue du domaine public de la ville de Besançon (voies ouvertes à la circulation, places, trottoirs, zones piétonnes, parc de stationnement, etc.)* ». Les forces de l'ordre sont ainsi devenues très menaçantes et dissuasives envers les sportifs de rue indisciplinés, à tel point que certains skateurs interviewés ont hérité de contraventions.

De ce fait, les skateurs ont du changer leurs habitudes et leurs lieux de pratique. Aujourd'hui trois types de lieux semblent être utilisés.

En premier lieu les skateparks de Chamars sont majoritairement cités. Ils sont un « havre de paix » pour les skateurs qui peuvent pratiquer ensemble, légalement, de façon totalement autonome, et sur un espace adapté à leur sport « *le skatepark parce que ça fait un endroit où tu peux pratiquer sans te faire virer, sauf que tu ne peux pas y aller le soir parce qu'il n'y a pas d'éclairage.* »³⁴⁹.

Ensuite, les skateurs utilisent la rue pour se déplacer, et profitent de ce moyen de locomotion pour effectuer des figures sur le mobilier urbain présent dans les rues (les

³⁴⁹ Quentin, interviewé le 17 avril 2003 à Besançon.

trottoirs, les bornes, etc.). Néanmoins, nous rappelons que face au risque d'amendes, leurs démonstrations restent en général très courtes (30 minutes tout au plus).

Enfin, les skateurs se replient sur des lieux à la périphérie de Besançon qui leurs permettent d'être à l'écart du public mais aussi à l'abri de la pluie et du vent. Ainsi, des lieux tels que le parking du CLA et un hangar désaffecté sur le boulevard *J.F. Kennedy* sont fréquentés durant l'hiver, et aménagés par les skateurs qui installent des tremplins pour effectuer leurs figures : « *En ce moment on va à Manpower, c'est dans la zone industrielle, on s'est fait un module, et c'est tranquille parce que c'est couvert* »³⁵⁰.

Depuis deux ans, les skateurs bisontins manifestaient leur mécontentement pour que le skatepark face au CLA soit agrandi et complété de nouveaux modules. La ville de Besançon a pris la décision d'implanter un skatepark supplémentaire. Au départ prévu place Leclerc³⁵¹, il a été transféré à proximité du premier skatepark. Cet espace dédié aux skateurs de « *street* »³⁵² permet de compléter l'offre sportive municipale au niveau du skateboard.

Nous pouvons souligner que les skateurs interviewés ont connaissance des éléments que doit comporter un skatepark idéal. Presque tous les skateurs ont pratiqué dans d'autres villes. A proximité, il s'agit de skateparks de petites villes³⁵³ ou d'agglomérations similaires à Besançon³⁵⁴. Dans des agglomérations plus lointaines, la découverte d'autres « *spots* » passe par des voyages dans des grandes villes³⁵⁵ et se transforme en « *road trip* »³⁵⁶. Certains ont donc acquis cette connaissance grâce à des voyages dans d'autres skateparks et à des participations à des *contests* (Dijon, Annecy, Lausanne) : « *on est allé à Lausanne au mois de juillet 2002 parce qu'il y a le grand prix de Lausanne, il y a tous les pros américains, et ils ont fait un park qui est adapté aux techniques d'aujourd'hui, c'est-à-dire des petits trottoirs, des plans inclinés, très très radical, mais en fait c'était des trucs de fou, c'était énorme, c'était une patinoire*³⁵⁷ » ; d'autres, ne pouvant pas encore se déplacer en l'absence de moyen de locomotion, ont utilisé des magazines et des vidéos, et les faits relatés par les migrants pour se construire une représentation du skatepark type. Les représentations que se créent les skateurs de Besançon, induisent souvent un sentiment de frustration. Ils comparent en effet

³⁵⁰ Quentin, interviewé le 17 avril 2003 à Besançon, témoignage semblable à Guillaume, François, Damien, Thibault

³⁵¹ Des associations de riverains se sont regroupées pour que le skatepark ne soit pas construit dans leur quartier.

³⁵² Skateur privilégiant des modules ressemblant au mobilier urbain

³⁵³ Thise, Baume les dames, Chatillon le Duc, Pelousey.

³⁵⁴ Dijon, Lausanne, Dole.

³⁵⁵ Lyon, Paris, Barcelone (ville surnommée : la mec du skate mondial), Bâle, Munich.

³⁵⁶ Voyages à plusieurs durant lesquels les skateurs vont parcourir diverses villes à la recherche de lieux de pratique.

³⁵⁷ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

leur infrastructure avec d'autres présentes dans des agglomérations de taille similaire à Besançon³⁵⁸. Cette frustration apparaît ainsi de façon similaire dans l'agriculture lorsque les émigrants reviennent à l'exploitation pour relater les conditions de vie à l'extérieur³⁵⁹. Les agriculteurs se font alors une représentation de leur condition en se comparant aux autres. La perception est toujours relationnelle et relativisée. Les adultes pouvant se déplacer dans d'autres villes, et donc quitter ce « milieu clos »³⁶⁰ qui limite les comparaisons, introduisent de nouvelles références et donnent de ce fait de nouvelles envies.

De ce fait, les skateurs de Besançon restent très critiques face au premier skatepark de Chamars en place. La politique sportive municipale est la première visée lorsque les skateurs revendiquent un skatepark mieux aménagé pour leur agglomération : « *il est vraiment pourri parce qu'il n'y a plus rien, le flat il roule mal donc on ne peut même pas faire du flat là-bas. Tu vas place Pasteur c'est mieux, c'est tout lisse si tu tombes, tu glisses sur 20 mètres, tu ne te fais pas mal. C'est lamentable pour une ville comme Besançon, surtout quand tu vois l'argent qu'ils mettent pour des statues comme au tunnel avec des statues à 1 million, s'ils avaient mis une plaque de Besançon avec une horloge en dessous ça aurait été aussi beau* »³⁶¹ ; « *on y est surtout allé parce qu'on n'avait pas trop le choix ; le skate en ville, ça a toujours été un problème, c'est pour ça qu'ils nous ont parké à Chamars, le problème c'est que ce qu'il y a à Chamars ça ne correspond pas du tout à ce que l'ont fait dans le skate. Le skate c'est un sport de rue, et eux ils nous ont fait un truc vite fait bâclé pour ne plus qu'on fasse chier en ville* »³⁶². Ces problèmes d'infrastructures cachent en fait des écarts de conceptions entre les pouvoirs publics et les jeunes skateurs. Nous retrouvons bien dans les commentaires des skateurs les différences de visions du monde décrit par Boltanski et Thévenot : « *dans une société différenciée, chaque personne doit affronter quotidiennement des situations relevant de mondes distincts ... leur présence dans un même espace entraîne des tensions.* »³⁶³. Suite à des entretiens avec des skateurs et des dirigeants des services des sports de la municipalité de Besançon³⁶⁴, nous avons pu appréhender des réticences réciproques. L'analyse des travaux de Basson et de Smith³⁶⁵ par Gilles Vieille-Marchiset³⁶⁶, présente avec beaucoup de pertinence

³⁵⁸ Ceci est apparu plusieurs fois lors de rencontres informelles sur le skatepark, où des skateurs m'ont confié avoir entendu parler qu'il y avait des villes avec des skateparks très évolués.

³⁵⁹ Champagne P., *La reproduction de l'identité*, in Les actes de la recherche en sciences sociales, n°65, nov. 1986, p.48.

³⁶⁰ Dans notre cas : Besançon.

³⁶¹ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

³⁶² Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

³⁶³ Boltanski L. & Thévenot L., *De la justification*, Paris : Gallimard, 1991, p.266.

³⁶⁴ Entre autre, Jean Lou Coly, adjoint au sport à la mairie de Besançon, interviewé en Janvier 2003.

³⁶⁵ Basson J.C.& Smith A., *Sports et action publique localisée. Les politiques sportives territoriales et les jeunes de l'agglomération grenobloise*, rapport d'enquête, AIPD-IEP, Grenoble, Décembre 1996.

les causes de cette mésentente : « *Le blocage réside non seulement sur le fond (la référence au club) mais également sur la forme ; le déficit d'écoute se combine à un décalage en terme de faculté d'expression et en terme de connaissance des rouages administratifs* ». De nombreux skateurs ont en effet critiqué la municipalité de Besançon en avançant l'idée que le service des sports voulait empêcher le développement de cette discipline qui introduit des nuisances sonores et un désordre dans l'aire urbaine. La municipalité répondit en expliquant que le skatepark ne profitait pas à beaucoup d'usagers³⁶⁷ et n'était pas une priorité. La ville préférerait donc allouer ses budgets à d'autres infrastructures d'utilité plus reconnue³⁶⁸. Notons qu'en 2005, la ville réalisa tout de même le second skatepark à proximité du précédent.

Outre les priorités financières et les différences de conceptions que cette infrastructure révèle, il faut surtout se demander les répercussions que peut avoir l'absence de lieux dédiés à la pratique. Nous avons pu constater que les lieux où se regroupaient des communautés (ostréicoles, paysannes, religieuses) permettaient de créer des sociabilités. Dans nos entretiens, nous avons pu remarquer que le square Saint-Amour avait permis la rencontre de nombreux skateurs : « *on a commencé à aller au centre-ville, parce qu'on a vu qu'au square Saint-Amour, il y avait des skateurs et à force de descendre, on a créé des liens.* »³⁶⁹. Supprimer ces hauts lieux de la pratique ne facilite pas les rencontres entre pratiquants, et peut apparaître comme un obstacle à la transmission et au développement d'une pratique.

Ainsi, de la même façon que pour la transmission des savoirs ostréicoles de Delbos et Jorion³⁷⁰, ce sont la juxtaposition de novices et d'experts, et la présence d'un outil de production qui semble permettre l'apprentissage des techniques. Retirer ces lieux revient donc à supprimer un support pédagogique.

b) La circulation des savoirs sur les spots

³⁶⁶ Vielle-Marchiset G., *Sports de rue et pouvoirs sportifs*, Paris : Presses Universitaires Franc-Comtoises, 2003, p.21.

³⁶⁷ Notons que le skatepark connaît certains jours (le mercredi après-midi et le week-end) une fréquentation très élevée (plus de 20 skateurs simultanément). La structure devient ainsi insuffisante à une pratique sportive de l'ensemble des skateurs.

³⁶⁸ Le stade Léo Lagrange, Le Palais des sports.

³⁶⁹ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

³⁷⁰ Delbos G. & Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984.

Succinctement à cette description des lieux de pratique du skateboard dans l'agglomération bisontine, nous allons procéder à une analyse des savoirs circulant sur ces lieux.

Nos entretiens ont pu révéler que les skateurs apprenaient des techniques en regardant d'autres pratiquants présents dans des lieux circonscrits.

« C'est plus en regardant ton entourage »³⁷¹.

« C'est vraiment en regardant et puis après en essayant. Je vois ce qu'ils rentrent, je me dis c'est sympa et je vais essayer, donc voila et puis on essaye, mais il n'y a pas qu'eux, je vais aller à Pelousey et puis je vais voir un gars qui fait ça, tu te dis c'est marrant et je vais essayer aussi, je vais essayer de le refaire »³⁷².

« Au centre-ville, on va retrouver ceux qui ont le plus influencé Besançon sur la pratique, parce qu'au square Saint-Amour, on se réunissait et on avait les meilleurs bisontins qui étaient là. Alors on voyait quand on ne connaissait pas la pratique, qu'ils arrivaient à sauter avec leur planche »³⁷³.

« C'est en voyant les autres pratiquer »³⁷⁴.

« Tu vois au skatepark, il y a une figure que je suis le seul à faire à ce jour, et il y a un truc qui me fais grave plaisir, c'est qu'à chaque fois que je vais au skatepark, donc je fais mon run, et après quand je fais une pause, que je fume une clope, ben les gamins, je vois qu'ils travaillent la figure que j'ai fait, et ça me fait grave plaisir »³⁷⁵.

Cette forme de transmission s'apparente à celle rencontrée dans différents métiers patrimoniaux, comme l'agriculture ou l'ostréiculture, dans lesquels l'apprenant acquiert les savoirs en regardant puis en imitant ses aînés sur les lieux de travail « ça se fait tout seul, j'ai appris à force de voir »³⁷⁶. Certains savoirs techniques circulent ainsi sur les lieux de pratique sans que les acteurs de cette transmission n'aient d'interactions verbales. Ces échanges sont ainsi permis grâce à la juxtaposition dans un lieu restreint d'individualités. Nous comprenons ici l'intérêt pédagogique pour les skateurs de disposer de skateparks fréquentés par des pratiquants disposant d'un niveau expert. Rappelons que selon Gabriel Tarde, ces exercices

³⁷¹ Quentin, interviewé le 17 avril 2003 à Besançon.

³⁷² Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

³⁷³ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

³⁷⁴ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

³⁷⁵ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

³⁷⁶ Delbos G. & Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984. p.12.

effectués sur la scène sociale, en présence d'observateurs, permettent une diffusion des savoirs : « *ces répétitions sont en même temps des multiplications, des contagions qui se répandent* »³⁷⁷.

Sur les lieux de pratique, les skateurs organisent également des jeux qui peuvent devenir des moments d'apprentissage. Le « *out skate* » est en effet un jeu qui a été commenté plusieurs fois par les skateurs. Originaire des Etats-Unis, cet exercice consiste à lancer un défi à d'autres skateurs. Le premier effectue une figure devant tout le monde, et les autres doivent ensuite la reproduire. A chaque fois que les participants ratent, ils perdent une lettre. Chacun son tour, un skateur propose ainsi une figure qui doit être reproduite. Dès que le mot « *out* » ou « *skate* » est terminé, le participant a perdu. A Thise, ce jeu a été simplifié pour que les skateurs puissent avoir plus d'essais avant d'être éliminé. Par l'intermédiaire de ce jeu, les skateurs recréent une situation semblable à une séance d'entraînement. Par homologie, nous retrouvons l'entraîneur qui montre sa technique (dans notre cas le skateur qui lance le défi en accomplissant la figure), et les sportifs qui répètent le mouvement (ici les skateurs qui essaient de gagner le « *out* »).

*C'est ça le but du jeu, c'est d'apprendre à l'autre à faire des figures, tu connais « un out skate », il y en a un qui lance une figure, et l'autre doit la faire, nous on le fait à la cool, parce qu'on a des règles qui sont différentes des bisontins. Eux, ils jouent, ils font « skate ». Ils lancent un tricks et tu as un essai pour le faire, tandis que nous on accorde 3 essais pour le faire ... »*³⁷⁸.

D'autre part, les lieux de pratique comme les skateparks contribuent à des regroupements parfois totalement informels où s'échangent des savoirs, des représentations, des valeurs qui participent à l'élaboration de l'identité des skateurs.

Dans ces groupes de circonstances, les expérimentés confient leurs savoirs aux novices : « *Un désir d'échanges, de contacts dans l'univers citadin. On fait du skate, mais aussi on s'initie. On se communique les ficelles de ce nouveau sport et on rompt l'isolement, l'anonymat* »³⁷⁹. Ces instants observés dans le skateboard ont été de la même façon rencontrés dans le football sauvage : « *La socialité est éclatée et diffuse dans les rassemblements, se composant et se recomposant sans cesse en fonction des occasions et des*

³⁷⁷ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Les empêcheurs de tourner en rond, Paris : Editions du seuil, 2001, p.77.

³⁷⁸ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

³⁷⁹ Caroux J., « *Figures urbaines du quotidien : le skate sauvage* », in *Esprit* n° 10, Paris : octobre 1978, p.34.

lieux de rencontres, des moments de l'année et des opportunités. Ces regroupements, même s'ils sont éphémères, momentanés et dirigés par/vers un seul objet, font apparaître des procédures de ritualisation et de solidarité mécanique au sens de Durkheim »³⁸⁰.

Les skateurs interrogés ont ainsi révélé qu'ils donnaient des conseils techniques à d'autres pratiquants.

« Ça m'est arrivé plein de fois d'aider des gamins du skatepark ou des autres gens qui me demandaient comment ça, ça se faisait, tu donnes 2 ou 3 conseils »³⁸¹.

« Oui, on essaie, et c'est vachement bien, moi j'aime bien faire ça avec les gosses, pour jouer et puis pour leur apprendre des figures »³⁸².

Lors de notre enquête, les skateurs de Thise nous ont permis de comprendre les différences de savoirs circulant sur les lieux de pratiques.

« Les bisontins de temps en temps, ils ont un autre langage, nous on parle un peu plus à la française, ils parlent de back side, nous on dit back tout court, ça suffit, il y a des petits détails où on n'est pas d'accord. [...] »³⁸³.

Ainsi, socialisés dans des lieux différents, les apprenants peuvent disposer de savoirs différents. Le langage est une de ces composantes. En nous appuyant sur la sociologie des professions, nous voyons de la même façon que le vocabulaire technique adopté dans sa globalité par une profession éprouve au sein d'un ensemble géographique (entreprise, région) toujours des singularités.

Les skateurs de Thise nous ont permis également de comprendre le rôle des places. Lieux de rencontre, elles permettent de nouer des relations, et également de faire le lien en fédérant des générations autour d'un projet commun.

« On skatait le parking derrière l'école, lieu de rencontre de tous les skateurs de Thise et unique spot, et à force de traîner, on a rencontré Ludo et sa bande et on a gardé contact quand les petits ont arrêté. Ensuite, il y a quelques kids de Thise qui se sont mêlés avec nous ; on skatait ensemble »³⁸⁴.

³⁸⁰ Gibout C., Mauny C., « Le football "sauvage" ou l'espace-temps d'une autre socialité sportive », ACAPS, Communication affichée, Toulouse, 2003

³⁸¹ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

³⁸² Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

³⁸³ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

³⁸⁴ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

Enfin, dans les grandes agglomérations, les lieux de pratique sont des moyens efficaces de rencontrer des professionnels. Véritables modèles techniques et culturels, de nombreux jeunes fréquentent ou vont sur des sites renommés pour rencontrer leurs idoles :

« Mais en fait l'avantage du skate par rapport aux sports comme le basket, ou d'autres sports comme ça, c'est que ton idole, tu peux aller skater avec. Si tu habites par exemple à Paris, parce que tout est encore centralisé à Paris, ceux que tu vois dans les magazines, tu vas au Trocadéro, enfin ce n'est plus au Trocadéro maintenant, tu vas à Bercy, tu peux skater à côté d'eux. Moi je peux faire du basket, je doute qu'un jour, je pourrais jouer avec Jordan. L'avantage c'est ça, celui qui habite à Los Angeles, par exemple. Moi je sais que juste après mon bac, j'étais à Paris, je suis allé vivre à San Francisco, parce que c'est un peu la Mecque du skate, et je voulais vivre mon rêve américain, et je suis parti là bas, et ceux que je voyais dans les magazines étaient à côté de moi, il y avait la place en face qui s'appelait l'Embarcadéro, qui existe toujours, et il y avait tout ceux que je voyais dans les magazines, donc c'est ça l'avantage avec le skate, ça rapproche, il n'y a pas un fossé entre toi et les *pros*, ils sont plus abordables, tu peux parler avec eux, et ça c'est quelque chose que les adolescents aiment bien, c'est un peu authentique, c'est accessible, c'est pas des superstars. »

« (S : tu as déjà changé de ville pour skater ?) Oui, Lyon, Paris, Barcelone, Genève. (S : et tu rencontres des skateurs là-bas comme à Barcelone ?) Oui tu rencontres les meilleurs, tu peux les apercevoir, quand tu arrives à les voir, tu es trop content. (S : et ils sont forts quand tu les vois ?) Ah oui c'est un autre niveau, c'est des extra-terrestres, ils sont vraiment doués »³⁸⁵.

c) L'exemple du Macba à Barcelone

Etude ethnographique : Analyse de la place du « MACBA »

(Musée d'Art Contemporain de Barcelone)

Du 12 au 22 Décembre 2005

Barcelone est considérée par beaucoup d'experts comme « la Mecque » du skateboard européen. Avec un mobilier urbain totalement adapté à la pratique, et une police laxiste, la

³⁸⁵ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

ville offre un immense espace de jeux. Elle est d'autre part envahie par de nombreux professionnels de toutes nationalités, qui viennent tourner des films de skate, ou faire des photos pour des magazines de skate.

Nous avons souhaité durant cette thèse établir une analyse ethnographique approfondie de cette place, afin de révéler l'univers gravitant autour de ces skateurs lorsqu'ils sont sur certains lieux de pratique. En effet, considérée par certains comme une activité sportive, le skate est avant tout une pratique urbaine imposant un contact direct avec la population de l'agglomération (résidents, pouvoirs et forces publiques, marginaux).

Situation de la place étudiée :

Le Musée d'Art Contemporain de Barcelone (MACBA) est situé au centre ville, dans le quartier historique (à 500 mètres de la « Rambla »). Il dispose d'une immense place tout en marbre gris composée de murets, marches, et rampes permettant l'accès au musée. Cette architecture offre ainsi aux skateurs des curbs, gaps, et marches sur lesquels ils peuvent pratiquer. En outre, soulignons qu'aucun roller, ni BMX n'est présent sur la place.



386



Par ailleurs, la place est située à un kilomètre du quartier se nommant le «Raval », qui est un lieu habité par une forte proportion d'étrangers à très faibles revenus (notamment

³⁸⁶ Les photos du Macba ont été réalisées par mes soins lors de mon enquête à Barcelone en décembre 2005.

pakistanaï). Ce quartier est réputé comme très dangereux de jour comme de nuit, et les guides déconseillent même aux touristes d'emprunter ces rues.

La place est très connue par les skateurs car elle est présente dans les nombreux magazines et vidéos.

Premiers constats :

La place est fréquentée par une population très hétéroclite provenant de nations et de continents très différents. D'une part, nous trouvons des européens (espagnols, italiens, français, allemands) ; d'autre part des personnes d'Amérique latine (chiliens, mexicains, péruviens) ; enfin quelques maghrébins. Deux types d'usagers peuvent être discernés : une population traversant la place (touristes, passants) et une population restant sur la place (marginiaux, skateurs, dealers) ; la grande majorité des individus restant sur la place parle espagnol ou catalan.

De jour, le lieu apparaît comme relativement respecté. Il n'y a pas de tags sur le musée, ni sur les monuments historiques adjacents. En revanche, les nouvelles constructions, barrières, portes de garages, et poubelles sont intégralement graffées.





Selon les heures, le lieu est utilisé par des populations totalement différentes. La place a une fréquentation dépendant du rythme de vie des différentes populations (enfants, marginaux, travailleurs), de son ensoleillement (faisant varier la température de la place de 10° pendant l'hiver), et de l'usage de ses utilisateurs (skate, évènements culturels, repos). L'âge des individus sur la place varie également selon les jours et les heures. La plupart du temps, les usagers ont entre 18 et 35 ans. Ponctuellement des personnes plus vieilles (travailleurs venant se reposer durant la pose du déjeuner), ou plus jeunes (les enfants de l'école primaire attendant que l'institut ouvre, ou prenant leur récréation sur la place du MACBA à 11h et à 16h) viennent sur la place.

N'étant pas en période de vacances, peu de touristes sont présents. Ainsi, hors des heures de repas, presque toutes les personnes visibles et stagnantes sont des marginaux ou des skateurs.

A certains moments de la journée, on sent une ambiance tendue. Beaucoup de marginaux sont présents (avec fréquemment des chiens). Ils paraissent sales et portent des habits usés (toujours les mêmes sur notre semaine d'étude). Ils se réunissent en groupe et fument dans la grande majorité du cannabis. D'ailleurs, ils « *roulent leurs joints* » devant les passants et boivent des cannettes de bières. Les skateurs présents sur la place sont ainsi mêlés à des mendiants, marginaux et revendeurs de cannabis à la limite de la violence verbale et physique (plusieurs fois des marginaux sont venus aborder des skateurs pour leur demander de l'argent, des cigarettes et à manger).

Le tableau ci-dessous synthétise les différents moments des journées observées :

Heures	Individus qui passent	Individus qui restent	Remarques
8h à 11h	Livreurs, Individus se rendant sur leur lieu de travail.	Société de nettoyages	Avant 11h très peu de personnes sont présentes sur la place, (notamment à cause du froid)
11h à 13h	Passants, touristes, enfants (durant leur pose)	Skateurs, marginaux	La place devient de plus en plus fréquentée durant cette période
13h à 15h	Individus allant déjeuner et enfants sortant de l'école.	Skateurs, Travailleurs mangeant sur la place+ Marginaux+ dealers	Moment de forte concentration sur la place. De nombreux types d'individus sont présents, notamment beaucoup de skateurs.
15h à 18h	Touristes et passants, enfants (durant leur pose)	Skateurs+ dealers	A partir de 15 h, la place n'est plus au soleil et devient vite très froide. Les marginaux disparaissent ainsi dans des lieux plus chauds, et les personnes venues pour manger partent en général travailler
18h à 21h	Individus sortant du travail, et enfants sortant de l'école	Skateurs+ dealers	Moment de forte concentration de skateurs
21h à 23h		Quelques skateurs +dealers	A partir de 21h la place se vide lentement, et les usagers restants semblent de plus en plus durs.
23h à 6 h	Résidants du quartier + Individus sortant dans les bars et les discothèques environnants + Clients venant acheter du cannabis	Dealers	Après 23h, la place est presque déserte. Etant à proximité du raval, il est rare de s'aventurer dans les rues contiguës.

Notons que les skateurs sur la place sont différents tous les jours. En revanche, nous avons pu constater une régularité des marginaux présents, et notamment ceux vendant du cannabis. Nous pouvons remarquer également un respect mutuel des différentes communautés présentes ; aucune moquerie, ni provocation n'est faite.

Exemples d'individus présents sur la place



Cette photo nous montre la présence de nombreux marginaux profitant du soleil. Sur la gauche nous voyons un individu (chinois habillé en rouge), venant de se réveiller après deux heures passées sur un kimono au sol. Au fond, deux groupes de marginaux sont assis. Celui de gauche vend à des clients du cannabis.



Sur cette photo, nous voyons au premier plan un groupe de quatre jeunes skateurs prenant une pose. Nous voyons que l'individu à droite avec le pull rayé prépare ces musiques pour aller skater. Son ami avec la casquette dispose également d'un walkman pour pratiquer. Au fond à droite, nous distinguons 4 ouvriers venant prendre leur pose sur la place. Enfin, un peu partout, nous voyons des passants traversant la place.



Sur cette photo, nous voyons un groupe de skateurs au soleil (ils sont d'ailleurs assis sur leur planche pour ne pas avoir froid) auquel se sont mêlés des marginaux (à droite avec le chien). Nous voyons qu'il n'est pas facile de discerner les marginaux, tant le look non-conformiste des skateurs est proche. Ainsi, même si les skateurs portent des vêtements de marques, en comparaison des skateurs bisontins, ils ne cherchent pas du tout à les mettre en valeur.

Présentation des skateurs :

La place est organisée géographiquement selon le niveau technique des skateurs. Les meilleurs sont présents au centre de la place, au soleil. Ils pratiquent sur les marches comportant le plus de passage et sont exposés à la vue des « poseurs ». Les débutants s'entraînent surtout dans les coins, et s'essayent de façon ponctuelle au centre de la place mais ne se mélangent pas aux experts. De nombreux spots sur la place restent libres, alors que d'autres situés au soleil et au centre sont complètement saturés. Durant toute la journée, les skateurs vont d'un spot à un autre selon l'orientation du soleil.

Les skateurs créent un réel spectacle sur la place. D'ailleurs, malgré leur look « mauvais garçon », leur présence est très bien tolérée par les passants et les individus se reposant sur la place. Lorsque les experts réussissent une figure, ils sont même sifflés et applaudis par les autres pratiquants et les spectateurs.

Chaque jour, 15 à 25 skateurs viennent sur la place. Une majorité revient deux à trois fois dans la semaine. En moyenne, les skateurs pratiquent 2 à 3 heures entrecoupées de poses. Ils utilisent soit la grande partie en marbre (plate et roulante) pour faire des figures au sol et également des dérapages (induisant un bruit important), soit les marches et les rampes pour effectuer des sauts.

Seules deux skateuses ont pratiqué sur la place pendant ces 10 jours. Plusieurs explications peuvent être avancées : tout d'abord les filles sont d'une manière générale très peu nombreuses à pratiquer l'activité, de plus, certains marginaux sont relativement agressifs ce qui peut effrayer de nombreuses filles à s'aventurer sur ce lieu.

Il est difficile de définir un look spécifique concernant ces skateurs. Néanmoins, nous pouvons dire que les skateurs présents ont un look beaucoup plus antisocial et rock qu'à Besançon (allure de mauvais garçon : cheveux longs, gras, semblable à l'apparence des rockeurs des années 70, à l'instar des Rolling Stones). Très peu portent des pantalons larges (type baggie). Malgré une apparence marginale, 9 skateurs sur 10 portent des vêtements de marques. Ils ont tous des chaussures de moins de 6 mois (surtout les plus jeunes) coûtant en moyenne 110 €, des t-shirts (parfois deux l'un sur l'autre) et des pulls de marques.

Les groupes de skateurs se reposent entre deux sessions de pratique. Ils parlent de musiques, de sorties, ils se moquent des passants et des touristes, ils écoutent de la musique et regardent les autres skateurs pratiquer. Ils profitent également de ce moment de repos pour sortir leurs clefs et resserrer les boulons de leurs roues.

Les skateurs ont plusieurs façons de se saluer entre eux : soit ils se serrent la main (y compris avec des filles), soit ils se tapent sur la main, soit ils lèvent la main en dressant l'index et l'auriculaire au ciel.

D'un point de vue technique, les skateurs du MACBA sont d'un niveau bien supérieur aux skateurs de Besançon. Ils compilent en effet de nombreuses figures (*heelflip varial, switch heelflip front, etc...*) comportant des difficultés de réalisation importantes. Nous pouvons d'ailleurs remarquer une corrélation très nette entre l'âge et le niveau technique. En effet, plus les skateurs sont d'un âge avancé et plus leur niveau technique est important. Les plus âgés, c'est-à-dire ayant plus de 25 ans, sont globalement les plus performants. L'explication d'un niveau technique plus important à Barcelone qu'à Besançon est multiple : d'abord, le Macba est une place renommée, ainsi les skateurs d'un niveau moyen hésitent à venir se mêler aux *pros* ; d'autre part, Barcelone est une ville d'une taille sans commune mesure avec Besançon, elle dispose ainsi d'une population de pratiquants beaucoup plus élevés et peut donc permettre plus facilement le développement d'un nombre important de « bons skateurs ». Enfin, la ville est mondialement connue par les skateurs, et accueillent régulièrement des professionnels. Les locaux peuvent ainsi profiter de modèles techniques régulièrement sur leurs lieux de pratique.

Les skateshops à proximité

Quatre magasins de skate sont présents à moins de 500 mètres de la place. Ces magasins ont leurs devantures intégralement « graphés ». Régulièrement des skateurs viennent avec leurs nouveaux plateaux sur la place du Macba, les montrent et discutent de leur forme avec les autres pratiquants.



Cette photo nous présente un *skateshop* « numéro 4 ». Ce magasin est tenu par des français et existe de manière analogue à Marseille et à Paris. Il est situé sur une place, à proximité du Macba, régulièrement squattée par des marginaux qui dorment sous les arcades (nous pouvons d'ailleurs voir à droite un groupe appuyé contre un rideau métallique)



Ce magasin nommé « free » a sa façade volontairement graffée du nom du *skateshop*. Deux magasins identiques sont placés à proximité de la place. Nous pouvons voir à l'entrée à gauche du magasin qu'une collection de skates, depuis les tous premiers, est affichée au mur.

Les moments d'apprentissages visualisés :

Plusieurs formes d'apprentissages ont été visualisées sur le Macba. Nous nous proposons d'en présenter quelques unes, afin de donner du sens à la présence de ces skateurs sur ce lieu.

L'apprentissage en binôme : deux skateurs se suivent sur la place, le premier effectue une figure, le second situé derrière, essaie de la reproduire. Aucune conversation n'a lieu entre les deux individus pendant la pratique, car les deux skateurs écoutent de la musique. Ainsi, seuls les gestes sont imités.

Une seule fille est présente sur la place. Deux garçons la connaissant, lui apprennent les bases du skate (ollie, nollie) en effectuant devant elle et au ralenti des figures tout en les expliquant.

Six skateurs se suivent et passent successivement les mêmes obstacles (photo ci-dessous). Ils ont commencé par franchir la grande rampe d'accès du musée, puis ils se sont dirigés sur le haut de la place qui offre une longue plate d'environ 50 mètres sur laquelle ils s'entraînent au sol. Ils sont tous alignés les uns derrière les autres, et essaient chacun leur tour la même figure. Ils observent les gestes que font les précédents.



Quelques faits constatés :

Durant un après-midi, les membres d'une entreprise sont venus réaliser une photo de groupe devant le musée. Afin de se moquer et protester contre ce rassemblement sur « leur place », un groupe de skateurs s'est mis en arrière plan sur les marches (donc au-dessus des personnes photographiées) et ont tenu en l'air leurs cannettes et leurs skates. Ils sont restés présents durant toute la séance photo et ce malgré les protestations du photographe.



Nous pouvons constater une présence importante de skateurs non pratiquants assis sur les marches du musée et regardant les autres en pleine action. Surnommés les « poseurs », ces individus sont dans une situation idéale pour observer la réalisation de techniques sur un mobilier urbain auxquels ils ont accès. Nous pouvons d'autre part remarquer que les poseurs ne sont pas des jeunes n'osant pas pratiquer, mais plutôt des groupes se réunissant pour discuter et fumer (le skateur avec la casquette grise et la veste marron « roule un joint »).



Toute la journée des skateurs arrivent individuellement, par deux, ou en groupe. Ce qui frappe sur cette place, c'est le peu de discussions qui ont lieu entre les individus. La plupart du temps, les échanges ont lieu pour demander une cigarette ou des feuilles, féliciter un skateur qui vient de réaliser une belle figure, ou après avoir accompli un geste de politesse en laissant passer un skateur avant soi sur un saut. Presque un individu sur deux dispose d'un walkman ou d'un lecteur MP3 pour écouter de la musique pendant, et en dehors de sa pratique.

Nous retrouvons par ailleurs, des skateurs qui viennent avec des caméscopes pour se filmer entre eux, mais également pour filmer d'autres skateurs présents sur la place.

Aucun blessé n'a été comptabilisé durant toute notre observation, alors que nous avons vu environ 150 skateurs. Seul un jeune débutant a effectué une mauvaise chute, mais a repris quelques minutes plus tard.

Les marginaux :

Deux types de marginaux ont été identifiés sur la place :

D'une part des « sans domicile fixe » qui errent et qui dorment sur la place lorsque celle-ci est au soleil. Ils disparaissent dès que l'ombre et le froid sont présents, c'est-à-dire entre 15 et 16 heures. Ils mendient les skateurs, les passants, et les travailleurs mangeant sur place le midi.

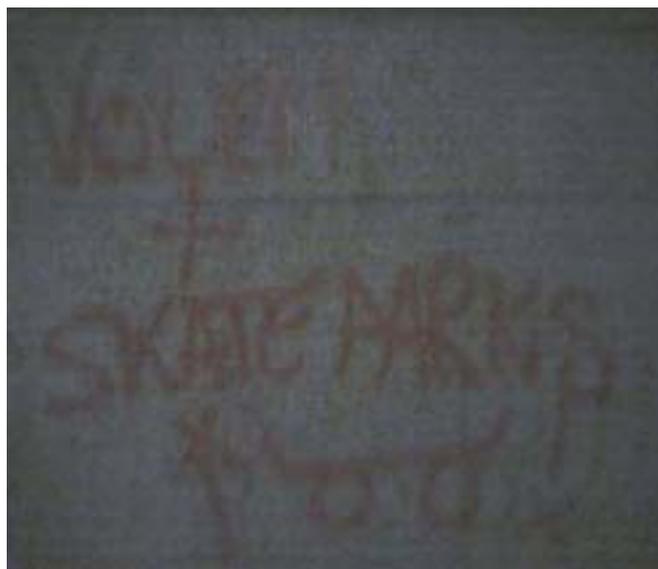
D'autre part, nous avons pu voir que des marginaux sur la place sont en fait des dealers de cannabis. Dès notre arrivée, nous avons vu une forte proportion de fumeurs de cannabis sans pour autant discerner immédiatement d'échanges de substances. C'est après trois jours d'observation, et une relative intégration dans la communauté résidant sur la place, que nous avons pu assister aux premières ventes. Deux personnes s'occupent de la vente : l'une a en charge de démarcher ou attend que des personnes viennent lui demander du cannabis ; il encaisse l'argent et envoie à son complice situé en face les clients qui viennent chercher la marchandise. Afin de signifier la quantité, il lève la main en l'air et indique grâce à ses doigts le montant à donner (5 doigts pour 5 € (por cinco), correspondant à une ou deux cigarettes). Nous avons assisté à deux échanges de ce type, un troisième plus important a nécessité l'appel d'un troisième complice pour apporter davantage de marchandises.

Les clients ne sont pas forcément des skateurs ; tout type d'individus viennent en effet sur la place pour acheter du cannabis, et ce à toute heure du jour et de la nuit. Quand le soleil se couche, seuls les dealers les plus dangereux restent sur la place (plusieurs fois nous avons vu des dealers sortir un couteau pour couper du « shit »). Le soir, les clients des bars et des discothèques à proximité (notamment la discothèque La Paloma) viennent sur la place pour acheter du cannabis.

La réappropriation de la place :

Nos observations, effectuées essentiellement la journée, auraient pu nous conduire à des conclusions hâtives et totalement erronés, si nous n'avions pas eu la chance de passer sur la place à 5 heures du matin un samedi. En effet, nos premiers constats laissaient dire que la place et notamment les monuments historiques étaient respectés par les skateurs et les marginaux dans la mesure où aucun tag ni détérioration n'étaient présents. Mais lorsque nous sommes passés à 5 heures, c'est avec un grand étonnement que nous avons retrouvé le lieu complètement vandalisé de tags de deux mètres de haut sur les quatre faces, avec des slogans très explicites : « el su civismo es mi precaridad » (votre *urbanité* est ma zone de précarité) ;

« *civicos = privilegiados* » ; « *viva el monopatín* » (vive le skateboard) ; « *patinar is not a crime* » (skater n'est pas un crime) ; des draps avaient été accrochés sur des barrières avec comme slogan « *skate is not a crime* ». Sur la porte du musée d'art moderne était tagé « *art pour les riches* ». Ainsi, nous pouvons nous rendre compte que cette tension latente présente sur le site durant la journée au sein de certains groupes, s'exprime de manière beaucoup plus radicale la nuit.



Nous pouvons remarquer que l'expression « *Skate is not a crime* » est la reprise d'un slogan existant depuis 25 ans qui avait été publié à l'époque par le magazine *Trasher* suite à l'emprisonnement d'individus ayant skater dans la rue aux Etats-Unis. Il s'agit avant-tout d'un slogan de protestation universel chez les skateurs. D'ailleurs, dans leur étude sur le skateboard dans les agglomération françaises, Claire Calogirou et Marc Touché ont rencontré

les mêmes manifestations de révoltes : « *Ils se savent mal aimés et répondent par des slogans cultes : « skateboarding is not a crime », par exemple, taggué sur des murs ou affiché sous la forme d'un autocollant sur les murs de leur chambre ou sous leur skate ; « skate or die », qui revendique la passion, l'engagement personnel, est un autocollant répandu ainsi qu'une inscription que l'on retrouve dans la plupart des lieux occupés régulièrement par les skateurs »³⁸⁷.*

Quand à 11 heures du matin, je suis venu pour photographier les lieux, tout avait été nettoyé, et une émission de radio avait lieu sur la place, seules les quelques photos prises de nuit avec mon téléphone portable sont visibles. Après avoir regardé de plus près les pierres, j'ai compris que ce fait était régulier, et que le service de nettoyage de la ville (BCNeta) sablait chaque matin les façades vandalisées pour enlever les graffitis.

Les autres lieux explorés à Barcelone

D'autres *spots* ont été visités durant notre étude et ont été choisis d'une part, car des skateurs nous ont conseillé de nous rendre sur ces lieux, et d'autre part, car ils sont présents sur des sites Internet, magazines et vidéos de skate. Ceux-ci ont été explorés et révèlent dans l'ensemble les mêmes caractéristiques que le MACBA. En effet, ces lieux sont également réappropriés, notamment par des graffitis omniprésents. Nous retrouvons la présence de marginaux, et de skateurs présents à toute heure. Enfin, ces lieux sont très fréquentés par les barcelonais.

³⁸⁷ Calogirou C., Touché M., *Le skateboard : une pratique urbaine sportive, ludique et de liberté*, In Au miroir du sport n°1226- Juillet- août 2000, p.40.

Sants

La place se situe juste à la sortie de la gare et se présente comme une grande esplanade en marbre, avec au centre, une rangée de bancs, eux aussi en marbre, alignés sur une centaine de mètres et abrités du soleil par un toit métallique.

De nombreux *pros* sont venus sur cette place pour tourner des vidéos de skate : « **Koston** dans *Menikmati*, **Franck Barattiero**, **Nao Nussbaum**, **Bastien Salabanzi** dans *Lordz Conspiracy*, **Enrique Lorenzo** pour la part Deca dans *Daewon vs Rodney* »³⁸⁸.



Parra-llel

Le sol de parra-llel est totalement lisse et offre une parfaite surface roulante. Les curbs ont une arête en fer sur tout le long, évitent ainsi les blocages des skateboards au milieu d'un grind. Une partie de l'endroit est au soleil, et l'autre à l'ombre, abritée par des arbres, ce qui le rend un peu plus supportable l'été. Le seul inconvénient de ce spot est le soir, car la place est aussi un rendez-vous de drogués et un squat pour la nuit. Il n'est pas rare de trouver des seringues usagées à côté des curbs ou même plantées dans les arbres (cf photo de gauche ci-dessous).



³⁸⁸ Article électronique et photos sur le spot « Sants » visible sur le site www.agoride.com.

Barceloneta

Le spot est face à la mer et accolé à la plage de Barceloneta. Il offre une belle surface roulante et deux modules ouverts aux skateurs. Ce spot est très agréable et moins dangereux que les lieux précédents (même si nous avons trouvé des seringues sur les lieux). Cependant, il est parfois difficile de skater en plein été car aucune ombre n'est disponible.



Vilapicina

Ce spot est très à l'écart du centre ville, et donc peu fréquenté par les skateurs locaux. Par ailleurs, le spot comporte peu d'éléments facilement skatable. Ainsi, seuls les skateurs d'un niveau confirmé viennent sur le site. De la même façon que Sants ou le Macba, ce lieu a été de nombreuses fois présent dans des vidéos et magazines. Nous pouvons remarquer également l'omniprésence de graffitis sur la place.



389

Synthèse sur les lieux explorés à Barcelone :

Nos observations ont révélé plusieurs aspects singuliers à Barcelone. D'une part, les skateurs présents dans ces lieux sont d'un âge plus avancé que les skateurs bisontins. Rares en

³⁸⁹ Photos obtenues sur le site www.agoride.com

effet, sont des très jeunes qui se sont aventurés durant notre étude sur ces lieux relativement dangereux et dont l'atmosphère tendue entre les groupes est parfois palpable. Ainsi, l'apprentissage des jeunes sur ces lieux de pratique apparaît relativement compliqué, et est une explication peu envisageable.

D'autre part, nous avons remarqué une délinquance beaucoup plus importante et marquée qu'à Besançon. Si les tags expriment visuellement cette déviance, les principaux actes sont en apparence dissimulés. Ainsi, les drogues douces (cannabis), voire dures (héroïne, cocaïne) font partie dans certains lieux de l'organisation sociale. Cet aspect est peut-être une cause de l'individualisme des skateurs présents sur ces spots. En effet, beaucoup écoutent de la musique pendant leur pratique et il est très rare que des individus abordent sur les spots d'autres individus ou des groupes qu'ils ne connaissent pas pour établir des sociabilités de circonstances.

Nous avons pu voir fréquemment des groupes de skateurs aux allures et aux conduites rebelles. Il serait intéressant de voir comment de nouveaux arrivants dans le groupe, et notamment des jeunes adaptent leur comportement et les valeurs du groupe. Certaines études montrent en effet que les enfants s'engagent sous la pression des pairs, dans des conduites qui leur nuisent ou qui peuvent être contraires aux attentes familiales, notamment car la pression des pairs augmente au cours de la jeunesse tandis que la dépendance à l'égard des opinions et des conseils des parents semble décliner³⁹⁰. Des recherches indiquent également que l'association avec des pairs déviants est un des plus forts prédicateurs de conduites déviantes chez les jeunes³⁹¹. Ainsi, ces lieux fédérateurs de groupes déviants, peuvent indirectement contribuer à ce que des nouveaux pratiquants soient mêlés à ces bandes ayant des effets ultérieurs négatifs et notamment de marginalisation chez certains individus.

Enfin, les lieux réappropriés sont généralement des places connues (Macba, Sants, Barceloneta), à proximité de sites historiques ou institutionnels (Gare, Musée). La politique municipale de Barcelone est complètement différente de celle pratiquée à Besançon, dans la mesure où le skate est autorisé dans la rue et intégré socialement à la vie de la cité. Régulièrement en effet, nous avons pu voir des skateurs déambulés dans les rues avec leurs planches à roulette, sans que les passants, ni les forces de l'ordre s'offusquent de leur présence. Néanmoins, notons que durant notre présence à Barcelone, des discussions au

³⁹⁰ Berndt, T. J., *Developmental changes in conformity to peers and parents*. *Developmental Psychology*, 1979, 15, 6, p. 608-616.

³⁹¹ Brown B., Mounts N., Lamborn S.-D., Steinberg L., *Parenting practices and peer group affiliation in adolescence*. *Child-Development*, 1993, 64, 2, p. 467-482.

niveau municipal envisageaient de restreindre la pratique sur les places fréquentées par les touristes.

d) Synthèse sur les lieux de pratique

Les lieux de pratique (places, skateparks, squats) sont très variables d'une agglomération à une autre. Ils permettent la mise en relation d'individus de niveaux très hétérogènes et permettent ainsi grâce à des imitations ou à des interactions de former des skateurs désireux d'apprendre. La famille et notamment les parents, sont les grands absents des lieux de pratique. Les skateurs revendiquent une indépendance pour se rendre sur les spots. En effet, même les plus jeunes se rendent presque tous de manière autonome sur les lieux de pratique. Ce mode de fonctionnement rappelle l'autonomie que les adolescents acquièrent et revendiquent très rapidement à l'école, dans la mesure où ils risquent de subir des moqueries de la part de leurs camarades.

Par ailleurs, nous avons pu constater que les différentes villes que nous avons explorées durant ces quatre dernières années (Besançon, Lausanne, Barcelone, Hossegor) connaissent toutes des singularités. Selon Ostrowetski³⁹², les villes sont en tant que formes spatiales, l'expression des cultures qui les ont produites. Même ceux qui produisent et projettent la ville (urbanistes, élus) n'échappent pas à leur propre représentation de l'urbain. La répartition des activités et des lieux de pouvoir, les séparations entre les espaces résidentiels et économiques, les formes d'habitation et de peuplement sont l'expression de la société, de ses normes, de ses valeurs, de ses habitudes. Le skate présent dans ces espaces sociaux, dispose d'une dynamique difficile à intégrer, car celle-ci répond à une demande d'un faible nombre d'individus plébiscitant ce mode de fonctionnement. Ainsi, nous avons pu voir que la proximité spatiale forcée de groupes sociaux différents (résidents, touristes, commerçants, skateurs) se traduit localement par des conflits et des mises à distance (comme par exemple à Besançon, le projet du skatepark place Leclerc, relégué à la « Gare d'eau », suite à l'opposition du comité de quartier).

Dans un second temps, de nombreuses études nous invitent à penser que la ville est un produit culturel, qui peut être à son tour un moule culturel et devenir un « état d'esprit ». Dès

³⁹² Ostrowetski S., *L'imaginaire bâtisseur*, Paris : Klincksieck, 1985.

1903, Georg Simmel³⁹³ a relevé dans « *l'urbanisation un mouvement de désocialisation des individus qui les arrache à leur milieu affectif de socialisation primaire* ». Les villes semblent productrices de cultures ou de sous-cultures urbaines. Nous touchons à cet instant un point important qui nous laisse penser que les villes peuvent avoir une action directe sur le comportement récréatif ou déviant des skateurs. Ceci a déjà pu être constaté dans les cultures musicales urbaines³⁹⁴ qui se sont développées grâce à des conditions matérielles spécifiques (les couloirs de métro), et peut être appliqué par analogie à notre objet, dans la mesure où les skateurs, dépourvus d'espace de pratiques adaptés et valorisants, ont adopté des comportements déviants en envahissant la ville.

Selon Maurice Halbwachs³⁹⁵, l'espace perçu et identifié participe à l'identité collective. De même, Marcel Mauss arrive à un constat similaire en concluant que « *la vie sociale sous toutes ses formes, morale, religieuse, juridique...varie en fonction de son substrat matériel* »³⁹⁶. Ainsi, nous pouvons constater que la circulation des valeurs et des normes ne peut-être homogène sur les lieux de pratique dans la mesure où chaque agglomération dispose d'un espace urbain singulier. Ceux-ci sont à ce propos, très différents, comme nous avons pu le constater à Barcelone, où la délinquance et la présence de marginaux viennent modifier complètement les comportements des skateurs sur les places. Toutefois, ces lieux de pratiques offrent la possibilité aux skateurs de mettre en spectacle leurs performances. Malgré les relatives interdictions municipales, et les sanctions informelles des experts, la ville offre aux skateurs, et même aux débutants, des lieux de représentation et d'entraînements accessibles : « *La pratique de l'espace public qualifie des usages et subit des effets de discrimination mais elle ne peut pas être normée au point de devenir exclusive et se transformer en appropriation. Un espace public est donc un espace où l'intrus est accepté, bien qu'il n'ait pas encore trouvé sa place et bien qu'il n'ait pas abandonné sa liberté d'aller et de venir* »³⁹⁷.

Enfin, nous pouvons souligner que les modèles de skateurs présentés précédemment peuvent être totalement revus lorsque nous transposons le skate dans un autre milieu. Le skatepark de Thise, implanté dans des zones rurbaines (agglomérations de 4000 habitants) est

³⁹³ Simmel G., « Métropoles et mentalité » (1903), in Grafmeyer Y. & Joseph I., *L'école de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine*, 1979, p.61-79.

³⁹⁴ Green A.M., *Les musiciens du métro, une approche des musiques vivantes urbaines*, Paris : L'Harmattan, 1998.

³⁹⁵ Halbwachs M., *la topologie légendaire des évangiles en terre sainte*, Paris : PUF, 1941.

³⁹⁶ Mauss M., *Sociologie et anthropologie*, Paris : PUF, 1905, Edition de 1991, p.475.

³⁹⁷ Joseph I., *Le passant considérable*, Paris : Méridiens-Klincksieck, 1984, p.40-41.

propice aux rencontres et aux échanges verbaux de voisins. Nous le verrons dans les prochains chapitres, un lien fort entre les skateurs de Thise s'est d'ailleurs tissé.

2. Le binôme

« Nombre de modes de pensée et d'action- et souvent les plus vitaux- se transmettent de la pratique à la pratique, par des modes de transmission totaux et pratiques fondés sur le contact direct et durable entre celui qui enseigne et celui qui apprend (« fais comme moi ») »³⁹⁸.

Dans nos entretiens, pratiquer en binôme est une constante. Gilles Vieille-Marchiset³⁹⁹ a d'ailleurs fait remarquer que plus du tiers (37,5%) des jeunes qui se rendent au skatepark le font avec un copain, la fonction de médiation est ainsi considérable. Deux formes de pratique en binôme doivent néanmoins être dissociées. En effet, les pratiquants peuvent soit avoir le même niveau, soit l'un peut avoir une expertise technique plus importante que l'autre. Nous allons ainsi étudier ces deux modèles et voir les effets pouvant en résulter.

a) Deux skateurs de niveau similaire pratiquent ensemble

« Je ne sais pas, on pratiquait le même skate, je m'inspirais de lui et il s'inspirait de moi »⁴⁰⁰.

Lorsque deux skateurs non experts s'engagent dans l'activité en souhaitant progresser, nous avons pu remarquer qu'ils mettent en place mutuellement une véritable pédagogie de la recherche. Les découvertes de l'un sont transmises à l'autre. On retrouve à cet instant les théories d'Espinas et de Tarde, dans la mesure où une initiative individuelle menant à une invention, et ensuite suivie d'une imitation. Selon les deux auteurs, cette imitation qui peut avoir lieu par la reproduction des gestes, et notamment dans le cas de l'apprentissage d'une figure, n'en reste pas moins *« transmises imitativement par le grand véhicule de toutes les imitations : le langage »⁴⁰¹*. Ce décodage en temps réel des gestes techniques a été de nombreuses fois remarqué sur les lieux de pratique, et ce malgré le fait que les deux skateurs soient débutants. Dès que l'un des deux protagonistes (souvent des amis) progresse, il explique à l'autre les causes de sa réussite. En se référant à Piaget, nous pouvons constater que les interactions avec un pair offrent une *« relation de mutuelle réciprocité, dans laquelle*

³⁹⁸ Bourdieu P., *Réponses*, Paris : Editions du Seuil, 1992, p.193.

³⁹⁹ Vieille-Marchiset G., *Sports de rue et pouvoirs sportifs*, Paris, Presses Universitaires Franc-Comtoises, 2003, p.43.

⁴⁰⁰ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁴⁰¹ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Les empêcheurs de tourner en rond, Paris, Editions du seuil, 2001, p.75.

les deux membres partagent les mêmes prérogatives pour exprimer leurs opinions, être écoutés et construire mutuellement une nouvelles compréhension »⁴⁰².

Pratiquer à deux lorsque l'on dispose d'un niveau semblable permet d'instaurer une relation de confiance et d'équité propice aux échanges et à la pratique. Tour à tour modèle, les skateurs peuvent exprimer leurs expériences, sensations, et impressions : *« L'autre se fera observateur, enregistreur et moniteur de son vis-à-vis dans une relation de parfaite réciprocité. A deux, on skie, on surfe et on « planche » mieux. Le couple ou le tandem est donc le premier et probablement le degré idéal de la socialité des nouveaux sports »⁴⁰³*. Cette circulation des savoirs, dans le cadre d'une communication directe entre l'émetteur et le récepteur ne rencontre pas de parasites.

Par ailleurs, cette proximité spatiale permet d'apprécier en direct les techniques utilisées et les retouches apportées pour optimiser le mouvement. Le contact humain procure une interactivité de la pratique où chacun peut en temps réel apporter « une pierre à l'édifice ».

La progression entre débutants est apparue dans nos observations de terrain et dans nos entretiens comme laborieuse pour les apprenants. Il semble que la présence d'un expert dans ce binôme modifie substantiellement les résultats de l'apprentissage.

b) L'expert prenant sous son aile un novice

*« En fait, au tout début c'est un pote français qui avait été classé au V7 teenage tour qui m'a donné envie c'est avec lui que j'ai commencé à rouler et à trouver l'équilibre et c'est avec lui que j'ai rentré mon premier ollie »⁴⁰⁴. « En fait au début on a bloqué sur le Ollie, savoir comment on décolle la planche, mais un bon bout de temps presque un an, et puis sinon on achetait deux ou trois mags mais on n'avait pas vraiment la technique, ça a vraiment explosé quand on a rencontré Jean-Luc Denoëux qui était plus fort et nous a expliqué plein de trucs, c'était un thisien qui avait arrêté et qui a repris avec nous »⁴⁰⁵.
« C'est le petit Gauthier qui m'a appris plein de façons de skater. Un jour, il m'a fait rentrer un tricks que j'avais jamais fait et c'est grâce à lui, et j'étais trop reconnaissant, il m'a dit t'as juste à faire ça, tourne ta jambe. »⁴⁰⁶*

Nous avons pu voir dans notre partie expliquant *« comment ces individus sont devenus skateurs »* que le déclencheur est souvent la pratique d'un ami ou d'un proche (frère, cousin).

⁴⁰² Piaget J., *Le jugement moral chez l'enfant*, Paris : Alcan. (Nouvelle édition : 1957), Paris : PUF, 1932.

⁴⁰³ Maurice, *Le surfer et le militant*, Paris : Autrement, 1987, p.81.

⁴⁰⁴ Steiner zeiler fog, interviewé le 14 avril 2005 sur Messenger.

⁴⁰⁵ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁴⁰⁶ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

L'apprentissage du skate par les débutants grâce à des individus pratiquant déjà depuis un certain moment est fréquent, et permet aux débutants de profiter d'un ami initié « leur donnant la main » durant les premières périodes d'apprentissage du skateboard. Il peut être à la fois guide, mais aussi un critique légitime. On retrouve ici, tout à fait le rôle d'expert décrit par le Larousse : « *un spécialiste chargé d'apprécier et de vérifier* ».

Les skateurs de bon niveau apparaissent régulièrement dans les entretiens comme des modèles techniques à imiter. Ils apportent à l'apprenant des références culturelles et techniques de manière visuelle durant la pratique, qu'ils complètent par des explications orales lors des poses qu'ils font entre deux sessions.

Les éléments que nous énonçons ici, sont conceptuellement identiques à ceux rencontrés dans l'analyse de Delbos et Jorion. En effet, ils décrivent ces : « *quelques occasions où du savoir est authentiquement transmis. Il s'agit de ces moments privilégiés où un ancien prend à part un jeune qu'il a en affection et lui transmet un important secret, les marques, les alignements d'un coin très poissonneux* »⁴⁰⁷.

De la même manière, dans le domaine du vin, de nombreuses études ont montré l'intérêt d'un apprentissage par l'intermédiaire d'experts, et notamment les avantages par rapport à deux individus du même niveau évoluant ensemble. Gawel⁴⁰⁸ a démontré que la performance des novices est significativement meilleure lorsqu'ils doivent retrouver des vins à partir de la description d'un expert plutôt qu'à partir de celle d'un novice. Selon Chollet et Valentin⁴⁰⁹, cette réussite est justifiée par le fait que des descriptions réalisées par des experts comportent davantage de termes techniques et précis, alors que celles des novices comportent davantage de termes globaux. Cette tendance suggère que les skateurs experts perçoivent les choses de façon analytique (ils savent associer des figures, des formes de corps à des gestes techniques) alors que les novices les perçoivent de façon plus holistique. Les novices utilisent des « traits de surfaces » pour classer alors que les experts basent leur classification sur des traits plus « profonds » qu'ils auraient appris⁴¹⁰. Ainsi, experts et novices utilisent le même espace, mais ils diffèrent quand ils le décrivent : « *les experts décrivent l'espace perceptif*

⁴⁰⁷ Delbos/ G., Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984, p.238.

⁴⁰⁸ Gawel R., « *The use of language by trained and untrained experienced wine tasters* », *Journal of Sensory Studies* 12, 1997, p.267-284.

⁴⁰⁹ Chollet S. & Valentin D., « *Le degré d'expertise a-t-il une influence sur la perception olfactive ? Quelques éléments de réponse dans le domaine du vin* », *L'Année Psychologique* 100, 2000, p.11-36.

⁴¹⁰ Chi M.T.H., Bassok M., Lewis M.W., Reimann P. & Glaser R. « *Self explanations : How students study and use examples in learning to solve problems* », *Cognitive Science* 13, 1989, p. 145-182.

commun avec des mots précis et informatifs alors que les novices le décrivent avec des termes globaux et allusifs »⁴¹¹.

De plus, le meilleur traitement des skateurs experts est dû à une capacité à analyser leurs sensations et à extraire les traits principaux d'une action. En effet, leur expérience permet d'identifier les procédés déterminants et d'évacuer les éléments parasites. Leur description est ainsi beaucoup plus ciblée.

Par ailleurs, cette capacité se traduit par un choix plus important de termes précis permettant d'attirer l'attention du skateur débutant sur les éléments à prendre en compte et notamment les facteurs clefs de succès. Le langage a en effet beaucoup d'importance dans l'explication des techniques. Le vocabulaire utilisé par les skateurs experts est plus important et précis, permettant ainsi une meilleure description des figures. Les skateurs qui ont appris souvent à plusieurs des techniques, utilisent un langage normé (notamment le nom des figures) qui renvoie à des significations et des références communes qu'ils peuvent transmettre aux novices. Ces savoirs collectifs participent à l'intégration des débutants dans une collectivité à laquelle ils sont lentement initiés.

Plus globalement, l'apprentissage par l'intermédiaire d'un expert permet d'identifier des caractéristiques distinctes parfois fines tout en utilisant des termes précis et codifiés.

Notons néanmoins que tous les experts ne sont pas forcément de bons formateurs. Dans une phase d'apprentissage, l'expertise d'un pratiquant n'a d'intérêt pour un apprenant que si celui-ci s'attelle à la transmettre de manière cohérente et explicite, et si l'expert se met au même niveau technique, et utilise un vocabulaire adapté. En effet, lors des « out skate », plusieurs fois des skateurs débutants ne connaissaient pas l'enchaînement de figures à réaliser, ainsi même face à un modèle technique à proximité, l'apprenant était dans une résolution de problèmes trop importante pour progresser.

c) Des différences de références entre les générations

Nous pouvons faire remarquer que l'apprentissage par les aînés pose parfois un problème de fond. Nous avons constaté lors de notre rappel historique que deux phases s'étaient succéder : la « old school » et la « new school ». Ainsi, deux façons de voir le skateboard mais aussi de le pratiquer sont à discerner. Si, les bases techniques connaissent de nombreuses similarités, en revanche, sa pratique experte est totalement différente, notamment

⁴¹¹ Valentin D., Chollet S., Abdi H., « *Les mots du vin : experts et novices diffèrent-ils quand ils décrivent des vins ?* », Corpus ; Numéro 2, La distance intertextuelle, décembre 2003.

avec une différence majeure : l'apparition de figures très techniques. Dans ces conditions, les jeunes experts peuvent léguer des savoirs, mais les plus anciens pratiquants, qui n'ont pas suivi l'évolution technique, et qui pratique encore avec le style « old school », ne peuvent pas transmettre l'ensemble de leurs savoirs aux jeunes, car ceux-ci sont en partie obsolètes.

Par analogie, nous retrouvons ce problème de transmission dans de nombreuses professions⁴¹², l'évolution des techniques de travail et les mutations du marché ont en effet empêché les transmissions de certains savoirs faire. Les porteurs sont dépossédés des occasions de valoriser leurs compétences. Subséquemment, la diffusion des savoirs n'est donc plus conditionnée à la présence des anciens.

Dans certains cas, nous pouvons même déceler dans le skateboard la présence de transmission à rebours ou de « rétro-socialisation ». Les plus jeunes montrent en effet les nouvelles techniques aux anciens. Au delà de la simple notion de transmission, cette situation renverse la hiérarchie sociale. L'aîné n'est plus le maître du jeune mais l'apprenant.

Ce phénomène décrit par de nombreux sociologues des professions et de la famille induit ainsi des problèmes déjà décrits par Alain en 1927 : « *je remarque partout une jeunesse qui en sait plus que ses maîtres. Dans l'ordre politique, cela va à tout examiner et à refuser tout maître. Bref je crois que cette jeunesse sera difficile à gouverner* »⁴¹³. La création du nouveau skatepark en est un révélateur. La réalisation de ce nouvel espace fut prise en charge de façon bénévole par deux anciens skateurs passionnés disposant d'une expérience de dix années de skate chacun. La grande majorité des jeunes skateurs s'est opposée et retirée de la conception du projet estimant que le skatepark ne leur correspondrait pas et que ces individus ne connaissaient pas les attentes des skateurs de la nouvelle génération⁴¹⁴. Nous voyons ainsi que malgré des générations proches l'une de l'autre (une dizaine d'années), les références culturelles et techniques des skateurs de la « old » et de la « new » school sont importantes.

Notons que les anciens sont généralement absents des lieux de pratique. Ceci peut être expliqué par le fait que d'une part, ils n'étaient pas nombreux à pratiquer autrefois, et d'autre part, ils sont pour la plupart entrés dans la vie active, ce qui les empêche de venir aux heures de pratiques des jeunes skateurs.

⁴¹² Comme par exemple dans l'industrie avec l'apparition des commandes numériques.

⁴¹³ Alain., *Propos Pléiade* 1^{er} octobre 1927, 1956, p.719.

⁴¹⁴ Pour les skateurs « new school » il est indispensable que le skatepark comporte beaucoup de modules reproduisant le mobilier urbain. Les skateurs « old school » quand à eux veulent privilégier des obstacles leur permettant de réaliser des sauts de grande amplitude.

3. Le groupe de pairs

a) La composition des groupes

Bien qu'il s'agisse d'un sport individuel, où la première personne concernée est l'acteur, qui par sa pratique cherche à s'épanouir, le skate n'en reste pas moins une activité fédératrice et créatrice de petits groupes. L'ensemble des skateurs interrogés, et surtout les plus jeunes, ont témoigné que leur sport se pratiquait en général en groupe de 3, 4 ou 5 individus, qu'ils appellent une « *team* »⁴¹⁵, et plus rarement grâce à des regroupements informels en bande comptant environ une dizaine d'individus : « - « *Je commençais à connaître Paolo et puis du coup j'ai été avec Paolo et puis Quentin, Damien, et puis je skate avec eux tout le temps.* »⁴¹⁶ - « *En groupe, avec mes potes, qui eux ont commencé un peu avant moi, et j'ai appris avec mon frère, puis on a fait une team.* »⁴¹⁷ - « *Avec 2, 3 copains de classe, mais c'était plus des amis de quartiers* »⁴¹⁸. « *Un noyau dur c'est moi, Jean-Luc, Nicolas Muloser de Baumes les dames, Jimmy, Jaco de Baume les dames, et son frère zac, et sinon le petit Alex* »⁴¹⁹.

Ces constatations rejoignent les travaux d'Eric Adamkiewicz : « *ils pratiquent rarement seuls mais à partir de groupes réduits. Des regroupements plus importants ont lieu ponctuellement lorsqu'il y a des démonstrations organisées. Ces groupes se côtoient au nombre de 3 à 12 environ* »⁴²⁰, et plus généralement les tendances actuelles révélées par des études sociologiques : « *Jamais les jeunes ne sont sortis autant, surtout entre eux, et de plus en plus tôt, que depuis le tournant des années quatre-vingt. Cette tendance est même si forte ... qu'elle est devenue un trait dominant de la civilisation moderne.* »⁴²¹ - « *88% des 15-19 ans déclarent avoir un groupe d'amis réguliers* »⁴²².

Une étude menée par nos soins auprès de jeunes skateurs de Besançon durant l'année 2003 (DEA) a ainsi mis en relief un lien entre skateurs de la même bande. Composés d'amis d'enfance, de voisins, ou d'individus rencontrés sur les lieux de pratique, ces rassemblements sont récurrents et révèlent un lien social fort entre certains individus qui se côtoient après la

⁴¹⁵ « *Team* » = équipe.

⁴¹⁶ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

⁴¹⁷ Meuh enjoy, interviewé le 12 novembre 2005 sur Messenger

⁴¹⁸ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

⁴¹⁹ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁴²⁰ Adamkiewicz E., *Performances sportives de rue*, Sports en ville, La recherche urbaine n°79, 1998, p.51.

⁴²¹ Mayol P., *Les enfants de la liberté, Etudes sur l'autonomie sociale et culturelle des jeunes en France 1970-1996*, Paris : L'Harmattan, 1997, p.138.

⁴²² Donnat O., *les pratiques culturelles des français*. Enquête 1997, Paris : La documentation française, 1998.

pratique, notamment le soir, le week-end, et durant les sorties. Dans ce sens, le skateboard est créateur et maintient des sociabilités.

Notons également que les membres présents au sein des groupes que nous avons pu rencontrer ont en général un âge proche. Les skateurs d'un âge plus avancé, symbolisant peut-être déjà le monde adulte, sont rarement mêlés aux groupes d'adolescents. Seuls deux ou trois anciens skateurs, considérés comme des références techniques et symboliques de leur époque, pratiquent avec plusieurs générations.

b) Les savoirs circulants dans le groupe

- *«En général Paolo et Quentin, c'est les deux plus forts, il y a des tricks que je n'arrive pas à faire et ils peuvent m'aider, ils me donnent 2 ou 3 conseils et ça m'aide »*⁴²³.

- *« J'ai des bons conseils quand je vais rider avec les autres »*⁴²⁴.

- *« (Comment as-tu appris les techniques ?) tout simplement en regardant des vidéos, dans les magazines, et puis toujours celui qui était le plus fort dans le groupe, qui maîtrisait, ou qui était toujours un peu avant-gardiste »*⁴²⁵.

Nos entretiens nous ont permis de comprendre que le groupe de pairs est une véritable instance de socialisation technique et culturelle dans le skateboard. De la même manière que dans une entreprise, les apprentis s'inspirent des travailleurs déjà en poste. Les experts cèdent des conseils et des modèles permettant aux novices d'évoluer techniquement⁴²⁶. Par ailleurs, au-delà de la transmission des savoirs et savoir-faire, le groupe de pairs consent à léguer les normes et valeurs du collectif.

Par analogie, nous retrouvons cet apprentissage chez les fumeurs de marijuana de Becker : *« c'est la fréquentation de groupes utilisant la marijuana qui entraîne une telle modification. C'est là que l'individu apprend à fumer comme il convient- éventuellement grâce à un apprentissage explicite »*⁴²⁷. Le groupe devient ainsi une référence technique dont son inspiration garantit au novice des bases sûres et intégratives. La circulation des savoirs auprès des aspirants est d'ailleurs facilitée selon Tarde par le fait que *« l'être social, en tant que social, est imitateur par essence, et que l'imitation joue dans les sociétés un rôle analogue*

⁴²³ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

⁴²⁴ Bast, interviewé le 27 avril 2005 sur Messenger.

⁴²⁵ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

⁴²⁶ Dubar C. & Tripier P., *Sociologie des professions*, Paris : Armand Colin, 1998.

⁴²⁷ Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métaillé, 1985, p.69.

à celui de l'hérédité dans les organismes ou de l'ondulation dans les corps bruts »⁴²⁸. Cette école de pensée s'apparente au concept de nourrissage évoqué par Salmona⁴²⁹. C'est en effet grâce à une immersion prolongée et un apprentissage explicite dans un espace social particulier, qu'un processus d'identification se met en place. Aristote a d'ailleurs évoqué sur ce point la capacité de l'homme à apprendre en copiant un modèle : « *L'homme est le plus mimeur de tous les animaux et c'est en mimant qu'il acquiert ses premières connaissances* » (Aristote, *Poétique*).

En outre, face à cette organisation, nous pouvons souligner que nous retrouvons au sens de Mary Douglas une institution : « *On entendra institution au sens de groupement social légitimé. L'institution en question peut être une famille, un jeu, une cérémonie ; l'autorité légitimante peut venir d'une personne- un père, un docteur, un juge, un arbitre, ou un maître d'hôtel- ou bien, de façon plus diffuse, se fonder sur un consensus ou sur un principe fondateur général* »⁴³⁰. Caractérisés par des « *cadres de pensée communs* »⁴³¹, ces groupes sociaux fondent leur légitimité en vertu d'une convention formelle et d'un type particulier : les savoirs sont à la fois institués collectivement et utilisés de manière rationnelle par les individus. Ces petites communautés, faites de relations plurivoques et d'interactions individuelles, invitent leurs membres à partager leurs croyances et leurs valeurs.

Cette organisation s'appuie sur un réseau d'échanges entre les skateurs. Ce constat fut à tel point remarquable, que nos dix derniers rendez-vous d'entretiens ont été obtenus par l'intermédiaire du bouche-à-oreille sur les lieux de pratique et des échanges de numéros entre skateurs amis. Selon Pierre Mayol : « *C'est cela la fonction prioritaire du réseau, c'est là que réside la solidarité sociale qu'il énonce : faire circuler l'information le plus vite possible, donner des idées, faciliter les rencontres* »⁴³².

En reprenant Georges Simmel, ces moments de sociabilité auxquels nous pouvons assister au détour d'une rue ou au sein d'un skatepark ne sont-ils pas « *une forme ludique de socialisation* »⁴³³ ? Le groupe est le lieu d'interactions à la base de l'élaboration d'images réciproques et de représentations sociales communes. Il permet l'apprentissage et la formulation de règles auxquelles le skateur doit se soumettre mais à l'élaboration desquelles il a le sentiment d'avoir participé. Véritable laboratoire d'expérimentation des relations sociales,

⁴²⁸ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Les empêcheurs de tourner en rond, Paris : Editions du seuil, 2001, p.64.

⁴²⁹ Salmona M., *Les paysans français*, Paris : L'Harmattan, coll. Alternatives rurales, 1994.

⁴³⁰ Douglas M., *Comment pensent les institutions*, Paris : La découverte, 2004, p.81.

⁴³¹ Douglas M., *Ainsi pensent les institutions*, Paris : Usher, 1989, p.41-42.

⁴³² Mayol P., *Les enfants de la liberté, Etudes sur l'autonomie sociale et culturelle des jeunes en France 1970-1996*, Paris : L'Harmattan, 1997, p.221-222.

⁴³³ Simmel G., *Sociologie et épistémologie*, Paris : PUF, 1981, p. 425.

le groupe permet aux skateurs de vivre avec d'autres des situations nouvelles et contribue à la découverte de nouveaux rôles sociaux et à l'apprentissage des normes et des valeurs⁴³⁴.

Lors de ces regroupements, ils s'échangent de nombreux savoirs, techniques et anecdotes qui contribuent à l'élaboration de l'identité du groupe et des skateurs. Ainsi, nous avons pu constater que certains groupes opposés⁴³⁵ vont jusqu'à disposer de techniques, langages et looks différents car leurs influences sont diverses. On comprend donc l'importance du choix du groupe dans le processus de socialisation et dans l'apprentissage des techniques et des valeurs du skate.

« Tu vois Thise c'est "trasher", et Besançon c'est "rappeur us" »

Moi j'aime bien les gros « gaps », c'est un peu le style de Thise, le fait de skater des trucs aussi pas très skatable ; et à Besac, ils aiment bien les spots clean et le curb, on va dire que Besançon, c'est baggy, casquette de travers, et que Thise c'est jean serré et casquette publicitaire pourrie, il n'y a pas de « yo » à Thise »⁴³⁶.

« Oui, oui, mais même en général le skateboard c'est plus hip-hop, ce n'est pas du tout métal... eux c'est des pseudos skateurs, ils disent je suis fun, j'écoute ça (du métal), c'est pas du skateboard ».⁴³⁷

Ces dissemblances peuvent s'apparenter par homologie à une culture d'entreprise. Chaque organisation, travaillant pourtant dans le même secteur d'activité, a ses valeurs et ses logiques internes. L'entreprise reconnaît son affiliation au secteur d'activité mais se veut singulière quand à sa manière d'organiser la vie sociale de ses membres au sein de sa structure.

Ce dont nous parlons et qui se manifeste ici, c'est bien une identité qui se crée au sein du groupe de skateurs et qui circule ensuite entre ses membres. Une identité renforcée par le fait que ses membres sont tous pratiquants d'une activité atypique dans lequel s'instaure un rituel dans le sens où Pierre Bourdieu l'entend : il instaure une séparation radicale entre ceux qui en font et ceux qui n'en font pas. Cette identité commune aux skateurs est la résultante d'une socialisation méthodique dont tous les membres du groupe sont à la fois les diffuseurs et les récepteurs d'un « système d'idées, de sentiments, d'habitudes qui expriment en nous,

⁴³⁴ Palmonari A., Pombeni M.L., *Formes et fonctionnement des groupes de pairs à l'adolescence. L'orientation scolaire et professionnelle*, 1989, 18, 4, p. 301.

⁴³⁵ Les groupes prônant le Hard et les autres le Rap. Cf : les lieux de pratique (partie précédente).

⁴³⁶ Alexandre, interviewé le 26 octobre 2006 sur Messenger.

⁴³⁷ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

non pas notre personnalité, mais le groupe ou les groupes différents dont nous faisons partie »⁴³⁸. Ainsi, inséré dans un groupe, le jeune skateur devient un être social au sens où l'entend Durkheim, se construisant grâce aux références portées par les membres référents. Très vite, lors de nos entretiens il a été facile de dissocier les meneurs des suiveurs, ceux qui influencent et ceux qui sont influencés. Les leaders, sont en effet régulièrement cités comme exemple par le reste du groupe qui reconnaît en eux des qualités techniques et des manières d'être. Nous retrouvons les éléments de Rodriguez-Tomé : « Des personnes qui, faisant partie de l'entourage, possèdent aux yeux de ceux-ci, certaines qualités ou certaines puissances qui les rendent particulièrement importantes, d'où significatives »⁴³⁹.

Après interviews des meneurs, nous avons pu également constaté qu'il s'agissait d'individus disposant d'un vécu sportif, d'un vocabulaire technique, et généralement d'une culture skate conséquente⁴⁴⁰. Nous retrouvons ainsi l'idée que la maîtrise linguistique, et le capital culturel au sens boudiesien, n'est pas simplement un instrument de connaissance, mais aussi un instrument de domination, induisant toujours des rapports de force entre les locuteurs et leurs groupes respectifs. L'agrégation de ces capitaux concourt à élaborer un capital symbolique perçue par les skateurs, créant une hiérarchie informelle.

Les skateurs se reconnaissent tous pratiquants de cette activité, mais ont une manière originale d'aborder et d'interpréter ce phénomène culturel. En ce sens, il est dangereux de parler de « culture glisse » ou de « culture urbaine » à l'instar d'Alain Loret⁴⁴¹, tant les représentations entre chaque groupes divergent.

Les skateurs d'un même groupe semblent avoir besoin de se distinguer des individus d'une communauté différente. Le groupe que forment les skateurs de Besançon se distingue des autres selon les paramètres les plus visibles (origine géographique, vêtements, style de musique, techniques sportives, etc.) et ses membres font tout leur possible pour justifier d'une différence, d'une légitimité voire d'une supériorité par rapport aux autres groupes : « nous et eux »⁴⁴² (Si des conflits entre les groupes peuvent être palpables, il n'en reste pas moins latent, aucun conflit ouvert n'a en effet été remarqué). Ils font également tout leur possible

⁴³⁸ Durkheim E., *Education et sociologie*, Presses Universitaires de France, Paris, éd 1966, 1922, P. 92.

⁴³⁹ Rodriguez-Tomé H., *A propos des personnes significatives dans l'entourage des adolescents, Etude différentielle. L'orientation scolaire et professionnelle*, 1973, P. 344

⁴⁴⁰ Notamment grâce aux *contests* (V7 teenage tour : contest national de skate) et aux voyages réalisés (être allé à Barcelone ou aux Etats-Unis par exemple).

⁴⁴¹ Loret A., *Génération Glisse*, Paris : Editions Autrement, 1995 & Loret A & Waser A.M., *Glisse urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001.

⁴⁴² « Oui, mais eux c'est des pseudos skateurs, ce n'est pas du skateboard », Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

pour défendre, supporter les membres de leur groupe face aux concurrents⁴⁴³, et apparaissent comme un groupe fermé à tous les nouveaux arrivants.

Ses membres tendent à se conformer à ce qui se dit ou fait dans le groupe. L'apparence, et notamment le style vestimentaire, est une des manœuvres permettant aux skateurs d'être similaires aux membres présents dans le même groupe qu'eux, et ne remettant ainsi pas en cause leurs acceptations. Selon David Le Breton : « *le corps doit passer inaperçu dans l'échange entre les acteurs, même si la situation implique pourtant sa mise en évidence. Il doit se résorber dans les codes en vigueur et chacun doit pouvoir retrouver chez ses interlocuteurs, comme dans un miroir, ses propres attitudes corporelles, et une image qui ne le surprenne pas* »⁴⁴⁴. Dans ce sens, les skateurs ont un look qui ne les surprend pas entre eux. En effet, ces pratiquants (qu'il s'agisse de ceux de Besançon ou de Thise), disposent tous d'un style semblable, ce qui semble ainsi être défini comme une tenue de référence à l'intérieur du groupe : « *une fois établie, l'institution impose des rôles, des catégories et des modes de classification fondés sur des critères de similitude* »⁴⁴⁵. En citant Mary Douglas, nous assistons à une « *mise en pilotage automatique de la pensée individuelle* »⁴⁴⁶, où ces critères font office de « *prothèses théoriques à l'individu qui veut exprimer ses pensées sociales les plus profondes, ou sur lesquelles il va simplement se reposer s'il n'a pas la force d'établir une classification* »⁴⁴⁷.

Par ailleurs, les relations sociales que nous énonçons depuis le début de ce chapitre, doivent être vues également comme des prétextes à voyager, à découvrir de nouveaux skateparks. Nous avons pu remarquer que les skateurs voyagent régulièrement dans le cadre de « *road trip* » entre amis. Dans ces moments de vie en communauté, les individus partagent des expériences et découvrent de nouveaux lieux.

Nous avons pu voir les effets du lien social dans la construction identitaire des skateurs. C'est en général lorsque celui-ci est rompu que son rôle est le plus remarqué. Selon certains skateurs, l'absence ou la perte d'un réseau de pratiquants conduit même parfois à l'arrêt de la pratique, comme si, sans la présence et le regard d'autrui, la pratique n'avait plus d'intérêt.

⁴⁴³ Notamment lors des *contests*. Celui de Thise fut une illustration. Les skateurs de la bande de Besançon se félicitaient entre eux et se réjouissaient de leurs victoires mutuelles.

⁴⁴⁴ Le Breton D., *Anthropologie du corps et modernité*, Paris, PUF, 1990, p.126.

⁴⁴⁵ Noreau P., *La superposition des conflits : limites de l'institution judiciaire comme espace de résolution*, In *Droit et société* n°40, 1998.

⁴⁴⁶ Douglas M., *Ainsi pensent les institutions*, Paris : Usher, 1989, p.56.

⁴⁴⁷ Douglas M., *op.cit.*, p.58.

Puis maintenant, mes potes sont en internat, mon frère a déménagé ... on est un peu dissous ; avec tout ça, on a tous un peu abandonné le skate, mais les week-ends, on s'y remet parfois.

Enfin le groupe de pairs permet d'échanger des objets (plateaux de skate, vidéos, magazines, etc...) et de construire des liens de solidarité. Une partie des vidéos de skate copiées transitent par ce biais⁴⁴⁸, à tel point qu'un seul skateur prétend en acheter. La multiplication et la démocratisation des supports numériques rendent les échanges simples et peu coûteux. D'autre part, les équipements, notamment les planches, sont parfois échangés ou rachetés d'occasion par des skateurs disposant d'un budget moins conséquent.

- « Souvent à des potes qui me revendent des trucs, parce que c'est assez cher, et eux ils ont des bons trucs »⁴⁴⁹.
- « Moi personnellement, j'achète des planches d'occasion à des bisontins qui sont riches »⁴⁵⁰.

Cette offre et cette demande combinées, ont donné lieu à un marché économique qui rend interdépendant certains skateurs. Les skateurs doivent ainsi rester en relation pour se procurer leurs équipements, mais il se crée indéniablement une relation de hiérarchie entre ceux qui possèdent et ceux qui sont dans l'attente de pouvoir les récupérer. Cet élément rappelle Maurice Godelier selon qui « deux mouvements opposés sont donc contenus dans un seul et même acte. Le don rapproche les protagonistes parce qu'il est partagé et les éloigne socialement parce qu'il fait de l'un l'obligé de l'autre »⁴⁵¹.

⁴⁴⁸ Dans la musique, l'industrie du disque estime à 30 % ses pertes dues au piratage (notamment la copie de disque).

⁴⁴⁹ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

⁴⁵⁰ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁴⁵¹ Godelier M., *L'énigme du don*, Paris : Editions Fayard, 1996, p. 21.

4. Le choix des « héritiers »

En regardant le fonctionnement des skateurs novices présents dans les groupes mais aussi des nouveaux pratiquants évoluant sur le skatepark, nous voyons fréquemment qu'ils n'arrivent pas à effectuer leurs techniques. Néanmoins, les autres pratiquants n'aident pas forcément ces pratiquants à la recherche de conseils et de savoirs. Les causes peuvent être simples (timidité, indifférence, peur de vexer l'apprenant), mais en définitive il semble surtout que les skateurs régulent l'arrivée de nouveaux pratiquants en ne conservant que ceux qui conviennent à ce que l'on attend d'un skateur, ou ceux qui sont cooptés par un pratiquant reconnu. Des stratégies d'intégration et d'exclusion sont mises en place au sein du groupe de pairs. De la même façon qu'au sein de l'exploitation agricole, « *ce que l'on transmet c'est peut-être moins des savoirs qu'une place dans laquelle ils pourront être utilisés* »⁴⁵².

Pour être accepté, le nouveau skateur doit faire preuve de sa volonté d'apprendre cette discipline en persévérant. Dans de nombreuses disciplines sportives, on retrouve ce fonctionnement. Les novices ont une période où ils essaient de comprendre par eux-mêmes la discipline. L'entraîneur ne perd pas de temps avec eux car il sait que son approche experte n'aurait que peu d'utilité et qu'un grand nombre des novices va abandonner au bout de la première saison sportive. C'est après une durée socialement définie comme nécessaire à l'acquisition des bases que les novices vont obtenir de l'aide de la part des experts, car rappelons-le dans le skate, les entraîneurs sont généralement absents du processus d'apprentissage.

La cooptation, nous l'avons vu précédemment, est un élément essentiel du groupe de skateurs. Généralement, il s'agit d'un voisin, d'un ami, ou d'un camarade qui emmène un nouveau pratiquant dans le groupe. Ce fonctionnement est cependant limité, car nous avons pu voir que les groupes de skateurs conservent un effectif relativement restreint. « *Au cours de ces formes d'interactions libres* »⁴⁵³, non ritualisées, les skateurs ont leur statut qui évolue selon un ordre qui nous semble ni fixé, ni prévu, ni réglementé. Si certains skateurs éprouvent des difficultés importantes à intégrer un groupe (presque une année) et obtenir un statut, d'autres incorporent des groupes presque instantanément. Le jeu interactionnel dictant le passage des statuts n'est pas dirigé (et même organisé) selon des conventions et des règles. La logique interne des groupes, et la personnalité du nouvel arrivant sont des éléments essentiels à prendre en compte, qui rendent aléatoires les rituels d'interactions.

⁴⁵² Jacques-Jouvenot D., *Choix du successeur et transmission patrimoniale*, Paris : L'Harmattan, 1997. p.14.

⁴⁵³ Strauss A., *Miroir et masques*, Paris : Editions Métailié, 1992, p.81.

Ces fonctionnements peuvent expliquer que la démographie des skateurs n'augmentent que très lentement. Le contrôle de la socialisation par ces membres rend difficile l'entrée d'un nouveau skateur. Face à ces difficultés d'intégration, les skateurs doivent trouver d'autres réseaux permettant d'apporter des savoirs. Nous le verrons dans les parties ultérieures, il semble que l'utilisation d'autres réseaux, et notamment des NTIC permettent au nouvel arrivant d'acquérir des techniques faisant accéder à un niveau supérieur au sein du groupe. Cette méthode permet ainsi d'arriver avec un statut crédible au sein du groupe, et de ne pas rentrer dans une logique de don, donnant une hiérarchie aux interactions.

5. Les contests

Presque chaque semaine un *contest* a lieu en France. Ces événements s'intensifient encore davantage durant l'été dans la mesure où la grande majorité des skateparks sont en plein air. De nombreux sites Internet marchands et non marchands, des blogs et forums informent des dates et lieux des *contests* à venir.

Afin de comprendre les événements sportifs dans le skateboard et leur ampleur nous devons dissocier les trois types d'organisateur :

D'une part, les compétitions officielles sont organisées par la Fédération Française de Roller Skating. Elles sont l'émanation du sport institutionnalisé sur le territoire, et décernent chaque année notamment le titre de Champion de France. Ces compétitions sont formalisées et essaient avant tout d'évaluer grâce à des critères les plus objectifs possibles les concurrents.

D'autre part, les *contests* sont organisés par des fabricants de vêtements, d'équipements, ou des distributeurs. Ces événements portent généralement le nom de l'organisateur et ont pour but d'assurer la promotion de la marque et des professionnels sponsorisés par celle-ci (comme par exemple le V7 teenage tour). Ce mode d'organisation rappelle les courses des garçons de café au bas de la rue Lepic, et patronnées autrefois par les marques de boisson⁴⁵⁴. D'une façon contemporaine, cette stratégie commerciale nommée *street-marketing*, permet avant tout aux marques d'être au plus près de leur clientèle. Au sein de ces *contests*, les enjeux sont généralement importants pour les marques qui veulent voir triompher leur « poulain » et ainsi bénéficier d'une couverture médiatique importante (en effet, les *contests* sont commentés sur les magazines et les sites Internet sans que les marques n'aient à financer cette promotion). L'aspect technique est bien-sûr essentiel dans la notation, mais d'autres critères tels que la prise de risque et l'aspect esthétique sont considérés par les juges. Selon le niveau, ces *contests* sont réservés uniquement aux professionnels, et une deuxième épreuve est réservée aux amateurs et aux jeunes.

Enfin, des *contests* privés sont mis en place le plus souvent par des associations et/ou des pratiquants passionnés dont l'objectif est de créer une émulation au niveau local. Ceux-ci cherchent des sponsors dans le milieu du skate, mais ils font également appel aux entreprises locales pour que celles-ci soient des partenaires financiers. Cela leur permet d'acheter des lots pour les gagnants et de payer les coûts d'organisation. Le nombre de participants varie énormément selon les *contests*. Les épreuves proposées, ainsi que la manière de noter les

⁴⁵⁴ Segalen M., *Les enfants d'Achille et de Nike*, Paris : Editions Métailié, 1994, p.16.

participants, varient énormément selon les organisateurs. Les compétiteurs doivent en général produire une session composée de figures qu'ils auront eux-mêmes choisies, et ce, sur un temps déterminé. De plus, des épreuves originales sont régulièrement proposées en supplément, juste pour le « fun ». C'est le cas par exemple du concours de *ollie*, qui consiste à franchir avec son skate une hauteur définie avec une barre.

L'ampleur des *contests* varie considérablement selon les organisateurs et nomment en fonction de : la communication effectuée, la renommée de l'organisateur, le lieu du *contest*, et des prix attribués aux gagnants.

Notons qu'une partie seulement des skateurs s'adonnent aux *contests*. Selon, Manu Schang, ancien pratiquant et gérant d'un magasin de skate, deux types de skateurs peuvent être différenciés: « *si tu veux c'est vraiment un sport atypique le skate, donc le côté compétition, c'est pas vraiment en phase avec un art de vivre. Il y a deux clientèles, les gens qui sont orientés contests qui ont envie de progresser, d'être crédibilisé par un niveau et un classement, et il y a des gens qui sont vraiment plus atypiques, et c'est vraiment pour pratiquer comme ça, et ils ne veulent pas toucher à une compétition parce que c'est une mentalité qui est différente* ».

Un paradoxe apparaît dans notre étude dans le fait que les skateurs interrogés revendiquent généralement leur opposition aux compétitions, notamment en expliquant que ceci n'est pas fait pour eux, et ne correspond pas à leur manière d'être : « *Pour moi le skate, ce n'est pas la compétition, j'ai rien à prouver.* »⁴⁵⁵, « *je ne sais pas si je suis un compétiteur* »⁴⁵⁶, « *ce n'est pas que je ne voulais pas faire de compétitions, mais je n'aimais pas la pression* »⁴⁵⁷. Et pourtant, les 2/3 des skateurs ont admis avoir fait des *contests*. Après nos interviews 5 skateurs ont même participé au *contest* de Thise organisé par l'ADSL. En prenant comme exemple Ludovic, nous remarquons que la différence entre compétition et *contest* ludique peut être subtile : « *non, les contests, j'ai horreur de ça, tu as une pression, tu as plus de jambes, tout le monde te regarde, je perds tous mes moyens, je ne sais pas si c'est parce que je suis émotif, mais dès que l'on m'appelle au micro, je ne suis plus à l'aise (S : pourtant pour le concours de ollie à Thise, tu étais à l'aise ?) Oui mais le ollie, c'est mon truc, et c'était plus intime, c'est moi qui organisait tout, je connaissais un peu tout le monde,*

⁴⁵⁵ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

⁴⁵⁶ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

⁴⁵⁷ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

le speaker, et je faisais vraiment ça pour me faire plaisir »⁴⁵⁸. Il semble que l'esprit festif et non sérieux des *contests* locaux incite les skateurs à venir participer. Les *contests* sont un prétexte à se rencontrer, vivre des moments pendant une journée où l'ambiance est généralement décontractée. Par exemple, durant le mois de Juillet 2005 s'est déroulé sur deux jours à Fréjus un « *contest canapé* ». Les participants profitaient des canapés et des barbecues mis autour du skatepark. Des autorisations étaient également données pour que les skateurs dorment sur place. Ainsi, pendant ce week-end, les skateurs pouvaient se retrouver mais aussi rencontrer des participants venant de toute la France.

Lors du *contest* de Thise, nous avons pu comprendre que ces regroupements étaient loin des compétitions fédérales rencontrées dans les sports traditionnels. De nombreuses animations (expositions de photos de skate, buvette, musique) avaient lieu parallèlement. Ainsi, malgré un enjeu relevé grâce à des lots relativement chers offerts en grande partie par le magasin Slide Box et quelques partenaires locaux, de nombreux participants ne prenaient pas du tout au sérieux le tournoi. De nombreux fanfarons venaient régulièrement perturber le déroulement en faisant des figures humoristiques sur les modules⁴⁵⁹, ou des participants ayant été éliminés ne se retiraient pas pour autant du *contest* et continuaient en venant tout de même s'essayer sur l'obstacle pendant le déroulement du concours de ollie. Malgré la présence d'un speaker, et de juges désignés de façon informelle, aucun commentaire ni reproche n'a été formulé à ses perturbateurs. Certains perdants ont même été rappelés par le public pour avoir une chance supplémentaire. Nous retrouvons dans ces agissements la réflexion de Georges Balandier selon laquelle tout pouvoir est sujet à contestation. Nous retrouvons en effet le « bouffon » présent durant ce spectacle qui permet aux souverains, aux dirigeants de comprendre la limitation de leur pouvoir⁴⁶⁰.

D'autre part, hormis le fait que ces *contests* soient l'occasion de passer un moment fédérateur, les participants, mais également les spectateurs peuvent voir et apprendre des techniques grâce aux performances des inscrits (locaux, régionaux, nationaux, internationaux, et même parfois de professionnels). A Thise, deux skateurs ont en effet dépassé lors du concours de ollie 90 cm. Le public, composé de participants éliminés, d'amis, de membres de la famille, était réuni à côté de l'obstacle et regardait avec attention les sauts. Trois skateurs disposaient même de caméscopes numériques de dernières générations et filmaient l'ensemble

⁴⁵⁸ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁴⁵⁹ Comme par exemple passer sous l'obstacle lors du concours de ollie.

⁴⁶⁰ Balandier G., *Le pouvoir sur scènes*, Paris : Editions Balland, 1992.

du concours. Quelques jours plus tard, ces films ont été publiés sur le site de l'association de skate de Thise.

De plus, les *contests* permettent également aux skateurs participants de comparer leur niveau, de montrer aux autres leurs techniques et donc de s'affirmer. Il se dégage également une certaine fierté à participer et à gagner un *contest*. En effet, il était remarquable de voir de quelle manière les participants et les amis venaient féliciter les gagnants. (Notons que le *contest* a été organisé pour que tous les participants reçoivent un lot conséquent).

Par ailleurs, les *contests* organisés par des équipementiers ou des distributeurs sont vécus pour certains comme un passage obligé pour être repéré et rentrer dans le cercle très fermé des professionnels. Pour les meilleurs skateurs que nous avons interviewés, les *contests* sont même imposés par leurs sponsors : *« j'étais sponsorisé, donc on m'a envoyé un billet de train, j'ai pas trop eu le choix, donc j'y suis allé. Dans l'ensemble je n'étais pas mauvais, parce que j'étais allé à Grenoble aux championnats de France, j'avais fait 1^{er} le 1^{er} jour, devant tout le monde, personne ne me connaissait donc, c'était sympa. Mais bien sûr on n'avait pas d'hôtel, ni rien, c'était « à l'arrache », donc on avait fait la fête toute la nuit, mes potes ne sont même pas venus skater le lendemain. Moi j'y suis allé, je me suis dit, on me paye le voyage, je voulais faire un effort, j'ai eu un peu de mal, et j'ai terminé 6^{ème}. Derrière j'ai eu des grosses propositions, un peu plus sérieux, mais j'étais encore en cours, et il fallait plus ou moins que je lâche mes études »*⁴⁶¹.

Les skateurs s'intéressent aux professionnels en regardant leurs exploits techniques dans les magazines, vidéos et sur Internet. Nos entretiens ont révélé qu'ils suivent les résultats des *pros* qu'ils idolâtrèrent mais occultent en général les autres. Les résultats des championnats fédéraux sont très peu suivis par les skateurs et semblent avoir peu d'intérêt à leurs yeux. En revanche, les *contests* américains attirent beaucoup plus d'adeptes. Ainsi, presque l'ensemble des skateurs ne connaît pas le nom du champion de France : *« Oui, un petit peu, je vois dans les magazines, ou dans les vidéos, il va forcément avoir une image, mais autrement je ne pourrais pas te dire qui est le champion de France »*⁴⁶², mais connaît les professionnels américains : *« au niveau national il n'y a pas de gros contests, c'est surtout aux Etats-Unis à Tampa, c'est des gros contests, ou autrement en Europe, il y a le Monster en Allemagne avec tous les pros new-yorkais qui viennent. Ça c'est intéressant parce que c'est des vrais contests,*

⁴⁶¹ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

⁴⁶² Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

tu as des Costons qui vont gagner, c'est cool à savoir, il y a aussi à Lausanne, le grand prix de skate à Lausanne ; ça, ça a disparu, on y était allé l'année dernière, c'était énorme, il n'y avait pas de courbes, c'était que du street à fond, c'était tous les pros des Etats-Unis qui venaient »⁴⁶³. Ces données nous montrent qu'une fois encore, l'aspect institutionnel n'attire pas les skateurs, ils s'intéressent davantage aux professionnels provenant essentiellement des Etats-Unis.

⁴⁶³ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

6. Les magasins

A Besançon, plusieurs magasins se sont succédés durant les deux dernières décennies. Au départ, le magasin Matos a apporté les premières planches de skate et a permis la pratique du skate sur Besançon grâce à quelques obstacles : *« A l'époque, il n'y avait rien, par contre il y avait un magasin qui s'appelait Matos, c'est là où on pouvait se fournir et ils avaient construit deux, trois modules de skate donc on allait se retrouver là-bas, et on rencontrait des gens obligatoirement »*⁴⁶⁴.

Ancien lieu de rencontre, beaucoup de skateurs parlent avec nostalgie de ce magasin. A la fermeture de celui-ci, deux jeunes skateurs passionnés décidèrent de créer un magasin se nommant Switch : *« pendant 4 ans j'ai fait des magasins, parce que mon projet de fin d'année en BTS, pour le diplôme c'était de faire des magasins, donc il y a avait l'analyse financière, et on a vu que c'était quand même viable, alors on a dit, on se jette. J'étais avec un associé et on a fait ça, et on a fait jusqu'à 4 magasins, et on vendait du skate du roller et puis tout ce qui tourne autour, les fringues, les chaussures. On a fait après du BMX, ça s'appelait Switch, ça marchait pas mal, on pouvait se payer, mais on équilibrait tout juste, parce que tout était importé et les marges étaient pas bien larges, il fallait jouer sur le volume et c'était pas évident, maintenant avec le boum, c'est un peu différent. »*⁴⁶⁵. En effet, malgré la bonne volonté de ces co-gérants, les magasins Switch fermeront à cause de marges trop faibles et également par l'absence d'une clientèle suffisamment conséquente pour assurer un volume de vente suffisant.

Outre, la mise à disposition au niveau local du matériel nécessaire à la pratique, ces magasins assuraient également une mission de conseil et les vendeurs véhiculaient l'esprit du skate : *« En fait, il y avait à l'époque un magasin qui s'appelait Switch, et le type qui tenait le magasin qui était un proche et qui avait un super niveau, il a eu des expériences aux Etats-Unis, c'est lui qui nous a encore plus donné l'envie de faire du skate, il était plus vieux que nous, il a avait trop d'expérience, il était allé aux Etats-Unis là où il y avait les meilleurs spots »*⁴⁶⁶.

A l'issue de cette fermeture, quelques années se déroulèrent sans détaillant spécialiste du skate sur Besançon. C'est en 2000 que la franchise *Slide Box* s'installe à Besançon. Profitant de l'engouement des jeunes pour les sports urbains (skate et roller), cette boutique

⁴⁶⁴ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

⁴⁶⁵ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

⁴⁶⁶ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

fonctionne aujourd'hui sans commune mesure avec les précédentes qui ont été sur Besançon. Disposant également de marges plus importantes grâce à des achats négociés et groupés, ce magasin est véritablement rentable.

Disposant d'un responsable et de deux vendeurs, ces employés ont un rôle conseil dans le *skateshop*. Comme nous avons pu le voir dans notre partie sur le marché économique du skateboard, c'est d'ailleurs l'une des principales explications de la fidélité des skateurs auprès de ces magasins. En reprenant un entretien avec le responsable du magasin Slide Box, nous comprenons facilement le service qu'un vendeur expérimenté peut apporter à un skateur client : *« moi je suis responsable du magasin d'ici. Moi je suis rentré la dedans par affinité, tout simplement parce que j'étais skateur, et parce que j'ai commencé le skate j'avais 6 ans, j'en ai fait de 6 ans à il y a quelques années... une question de sensibilité par rapport au milieu, de connaissance par rapport aux personnes, d'avoir un bon feeling avec le produit, donc automatiquement derrière pour en vendre, les gens sentent que tu es un pratiquant qui a ridé, quand les gens me parlent d'une largeur d'une marque il y a 5 ans ou 10 ans, je connais toutes les marques, l'historique des marques et des produits, donc le discours est posé et clair, c'est pas le gars qui arrive, qui connaît rien, quand tu t'occupes d'une clientèle un peu pointue, tu es obligé d'être crédible »*⁴⁶⁷.

Par ailleurs, nous avons pu constater que les magasins sont des lieux de rencontre pour les skateurs. Ces interactions qui se déroulent sur des temps courts (tout au plus une demi-heure) ont avant tout comme objectif de se rassembler pour ensuite parcourir la ville jusqu'à un spot. Notons néanmoins qu'un certain nombre de skateurs interviewés ne veulent plus se rendre dans les skateshops, considérant que les prix pratiqués et la mentalité des gérants ne leurs correspondent pas : *« mais moi je ne vais pas acheter chez l'autre là-bas, il n'y a pas moyen. (S : Et tu achètes où ton matos alors maintenant ?) Que sur Internet, en plus tu trouves toujours moins cher, parce que le dollar est intéressant, et puis tu trouves des magasins en ligne qui font des frais de port pas très chers, c'est là que tu vois qu'ici ils se prennent une sacrée marge »*⁴⁶⁸.

Les skateshops sont également partenaires pour organiser des *contests* et des journées évènements avec des fabricants d'équipements et de vêtements. Les fabricants viennent avec *« leur team »* pour se filmer sur le mobilier urbain de la ville et mettre en valeur la marque. Les magasins ont pour missions de relayer l'information au niveau local et de créer une

⁴⁶⁷ Manu, interviewé le 2 juin 2006 à Besançon.

⁴⁶⁸ Interview d'un skateur bisontin souhaitant garder l'anonymat

émulation autour de cet évènement (auprès des jeunes, et des associations de skate). Le « *team* » de la marque Cliché par exemple, est venu à Besançon plusieurs fois avec des professionnels pour se filmer (le 6 novembre 2006) et prendre des photos sur les différents spots de la ville (skatepark de Chamars, parc Miko en juin 2005). Les skateurs locaux ont été invités par le biais du *skateshop*, et ont pu assister pendant toute la journée aux différentes séquences. Ces images ont ensuite été retrouvées sur des magazines et des vidéos de skate, et enrichissent la banque d'images de la marque qui peut les utiliser lors de ses publicités.

7. Les associations

Si dans les sports traditionnels, l'association est généralement la forme la plus développée de structures permettant de coordonner des groupes de sportifs, nous avons pu voir que dans le skate son rôle est très minime.

Selon la taille des agglomérations, les initiatives locales et les aides allouées par les collectivités, le développement associatif est très différent. Aujourd'hui sur Besançon, la section skate de l'ASEB (association des sports extrêmes bisontins) ne compte que deux licenciés pour 120 000 habitants. A titre de comparaison, l'association de Thise compte 16 membres pour 2000 habitants. Nous voyons que la proportionnalité des pratiquants en fonction de la population globale n'est pas rationnelle en skate. Cette différence peut être expliquée par le fait qu'au sein de tout groupe se crée des synergies, mais également des conflits qui peuvent faire imploser ceux-ci.

La place de l'association de skate à Besançon a en effet énormément évolué selon les périodes. Dans les années 1985, les skateurs de « la bande à Patou » étaient en partie affiliés, *« il y avait une licence, si on voulait faire des compétitions, c'était obligatoire, c'était 200 francs à l'époque. Voila ça m'a permis de rencontrer pas mal de gens, même à Besançon c'est une petite ville mais il y avait déjà du monde, il y avait le patron de Freestyler (magazine de snowboard et de skateboard), j'ai commencé le skate avec lui. (..) moi j'ai été directeur de plusieurs clubs, dernièrement j'étais directeur d'ABS (Association Besançon Skate) »*. Cette association permettait de dialoguer notamment avec la municipalité : *« face aux conflits d'usagers, latents ou ouverts, liés le plus souvent à des nuisances sonores et vibratoires (Touché, 1998), les municipalités ont réagi par une intervention directe ou médiée par des associations prestataires (Besançon skate Association) »*⁴⁶⁹. De nombreuses initiatives de promotion du skate étaient parallèlement organisées par d'autres associations *« j'ai été inscrit dans un club, d'ailleurs c'était assez sympa. C'était plutôt une association, pas un club, à l'époque c'était le père d'un gamin qui était passionné de skateboard. Il était à Avanne, et il avait réussi à construire un module, un quarter, et on pouvait le mettre sur une remorque et on faisait tous les villages comme ça »*⁴⁷⁰. Deux décennies plus tard, et face au manque de dynamisme des skateurs bisontins, la section skate de l'ASEB ne convint plus les skateurs malgré la volonté de certains : *« Oui vite fait, c'était manu, le mec de Slide Box, il*

⁴⁶⁹ Vieille Marchiset G., Cretin S., *Les ambivalences des sports de rue dans les sociétés surmodernes. Le cas français en question*, In *Loisir et société, Society and leisure*, Québec, 29-2, 2006.

⁴⁷⁰ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

nous avait demandé de s'inscrire la dedans, il nous avait dit ça va faire bouger les choses, mais que dal, ça sert à rien »⁴⁷¹. Il semble que le mélange des sports extrêmes au sein de l'association, et la part écrasante des rollers ne plaisent pas aux skateurs : « en ce moment je suis à l'ASEB. Enfin, c'est Manu de Slidebox qui m'a inscrit parce qu'il n'y avait pas de skateurs dans l'assoc. L'ASEB, je n'avais pas trop envie parce qu'il y a que des rollers, et je n'aime pas que tout soit mélangé sports de glisse sports extrêmes, c'est différent »⁴⁷² ; « il y a la fédération de roller skating auquel on peut se fédérer, mais c'est bien plus roller que skate, la part du skate est infime, on était à 2 skateurs parmi 40 personnes qui faisaient du roller, de la balade »⁴⁷³.

Les propos des skateurs interviewés, nous montrent les limites culturelles de l'association. Si chaque skateur trouve un intérêt personnel dans son adhésion à une association, il semble en revanche que l'association ne soit pas recherchée pour l'organisation de séquences d'entraînements : « Tu sais les clubs de skate, ce n'est pas un truc qui se fait beaucoup, même dans d'autres pays, le skate c'est plus marginal, ce n'est pas un truc cadré, avec un entraîneur, c'est quelque chose que tu fais que pour toi »⁴⁷⁴.

En revanche, et à titre de comparaison, l'association de skate de Thise connaît un franc succès. La constitution de cette association vient en partie du manque d'initiatives sur Besançon et de la volonté de deux membres : « il y avait l'association Besac Skate qui avait installé en 1996 des modules, et avec Nutella on voulait s'inscrire dans l'assoc. Et après on n'a pas eu d'infos et on a abandonné. Mais l'assoc, ça aurait pu être un bon truc. Et puis après on a monté l'ADSL avec Alex, on voulait vraiment avoir une dimension bisontine et puis ça n'a pas marché, on n'a pas vraiment été écouté, et puis c'est vachement dur de rassembler les jeunes dans une assoc. Donc on a laissé tomber, et moi j'ai eu l'idée de me rabattre en local sur celui de Thise où il y a déjà une structure qui existe qui est l'Avenir de Thise, et on a créé une section adhérente à l'assoc Avenir de Thise. Donc on n'est pas une assoc à part entière, on est une section d'une grosse association. Donc au niveau de tout, c'est plus facile, on a des subventions qui tombent tous les ans, on a une comptabilité plus souple, on n'est pas obligé de faire des réunions tous les 3 ou 4 mois, donc c'est quand même plus souple à gérer. Oui on est 16 adhérents, dans le skate c'est une bonne association »⁴⁷⁵ ;

⁴⁷¹ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁴⁷² Quentin, interviewé le 17 avril 2003 à Besançon.

⁴⁷³ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

⁴⁷⁴ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

⁴⁷⁵ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

« il y avait l'ASEB au départ. Avec mon pote, on devait s'occuper de la partie skate dans l'association et puis c'est un peu tomber à l'eau (..) et puis il y a un mois, j'ai rappelé mon pote et je lui ai dit viens, on fait l'assoc que pour les skateurs »⁴⁷⁶

Aujourd'hui, plusieurs raisons peuvent expliquer l'adhésion des skateurs à l'ADSL. D'une part, une bonne partie des membres se connaissait avant d'être inscrits. Il s'agit avant tout d'amis et de voisins, ce qui confère à cette association un lien beaucoup plus important entre ses membres que dans les associations en milieu urbain ; d'autre part, cette association a permis d'obtenir le skatepark de Thise, ses membres ont compris l'utilité de se fédérer pour dialoguer avec les pouvoirs publics et notamment les collectivités locales et territoriales pour obtenir des subventions (A Besançon, la problématique fut différente du fait que, le skatepark a été créé pour éloigner les riverains de ces désagréments visuels et sonores, et non pas pour répondre à une demande de skateurs convaincus). Enfin, l'association de Thise connaît un succès car elle permet d'assurer les pratiquants. Ce fait, est d'ailleurs comme le souligne le président de l'association, l'une des explications de l'affiliation des Thisiens à l'ADSL : « c'est bien pour les parents, au départ les gens disaient je veux bien adhérer à ton assoc mais en dehors tu me donnes quoi, les gens attendent quelque chose derrière, des sorties, des contests, donc déjà en premier, on peut dire tu vas avoir une assurance »⁴⁷⁷.

Sur Thise, l'association remplit dans un sens son rôle d'intégration dans la mesure où elle fédère presque tous les pratiquants de Thise et crée une certaine cohésion entre ses membres. Son dynamisme lui a d'ailleurs permis d'organiser des *contests* au succès conséquent. Sur Besançon en revanche aucune structure ne permet de mettre en relation des individus pratiquant cette discipline. Pire même, le semblant de structure a créé des tensions entre les skateurs lors de la création du skatepark en 2005. L'association dispose d'un site Internet rafraîchi régulièrement de photos, vidéos et news des membres.

Notre étude en 2003, menée sur l'association « *La fièvre* »⁴⁷⁸ à Lausanne, nous a permis de comprendre le rôle et les difficultés d'une organisation sportive mise en place pour des skateurs et des rollers. L'association est née en 1993 avec 60 membres. Elle a atteint son record en 1997 avec 1000 membres, puis est redescendu lentement pour stagner aujourd'hui à 500 membres. La présidente de l'association, Emmanuelle Bigot, nous a reçu dans le siège de

⁴⁷⁶ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁴⁷⁷ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁴⁷⁸ Site officiel de l'association : www.fievre.ch

l'association situé dans le skatepark couvert « HS36 », et a commenté l'activité de l'association. Elle nous a expliqué les difficultés rencontrées par son équipe pour organiser des cours de roller et de skate. Malgré deux titulaires du Brevet d'Etat de roller salariés à plein temps, aucune séance n'a pu être programmée régulièrement : « *les pratiquants ont majoritairement entre 11 et 15 ans...ces enfants ne veulent pas avoir un prof derrière le dos, ils préfèrent apprendre seul ou avec des amis. Seules quelques initiations sont assurées lors de manifestation, mais c'est uniquement en roller, quand nous faisons des évènements au bord du lac, nous prêtons jusqu'à 1000 paires* ». De fait, nous pouvons constater que les sportifs de rue restent encore des marginaux et ne s'intègrent pas dans des cours et dans un système éducatif organisé. De plus, le skateboard est encore d'avantage en marge dans la mesure où l'association ne possède pas un seul éducateur breveté d'Etat. Ainsi, malgré une association d'une taille conséquente (cinq employés à plein temps), aucun moment d'apprentissage formalisé n'est proposé. Nous pouvons conclure qu'une fois de plus, le modèle associatif dans le skateboard ne parvient pas à assumer des missions de formation face à la résistance des pratiquants.

L'association a rencontré un véritable succès dans ses pourparlers avec les collectivités territoriales et la ville de Lausanne. Son action a permis la création du HS36, qui est l'un des plus beaux skatepark couvert de Suisse avec une surface de 1700 M² couverte, et une aire de *street* extérieure. En outre, l'association a négocié pour que les rollers et les skateurs puissent pratiquer dans de nombreux lieux.

Ainsi, de la même manière qu'à Thise, nous pouvons remarquer que « *la fièvre* » détient surtout un pouvoir pour dialoguer avec les élus et développer des infrastructures. Elle rassure par ailleurs les pouvoirs publics qui retrouvent dans ces associations des interlocuteurs plus stables que les rassemblements ponctuels et inorganisés de pratiquants mécontents.

Enfin, d'un point de vu réglementaire, l'association fait appliquer la législation Suisse en obligeant les pratiquants sur le HS36 à porter un casque. De plus, tous les skateurs venant pratiquer et ayant payé leur entrée profite d'une assurance. Ces éléments rassurent les pratiquants et leurs parents, surtout lorsque l'on sait qu'en 2002, 2 comas ont été engendrés après une chute dans le skatepark et ce malgré la présence d'un casque.

Pour conclure sur la présence et le rôle des associations, nous pouvons affirmer que celles-ci ne sont pas encore légitimes et indispensables aux yeux des pratiquants. En effet, dans les trois villes étudiées, peu de pratiquants plébiscitent une organisation et veulent s'y inscrire de manière durable. En revanche, leur rôle au niveau politique est indéniable, et

contribue à ce que le skate soit accepté et intégré dans les programmes de développement des zones urbaines. En ce sens, l'association a une place indirecte dans le processus d'apprentissage dans la mesure où elle permet la création d'infrastructures, devenant ensuite lieux d'apprentissages, de sociabilités et de socialisation pour les skateurs. Notons enfin que la présence des associations est essentiellement due au travail bénévole de quelques acteurs convaincus et motivés par la réalisation de tels projets. En conséquence, nous ne pouvons pas formuler de loi explicative incluant les associations dans le processus de circulation des savoirs à une échelle nationale dans la mesure où chaque ville dispose d'une organisation et d'une politique différente. Ainsi, pour ne pas commettre d'incohérences ou d'erreurs, il serait utile d'effectuer une étude sur l'ensemble des associations françaises de skate. Nous pourrions évaluer la place et le rôle des associations dans le développement du skateboard au niveau national.

8. La famille

Les activités culturelles et sportives peuvent, au même titre que le patrimoine économique, faire partie de l'héritage que les parents transmettent à leurs enfants. Elles sont susceptibles par ailleurs d'être découvertes en marge du milieu familial, voire en réaction contre lui. Elles peuvent être le résultat d'une rencontre (celle d'un ami, d'un enseignant...) ou d'une démarche personnelle s'inscrivant en marge ou en réaction contre ces appartenances.

Aussi notre étude se doit de comprendre l'intérêt que ces jeunes ont pour le skateboard, et notamment en appréhendant ces deux logiques : l'une marquée par une situation de reproduction, où les activités professionnelles et culturelles pérennisent une tradition familiale ou locale et ainsi, permettent d'affirmer ou de renforcer une appartenance héritée ; la seconde s'inscrit plutôt dans un registre de rupture ou d'innovation, lorsque l'individu prend de la distance face aux appartenances héritées, ou s'adonne à une passion ou une pratique culturelle dont les passeurs n'ont pas de liens directs.

Nous avons pu voir précédemment que les parents sont dans l'ensemble indifférents ou favorables à ce que leurs enfants pratiquent du skateboard : *« Ils ne m'ont jamais rien dit pour ce sport, seulement que je devais travailler au lieu de skater, mais sinon ils étaient plutôt d'accord, surtout maintenant que j'ai fait une assoc, et puis vu que ça fait 7 ans, ils préfèrent que je fasse ça plutôt que des conneries »*⁴⁷⁹.

En outre, nous pouvons constater que la famille n'a pas de rôle direct dans la transmission des savoirs propre au skateboard. En effet, l'ensemble des skateurs interrogés n'ont pas eu de parents pratiquants, et seul un skateur a eu un frère pratiquant. Dans les entretiens, il apparaît clairement que les expériences et les valeurs concernant le skateboard sont partagées par l'entourage générationnel, au point que la transmission verticale des savoirs par les parents est totalement absente et substituée par une sociabilité horizontale.

En revanche, le rôle des parents peut être trouvé dans la transmission d'un capital culturel spécifique. Nous savons que les enfants issus des classes supérieures disposent d'une culture et de savoirs plus importants, mais aussi différents (savoirs savants dus à un enseignement dans la filière générale). Cette particularité s'explique d'une part par l'héritage culturel que leurs parents transmettent, mais aussi par une facilité de documentation (présence d'une bibliothèque à la maison, Internet, magazines) que les milieux modestes n'ont pas. Selon Emmanuel Pedler, *« les pratiques et les dotations fortes en instruments sont d'autant*

⁴⁷⁹ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

plus nombreuses dans un milieu que celui-ci possède une formation scolaire élevée »⁴⁸⁰. Nous étudierons ultérieurement quelle importance ont les NTIC sur l'apprentissage des techniques et des valeurs du skate. Si comme selon notre hypothèse, une partie des modèles proposés dans le skate utilisent comme réseau d'information la presse, Internet et les vidéos, ces supports semblent discriminants pour les enfants provenant de classes populaires qui lisent moins⁴⁸¹, et disposent d'un taux d'équipement audiovisuel⁴⁸² et informatique (regroupé dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication), moins important que celui des classes supérieures : « *Le philonéisme (attire pour la nouveauté) technique est suffisamment prégnant au sein des groupes supérieurs pour qu'on puisse affirmer sans se tromper qu'une grande part des instruments de communication a été d'abord domestiquée par leur soin* »⁴⁸³. Les classes supérieures bénéficient donc d'avantage de sources d'information pour se documenter et obtenir des modèles d'identification, et de surcroît pour se donner le goût de pratiquer.

D'autre part, nous avons pu remarquer que ces activités se déroulent dans des quartiers proches des centres urbains. Dans les modèles économiques néoclassiques, le prix du terrain est considéré comme baissant en s'éloignant du centre ville, ce fait contraint les classes populaires à s'écarter des centres urbains. Ainsi en France, les classes aisées sont plus représentées, proportionnellement au reste de la population, dans les espaces urbains que dans les espaces ruraux : « *En général, dans les aires urbaines, les taux d'emploi métropolitains supérieurs diminuent lorsqu'on s'éloigne de la ville centre, selon le modèle parisien : de 19,3 % dans la commune de Paris, à 6,6 % dans sa couronne périurbaine en passant par 15,7 % en banlieue* »⁴⁸⁴. Les individus issus de milieu aisé, éprouvent donc des facilités à accéder à ces disciplines grâce à la proximité « *des spots* » de pratique. La surreprésentation des catégories les plus aisées dans le skate peut donc être expliquée par un effet de ségrégation spatiale⁴⁸⁵.

Enfin, la famille par son pouvoir économique a un rôle sur la pratique de leurs enfants. En effet, cette pratique adolescente coûteuse doit être financée. Les skateurs mineurs ne

⁴⁸⁰ Pedler E, *Sociologie de la communication*, Paris : Editions Nathan, 2002, p. 21.

⁴⁸¹ La part des lecteurs est en effet de 31% chez les non-diplômés, de 33% chez les ouvriers, alors qu'il est de 85% chez les diplômés du supérieur et de 84% chez les cadres. In *Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance*, Chloé Tavan, INSEE première, février 2003.

⁴⁸² Notamment les magnétoscopes et les DVD, car il est à noter que la possession d'un téléviseur n'est plus socialement discriminante.

⁴⁸³ Pedler E, *Sociologie de la communication*, Paris : Editions Nathan, 2002, p. 32.

⁴⁸⁴ Philippe Julien, INSEE Première n°840, Mars 2002, p.2.

⁴⁸⁵ Comme la course à pieds en région parisienne, s'effectuant dans les quartiers huppés (surreprésentés par les classes aisées) Segalen M., *Les enfants d'Achille et de Nike*, Paris : Editions Métailié, 1994.

pouvant obtenir de salaires, sont donc dépendants de l'argent de poche et de la générosité des membres de leur famille. Il est ressorti plusieurs fois dans nos entretiens que certains skateurs interrompaient leur pratique par manque de moyen.

Pour conclure sur le rôle de la famille, nous pouvons avancer que nous ne sommes pas en présence d'un mécanisme de transmission vertical.

En revanche, nous pouvons souligner que les skateurs sont largement tributaires des capitaux légués par la famille. Ces derniers, inégalement répartis selon les familles, pourront être une des explications de l'inégale capacité des jeunes à obtenir les objets et savoirs nécessaire à la discipline (planches et vidéos de skate par exemple). Ces carences pourront retarder, voire empêcher certains individus, d'atteindre un niveau expert et d'occuper par conséquence certaine position sociale. L'appartenance sociale de ces jeunes définit donc des conditions d'existences et des principes organisateurs de pratique qui laisse à penser à l'instar de Pierre Bourdieu⁴⁸⁶, que les milieux favorisés reproduisent leur domination au sein de certaines pratiques sociales.

⁴⁸⁶ Bourdieu P., *La reproduction. Eléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris : Editions de Minuit, 1970.

9. Synthèse

La dichotomie utilisée pour réaliser les parties précédentes, nous a permis de comprendre que le savoir peut circuler grâce à des interactions, employant des modèles d'organisations sociales différenciées (le lieu de pratique, le binôme, le groupe, etc..).

En outre, ce chapitre nous a permis de comprendre que la circulation des valeurs et des techniques ne peut s'appréhender sans cette interaction entre ceux qui savent et ceux qui désirent apprendre, et notamment entre les experts (parfois professionnels) et les débutants (souvent jeunes).

Nous retiendrons plusieurs formes d'apprentissages. D'une part, une diffusion des savoirs grâce à un mimétisme gestuel, facilitée et accélérée par une importante densité de pratiquants regroupés sur des skateparks et des hauts lieux de pratique : *« Au début des sociétés, l'art de tailler le silex, de fabriquer un arc... plus tard de faire lever le pain, de travailler le bronze..., a dû se répandre contagieusement, chaque flèche, chaque silex taillé étant à la fois copie et modèle. Ainsi s'opère de nos jours la diffusion rayonnante des bonnes recettes de tout genre, à cette différence près que la densité croissante de la population et les progrès accomplis accélèrent prodigieusement cette extension, comme la rapidité du son est en raison de la densité du milieu. Chaque chose sociale, c'est-à-dire chaque invention ou chaque découverte, tend à s'étendre dans son milieu social, milieu qui lui-même, ajouterai-je, tend à s'étendre, puisqu'il se compose essentiellement de choses pareilles, toutes ambitieuses à l'infini »*⁴⁸⁷. D'autre part, un apprentissage explicite et volontaire de la part du donateur, qui vient livrer sa connaissance au détour d'une discussion ou d'une démonstration. Cette organisation sous-tend que des processus de désignation ont lieu et que certains obtiendront des savoirs alors que d'autres s'en verront priver. Ainsi, ce mode de fonctionnement induit forcément des différences quant à la place occupée ultérieurement par les membres dans le groupe et sur les lieux de pratique.

Par ailleurs, nous avons pu constater que toutes ces instances de socialisation ne disposent pas du même poids fonctionnel dans l'acquisition des savoirs et des compétences. Ainsi, l'étude de la famille et de certaines institutions nous a permis de comprendre le rôle abstrait et sans effet que peut avoir certaines organisations sur les

⁴⁸⁷ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Paris : Editions du seuil, Les empêcheurs de tourner en rond, 2001, p.77.

skateurs. Comme le souligne George Balandier et cela semble se confirmer dans le skateboard : « *tout se joue de moins en moins sur le terrain des institutions et de plus en plus sur celui de la sociabilité des initiatives micro-locales* »⁴⁸⁸.

Cette étude sur le skateboard nous permet également d'apporter, de la même façon que les fumeurs de marijuana de Becker⁴⁸⁹, une nuance par rapport à la sociologie des professions. Si les skateurs et les travailleurs ont une volonté de se réaliser à travers la réalisation de projets, les skateurs agrègent à leur pratique une émulation autour des défis et du jeu. Ainsi, le collectif renforce bien-sûr l'efficacité de l'apprentissage, mais il est surtout une situation permettant de créer du ludique autour du skateboard. Nous avons d'ailleurs pu voir que l'absence de ces regroupements, et l'isolement de certains membres étaient souvent facteurs d'abandon de la pratique.

Le chapitre que nous venons de traiter est supposé décrire la circulation des valeurs et des techniques dans le skate, néanmoins nous pouvons voir qu'il éprouve plusieurs limites :

Tout d'abord, sur Besançon (et c'est encore plus vrai pour des groupes isolés comme les skateurs de Thise par exemple), les modèles techniques à imiter sont très vite limités. Ainsi, comment interpréter l'apparition de nouvelles figures sur le skatepark alors qu'aucun individu, ni skateur n'a pu léguer une technique ?

Ensuite, comment expliquer que des skateurs éloignés géographiquement, et c'est ici que réside tout l'intérêt d'une étude comparative, disposent des mêmes références culturelles et techniques que nos skateurs bisontins ?

Comme nous avons pu le développer précédemment dans notre problématique, il semble que les skateurs utilisent d'autres réseaux pour obtenir les savoirs, et les techniques, les valeurs et les normes du skateboard. Nos entretiens semblent confirmer nos hypothèses, et révéler que les technologies de l'information et de la communication (vidéos, Internet, magazines) pourraient être utilisés par les skateurs.

La partie qui va succéder a pour objectif d'identifier les savoirs circulant par ses TIC et ainsi valider ou réfuter l'hypothèse que des supports de communication peuvent permettre d'obtenir les valeurs et les techniques du skate.

⁴⁸⁸ Balandier G., *Anthropo-logiques*, Avant-propos à l'édition de 1985, Paris : Le livre de poche, p.17

⁴⁸⁹ Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métaillé, 1985.

B. La médiation des savoirs par des supports de communication planétaires ?

« Le skate a bien évolué, bien qu'il y ait des périodes où les tricks (figures) reviennent à la mode.

S : comment est-ce que tu vois qu'elles reviennent à la mode ?

L : dans les vidéos ou dans les magazines.

S : et ça influence derrière ?

L : ben à fond, c'est énorme. De toute façon, si tu veux être au courant, il faut regarder des vidéos ou lire des magazines, et puis aller sur Internet.

S : Quels types de magazines et de vidéos ?

Des américains : Transworld, Trasher, des français Sugar, Freestyler, et Kingspin qui est un nouveau magazine européen et puis voilà, sinon les vidéos un peu de tout, les vidéos des marques et les Transworlds »⁴⁹⁰.

Nous pouvons supposer à la lecture de ce premier entretien que les skateurs utilisent les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour se documenter. L'enjeu est de comprendre dans quels contextes ces supports sont visionnés, et quels savoirs les skateurs peuvent obtenir. Par ailleurs, il est utile d'appréhender le rôle des skateurs professionnels, principaux acteurs de ses productions, apparaissant au vue des entretiens comme des modèles à imiter.

Afin d'introduire cette partie, nous allons dans un premier temps, présenter les formes d'apprentissages en ligne. Ensuite, nous étudierons l'équipement en Technologies de l'Information et de la Communication des français, puis nous expliquerons le rapport des sportifs français aux médias sportifs dans leur ensemble. Notons que cette dernière sera principalement centrée sur la consommation des jeunes, du fait de leur forte représentativité au niveau de notre objet (le skate).

Ensuite, nous allons étudier la place des principaux médias dans la circulation des savoirs du skateboard, nous commencerons par analyser le contenu des magazines, et notamment leurs publicités tant leur nombre est important ; puis nous observerons le rôle des vidéos dans l'apprentissage des techniques, nous approfondirons cette analyse en examinant la place et la signification du téléchargement ; en outre, nous observerons les savoirs présents sur Internet, l'organisation des sites et les usages que les skateurs ont de cet outil ; enfin, nous réfléchirons à l'effet plus global du secteur commercial et des médias sur la circulation des savoirs du skateboard.

⁴⁹⁰ Laurent, interviewé le 24 mai 2005 à Besançon.

1. Les formes d'apprentissages issus des NTIC

Historiquement, dans un souci de pérennisation, l'apprentissage de la structure et des rôles sociaux dans les sociétés préindustrielles se faisait par une transmission des savoirs des générations plus anciennes aux nouvelles (familles, groupes, artisans). Il s'agissait du modèle que Jean Loisier appelle la formation par *osmose* : « *l'apprenant fréquente de manière prolongée un aîné, un sage ou un simple artisan. Ainsi, l'apprenant intègre le savoir spirituel ou expérientiel du maître à travers divers modes perceptuels. Les savoirs font corps avec le maître ; ils ne sont pas objectivés par une représentation symbolique verbale, visuelle ou autre* »⁴⁹¹.

La lente évolution a transformé les érudits et les artisans en maître, transmettant des savoirs aux jeunes disciples par l'intermédiaire d'une organisation pédagogique. Ainsi, jusqu'à une période récente, la transmission des savoirs était donc assumée en partie par l'enseignant, qui s'appuyait grâce à l'apparition du livre sur des écrits et, sur des manuels scolaires garants d'une relative standardisation des savoirs.

Ensuite, les documentaires au cinéma puis à la télévision ont contribué à éroder l'image de l'enseignant comme référence privilégiée et unique détenteur des savoirs dans son domaine de spécialisation. Le développement de l'informatique, de la vidéo, la numérisation des supports, couplés à un accès à Internet ont conduit également à des nouveaux modèles didactiques, notamment la formation ouverte à distance (FOD). Des avancées complémentaires telles que l'interactivité et le multimédia ont permis un essor considérable de ces nouvelles approches pédagogiques, qui ont dans un même temps, comme le souligne Petrella⁴⁹², acquis une nouvelle valeur marchande.

Ces nouvelles technologies ont ainsi été rapidement appliquées au monde de la formation. Depuis quelques temps, des établissements scolaires et des centres de formation développent une partie de leurs enseignements sur un mode virtuel afin de proposer une offre complémentaire à leurs auditeurs⁴⁹³. Ainsi, dans certaines situations pédagogiques, les entreprises et les écoles ont pu substituer à des locaux et des enseignants, des supports didactiques élaborés à distance.

⁴⁹¹ Loisier J., *Pratiques d'apprentissage en ligne*, Montréal : Les Editions de la Chenelière, 2005, p.15.

⁴⁹² Petrella R., « *L'enseignement pris en otage. Cinq pièges tendus à l'éducation* », In *Le monde diplomatique*, 2000, p.6-7.

⁴⁹³ A titre d'exemple, le Conservatoire National des Arts et Métiers, « Grand établissement public de l'enseignement supérieur » a formé en 2005, 8000 auditeurs à distance, In *Rapport d'activité*, CNAM, 2005.

Dans un souci de rentabilité, de nombreux organismes de formation (centres de formation continue, auto-écoles), des entreprises (procédure d'intégration du salarié, procédure d'évacuation), privilégient aujourd'hui cette approche. L'apprenant autonome doit ainsi apprendre en partie seul grâce à des situations pédagogiques organisées.

En vue d'une application méthodologique rigoureuse, nous nous proposons d'expliquer les différents modèles de formation en ligne. Nous pourrions ainsi en analysant l'utilisation que les skateurs ont des nouvelles technologies comprendre si des similarités didactiques existent entre ces différents supports.

Les principaux modèles de formation en ligne⁴⁹⁴ :

Le modèle « diffusionniste » :

Il s'agit de cours magistraux et de cours sur supports audiovisuels. Ce sont des séquences d'exposés filmés. Ces enseignements sont conçus a priori comme une transmission de connaissances, de préférence par des experts qui ont synthétisé l'essentiel du savoir de leur domaine pour qu'un public donné puisse le recevoir. En l'absence de rétroaction immédiate ou programmée, il est difficile de garantir l'atteinte des objectifs spécifiques d'apprentissage.

Le modèle « télé-enseignement synchrone » :

Ce modèle implique de multiples interactions entre les apprenants et l'enseignant, verbales ou non, en temps réel (synchrone). L'avènement des dispositifs de téléconférences a permis la création de classes virtuelles reproduisant autant que faire se peut la situation de classe réelle.

Le modèle « programmation didactique » :

Issu du modèle de l'enseignement programmé, ce modèle procède par « séquentialisation » des apprentissages en fonction d'objectifs précis. Grâce aux systèmes de contrôle et d'évaluation, ce modèle leur garantit que si l'utilisateur (l'apprenant) est parvenu au terme du programme, il a réussi toutes les étapes et répond aux exigences de compétences souhaitées.

L'approche « socio-constructiviste » :

Cette approche de formation est fondée sur la construction sociale entre pairs plutôt que sur la transmission d'un savoir construit. Généralement basée sur des études de cas et des

⁴⁹⁴ Marchand L. & Loisier J., *Pratiques d'apprentissage en ligne*, Montréal : Editions de la Chenelière, 2005, p.24-27.

résolutions de problèmes, cette approche pédagogique peut paraître a priori moins théorique. En effet, elle place directement les apprenants face à des problèmes réels. Par ailleurs, le travail en équipe force l'apprenant à prendre en considération des points de vue et des arguments que seul, il aurait peut-être ignoré.

L'approche « hyper-formation » centrée sur le choix de l'apprenant :

Les dispositifs d'autoformation reposent sur une philosophie selon laquelle l'apprenant est capable d'exercer un contrôle efficace sur son processus d'apprentissage. Plutôt que d'essayer d'adapter l'enseignement à l'élève, on lui offre l'occasion d'exprimer ses besoins à travers un système de dialogue simple et efficient, et de faire des choix dans sa manière d'apprendre. Cette approche non-directive est permise grâce à l'« hyper » (hypertexte, hypermédia) que les NTIC ont permis depuis une vingtaine d'années.

La multiplication des sources d'information accessibles localement sur cédérom ou « en ligne » n'a fait qu'accentuer le décloisonnement des deux façons d'enseigner (en salle et à distance). Le formateur doit « *se retirer de plus en plus de l'enseignement direct pour se consacrer à des tâches d'organisation, de conception et de conseil* »⁴⁹⁵. Il devient une aide méthodologique mettant en place des situations pédagogiques, puis guidant les apprenants dans leur quête de savoirs. L'enseignement passe ainsi d'une « *pédagogie de l'information à une pédagogie de l'entraîneur* »⁴⁹⁶.

Ainsi, chaque jour, à des niveaux de formation de plus en plus élémentaires, un nombre croissant d'apprenants grâce à Internet, et c'est notamment le cas de nos jeunes skateurs scolarisés, font des recherches sur des sujets de plus en plus divers et produisent des rapports dans lesquels l'information présentée est précise, actuelle et multiforme. On apprend ainsi aux nouvelles générations dans cette « pédagogie de la recherche » à résoudre des problèmes grâce à des outils, à s'orienter dans cette multitude d'informations à leur disposition. Ils apprennent surtout une autonomie et une adaptabilité qu'ils pourront ensuite utiliser dans leur quête de connaissance ultérieure.

Devant ces nouveaux modes d'acquisition des savoirs, l'enseignant, et/ou le formateur ne sont plus les uniques porteurs du savoir : les ressources documentaires imprimées, enregistrées ou archivées sous forme numérique sont à la portée de tous. Davantage de cours ou de parties de cours sont accessibles en numérique sous forme multimédia.

⁴⁹⁵ Calvet C., Mor A., *Formation individualisée : fiches méthodologiques par mots clés à l'usage des concepteurs et des formateurs*, Lyon : Cafoc de Lyon, CRDP, 1988.

⁴⁹⁶ Meirieu P., *Enseigner, Scénario pour un métier nouveau*, Paris : Editions ESF, 1990.

Ainsi, de nombreux enseignants renvoient aujourd'hui les étudiants directement aux sources (textes imprimés en bibliothèque ou disponibles en ligne) pour accéder aux notions théoriques, et ils leur proposent des expériences ou des stages de terrains pour acquérir les compétences opérationnelles inhérentes à leurs futures fonctions. Dans une certaine mesure, il est intéressant de comparer ce mode d'organisation avec nos skateurs, qui pourraient acquérir des savoirs grâce à ces nouvelles technologies de l'information et de la communication, et pourraient ensuite les mettre en pratique sur les skateparks en étant accompagnés par un expert.

Par ailleurs, des études menées par Salomon⁴⁹⁷ sur l'efficacité des médias, ont démontré que ceux-ci ne transmettent pas seulement un contenu, c'est-à-dire le savoir ou les connaissances, mais aussi la façon dont le contenu est organisé. En ce sens, il signale que les médias ont, par la façon dont ils organisent leurs systèmes symboliques et leur mode de présentation (notamment les sommaires et les liens hypertextes), la propriété de servir de stratégies schématiques de compréhension pour les récepteurs.

Nous devons remarquer que les approches présentées précédemment sont construites dans une optique d'apprentissage. Nous verrons durant nos travaux si dans le skateboard, pratique hors du champ professionnel et scolaire **des savoirs peuvent circuler par des supports de communication initialement non prévus dans un but de formation à distance**. Ainsi, nous chercherons à comprendre si, dans les différents médias proposés aux skateurs, nous pouvons retrouver des organisations ayant des vertus pédagogiques. Nous pouvons notamment imaginer dans des magazines et dans des vidéos, le modèle « diffusionniste » ; dans les forums et le chat, le modèle du « télé-enseignement synchrone » ; et sur certains sites Internet, une approche d'« hyper-formation ».

Afin d'appréhender correctement le contexte dans lequel les jeunes évoluent aujourd'hui hors du champ scolaire et professionnel, nous proposons d'expliquer à présent, la place des technologies de l'information et de la communication dans la société française.

⁴⁹⁷ Salomon G., « *Internalization of filmic schematic operations in interaction with learner's aptitudes* », Journal of educational psychology, vol.66, n°4, 1974, p.499-511.

Salomon G., « *Effects of encouraging Israeli mothers to co-observe "sesame street" with their five year olds* », Child development, n°48, 1977, p.1146-1151.

Salomon G., *Interaction of media, cognition and learning: an exploration of how symbolic forms cultivate mental skills and effect knowledge acquisition*, Californie: Jossey-Bass inc, 1979.

2. La place des TIC dans la société française

Les technologies de l'information et de la communication font aujourd'hui partie du quotidien des français. Une récente enquête menée par l'INSEE⁴⁹⁸ vient confirmer ce constat : « *La part des produits des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le budget des ménages est passée de 1,3 % à 4,2 % entre 1960 et 2005. Cette hausse quasiment ininterrompue n'a pas d'équivalent parmi les autres postes de taille significative. La demande est très dynamique : elle a augmenté de 12,6 % par an en volume sur 45 ans. Cette forte croissance est aussi favorisée par 20 ans de baisse continue des prix, principalement ceux des micro-ordinateurs, et la mise à disposition de produits toujours plus performants* ».

Si pour les économistes, ces innovations reflètent l'avènement d'une troisième révolution industrielle synonyme de prospérité ; pour les sociologues, l'heure est à l'analyse des usages et changements sociaux que produisent ses nouveaux instruments. Il est en effet palpable, que de nombreuses pratiques sociales comme les loisirs, le travail, les échanges sociaux connaissent de nouvelles logiques de fonctionnement. Ces nouvelles technologies sont de plus en plus axées sur la mise en relation et sur l'échange d'informations (SMS, MMS, E-Mail, Chat, forum de discussion, etc...) et parviennent tout doucement à se détacher du micro-ordinateur en s'adaptant grâce à une miniaturisation à nos équipements portables (téléphones, baladeurs).

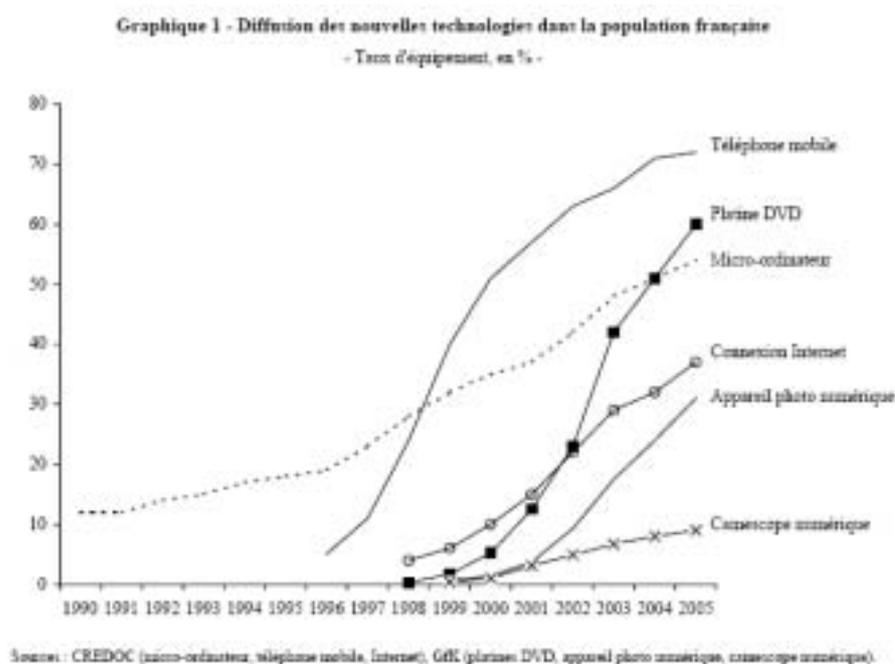
D'un point de vue économique, ces innovations modifient la répartition des dépenses des ménages, et également des adolescents qui deviennent par ce développement une cible privilégiée des fabricants (baladeurs numériques, téléphones portables, jeux vidéos, etc..). Nos jeunes skateboarders sont bien-sûr concernés pareillement dans le changement de leur mode de vie que ce soit dans la sphère privée (utilisation d'un micro-ordinateur personnel et d'Internet), ou dans la sphère publique (écoute du baladeur MP3 durant la session de skate, enregistrement vidéo des sauts sur les skateparks avec des caméscopes).

Il est difficile de définir les technologies de l'information et de la communication, car celles-ci n'appartiennent pas à une nomenclature clairement établie, de par leur arrivée récente dans le mode de vie des français, et de par l'apparition régulière de nouvelles innovations (notamment le numérique). Nous retiendrons ainsi dans notre champ d'analyse

⁴⁹⁸ Arthaut R., « *La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans* », Insee Première n°1101, Septembre 2006.

des TIC, l'ordinateur et Internet, la télévision, les caméscopes, les appareils photos, les lecteurs enregistreurs multimédias, les magazines.

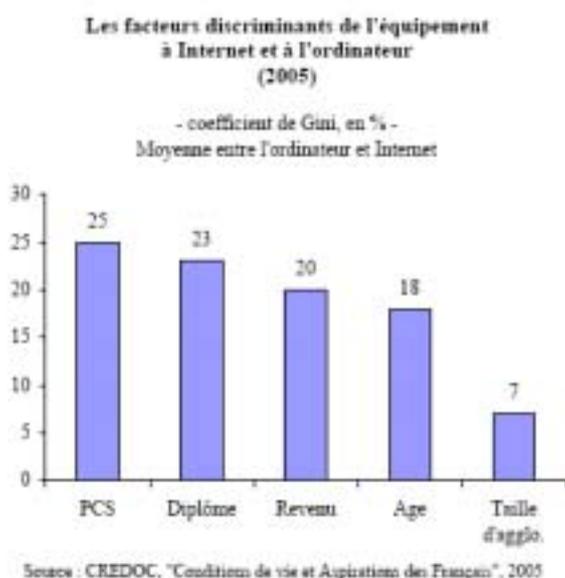
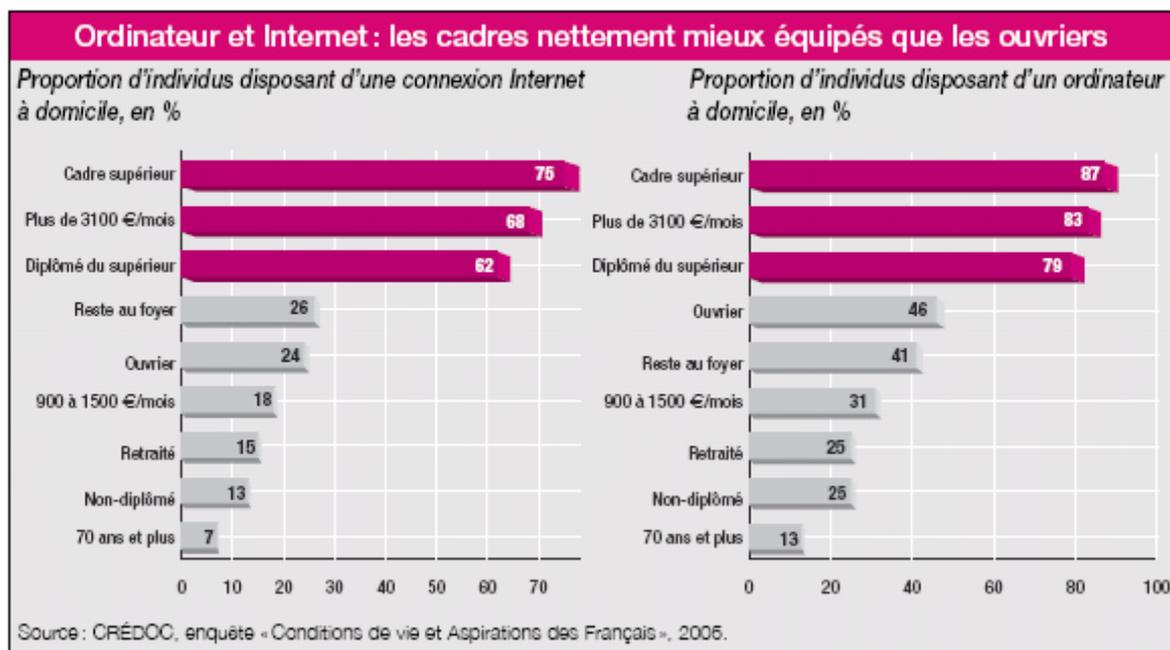
Le développement des TIC concerne une multitude de produits plus ou moins récents et dont le poids est très inégal dans la consommation des ménages (cf. graphique ci-dessous). Le téléphone portable et l'ordinateur sont les deux produits phares de cette décennie, en représentant respectivement 3,2 % et 14,6 % du total des achats en TIC. Leur croissance annuelle moyenne en volume, de 39 % et 37 % depuis 1990, en est le révélateur.



€ L'ordinateur et Internet

Le micro-ordinateur n'était présent que dans 15 % des ménages au milieu des années 1990. Fin 2005, plus de la moitié des ménages en sont équipés et 10 % des foyers ont au moins deux micro-ordinateurs⁴⁹⁹. Sur la période récente, c'est la naissance et le développement d'internet qui a entraîné la nette progression du taux d'équipement. Néanmoins, de fortes inégalités d'équipements doivent être soulignées, et ce par l'effet de divers facteurs : professions (75% des cadres supérieurs disposent d'une connexion à Internet à domicile, contre seulement 24% des ouvriers, 15% des retraités et 13% des non-diplômés), diplômes, revenus, âge, taille d'agglomération (cf. graphiques ci-dessous).

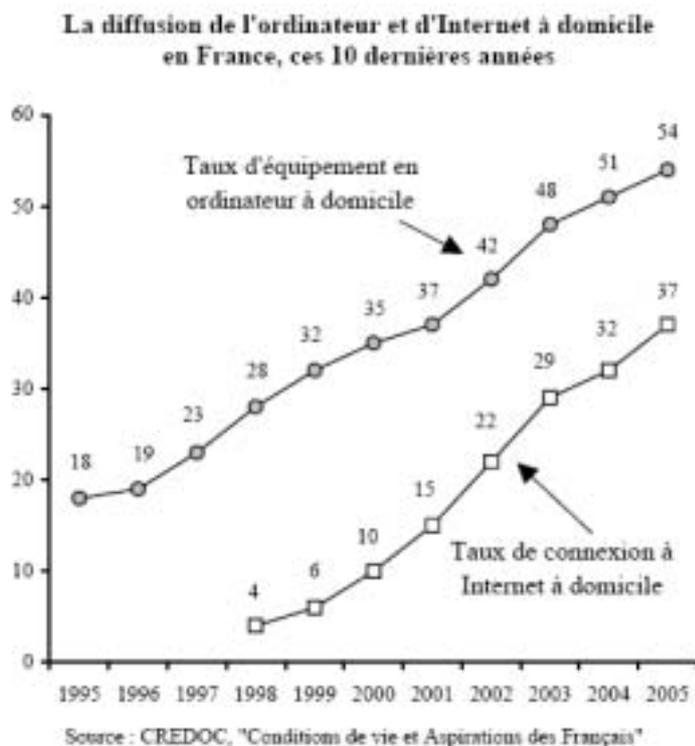
⁴⁹⁹ Bigot R., « La diffusion des technologies de l'information dans la société française », Collection des rapports du CREDOC, n° 237, décembre 2005.



Le développement d'Internet et du nombre d'utilisateurs est en effet spectaculaire. En 1995, 150 000 français disposaient d'une connexion. Des inégalités d'accès à l'information étaient ainsi importantes. Elles tendent aujourd'hui à se résorber grâce à la diminution des prix et le développement du réseau ADSL : « *Le fossé numérique se réduit plus rapidement pour l'accès à Internet à domicile : entre 1999 et 2005, le coefficient de Gini est passé de 40% à 21%. Autrement dit, en l'espace de 6 ans, les disparités d'accès à Internet ont pratiquement diminué de moitié.* »⁵⁰⁰. Ainsi, en 2005, 26 Millions disposaient d'une

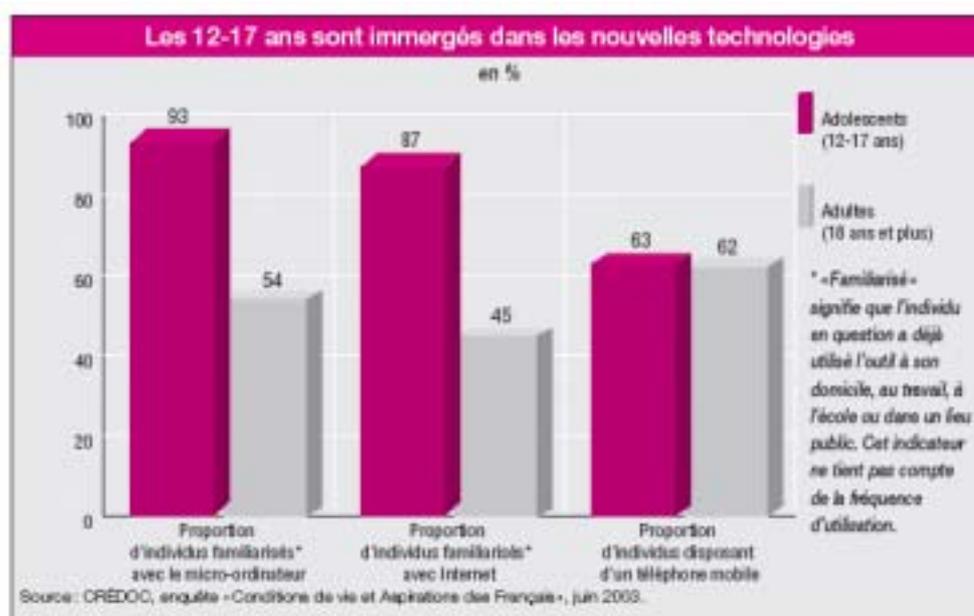
⁵⁰⁰ Alibert D., Bigot R., Foucaud D., « *La dynamique des inégalités en matière de nouvelles technologies* », Cahier de recherche n° 217, Credoc, novembre 2005.

connexion Internet, dont 83% échangeaient des e-mails. Le nombre d'abonnés a quadruplé entre début 2000 (3,1 millions) et fin 2005 (13,1 millions). L'accès à haut débit a évolué de 50 000 à 9,5 millions d'abonnés sur cette période. Lors de nos entretiens, il a d'ailleurs été remarquable que plus de 90% des skateurs interrogés disposent d'une connexion à Internet à leur domicile.



Chez les adolescents, les nouvelles technologies sont encore plus rapidement domestiquées, assimilées et utilisées dans la vie courante. Une enquête du CRÉDOC, réalisée pour le Conseil général des Technologies de l'Information et l'Autorité de Régulation des Télécommunications révèle que 90% des adolescents sont familiarisés avec Internet ou le micro-ordinateur, quand « seulement » 10% des adultes ont déjà surfé sur Internet. Un phénomène générationnel est ainsi identifiable, laissant entrevoir des changements substantiels dans la manière d'utiliser l'outil informatique, et plus globalement dans l'apparition de nouvelles pratiques sociales. Les jeunes générations sont donc complètement immergées dans les nouvelles technologies. Cet investissement temporel entraîne des risques de désocialisation et d'isolement pour ces jeunes déconnectés des relations interpersonnelles. Une enquête menée par le CREDOC en 1999 soulignait déjà l'usage élevé de la télévision par

les jeunes (2h18/jour en moyenne pour un enfant). Le temps attribué à l'ordinateur, à Internet, à la console de jeux se substitue ou s'agrège à ces moments d'isolement qui renferment encore davantage l'adolescent dans la sphère privée (notons cependant que l'isolement physique peut permettre de développer un réseau de connaissance et des échanges par l'intermédiaire d'Internet).



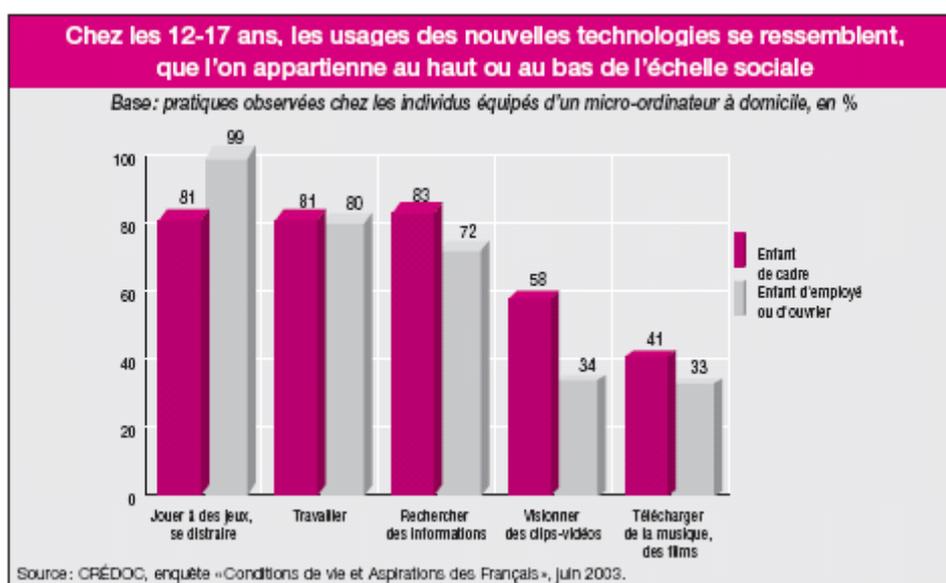
Nous pouvons également remarquer que l'origine sociale n'est pas discriminante dans la connaissance des nouvelles technologies de l'information et de la communication. En effet, les efforts des pouvoirs publics depuis une décennie pour équiper les collèges et lycées ont permis aux jeunes de tous horizons d'être très rapidement familiarisés avec ces outils dans un cadre scolaire.



Une étude menée en mars 2006 par l'institut IPSOS, nous montre que l'utilisation de l'ordinateur couplé à Internet est aujourd'hui très variée. Les jeunes Internautes ont un multi-usage marqué par une récurrence calendaire importante. Ces utilisations sont d'ailleurs relativement proches entre les milieux sociaux :

Operations effectuées via Internet (au cours des 30 derniers jours, hors consultations de mails)				
En %	15-24 ans	15-19 ans	20-24 ans	25 ans et +
Messagerie instantanée (de type ICQ, MSN Messenger...)	68	74	65	41
Recherche d'infos. pratiques (météo, trafic, déplacements...)	65	56	70	75
Recherche d'infos. liées à l'actualité	55	52	58	60
Consulter ou gérer vos comptes bancaires	42	25	52	58
Echanger des photos avec d'autres internautes	41	46	38	35
Ecoute la radio en ligne	41	43	39	34
Regarder des bandes annonces de cinéma	38	39	37	30
Participation à un chat (discussion en direct)	35	40	33	19
Téléchargement de logiciels	34	35	33	31
Partager des fichiers avec d'autres internautes	33	40	30	17
Téléchargement de musique (MP3...)	32	39	28	15
Laisser des commentaires sur un blog	32	51	21	7
Participation à un forum (fonctionnant par messages)	29	32	27	17
Consultation de vidéo en ligne	23	26	22	14

Téléchargement de vidéo, de film	21	25	19	9
Jeu en direct en réseau	21	25	18	13
Téléchargement de jeux	15	18	13	12
Suivre un événement en direct	12	12	12	13
Téléphoner en ligne	11	9	12	14
Regarder la télévision	8	8	8	6
Faire évoluer votre site personnel	7	9	7	5
Suivi d'un programme de formation	4	2	5	4
Effectuer des transactions boursières	3	2	4	7
Aucune de ces opérations	3	2	3	3



Fréquence d'utilisation d'Internet pour aller sur des sites web				
En %	15-24 ans	15-19 ans	20-24 ans	25 ans et +
Plusieurs fois / jour	44	40	47	50
Environ une fois / jour	22	24	22	25
S/T Réguliers	66	63	68	75
2 à 5 fois / semaine	23	24	22	17
Environ une fois / semaine	8	10	7	5
Une à trois fois / mois	2	2	2	2
Moins souvent	1	1	0	1
S/T Occasionnels	34	37	32	25

€ **L'évolution de la télévision, la presse, et la radio**

Bien que l'ordinateur et Internet soient deux éléments marquants de cette troisième révolution industrielle, la télévision, la presse et la radio maintiennent une place importante dans les médias utilisés par les adolescents.

Fréquentation des autres medias : télévision, radio ou presse				
- Durée de fréquentation -				
En %	15-24 ans	15-19 ans	20-24 ans	25 ans et +
Télévision				
Au moins une écoute (lundi-dimanche)	95	97	94	95
durée d'écoute par individu (H)	3.4	3.3	3.4	3.4
Radio				
Au moins une écoute (lundi-dimanche)	92	93	91	94
durée d'écoute par individu (H)	2.0	2.1	1.9	2.2
Presse				
Au moins une lecture (lundi-dimanche)	87	87	88	88
durée de lecture par individu (H)	0.6	0.6	0.6	0.8

Il existe une réelle culture sportive communiquée par les médias. Les adolescents sportifs en ont une consommation importante : « *les poids respectifs des deux pratiques culturelles étudiées (la télévision, et la presse) sont importants car touchant chacune « au moins quelquefois dans l'année » plus de la moitié des adolescents français. Le sport à la télévision s'impose avec presque neuf individus sur dix. La lecture d'un quotidien ou d'un magazine sportif se détache avec environ deux individus sur trois. Dans la population des investis, le niveau de consommation est plus fort (« une fois par semaine et plus ») pour le sport à la télévision avec un peu moins de deux adolescents sur trois. Ensuite, nous avons la lecture avec un peu moins d'un individu sur deux fortement consommateur. La multi-consommation est forte et confirme une nouvelle fois le poids de l'information et du spectacle sportif à la télévision. L'association TV/ lecture représente presque un jeune sur cinq* »⁵⁰¹.

En regardant de plus près les profils des adolescents composant le cœur des consommateurs de médias sportifs nous voyons qu'ils correspondent de près aux caractéristiques de nos skateurs : « *Le jeune amateur de programmes télévisuels sportifs est,*

⁵⁰¹ Canneva H., *Les adolescents et le sport* : Enquêtes 2001, collectif Burlot F., Crosnier D., Lamour J.F., Editions INSEP, 2005.

par ordre décroissant d'importance, un garçon avec un père actif employé et avec une composition familiale stable (les deux parents ensemble). Globalement, le facteur explicatif dominant est le sexe, suivi de loin par l'âge. La télévision tend à traverser la hiérarchie sociale, l'origine sociale n'intervenant pas. Le lecteur de presse spécialisée est également un garçon, dont la mère ou le père exercent une profession de niveau supérieur (artisan, commerçant, chef d'entreprise ou cadre et profession intellectuelle supérieure) »⁵⁰².

⁵⁰² Ibid.

3. La presse

De tout temps, l'écriture a permis de transmettre des valeurs, savoirs, et manières de penser le monde et la société. Cette forme d'apprentissage, étudiée par Claude Lévi-Strauss⁵⁰³ a montré que les connaissances populaires ne circulent par uniquement grâce à des dialogues entre des hommes mais utilisent aussi des supports originaux comme les quipus chez les indiens.

Dès les premiers balbutiements du skateboard, des magazines régionaux spécialisés étaient apparus (souvent amateurs et sous la forme associative) et avaient pour objectifs d'apporter des connaissances sur le matériel, les « spots » pouvant être skatés, et les skateurs régionaux s'étant distingués. Aujourd'hui, nous allons pouvoir le constater, le marché s'est structuré, et des sociétés d'éditions se chargent de diffuser cette presse spécialisée.

Suite à nos différents entretiens, nous avons pu comprendre que les skateurs utilisaient régulièrement dans leur quête d'information des magazines. En effet, les skateurs possèdent tous dans leur chambre ou dans leur appartement des magazines de skate. Certains ont un ou deux exemplaires, alors que d'autres ont de véritables collection grâce à des abonnements : « *alors je suis abonné à 3 revues de skateboard, parce que je me suis rendu compte que ça me coûtait moins cher et que j'avais droit à des cadeaux, mais j'ai quand même une bonne petite collection, et puis je suis abonné à un journal de skate* »⁵⁰⁴. Nous pouvons faire remarquer qu'il n'a pas été rencontré un seul skateur dépourvu d'un magazine récent (moins de 6 mois) à son domicile. Par ailleurs, nous avons pu constater qu'une grande partie collectionne et affiche des *centerfolds*⁵⁰⁵ sur les murs montrant des figures de skate ou des portraits de leurs « héros ».

a) Présentation des magazines lus par les skateurs

Plus de trente magazines de skate sont aujourd'hui commercialisés en France. Ce marché a énormément évolué en fonction des périodes creuses et fastes du skate : « *Quand j'ai commencé, il y avait Surface mag, ou il y avait Bicross et Skate magazine, il y avait 3 pages de skate à chaque fois, je m'en foutais, mais ça valait le coût d'être lu, je m'étais fait un classeur, je découpais des trucs, c'était pas vraiment pour l'information, c'était plus pour avoir des photos, pour voir du skate, c'était ma passion, alors je voulais en voir plus. (..) au*

⁵⁰³ Lévi-Strauss C., *La pensée Sauvage*, Paris : Plon, 1962.

⁵⁰⁴ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

⁵⁰⁵ Photo imprimée sur une affiche et insérée au milieu du magazine grâce à des agrafes. Souvent plus grande que le format du magazine, elle est pliée afin de correspondre à la taille de celui-ci.

départ, il y avait 2-3 magazines français et il n'y avait pas de magazines américains, parce qu'ils n'étaient pas importés, et ensuite ça été le contraire parce qu'il y a eu une vague un peu creuse, et il n'y a eu plus rien et bizarrement ils importaient toujours des magazines américains et ils n'y avaient plus de magazines français, alors on continuait à lire des magazines mais américain, et j'étais un plus âgé alors je pouvais bouger à droite à gauche dans les boutiques spécialisées pour en trouver »⁵⁰⁶

Provenant de pays différents, nous pouvons souligner que la grande majorité des magazines est éditée en anglais. Le format est très différent selon les éditeurs, et varie de 100 à 400 pages.

Les principaux magazines lus par les skateurs de notre échantillon sont : *Transworld skateboarding*; *Trasher Magazine*, *Big Brother skateboarding magazine*, *Skatemag*, *Freestyler*, *Sugar*. Notons que tous ces magazines ont un nom américain, et sont pour la plupart uniquement en langue anglaise. Cependant selon les skateurs, la langue anglaise n'est pas un obstacle à la compréhension dans la mesure où, dans les magazines tous admettent que les trois quarts du contenu est composé de publicités et de photos.

Principaux magazines de skate classés selon l'origine géographique de leurs éditeurs (Etats-Unis, Europe, France).

Etats-Unis: *Skateboardmag*; *Transworld skateboarding*; *Trasher Magazine*; *Skateboarder magazine* ; *Slap Magazine* ; *Juice Magazine* ; *Big Brother skateboarding magazine*.

Europe: *Sidewalk*; *Document*; *Yeyo*; *Gitorm*; *Numero*; *6AM*; *Difere*; *Monster*; *Limited*; *Dogway*; *Erosion*; *Flatspot* ; *Kingpin* ; *Adrenalin* ; *Playboy* ; *Lodown*.

France: *Tricks skatemag*; *Skatemag*; *Beach brother*; *Chill*; *Freestyler* ; *Sugar*.

Nous avons remarqué que les skateurs alternent régulièrement leur lecture en consultant des magazines français et américains : (« S : toi tu regardes quoi comme magazines ?) des américains : *Transwolrd*, *Trasher*, des français *Sugar*, *Freestyler*, et *Kingspin* qui est un nouveau magazine européen »⁵⁰⁷ ; « oui toujours, je prends des magazines français, des fois je prends des *Big Brother*, *Freestyler*, des trucs ricains ou tu as des tricks différents, après tu as des marques différentes que tu ne peux pas trouver en France et ça c'est bien, c'est un peu ça le skate »⁵⁰⁸. Les magazines français sont achetés pour lire des articles de fonds et des informations sur la pratique. En revanche, les magazines américains (notamment les *Transworld*) apparaissent comme une vitrine du skate mondial et

⁵⁰⁶ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon..

⁵⁰⁷ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁵⁰⁸ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

surtout américain, et sont avant tout parcourus pour les photos de skateboard présentes dans le magazine et dans les publicités.

Nous pouvons souligner que les producteurs d'informations de ces magazines n'ont que très rarement des formations spécifiques. En effet, avant d'être des journalistes, ils sont des pratiquants à l'expertise technique et au vécu reconnu. A croire que leur passion du skateboard leur garantit des compétences recherchées par les rédactions (cette constatation a pu être effectuée également dans l'univers du surf, où des sportifs reconnus occupent des postes de responsable marketing dans des multinationales sans aucune formation au métier exercé⁵⁰⁹).

Par ailleurs, il est intéressant de remarquer que ces magazines offrent régulièrement des lucarnes à des acteurs majeurs de l'histoire du skate sous la forme d'éditoriaux, d'interviews, d'articles. Leurs apparitions sont l'occasion de rappeler l'origine du skateboard, mais également pour les éditeurs de maintenir un positionnement et un discours dans la plus pure tradition alternative.

b) Un outil d'apprentissage technique

Les magazines disposent de véritables espaces didactiques décortiquant les étapes de réalisation des figures. A titre d'exemple, sur le magazine Transworld une rubrique spécifique est dédiée à l'apprentissage des figures (*Trick Tip*). Nous pouvons constater que ces photos sont essentiellement composées de professionnels « en action ». Quelques skateurs nous ont expliqué utiliser ce support pour trouver de nouvelles figures : « *Tu vois des nouvelles figures dans des magazines, tu te dis je vais essayer, et après ça finit par rentrer* »⁵¹⁰.

Par ailleurs, ces didacticiels sont complétés par des légendes expliquant le placement du corps et des pieds sur la planche, ainsi que le nom des figures. Des skateurs de notre corpus, ont appris le nom des figures dans les magazines grâce à des explications en dessous ou à l'intérieur des photos : « *c'est dans les magazines qu'ils développent les noms des figures et ils te montrent des séquences pour faire la figure et comment s'appelle la figure* »⁵¹¹ ; « *Le nom des figures, c'est dans les magazines, tu les lis* »⁵¹² ; « *Le nom des figures : les bookins*

⁵⁰⁹ Cretin S, *Stratégies marketing des fabricants de Surfwear et déterminants de l'achat chez les jeunes*, Mémoire de Maîtrise, UFR STAPS Besançon, 2002.

⁵¹⁰ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁵¹¹ Quentin, interviewé le 17 avril 2003 à Besançon.

⁵¹² Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

surtout en fait et puis le jeu Tony Hawk, mais les magazines étaient beaucoup plus instructifs que maintenant avant ils expliquaient les tricks, ils partaient dans une ville et présentaient le team, les spots ...et puis, quand j'ai commencé, à mon shop, ils donnaient des « ride-on » c'est un petit magazine, maintenant disponible en kiosque a 2€ »⁵¹³ ; « (S : Et comment as-tu connu le nom des figures, c'est les autres qui te les apprennent ?) Non, c'est dans les magazines, il y a les photos avec le nom de la figure en-dessous » ; « le nom des figures c'est dans les magazines, tu les lis une fois et après tu les sais, quand c'est quelque chose qui t'intéresse tu t'en souviens ce n'est pas comme l'école, tu lis un truc, tu t'en souviens toute ta vie, même les photos »⁵¹⁴.

Nous pouvons constater un écart de langage entre les skateurs directement justifiable par le choix des magazines : *« Les bisontins de temps en temps ils ont un autre langage, plus magazine que nous, nous on parle un peu plus à la française, ils parlent de back side, nous on dit back tout court ça suffit, il y a des petits détails où on n'est pas d'accord, mais bon ce n'est pas très très grave. [...] dans les magazines ils ne disent pas toujours pareil, genre le rock slide, tu peux dire un lip slide, un slide tout simplement. Ça dépend si tu lis des magazines américains ou les autres... »*⁵¹⁵. Ainsi, nous remarquons que l'apprentissage de ces savoirs varie selon les sources d'informations utilisées. En s'appuyant sur les sociologues de la connaissance⁵¹⁶, nous pouvons affirmer qu'il est difficile et rare d'atteindre la connaissance, nous accédons seulement à une représentation, à une interprétation de celle-ci. De ce fait, cet apprentissage par personnes interposées (les éditeurs de ces revues faisant le lien entre le mouvement du skate et les skateurs) peut conduire en agrégeant de multiples représentations à une altération des informations transmises.

⁵¹³ Meuh enjoy, interviewé le 12 novembre 2005 sur Messenger.

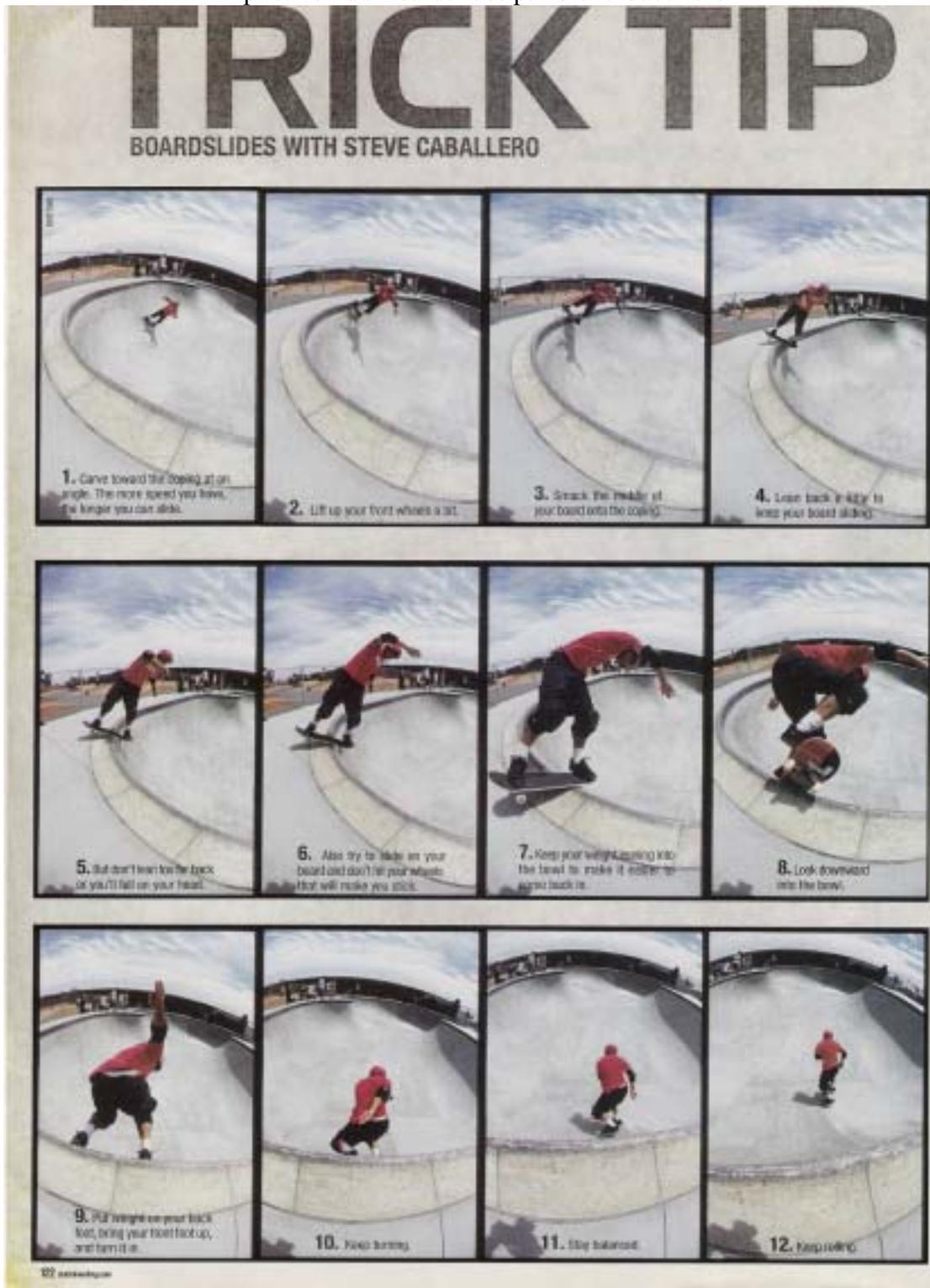
⁵¹⁴ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁵¹⁵ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁵¹⁶ Faruggia Francis, intervention de DEA, UFR SLHS Besançon, Mars 2002

Magazine Transworld skateboarding, Janvier 2003, P. 122

Explication du Boardslides par Steve Caballero



Magazine Sugar, Juillet/aout 2003, P. 32.
Explication du Backside blunt slide transfert



**BACKSIDE BLUNT
SLIDE TRANSFERT**

En langage skateboardistique, le terme "Transfert" signifie passer d'un côté à l'autre d'un obstacle, celui-ci pouvant exister sous la forme d'un module ou tout autre objet urbain (an l'occurrence ici c'est un dos d'âne antigitans...). Ce que l'on nomme le blunt slide transfert est l'action de passer de l'autre côté d'une barre ou d'un muret en glissant sur le tail. Une fois le tail posé, le nose se retrouve inévitablement à la même hauteur que son homologue arrière, et le blunt slide, dans ce cas précis, se transforme en tail-slide. Mais ce n'est pas grave ! La différence réside dans l'approche de l'obstacle et de la façon dont vous l'attaquez. Démonstration.

- 1 Le ledge est du côté de vos talons, ce sera en backside (littéralement « dans le dos »). Appréciez la distance qu'il va falloir parcourir pour atteindre le spot tout en gardant un œil vers l'avant.
- 2 Tapez un frontside ollie de 90 degrés en direction du ledge (ou de la barre).
- 3 Une fois posé, le plus grand risque que vous courrez est de partir en arrière, alors pensez à bien centrer votre poids à la verticale de votre board mais un peu plus sur le tail, pour que votre pied avant serve uniquement de contre-poids.
- 4 Poser votre tail délicatement sur le bord et caliez-vous à l'aide du truck arrière. Le buste a gardé le même axe depuis le début si tout va bien !
- 5 Dépliez la jambe arrière et poussez dessus, histoire de glisser un peu. Ce geste prépare également le replaquage.
- 6 En tournant les épaules, votre bassin et tout le reste doivent suivre et vous amener vers la victoire ! Et si vous avez trop pivoté, essayez de ressortir en fokie !

Ensuite, les magazines permettent aux skateurs de découvrir des « spots », mais également de percevoir des styles de vie, des cultures dont ils semblent s'inspirer pour construire leur manière d'être et de paraître. Nous discernons que les magazines donnent aux skateurs réellement l'envie de voyager, et entretiennent le rêve collectif des *spots* américains : « Là, c'est à Los Angeles, c'est le spot le plus connu au monde, d'ailleurs il est sur le jeu de Tony Hawks. C'était à Los Angeles, là où tu as vu plein de graff, c'est le coin le plus mythique aux Etats-Unis. Enfin ce n'est pas à Los Angeles même... c'est à Venice Beach, c'est juste à côté, tu sais c'est là où tu as la plage juste derrière où il y a les bodybuilders, c'est une baie qui regroupe des tas de villes, mais la plupart des spots que tu vas voir dans les films sont représentés dans les jeux de Playstation. (S : C'est comme ça que tu les as connus ?) J : Ben oui, parce que je n'y suis jamais allé, tu les vois sur les magazines. Après tu les vois sur la Playstation, sans y être jamais allé, tu sais où c'est, tu sais où ça se trouve. Bon j'espère pouvoir aller un jour là-bas, ça, ça serait le top ! Skater ce que eux skatent, c'est un peu des rêves d'enfant... »⁵¹⁷.

Par ailleurs, les magazines de skate informent régulièrement des résultats des *contests* et des faits marquants (figures réalisées, chutes). L'étude de la presse sportive par Martine Segalen a révélé que dès 1904, celle-ci avait un rôle dans les événements sportifs : « *Les journaux illustrés relatent abondamment ces épreuves originales, comme la course des bouchers, Le vendredi Saint à Montgeron, ou la marche des blanchisseuses en 1904.* »⁵¹⁸. Les skateurs de notre échantillon sont demandeurs de ces nouvelles. Les « *Pros* » intéressent en effet particulièrement les skateurs qui cherchent régulièrement à suivre la vie de leurs idoles : « *Oui, je me dis : « tiens je ne savais pas que lui aimait faire ça, qu'il aimait skater là », et c'est comme ça tu connais les gars* »⁵¹⁹. Cet élément est d'ailleurs parfois une des causes d'achat des magazines : « *les magazines américains j'en achète quand je sais qu'il y a un pro qui est dedans* »⁵²⁰ ; « *c'est histoire de savoir un peu l'actualité, voir les gens qu'il y a dedans voir ce qu'ils disent, s'ils ne sont pas trop con, des trucs comme ça* »⁵²¹.

Comme on pu le souligner de nombreux chercheurs attentifs aux images sportives : « *les champions sont les vecteurs de ce processus de médiatisation. On peut dégager un*

⁵¹⁷ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

⁵¹⁸ Segalen M., *Les enfants d'Achille et de Nike*, Paris : Editions Métailié, 1994, p.16.

⁵¹⁹ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

⁵²⁰ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

⁵²¹ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

mécanisme profond d'humanisation du héros »⁵²². Les propos des skateurs révèlent que leur intérêt pour les *pros* dépasse largement l'aspect sportif, et déborde sur les traits de personnalité, le rythme de vie, les marques portées et sponsors, et les passions des skateurs professionnels. Ainsi, nous devons remarquer que devant cet engouement pour les champions, les magazines adoptent une autre attitude économique à l'égard des sports : l'organisation et le parrainage de l'événement sportif lui-même : « *ces organes de presse y voient un avantage important : développer leur lectorat, c'est-à-dire leur propre marché (...), ce n'est pas uniquement pour la promotion du sport, c'est également pour la promotion des ventes* »⁵²³.

Enfin, comme nous l'ont confirmé différents gérants de skateshops, les skateurs utilisent les magazines comme des guides d'achats : « *Dans l'ensemble les adolescents, c'est les mieux rencardés, ils te sortent un magazine, et ils te disent je veux ça, tu les roules pas !* »⁵²⁴. Ils permettent d'une part de découvrir de nouvelles marques « *et puis tu as toujours deux trois marques nouvelles de boards que tu trouves sur les magazines* »⁵²⁵, et d'autre part de trouver des articles comparant les qualités techniques et esthétiques des différents modèles.

c) Un support véhiculant la culture urbaine

Selon Gabriel Tarde⁵²⁶, la presse est un vecteur important de la formation de l'opinion publique. Par son action elle permet de transmettre des valeurs et des idéaux. Bien entendu, cette action n'est pas instantanée, et doit être complétée par des interactions : « *pour que cette suggestion à distance des individus qui composent un même public devienne possible, il faut qu'ils aient pratiqué longtemps, par l'habitude de la vie sociale intense, de la vie urbaine, la suggestion à proximité.* »

Nous avons pu constater que la culture urbaine est omniprésente dans les magazines de skate, et semble être recherchée par les pratiquants.

Ø Les graffitis

⁵²² Geney L., Renaud J.N., Vivier C., Loudcher J.F., Roux J., « *Champions du Tour à la une du Miroir des sports, 1919-1939* », In Histoire et sociétés, Revue européenne d'histoire sociale, n° 7, 3^{ème} trimestre 2003.

⁵²³ Andreff W., « *L'athlète et le marché* », Sport et télévision, Valence : CRAC, 1993, p. 54-55.

⁵²⁴ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon, ancien gérant du skateshop SWITCH.

⁵²⁵ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

⁵²⁶ Tarde G., *L'opinion et la foule*, Paris : Les Presses Universitaires de France, 1989, (Originellement publié en 1901).

Les skateboarders revendiquent régulièrement leur appartenance à la culture urbaine. Dans ces magazines nous retrouvons de nombreuses images de sites urbains et notamment des photos des « tags »⁵²⁷ et des « graffitis »⁵²⁸ (cf photos pages suivantes). Loin d'être de simples magazines sur une discipline sportive, les revues de skate s'attachent à mettre en valeur le style de vie urbain et les revendications politiques et sociales de ces usagers quelques peu atypiques.

Cette manière d'interpréter les graffitis comme de l'art dans les magazines de skate, est complètement différente des magazines conventionnels qui perçoivent ce mouvement comme du vandalisme : « *Les nombreux articles de presse parus ne semblent pas appartenir au monde de la conservation mais bien plutôt aux univers du nettoyage industriel et de la violence urbaine. Les graffiti sont évoqués plus comme une nouvelle forme de pollution et d'agression visuelle que comme des oeuvres à classer et à protéger* »⁵²⁹.

L'exposition « *Graffiti et société* », au Centre Georges Pompidou en 1981, a été la première en France à valoriser le graffiti et à l'inscrire dans le patrimoine socioculturel urbain. L'objectif fut de retrouver dans ces « *inscriptions anonymes et maladroites, les traits provocants et fulgurants qui nous ramènent aux origines du sacré* »⁵³⁰. Considéré par certains comme des formes primitives, proche de l'art brut de Jean Dubuffet, le graffiti est envisagé comme un marqueur de notre temps, figeant sur les murs des pensées contemporaines (parfois contestataires comme par exemple les graffitis de mai 1968). L'espace public devient un champ d'expression.

De nombreux témoignages de skateurs mettent ainsi en avant l'utilisation de ces magazines dans l'objectif de visionner des « *graffitis* ».

« *Oui, en fait moi je m'intéressais à fond au graffiti avant, je faisais aussi 2 ou 3 tags et j'achetais ride on, et en fait c'était un magazine un peu hybride plus culture street : graf, hip-hop, et le skateboard, ça a été aussi quelque part une influence, ça m'a poussé à aller voir les gars qui skataient au square Saint-Amour* »⁵³¹.

« *Tout jeune, j'étais plongé dans le monde du skate. Je lisais les magazines de skate comme Noway, Skateboarding Transworld, etc dans lesquels on pouvait déjà trouver des*

⁵²⁷ Le tag est une inscription non-autorisée (souvent fait avec des bombes de peinture ou des marqueurs) appartenant à la catégorie du graffiti. Il s'agit d'une signature, d'un pseudonyme, d'une inscription répétée de nombreuses fois en général dans un milieu urbain. « Tag » est un terme anglais qui veut dire « insigne » ou « étiquette ».

⁵²⁸ Le Graffiti est une peinture dans la rue. Ces auteurs sont des graphistes, des traceurs ou des pochoiristes.

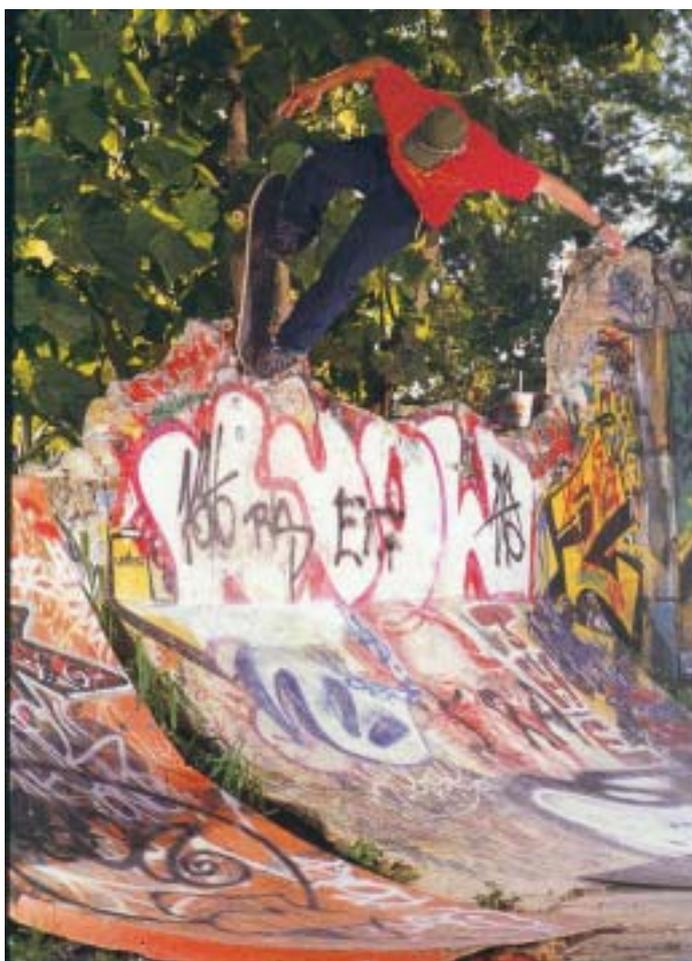
⁵²⁹ Vulbeau A., « *Les tags, spectres de la jeunesse* », In Annales de la recherche urbaine, n°54, 1995.

⁵³⁰ « *Graffiti et société* », catalogue de l'exposition, 29 juillet - 31 août 1981, BPI, Centre Georges Pompidou, 1981

⁵³¹ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

photos de graffs ou des illustrations de graffeurs. Vers 89-90, la vague hip hop est arrivée avec effroi dans ma ville et je suis tombé naturellement dans le graffiti »⁵³².

« les skateurs qui me plaisent, c'est surtout ceux qui viennent de la côte Est des Etats-Unis, de New-York, souvent sur les photos au lieu d'avoir un cocotier, tu as un vieux bâtiment, après c'est ce que je préfère parce que ici c'est un peu ça, il n'y a rien, il n'y pas vraiment d'endroit ou tout le monde se retrouve, c'est que des « monospots », tu viens tu fais une figure et tu t'en vas. Je pense que là bas c'est pareil, même si je ne suis jamais allé, mais dans les vidéos, c'est ce qu'on voit »

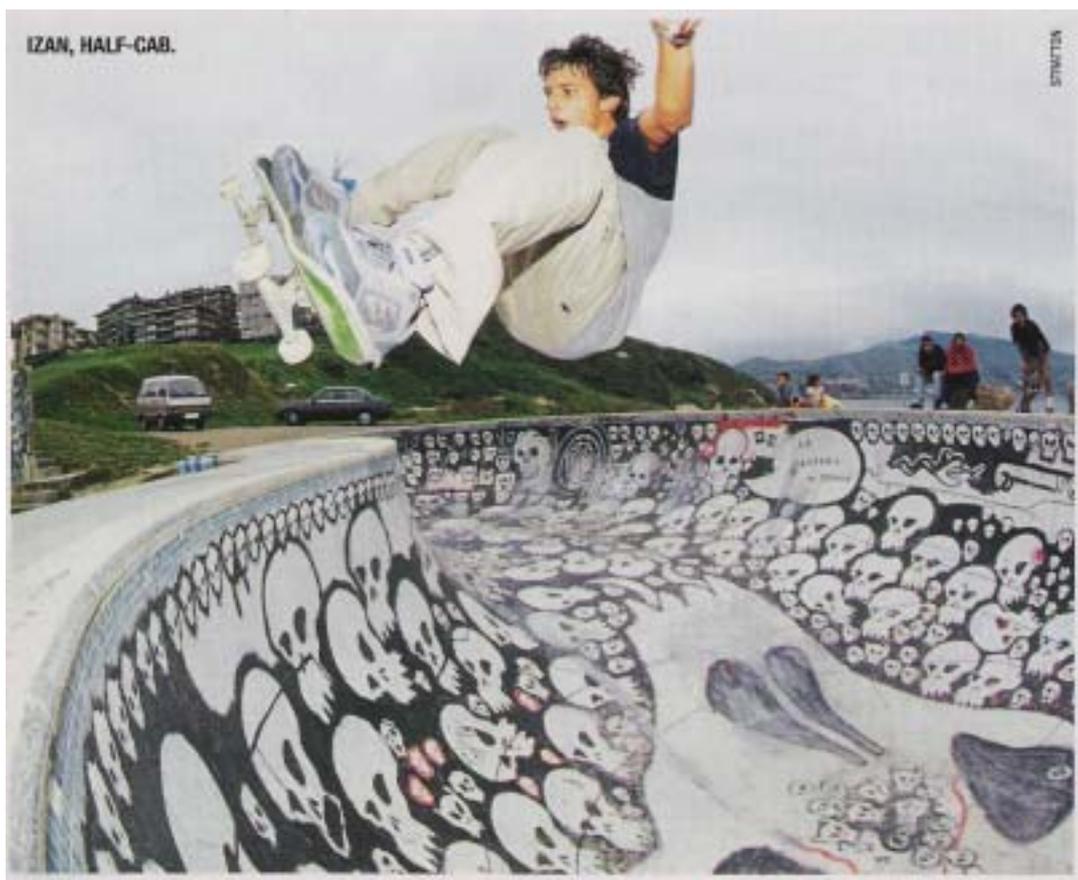


533

⁵³² Témoignage de AKROE, dessinateur urbain. Article disponible sur internet :

<http://www.90bpm.net/graffiti/interview/akroe.htm>

⁵³³ Photo issue du magazine « *Transworld skateboarding* », Volume 21, janvier 2003.



Il faut souligner que les skateurs s'approprient en général les lieux qui leurs sont dédiés de manière symbolique grâce au graffiti. Même si la pratique du graffiti concerne une minorité de skateurs, elle est appréciée par la grande majorité qui y voit un geste artistique et d'embellissement du mobilier urbain. Il est à ce propos intéressant de remarquer que dans la presse, les *contests* où les journées de promotion de l'activité sont commentées comme des moments de découverte de la culture urbaine, où les ateliers de démonstration de graffitis font intégralement partis de l'évènement :

« A dix mètres, démonstration de roller et de skate, puis le basket de rue.... Et enfin les graffiti artistes, qui ont dû accrocher leurs toiles sur des grilles mais avaient droit à des grandes bâches pour réaliser des graffs »⁵³⁴.

« Rap, tag, slam, break dance, skate ou BMX, ce sont tous les arts des cultures urbaines qui s'invitent à partir de vendredi soir et jusqu'à dimanche sous la prestigieuse nef du Grand Palais à Paris, à l'invitation du ministre de la Culture Renaud Donnedieu de Vabres qui

⁵³⁴ Binet S., « *Le plein au Grand Palais : Hip hop. Ambiance de fête sous les verrières pour Rue, à Paris* », Libération, 16 octobre 2006.

souhaite pour cette première faire découvrir au grand public toutes les ramifications de la culture hip-hop »⁵³⁵.

Ø La presse revendiquant et diffusant des normes et des valeurs.

Nous pouvons souligner que les magazines de skate dépassent largement leur simple rôle d'information, ils ont pris en effet plusieurs fois partie face aux diverses attaques que les pouvoirs publics et les collectivités ont dressé contre des skateurs. A titre d'exemple, nous pouvons citer le magazine « *Trasher* ». En effet, celui-ci se veut l'écho du mouvement trash plus largement, et présente régulièrement des activités comme le graffiti, le tag et de la musique.

Trasher a pu montrer durant ces vingt cinq années son esprit engagé. Alors que des skateurs furent condamnés pour avoir pratiqué dans la rue, *Trasher* diffusa des autocollants « *skate is not a crime* ». Des articles prirent place dans le magazine pour initier les skateurs à se défendre face à une sanction judiciaire, et également à manifester leur colère (ainsi, aujourd'hui encore, nous retrouvons sur les lieux de pratique des tags énonçant ce slogan).

De plus, il incita régulièrement les skateurs grâce à des articles à adopter une démarche plus citoyenne, en diminuant leurs conflits face à la population. C'est ainsi qu'en Aout 1988, *Trasher* offrit sa première page au peintre Robert Williams, qui interviewé dans le magazine diffusa comme message final : « *Stay out of trouble* » (évittez les ennuis).

Dans l'escalade libre, pratique de *glisse*, Olivier Aubel a pu constater également que la presse spécialisée énonçait des règles et défendait des valeurs : « *L'essor du libre et l'homogénéisation à l'échelle du monde occidental des manières de grimper ainsi est concomitante de la naissance de magazines spécialisés commerciaux aux Etats-Unis et en Europe. On peut dès lors envisager le rôle qu'ont pu jouer les magazines, notamment américains et anglais, dans la diffusion puis l'imposition de l'idée du libre (cette relation peut être faite quand on considère la naissance de revues spécialisées sur le créneau de l'escalade comme le magazine anglais *Mountain* (1969) et son homologue américain *Climbing* (1970). L'apparition de ces deux publications accélère la diffusion de la pratique et la standardisation internationale du corpus réglementaire du libre. Pour Godfrey et Chelton « les éditeurs de ces magazines deviennent des faiseurs d'opinions influents »).* »⁵³⁶.

⁵³⁵ « "Rue" au Grand Palais, ou trois jours consacrés aux cultures urbaines », In *Nouvel Observateur*, 12 octobre 2006.

⁵³⁶ Aubel O., « La médiatisation d'une pratique sportive secondaire, l'escalade libre, dans la presse sportive spécialisée », In *Regards sociologiques*, 2000, n°20, p. 115.

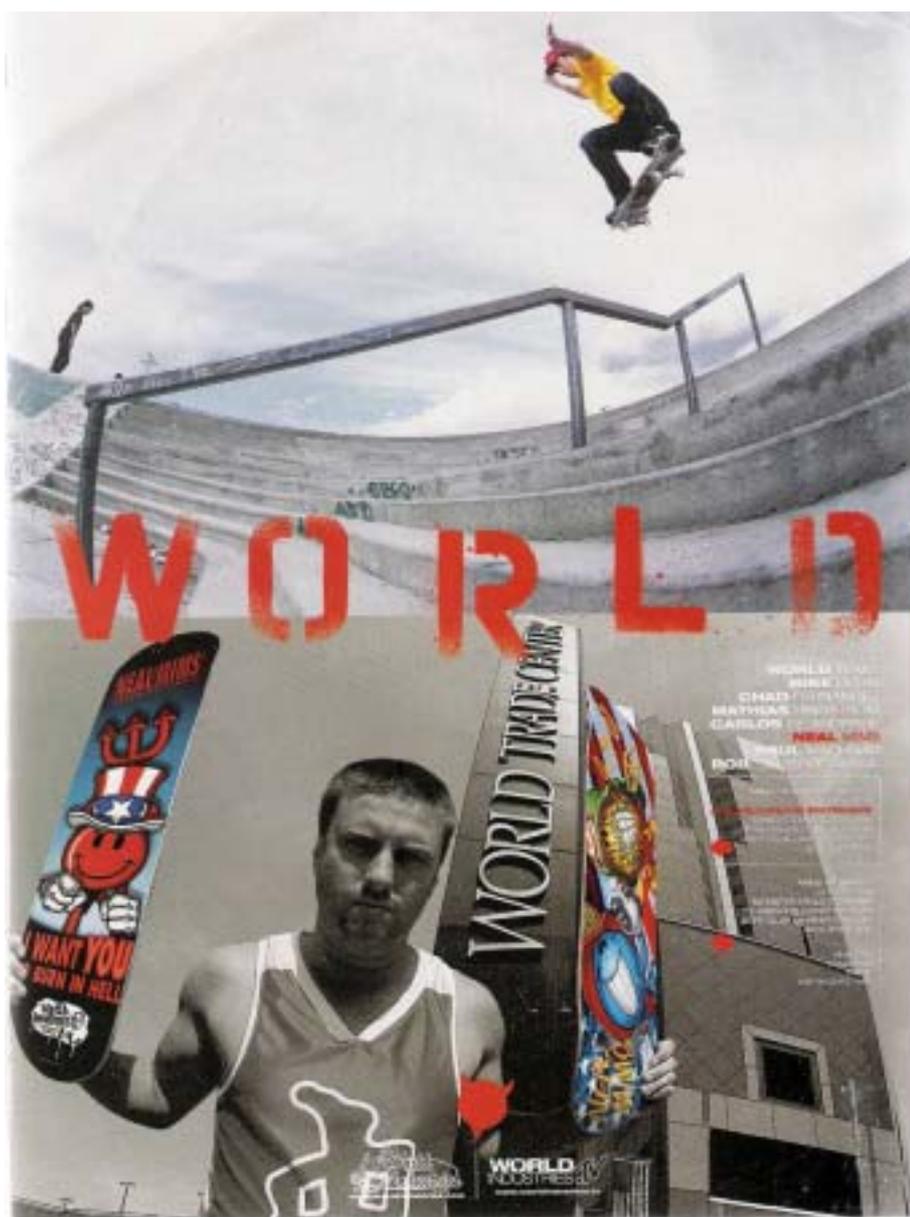
d) La Production d'information face aux enjeux économiques.

Les magazines de skate sont, comme tous les médias, tenus par une logique de rentabilité économique de leur production. Les recettes de ces annonceurs, constituées des ventes et des abonnements liés au magazine d'une part, et des espaces publicitaires d'autre part, permet d'appréhender dans quel contexte économique ils évoluent. Ces supports dont la finalité mercantile est en partie assouvie par les espaces publicitaires⁵³⁷, entraîne un risque d'instrumentalisation des savoirs. En effet, ces outils voués au transport et à la diffusion d'information agrègent des publicités dont les contenus ne sont que très peu contrôlés. Par ailleurs, la neutralité du contenu éditorial et iconographique reste parfois perplexe lorsque sont présentés des tests matériels, ou des articles sur des *pros*, sponsorisés par une marque achetant des espaces publicitaires importants. Il est en effet révolu, le temps où le service de la rédaction était totalement imperméable au service commercial en charge de la vente d'espaces publicitaires : « *le contenu rédactionnel des revues est le résultat de l'orchestration collective d'une présentation...qui trouve son origine dans la convergence d'intérêt des différents acteurs du système médiatique* »⁵³⁸.

D'un point de vue publicitaire, nous voyons que les magazines de skate ont tous accepté la marque *World Industries* (photo ci-dessous). Celle-ci communique sur les attentats contre le World Trade Center le « 11 septembre 2001 » en s'engageant à ce que leurs commanditaires « brûlent en enfer ». Nous voyons à cet instant que nous sommes loin du magazine sportif classique, et que des valeurs politiques et idéologiques sont insérées dans ces supports. Ces slogans sont d'autant plus dangereux que les lecteurs constituant une part de notre échantillon sont en majorité des adolescents dont l'objectivité et le recul face à ces propos ne sont que très limités !

⁵³⁷ *Tableaux statistiques de la presse, Données détaillées 1999. Rétrospective 1985-1999*, Paris : La Documentation Française, 2001.

⁵³⁸ Aubel O., op. cit., p.121.



539

Reste à savoir si comme le souligne Régis Debray ces réseaux ne sont pas que : « *des lieux de transit ou de consommation, sans épaisseur temporelle, sans charge sémantique... des lieux dont on n'est pas capable de garder le souvenir, qui ne laissent pas d'empreinte derrière eux* »⁵⁴⁰. Si cette remarque, me paraît tout à fait pertinente sur le grand spectacle sportif, où l'annonce d'une victoire, d'une réussite a une importance éphémère : « *Quant aux grandes liturgies contemporaines, celle du sport, ce sont des flamboyances sans reste : jeux olympiques, mondial de foot. Les stades, nos cathédrales à nous, agnostiques, apparaissent comme les mégamonuments d'un culte de corps sans credo, d'une religion sans memento, où*

⁵³⁹ Publicité de la marque « World industries ». Dernière de couverture du magazine « *transworld skateboarding* », volume 21, janvier 2003.

⁵⁴⁰ Debray R., *Des machines et des âmes*, Paris : Édition Descartes & Cie, 2002, p.19.

nous communions à chaque coup au but non dans une réviviscence ou un recueillement, comme dans les lieux de culte à l'ancienne, mais dans un spasme participatif, une intensité sans souvenir ni perspective »⁵⁴¹. Il est en revanche beaucoup plus délicat d'évaluer l'impact de ces supports lorsque ceux-ci traitent de sujets de fond. Ainsi, même si nous pouvons constater que les événements du World Trade Center ont été commentés aux Européens essentiellement par le biais des réseaux médiatiques, l'influence de ces supports à travers les nombreuses dépêches apportées, a dépassé largement le rôle d'information, et devient pour beaucoup le symbole de la fracture politique, culturelle et idéologique entre l'Orient et l'Occident.

Ces apports idéologiques relayés par les différentes publicités nous renvoient au terme de « soft power »⁵⁴² initié par Joseph S. Nye. Il s'agit d'une nouvelle définition de la puissance, de la capacité d'un acteur (d'une nation), à transmettre une idéologie par la persuasion et non pas par la force. La puissance traditionnelle (militaire, économique), nommée le « hard power », ordonne et impose, alors que le « soft power » permet d'influencer le jeu des autres acteurs internationaux. De nombreux facteurs permettent à ce nouveau type de puissance de fonctionner ; les principaux sont l'attraction idéologique et culturelle. En effet, le style de vie américain, ses valeurs (liberté, droits de l'homme, démocratie) sont élevés au rang de modèles et diffusés à travers le monde par le biais des médias et des nombreuses multinationales⁵⁴³. Ce phénomène ne doit pas pour autant être considéré comme transitoire ou éphémère parce qu'il est contemporain. En effet, de nombreuses réalisations ont pris de la consistance grâce au temps, celui-ci permettant de révéler les conséquences et les changements provoqués.

Ainsi, notre étude sur les magazines se doit d'être complétée par une analyse des publicités tant leur présence est importante⁵⁴⁴ sur ces supports. Nous allons mener une réflexion sur les valeurs présentes dans les publicités en engageant une étude plus approfondie des images, symboles et messages existant dans les espaces publicitaires.

⁵⁴¹ Debray R., *ibid.*, p.23.

⁵⁴² Nye Joseph S., *Bound to lead ; the changing nature of american Power*, New York: Basic Books, 1990.

⁵⁴³ Nye Joseph S., *The paradox of American Power, why the world's only superpower can't go it alone*, Oxford: Oxford University Press, 2002.

⁵⁴⁴ Le magazine « Transworld skateboarding » de Janvier 2003 dispose de 203 pages de publicités sur 448 pages au total.

4. Les publicités dans les magazines de skate

Les résultats qui vont suivre sont issus d'une étude quantitative⁵⁴⁵ que nous avons effectuée sur 3 magazines de skate (Sugar, Freestyler, Transworld skateboarding) de l'année 2003. Un ouvrage de Jean-Michel Glasman⁵⁴⁶ présente le graphisme de cent marques de skate. Très complet et intéressant par la diversité des publicités, ce livre souffre cependant de l'absence d'une étude iconographique.

Dans un premier temps, l'objectif a été de recenser : l'ensemble des détails composant les publicités, les annonceurs s'affichant dans les magazines, et les messages véhiculés par les slogans et les textes explicatifs.

Suite à ce recueil de données et aux nombreuses statistiques découlant de celui-ci, nous avons pu remarquer de nombreuses singularités propres au monde du skateboard.

La publicité dans les magazines de skate : un marché réservé aux fabricants de vêtements et d'équipements :

Ces deux types d'annonceurs cumulent 91% des espaces publicitaires proposés dans les magazines et semblent ainsi être les seules marques communicantes dans le marché du skate. Les fabricants de vêtements devancent largement les fabricants d'équipements (respectivement 52% et 39%). Ce fait peut être expliqué par l'immense réussite de certains fabricants de vêtements qui n'hésitent plus à investir d'énormes sommes dans leur communication (à titre indicatif, une page couleur dans le magazine Freestyler coûte 3000 €).

Par ailleurs, ils optimisent leur visibilité en s'affichant de façon efficiente dans les magazines (dans 48% à droite, et dans 38% en double page).

Les annonceurs provenant des Etats-Unis incontournables dans les magazines de skate :

Sur l'ensemble de notre échantillon, 64,6% des annonceurs proviennent des Etats-Unis. Dans le magazine américain Transworld, ceux-ci représentent même 96% (notons l'absence d'annonceurs français).

Dans les deux magazines français analysés, les annonceurs américains sont encore présents à hauteur de 30% et les australiens dans 10% des cas alors que ces magazines sont destinés uniquement à la population de l'hexagone. Les annonceurs français représentent 51% des publicités.

⁵⁴⁵ Cf annexes.

⁵⁴⁶ Glasman J.M., *Skate et street graphics*, Biarritz : Editions Yocar, 2005.

Dans les publicités de skate, l'anglais semble être la langue officielle ! Dans 97,4% des publicités disposant d'un slogan, les textes sont rédigés en anglais.

Ainsi, nous pouvons remarquer que les lecteurs français n'ont pas d'autres choix que d'apprendre l'anglais s'ils souhaitent comprendre les slogans des fabricants de vêtements et d'équipements.

L'absence de femmes dans les publicités :

Les annonceurs n'encouragent en aucun cas les femmes à pratiquer le skate. Seule une femme est visible dans les 98 publicités analysées. Les skateuses françaises ne peuvent donc pas s'identifier à des modèles féminins dans ces magazines. Il reste à savoir si ce choix de la part des annonceurs est motivé par une absence de pratiquantes, une absence de lectrices, ou tout simplement, d'une segmentation excluant cette clientèle.

Une augmentation de l'amplitude des sauts grâce à des prises de vues et des lignes directrices orientées.

Les images de skate dans les magazines sont pour le moins impressionnantes. J'ai relevé 57% de figures de grande amplitude (supérieur à 1,5 mètres). De plus, ces exploits sportifs sont agrégés d'angles de vues et de lignes directrices amplifiant sensiblement l'effet de hauteur. En effet, 54% des images ont été photographiées en contre-plongée ce qui a pour conséquence directe de donner aux lecteurs l'impression que le skateur vole à des hauteurs importantes. D'autre part, nous pouvons constater que 45% des images comportent des diagonales descendantes et 11,5% des lignes verticales prononçant encore davantage le dénivelé. Ainsi, les skateurs produits dans ces magazines semblent effectuer des sauts gigantesques. Durant les entretiens effectués avec plusieurs skateurs, je les ai confrontés à ce type d'image et j'ai pu constater leur admiration devant ces modèles techniques réalisant des prouesses sportives.

Les publicités de skateboard : un outil didactique

De nombreux skateurs interviewés ont été admiratifs devant les diverses rotations que les skateurs arrivaient à effectuer avec leur planche et souhaitaient comprendre comment ceux-ci procédaient.

J'ai pu constater que ces images avaient un potentiel didactique important en analysant l'organisation des publicités. D'une part, celles-ci proposent des images avec des plans permettant d'apprécier la manipulation de la planche (40% en plan moyen, et 35% en plan rapproché, contre seulement 8% en plan d'ensemble). D'autre part, les publicités sont dans la

moitié des cas (47%) composées de plus de deux images de skate (25% ont plus de 8 images). Nous avons remarqué que 24% des publicités proposent plusieurs images juxtaposées décomposant l'ensemble de la figure dans ces étapes clefs (prise d'élan, impulsion, saut, rotation de la planche, réception). Soulignons que 60% des images de skate présentent une figure techniquement difficile, c'est-à-dire avec une rotation de la planche ou en glissant le long d'une rambarde ou d'un muret.

Ainsi, ces publicités peuvent apparaître comme un outil didactique pour de jeunes apprenti-skateurs soucieux de développer leurs techniques et leurs gammes de figures.

Les valeurs communiquées :

Le skateboard a pris naissance culturellement en Californie durant les années 60. Cet état largement contestataire a imprégné cette activité de valeurs rebelles et a révélé des pratiquants ne souhaitant pas se conformer au modèle sportif traditionnel.

Ainsi, durant cette étude, je m'attendais à rencontrer des signes de rébellion. Ce fut le cas, notamment en observant les détails présents dans les images de skate.

Dans 24% des publicités, nous pouvons voir des graffitis. Cet élément, est un indicateur de la déviance rencontrée dans les zones urbaines. Grâce aux graffitis, ces images se chargent d'un aspect singulier, voire contre-culturel.

Par ailleurs, seules 4,15% des images présentes dans les publicités sont prises dans un skatepark. Ainsi, la volonté d'institutionnaliser et d'encadrer ces activités dans des lieux circonscrits et loin d'être d'actualité dans ces magazines.

Le danger est rarement symbolisé dans les publicités. Seulement 6,3% font des allusions. En revanche, la mort est un thème récurrent et théâtralisé dans les publicités (une publicité sur cinq). Etonnant, lorsque l'on sait que cette activité engendre exceptionnellement la mort. Les publicités « classiques » ne véhiculent jamais cette image de la mort : « *Cette vision de soi comme futur cadavre, et acteur malgré soi d'un processus de cadavérisation, n'est jamais explicite dans les images corporelles de la modernité. Ce sont des corps lisses, aux lignes pures, qui sont constamment montrés* »⁵⁴⁷. Ces apparitions de squelettes, de têtes de mort, de monument aux morts, de sang sont autant de détails qui différencient radicalement le skate des activités sportives traditionnelles, et plus généralement des représentations sociales occidentales.

⁵⁴⁷ Baudry P., *Le Corps Extrême, approche sociologique des conduites à risque*, Paris : L'Harmattan, 1991, p.25.

En effet, la mort reste encore un tabou pour l'Occident malgré les progrès récents de la thanatologie⁵⁴⁸, étudiant la mort dans ces composantes physiques, sociales, spirituelles, et culturelles. La mort est aseptisée, le corps mort doit rester propre et garder un air de vie : « *le mort est transformé en vivant par l'art du morticien* »⁵⁴⁹. Selon Louis Vincent Thomas, le rejet de la mort est en relation avec notre système socioculturel : « *Notre société de consommation est basée sur l'accumulation des biens, la rentabilité et le profit, où l'homme n'est plus qu'un producteur-consommateur. Parmi les facteurs qui entrent en ligne de compte, évoquons : -la perte des valeurs religieuses, malgré tout apaisantes; -une forte poussée individualisante dans un monde collectif, anonyme et indifférent (déréliction); -le pouvoir excessif accordé à la science et à la technique; la mort est une maladie que l'on saura guérir; la technique peut nous sauver; -les incidences de la vie urbaine: un habitat exigü (difficulté d'accompagner le mourant et de veiller le cadavre); les exigences du transport (interdiction des cortèges funéraires pour ne pas gêner la circulation); le coût élevé des terrains (source de difficiles problèmes pour l'aménagement des cimetières); enfin le rythme de vie, le travail des femmes, la famille nucléaire qui rendent malaisée la disponibilité d'être au service de celui qui souffre ou qui va mourir. Tout ceci engendre une stratégie de la coupure Vie/Mort, Vivant/Mourant, Survivant/Défunt* »⁵⁵⁰.

Nous retrouvons étonnement dans ces publicités une confusion, un va-et-vient, entre la vie et la mort. Le risque est intégré dans ce mode de vie aventureux où l'on promotionne « *la rage de s'éclater* » (« *L'expression « s'éclater » dit bien elle-même cette confusion : puisqu'elle signifie à la fois la jouissance et la destruction, le morcellement, l'accident* »⁵⁵¹). L'utilisation de ce thème par des annonceurs semble avoir pour but d'adopter un positionnement différencié. Il s'agit de saisir le lecteur, de le toucher dans ses retranchements les plus profonds. Traiter de la mort et de la peur qui lui est associée n'a qu'un seul but : marquer les esprits : « *ce n'est pas une « faiblesse individuelle », l'impossibilité où se trouve tout individu de savoir qu'il va mourir. C'est bien plus la brutalité avec laquelle ce savoir s'impose, en sidérant la personne dans un rapport intime et abstrait à la fois à ça « réalité corporelle individuelle » en voie de décomposition, qui le tue, par quoi il se tue. Avec*

⁵⁴⁸ Thomas L.-V., *La mort*, Paris : PUF, « *Que sais-je ?* », 1990.

⁵⁴⁹ Ariès P., *Essais sur l'histoire de la mort en occident. Du moyen âge à nos jours*, Paris : Editions du Seuil, 1975.

⁵⁵⁰ Thomas L.-V., *La mort aujourd'hui*, Paris : Editions du Titre, 1988.

⁵⁵¹ Baudry P., *Le Corps Extrême, approche sociologique des conduites à risque*, Paris : L'Harmattan, 1991, p.55.

*l'apparition du cadavre dans l'art et la littérature*⁵⁵², ce dessine l'obsession du corps en tant que « totalité résumante » de l'individu : porteur lui-même de mort, contenant la mort »⁵⁵³.

Notons que le danger vient de ce rapport suicidaire qu'entretien avec sa pratique le skateur. Nous retrouvons un des éléments marquant du processus de civilisation décrit par Norbert Elias, le risque de mourir ne vient pas de « l'autre » mais de son propre fait : « la progression du seuil de la pudeur et du sentiment de gêne traduisent la diminution de la crainte d'une attaque directe par autrui, et une accentuation de la peur intérieure, de la contrainte que l'individu exerce alors sur sa propre personne »⁵⁵⁴.

Comme le souligne Patrick Baudry, de nombreuses publicités traitent de la dimension suicidaire de l'homme. Le corps, objet morbide, doit souffrir, se détruire pour donner un sens à la vie de son porteur : « Le « corps sportif », présent dans nombre d'images publicitaires exprime bien moins un éloge du corps et de ses performances propres que le projet de s'en débarrasser. Dans nombre de publicité le corps n'est plus l'objet de « soin ». Il devient l'engin d'une toute-puissance. Il ne s'agit plus de le réguler mais de l'utiliser « à fond ». »⁵⁵⁵.

Les textes et slogans présents :

Les textes et slogans présents dans les publicités sont tous en anglais. Après une étude de leur contenu⁵⁵⁶, nous pouvons constater qu'ils véhiculent deux types de messages : d'une part, ils mettent en avant des attributs techniques liés à la qualité des produits : « *built to resist* » (construit pour résister). D'autre part, ils revendiquent des attributs psychologiques, plus subjectifs, afin de se garantir une identité authentique « *the original skate shoes* » (les chaussures de skate originales), et de personnaliser leurs marques grâce à des valeurs de liberté, de rébellion : « *antisocial* », « *dying to live* » (mourir pour vivre), « *freedom of choice* » (la liberté de choisir), « *Aeon alternative skateboarders* » (Des skateurs alternatifs éternels), « *Tricks evolve, spots change, trends fade, but... skateboarding is forever* » (Les figures évoluent, les spots changent, les tendances s'effacent, mais...le skate reste), etc...

Les discours de ces annonceurs rejoignent les propos des autres marques de glisse, et notamment les fabricants de surf qui font régulièrement référence à l'absence de limites et à la recherche de sensations (« *The Search* » : slogan de rip curl, signifiant « la recherche de la vague parfaite »), avant même de mettre en avant techniquement leurs produits (20,5% des

⁵⁵² Ariès P., *Essai sur l'histoire de la mort en occident*, Paris : Seuil, 1975, p.43.

⁵⁵³ Baudry P., *Le Corps Extrême, approche sociologique des conduites à risque*, Paris : L'Harmattan, 1991, p.25.

⁵⁵⁴ Elias N., *La Dynamique de l'occident*, Paris : Calmann-Levy, 1975.

⁵⁵⁵ Baudry P., *Le Corps Extrême, approche sociologique des conduites à risque*, Paris : L'Harmattan, 1991, p.52.

⁵⁵⁶ Les textes ainsi que leur traduction sont présents en annexes.

slogans publicitaires des marques de skate font référence à des attributs techniques, alors que 79,5% font référence à des attributs psychologiques), à croire que leurs études ont révélé que les jeunes achètent davantage une image qu'un produit technique.

L'aspect des publicités

Nous pouvons remarquer que les trois couleurs les plus fréquentes sont le blanc, le noir et le gris. Deux raisons pouvant expliquer ce ton froid des images peuvent être avancées : d'une part, les images montrent essentiellement un paysage urbain, (avec le béton gris, les routes noires et des immeubles blancs) ; d'autre part, de nombreuses images sont prises en noir et blanc.

Nous avons pu constater que les photos subissent de nombreuses retouches pour obtenir un aspect plus austère. Ainsi, elles sont 33% à être prise en noir et blanc, et 10% à être assombries. Ensuite, elles sont 21,9% à être saturées (les photos sont en surexposition ce qui annule les ombres). Par ailleurs, les images ont dans la moitié des cas (47,9%) un rehaut de couleurs positionné essentiellement sur le skateur et sur sa planche ce qui met en valeur l'action, il vient s'ajouter à cet effet un éclairage de la scène dans 35,4% ce qui poursuit cette volonté de mise en valeur de l'action et du skateur.

Synthèse

Nous voyons à travers cette présentation des éléments constituant les publicités de skate que le modèle du skateur est travaillé, déformé, pour le rendre commercialisable. En effet, si l'activité vécue et observée sur un skatepark n'est que très rarement spectaculaire, elle devient, dès son transfert sur du papier glacé, une discipline comparable au surf où les prouesses de ces sportifs (des envolées, des franchissements) induisent chez les lecteurs un sentiment d'admiration et d'angoisse face à ces sportifs de l'extrême. Nous le verrons dans notre partie sur les vidéos, ces supports communiquent une fiction dans un monde réel. Les frontières sont très minces, et les aspects tenant du réel et de la création graphique sont difficilement identifiables. Des valeurs, telles que la mort sont communiquées par ces annonceurs alors qu'elles n'ont pas de sens dans la réalité.

Par ailleurs, les skateurs professionnels représentant ces marques sont choisis parmi des critères souvent éloignés de la performance. Les marques favorisent en effet des professionnels charismatiques pouvant personnifier la marque et ses produits par leur capacité de transgression des règles et d'affirmation de leur personnalité : « *le champion plaît aussi*

*par son pouvoir de transgression. Quand les diplômés sont survalorisés, il contourne les parcours obligés de la réussite scolaire. Dans le cocon occidental du tout sécuritaire, il joue une ordalie moderne, dans des sports à risques »*⁵⁵⁷. Cette illusion de l'authenticité décrit par Fabien Ohl⁵⁵⁸ se décline par la mise en scène d'un faux réalisme et par le choix de personnalités très affirmées. Ces individus souvent dotés de traits de caractère excessifs, sont encore une fois, des modèles vendus comme des « produits de grande consommation ». Cette banalisation de l'extrême et de la déviance par les annonceurs, est un risque potentiel pour ces adolescents qui cherchent des repères et des modèles à cet âge.

La menace qui pèse sur la culture jeune et le skate à travers la mondialisation des pratiques et des marchés est la création d'un processus de « réappropriation » de la culture par la sphère marchande. Le choix des objets du patrimoine, la sélection des valeurs et de normes du skate sont ainsi dictés par un collectif d'individus sans légitimité, prenant des choix selon leur propre biographie et conception de l'activité, et surtout selon des enjeux économiques.

⁵⁵⁷ Quéval I., *Notre fascination pour les champions est profondément ambivalente*, In Le figaro, 17 juin 2006.

⁵⁵⁸ Ohl F., « *l'efficacité symbolique de l' « authenticité » sur les marchés des biens sportifs »*, In SFMS revue n°1, 2000.

5. Les vidéos

Le skateboard est une activité peu répandue dans l'hexagone en comparaison d'autres disciplines sportives. Néanmoins, il existe un réel marché de la vidéo dans cette discipline.

Dès les premiers entretiens, nous avons pu constater que ce média était omniprésent dans les témoignages des skateurs. Dans les sports traditionnels, seuls les sportifs de haut niveau possèdent et visionnent des vidéos de leur discipline. Ainsi, comment expliquer que dans le skateboard, sport amateur, certains individus interrogés dans notre échantillon détiennent jusqu'à cent vidéos ? Que recherchent-ils et qu'obtiennent-ils de ces supports ?

Les skateurs utilisent des médias (vidéos, revues, Internet) pour se documenter sur les performances des professionnels, l'évolution des matériaux, les nouvelles techniques, mais aussi pour voir des images de skate : *« ils ont sorti une vidéo et c'est vraiment ce que je préfère, c'est photo synthèse, tu ne peux pas l'acheter, tu as de la musique un peu expérimentale, tu as Mister l'Oizo, et Mister Deep. (..) J'achète Sugar qui est français, Kingsping qui est européen, et Transworld qui est américain, et sur Internet, je vais souvent sur Alienworkshop pour voir les nouvelles et les interviews, de temps en temps, je vais voir d'autres sites qu'on m'a parlé, celui de Lakai »*⁵⁵⁹. Nous pouvons remarquer que les diverses vidéos utilisées par les skateurs sont en majorité américaines alors que la France distribue elle aussi ce type de support. Certains légitiment ce choix en avançant l'idée que tout provient des Etats-Unis, en d'autres termes, que se documenter grâce à des revues provenant des Etats-Unis leurs donne des informations récentes provenant de la source. Cette constatation induit une réflexion sur les valeurs et les informations communiquées par ces supports. Il faut notamment se demander quels effets peuvent avoir l'apport de valeurs étrangères sur la culture de ces jeunes skateurs ?

Nous pouvons constater une domestication importante chez les skateurs des nouvelles technologies de l'information et de la communication : *« on les télécharge (les vidéos) sur Internet, c'est un pote, toujours le même, qui a l'ADSL, sinon avant on achetait des vidéos »*⁵⁶⁰. Ainsi, le cadre familial qui est jusqu'ici négligé par notre analyse surgit. La lecture, la navigation sur Internet, l'utilisation d'un magnétoscope sont des pratiques qui ont nécessité d'une part, une mise à disposition des supports et d'autre part, un apprentissage ; la famille a ainsi un rôle. Il ne s'agit pas d'une transmission de la culture et de la technique du skateboard car nos entretiens ont révélé que l'ensemble des parents ne pratiquaient pas de

⁵⁵⁹ Quentin, interviewé le 17 avril 2003 à Besançon.

⁵⁶⁰ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

sports de glisse, mais d'un accès et d'une formation aux nouvelles techniques de l'information qui leur permettent ensuite d'être autonome et de se documenter sur leur passion.

De nombreux éléments caractérisant l'organisation et l'usage singulier de ces vidéos vont être successivement décrits. A l'issue de cette présentation, nous finirons par une analyse longitudinale afin de montrer dans une carrière de skateurs quelle place ont eu les vidéos.

a) L'organisation des vidéos

En ayant visionné différentes vidéos de skate américaines et françaises obtenues par l'intermédiaire de skateurs de notre échantillon, nous avons très vite pu nous rendre compte que l'organisation et les contenus étaient relativement semblables. Ainsi, nous retrouvons presque à chaque fois, une équipe de skateurs professionnels⁵⁶¹ sponsorisés par des marques, qui partent en voyage⁵⁶² découvrir de nouveaux lieux⁵⁶³ dans l'ensemble des grandes villes du monde. Ces vidéos d'une durée en générale d'une demi-heure, finissent par une séquence de 2 à 4 minutes montrant toutes les chutes. Durant tout le film de nombreuses musiques, aussi bien avant-gardistes qu'appartenant au patrimoine des musiques rock⁵⁶⁴, sont diffusées et mises en rapport avec l'intensité de la pratique des skateurs.

b) L'usage des vidéos par les skateurs

Si le visionnage des films était autrefois un spectacle de masse, où le public « collectif » était regroupé en foule dans des salles, aujourd'hui, ils se voient majoritairement à domicile, seul ou en petit groupe sur écran de téléviseur ou d'ordinateur⁵⁶⁵.

Nos entretiens ont ainsi révélé que les vidéos de skate sont utilisées dans différents cadres. Seul ou en groupe, avant d'aller skater « *les vidéos j'aime bien les regarder avant de skater* »⁵⁶⁶ ou de manière régulière « *45 minutes par jour* »⁵⁶⁷, la semaine ou le week-end,

⁵⁶¹ Appelé par les skateurs une « *team* »

⁵⁶² Appelé par les skateurs un « *road trip* »

⁵⁶³ Appelé par des skateurs des « *spots* », il s'agit dans ce cas de rues, places et usines désaffectés

⁵⁶⁴ Rolling stones, Sex pistols

⁵⁶⁵ Scheinfeigel M., « *Les lauriers du cinéma* », In Cinergon n°15 « *Ou va le cinéma ?* », 2003.

⁵⁶⁶ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

⁵⁶⁷ Quentin M., interviewé le 9 avril 2005 sur Messenger.

chaque skateur utilise les vidéos dans des conditions spécifiques (en fonction de leur activité : salarié, étudiant, lycéen, demandeur d'emploi ; en fonction de leur rythme de vie, et de leur lieu d'habitation : manger à la maison le midi, rentrer immédiatement après leur activité ou seulement le soir)

Si 90% de notre échantillon dispose d'un téléviseur personnel (dans leur chambre ou dans leur habitation personnelle), la tendance est de visionner ces vidéos sur l'ordinateur tant l'accès aux scènes désirées est aisé et rapide, et tant leur stockage en version numérique assure un gain de place et d'argent.

Nous avons été surpris de l'intensité des visionnages de ces vidéos. Notamment chez les jeunes, cette activité représente en moyenne 2 à 3 heures par semaine. « *Oui trop souvent, c'est tous les jours, 2 ou 3, j'aime bien* »⁵⁶⁸.

c) Les vidéos comme élément déclencheur de la pratique

Les témoignages nous ont permis de constater que les vidéos sont une des raisons de la pratique du skate par certains bisontins (12%). Celles-ci sont parfois l'élément déclencheur, le révélateur de ce qu'il est possible de faire avec cette planche en bois, et incitent les jeunes à essayer le skateboard :

« *En fait, c'est en voyant des vidéos, j'avais eu un jeu de skate et il y avait des vidéos dedans, ça m'a bien mis la pression* »⁵⁶⁹

« *En fait, au début, moi c'était grâce au jeu Tony Hawk 2 sur Playstation que j'ai su qu'on pouvait faire des figures* »⁵⁷⁰

« *Et puis, j'ai vu une vidéo, il y avait les nuits de la glisse à l'époque, c'était un peu un truc novateur, c'était tous les sports fun à l'époque, et on n'en voyait nulle part, nous on essayait de monter des trottoirs, et dans la vidéo les mecs avec des olly, ils montaient des tables, moi quand j'ai vu ça, j'ai dit « mon Dieu ! ».*⁵⁷¹

Il faut souligner que ces vidéos présentent aux skateurs des techniques éloignées des modèles disponibles dans notre région. Les propos recueillis auprès des premiers skateurs bisontins sont révélateurs de ce choc culturel : « *A l'époque, entre 89 et 95, il y a eu à*

⁵⁶⁸ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁵⁶⁹ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

⁵⁷⁰ Bast, interviewé le 27 avril 2005 sur Messenger.

⁵⁷¹ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

Besançon la nuit de la glisse, qui se passait au Kursall, et le gros boum aussi, c'est quand on a vu les vidéos américaines, genre Street on fire, de Santa Cruz. Santa Cruz, c'est une marque de skate, c'est eux qui ont fait cette vidéo, et puis on a vu les ricains en faire, et puis c'était magique, il y avait vraiment une différence. Déjà en rampe, il faisait des trucs incroyables, ils arrivaient sur une borne de pompiers, ils montaient dessus, ils tournaient, et puis ils descendaient les rues de San Francisco à fond. On voyait vraiment qu'il y avait une culture, c'est pas seulement un sport, c'est un mode de vie, une culture, une façon de penser, une façon de skater dans l'environnement de la ville, d'utiliser tout ce qui est trottoir, rail, mobilier urbain, de prendre des rails et de glisser sur des trucs, c'est les parties en acier sous la planche qui tiennent les roues, glisser sur des trottoirs qui ont une matière qui permet de glisser, prendre des rambardes d'escalier. Tout ça c'est vachement important »⁵⁷². Nous voyons grâce à cet entretien que les vidéos américaines ont réellement véhiculé une manière d'aborder la pratique avec son skateboard, mais également d'exploiter le mobilier urbain.

Ce phénomène de découverte de l'activité grâce à des vidéos a été vécu de la même façon par des skateurs aujourd'hui professionnels. Régulièrement, des interviews dans des magazines ont révélé comment les vidéos donnaient l'envie à des jeunes de s'investir dans la pratique : « *Mon cousin avait une vieille planche en plastique des années 60, c'était avant que je ne commence, je devais avoir 8 ans, j'en faisais sur un parking avec lui. Plus tard, j'ai vu des magazines de skate, comme Bicross & Skate, et c'est Video Days (Blind) qui a été le déclic, ça m'a foutu cher la motive ! Je faisais déjà du skate, mais c'est ce qui a fait que j'ai eu la motive d'en faire tous les jours, et c'est ce qui a fait que je ne pensais plus qu'à ça : c'est Video Days... »⁵⁷³.*

d) Un outil didactique

L'utilisation des vidéos par les skateurs nous renvoie à une question centrale de notre thèse : peut-il y avoir circulation de savoirs techniques et apprentissage par des vidéos ?

D'abord, nous allons présenter les études réalisées sur cette thématique dans d'autres disciplines sportives. Ensuite, nous exposerons les résultats de notre recherche grâce à nos entretiens effectués auprès des skateurs et grâce à l'analyse des vidéos.

⁵⁷² Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

⁵⁷³ Interview de Jean-Baptiste Gillet, www.plusdesucre.com

La facilité d'utilisation des supports vidéos et la diminution de leur prix a démocratisé leur usage pour s'étendre aujourd'hui aux sports amateurs et semi-amateurs. Des études ont ainsi montré l'intérêt didactique des vidéos dans la pratique d'une activité sportive⁵⁷⁴.

Une analyse menée par Laugier et Cadopi⁵⁷⁵ en 1996 sur l'apprentissage d'enchaînements en danse grâce à des vidéos par des adultes a montré que ceux-ci se représentaient correctement les propriétés spatiales et chronologiques des mouvements. Tous les sujets ont été capables de rappeler le nombre et l'ordre des éléments présents dans les séquences. En revanche, lors de la pratique chez les novices, il a été remarqué que les propriétés temporelles, cinématiques et dynamiques du mouvement ou des enchaînements semblent échapper à un contrôle représentatif. Ainsi, si la vidéo est un outil d'apprentissage permettant de visualiser les mouvements et les différents enchaînements, elle confère néanmoins des résultats différents selon le vécu sportif du sujet (les sujets experts ayant des performances mnésiques supérieures à celles des sujets novices⁵⁷⁶, notamment parce qu'ils peuvent étiqueter verbalement les mouvements). En fait, selon les auteurs, les novices n'ont pas assez de pratique et d'expérience pour comprendre comment s'organise les mouvements dans le temps et dans l'espace. Par ailleurs, la dynamique du mouvement, c'est-à-dire l'énergie fournie par le modèle pour réaliser une figure ne peut pas être représentée par la vidéo. Les sujets doivent en effet faire appel à leur expérience ou à de nombreux essais.

Ces études nous montrent ainsi que l'apprentissage par des vidéos est efficace sur des sujets au niveau intermédiaire ou expert. Chez les novices, l'effet des vidéos semble plus questionnable dans la mesure où les mouvements et les enchaînements semblent intégrés, mais leurs modalités d'exécution ne peuvent pas être identifiées grâce à l'image.

Lors de nos entretiens, des skateurs d'un niveau intermédiaire nous ont rapporté que les vidéos leur permettaient de comprendre de nombreux éléments de leur pratique en faisant des arrêts sur image sur : les figures réalisables, le placement des pieds et du corps sur le skateboard, l'élan et l'angle d'attaque d'un module, les enchaînements successifs

⁵⁷⁴ Boulay B., *Etude des effets du feedback par vidéo et de l'image d'un modèle sur l'apprentissage d'une habileté sportive : application au volley-ball*, Paris : Insep, Livre mémoire, 1986.

⁵⁷⁵ Laugier C., Cadopi M., « *Representational guidance of dance performance in adult novices : Effect of concrete/versus abstract movement* », In *International Journal of Sport Psychology*, 26, 1996, p.91-108.

⁵⁷⁶ Allard, F., Starkes, J.L., *Motor-skill experts in sports, dance and other domains*, In K. Ericsson & J. Smith (Eds.), *Toward a general theory of expertise: Prospects and limits*, Cambridge: Cambridge University Press, 1991, p.126-152.

envisageables. Dans ce sens, les vidéos apparaissent comme un outil d'apprentissage technique.

« Ce qu'il y a de bien avec les vidéos, c'est qu'on voit comment les pros mettent leurs pieds sur la planche, ce qui joue beaucoup pour la réussite de la figure, et c'est vrai qu'avec un magnétoscope tu mets sur pause, tu fais des arrêts d'images, et puis tu regardes des heures et des heures comme ça, tu vois comment ils font, comment ça se passe, et ça aide beaucoup »⁵⁷⁷.

« Ils cherchent encore des techniques, à décortiquer avec les zooms. Bon je pense parce que nous on l'a fait pendant des années, ils sont encore au même truc, plus avec les magnétoscopes mais avec les lecteurs DVD et ou Internet ou ils téléchargent des vidéos sur Internet, ils les regardent, ils regardent les nouvelles figures »⁵⁷⁸

« Les vidéos j'aime bien les regarder avant de skater, une bonne vidéo ça te motive, tu te dis j'aimerais bien faire cette figure, tu te dis tu vois une figure dans une vidéo, tu te dis que tu vas essayé de faire celle-la, tu vas t'acharner pendant trois heures juste derrière, ou même le soir quand tu vas pas skater, tu te mets une vidéo et tu analyses, tu te dis ça c'est dur, ça il le fait vraiment bien, ça il le fait mal »⁵⁷⁹

« Observer c'est vachement important, quand tu regardes les vidéos, tu regardes le positionnement des pieds, la façon dont le corps doit réceptionner, dont le pied doit se placer, se recroqueviller »⁵⁸⁰.

« Tu vas apprendre des trucs, en regardant les vidéos, je m'achète des DVD de temps en temps, on se regarde ça avec des potes, on se motive on se met la pêche et après on va rider on se dit tiens ce truc là, c'est faisable. Tu commences à pouvoir enchaîner et ça c'est canon »⁵⁸¹.

« Je connais des types qui ont appris en regardant et en lisant des bouquins comme des fous, qui ont analysé des vidéos en ralenti pour voir les positionnements, les équilibres, c'est vachement d'analyse, nous quand on regarde les vidéos entre potes. Après on essaie, et on se critique, on dit : tiens, tu aurais pu réussir en faisant ça »⁵⁸².

⁵⁷⁷ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

⁵⁷⁸ Manu, interviewé le 2 juin 2006 à Besançon, gérant du magasin Slidebox à Besançon.

⁵⁷⁹ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

⁵⁸⁰ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

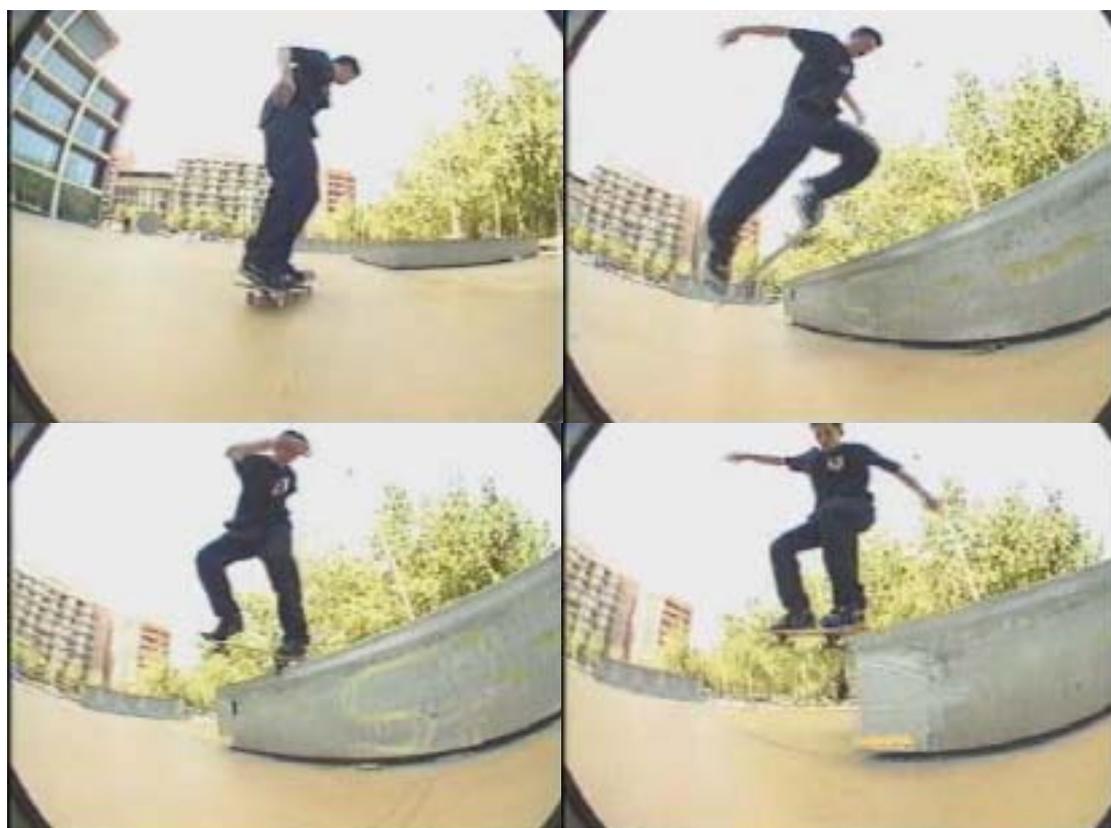
⁵⁸¹ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁵⁸² Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

Remarquons que de la même manière que les études présentées préalablement, les skateurs ont besoins de s'entraîner après avoir visionné un film. En effet, si le mouvement a bien été identifié, il reste à déterminer comment les groupes musculaires doivent être activés et selon quel degré. La pratique et l'expérience prend alors tout son sens et devient l'étape inévitable à la construction de habileté motrice.

Une singularité importante apparaît chez les skateurs dans la mesure où ceux-ci ne sont jamais guidés par un entraîneur, personne référente pouvant apprécier et critiquer les éléments techniques visionnés. Ainsi, cette analyse se déroule soit individuellement et induit que les skateurs doivent eux-mêmes comprendre les processus techniques à mettre en œuvre, ou en groupe et dans ce cas, la qualité des membres présents et des interactions est essentielle.

Afin de comprendre l'intérêt pédagogique des vidéos nous présentons ci-dessous différentes images capturées sur des films de skate citées par de nombreux skateurs. (Notons que ces vidéos sont produites en partie aux Etats-Unis et montrent des professionnels américains).





Il est intéressant de remarquer les effets visuels réalisés par les producteurs pour mettre en valeur les techniques accomplies par les professionnels. La prise de vue est en macro (au plus près du skateur), et le skateur est filmé en travelling afin d'apprécier la dynamique et la longueur du saut dans son ensemble.





Cette vidéo nous montre le skateur professionnel anglais Jamie Thomas. Cet individu connu pour ses sauts de grande amplitude effectue régulièrement des vidéos dont l'objectif est d'impressionner et d'encherir sur des sauts réalisés par d'autres skateurs. Durant la vidéo, la séquence est présentée trois fois successivement, la dernière est en outre filmée au ralenti afin d'apprécier le placement du skateur sur la rampe.

La notion de temps dans le sport filmé a une importance considérable et prend particulièrement de l'importance dans un sport comme le skate. La densité du nombre de figures présentes ne reflète en effet pas du tout la pratique réelle constituée de temps creux et de temps morts importants, qui donne parfois peu d'intérêt à regarder des skateurs pratiquer. En revanche, le rythme temporel des vidéos de skate est fait de temps pleins et dynamiques, assurant une plénitude de figures sur un temps court.

L'enchaînement rapide des figures dans les vidéos de skate, nous ramène à la réflexion de Pierre Bourdieu : « *Est-ce qu'on peut penser dans la vitesse ?* »⁵⁸³. Il semble en effet difficile d'appréhender et de comprendre des figures sur deux ou trois secondes. Les ralentis prennent ainsi tout leur sens, et sont à ce propos omniprésents dans les vidéos de skate. Cet effet visuel est intéressant pour les skateurs qui peuvent essayer de reproduire également au

⁵⁸³ Bourdieu P., *Sur la télévision*, Paris : Liber, 1996, p.30.

ralenti ces mouvements. Des auteurs comme Walter et Swinnen⁵⁸⁴ ont montré que le ralentissement des mouvements lors de leur exécution en phase d'apprentissage contribue à une meilleure compréhension et acquisition des habiletés motrices. Le skateur passe ainsi d'actions en temps réel, vers des séquences ralenties et différenciées selon plusieurs plans. Selon Habermas⁵⁸⁵, les contenus communiqués prennent alors le caractère d'une expérience temporelle différenciée. Cette symbiose passe effectivement par des décélérations temporelles, qui permettent de savourer les temps forts du temps réel et de dépasser l'incompris ou l'imperceptible. De fait, si la vitesse du temps concerne le spectateur sur « les spots », elle n'engage nullement le téléspectateur qui « évolue dans le temps présent et le temps vécu, le temps concret et le temps ralenti »⁵⁸⁶. La compréhension décentrée des figures modifient l'attitude des skateurs qui peuvent alors voir et revoir des actions, et prendre le temps nécessaire à une compréhension complète des mouvements.

Nous devons remarquer que le rôle des modèles présentés dans les vidéos de skate ne peut pas être comparé sans précaution au rôle du modèle dans des sports codifiés comme la danse ou le patinage artistique. En effet, les modèles exposés dans les vidéos de danse, montrent des éléments formalisés ou codifiés ou peu de variétés dans les techniques et les contextes ne sont identifiables⁵⁸⁷, alors que dans le skate, l'improvisation a une place importante rendant les techniques plus souples, moins facilement décriptables et reproductibles.

Les vidéos professionnelles permettent bien sûr aux skateurs de découvrir de nouvelles figures, et de se tenir « à la mode », mais elles ont surtout comme conséquence au dire de certains skateurs de changer leur style :

« S : Et vous ça vous fait changer votre skate de voir d'autres styles dans les vidéos ?
Ah oui, tu changes, genre tu vois un gars que tu aimes vraiment bien, ça va être ton gars du moment, tu vas essayer de faire ses figures, c'est lui qui va te motiver »⁵⁸⁸
« Le skate évolue sans cesse c'est incroyable y a même des tricks à la mode et d'autres pas (S : et comment tu sais qu'ils sont à la mode ?) à force de regarder des vidéos, selon les

⁵⁸⁴ Walter, C.B. & Swinnen, S. *Adaptive tuning of interlimb attraction to facilitate bimanual decoupling*. In *Journal of Motor Behavior*, 24, 1992, p.95-104.

⁵⁸⁵ Habermas J., *Le discours philosophique de la modernité*, Paris : Gallimard, 1987, p.147-156.

⁵⁸⁶ Moles JBM., Pruneau J., Pigeassou C., « L'implication des nouvelles technologies dans le « sport-télé » : L'apprentissage de l'éthique, l'opprobre pour l'injuste, Gaétan Ouellet et André Thibault (dir.), *In Loisir et société / Society and Leisure*, vol. 24, no 1, 2001

⁵⁸⁷ Faure S., *Apprendre par corps. Socio-anthropologie des techniques de danse*, Paris : La Dispute, 2000.

⁵⁸⁸ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

périodes dans les vidéos, il y a le même tricks qui revient tout le temps dans beaucoup de vidéos et par des gars différents donc il est à la mode (S : qui c'est qui fait ça ?) Dans les pros un peu tout le monde : Salabanzi en fait des beaux, Chris Cole aussi, mais y en a plein plein »⁵⁸⁹.

Nous pouvons constater que ces vidéos ont un effet sur les skateurs dépassant largement le simple rôle d'information, dans la mesure où ces individus ont acquis des savoirs et des savoirs-faire, et ont changé leurs manières d'être et d'agir.

Par l'intermédiaire de ce support de communication, nous remarquons que les donataires ont acquis des modes opératoires et des comportements nouveaux. Si nous suivons la logique de Régis Debray : « pour transmettre, il faut transformer, sinon convertir »⁵⁹⁰, nous pouvons considérer que les vidéos transmettent certains savoirs.

e) Le skateur « pro », élément central de la vidéo

Selon les skateurs interrogés, les professionnels sont à l'unanimité les individus qui incarnent le mieux l'esprit du skate. Dans la grande majorité des disciplines, et même celles qui se revendiquent hors du champ sportif institutionnalisé, le champion est un représentant charismatique de l'activité : « *Les pros c'est ce qu'on voit le plus, c'est l'image du skate* »⁵⁹¹. Par essence, le champion illustre les traits marquants du monde contemporain où le corps s'optimise et se médicalise, où les limites sont sans cesse dépassées et les méthodes réinventées. Selon Isabelle Quéval, le processus d'identification qui lie les foules au champion sportif relève d'une double ambivalence : « *D'une part, le champion incarne le respect des règles, autant qu'une forme de transgression. D'autre part, la performance physique – et mentale – suggère la production d'un corps rationnel qui fascine et effraie* »⁵⁹². Pour apprécier les prouesses techniques et les aspects culturels de leurs idoles, les skateurs doivent utiliser essentiellement des vidéos. En effet, celles-ci sont l'unique moyen de diffuser auprès de ce public souvent distant des séquences montrant des professionnels.

⁵⁸⁹ Steiner zeiler fog, interviewé le 14 avril 2005 sur Messenger.

⁵⁹⁰ Debray R., *Transmettre*, Paris : Editions Odile Jacob, 1997, p.22.

⁵⁹¹ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁵⁹² Quéval I., « *Notre fascination pour les champions est profondément ambivalente* », Le Figaro, 17 juin 2006.

Nous devons souligner que nos entretiens ont révélé que des divergences fortes existaient quant aux professionnels représentant le mieux l'esprit du skate : « moi, si je devais citer un pro aujourd'hui, je pense que ce serait Steeve Williams. Il voit le skate vraiment hip-hop, moi c'est aussi comme ça que je le vois, et puis c'est vraiment quelqu'un c'est un pro qui n'est pas pareil que les autres. Après on peut voir le skate de façon plus hard-core, plus punk, il y en a qui sont à fond la dedans, ça veut pas dire que ce n'est pas des vrais skateurs, mais ils voient le skate différemment »⁵⁹³.

Ainsi, les skateurs de Besançon pensent plus à des skateurs New-yorkais alors que les skateurs de Thise préfèrent ceux provenant de Californie. Il s'agit ici d'une différence culturelle et technique entre les deux états dont les vidéos sont un porte-voix semble-t-il efficace : « (Quels sont les pros que tu aimes bien ?) Un peu tous, mais j'ai une préférence pour les punks, je n'aime pas trop le rap, je suis plus côté Californie plutôt que New York, New York c'est plus rap, les bisontins sont plus rap, c'est plus Zéro ou Becker. (Tes copains sont pareils ?) Ceux de Thise oui, je ne sais pas pourquoi, ceux du centre ils sont plus rap. (Quelle est la différence ?) Ceux de Besançon font surtout du curb, c'est un muret ou on glisse dessus. Moi par exemple, j'aime bien faire des marches ou des gaps et un peu de tout, alors que les bisontins ne font pas de marche, c'est la mentalité des New Yorkais. (Et comment as-tu vu ce que faisais les new-yorkais ?) Dans les vidéos new yorkaises, de toute façon, elles sont toujours pareilles »⁵⁹⁴.

Deux critères semblent déterminer le choix des skateurs : d'une part leur niveau de pratique élevé qui marque une forte expérience dans le skate et qui conditionne entre autre la popularité du professionnel, d'autre part leur style de skate (old school/new school – Sauts Techniques/ sauts de grande amplitude) et leur mentalité qui leurs donnent une personnalité et une singularité par rapport aux autres skateurs. Ces composantes semblent donc permettre à ces skateurs d'effectuer cette profession (qui est relativement fermée). Ils s'appuient sur une habilitation reconnue par les pratiquants, ce qui les érige au rang de « professionnel ». Ce phénomène s'apparente à la sociologie des professions, l'habilitation est : « une opération qui donne droit à exercer une compétence déterminée et avérée, qui institue aussi son champ et ses modalités d'action »⁵⁹⁵

⁵⁹³ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

⁵⁹⁴ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁵⁹⁵ Stroobants M., *Savoir-faire et compétences au travail, une sociologie de la fabrication des aptitudes*, Bruxelles, Editions de Bruxelles, 1993, p.314.

L'ensemble des skateurs interviewés a affirmé que les professionnels américains étaient les personnes qui incarnaient le mieux l'esprit du skate. « *Moi je pense à un pro, c'est Anthony Papparado, c'est celui que je préfère car il fait vraiment tout ce que j'aime, et à chaque fois c'est à New York ou à Philadelphie, c'est que des spots qui roulent mal,...., ils s'habillent comme j'aime m'habiller, ils skatent comme j'aime skater* ». Ainsi, afin de se nourrir de leurs techniques, mais aussi de leur culture, les skateurs n'ont pas d'autre choix que de s'informer grâce à des supports médiatiques tels que les vidéos et les magazines « *En fait je regardais beaucoup les vidéos aussi bien françaises qu'étrangères, une bonne partie de ricaines parce que le mouvement est parti de là bas* »⁵⁹⁶. La prédominance de films américains dans le skate est pertinente car, d'une part, cette discipline est issue culturellement de cette nation⁵⁹⁷, d'autre part, une grande partie des vidéos visionnées par les jeunes proviennent des Etats-Unis⁵⁹⁸.

Ainsi, les vidéos nous permettent de confirmer l'existence de différents types de construction identitaire. Si les membres du groupe de pairs sont des éléments d'identification au niveau local, il semble que dans les vidéos, certains skateurs construisent leur identité, d'une part, en s'identifiant à un « *pro* » et d'autre part, en s'opposant aux autres mouvements culturels.

De la même façon, dans des sports institutionnalisés, nous retrouvons des modèles de construction identitaires différents selon des groupes et des individus. Le modèle esquissé par Bernache-Assollant, Lacassagne & Bouchet auprès des supporters marseillais⁵⁹⁹, nous montre de quelle manière les supporters adverses de l'olympique de Marseille (les South Winners et le Commando Ultra) se construisent d'après des modes distincts : « *d'un côté le CU, qui semble symboliser la forme actuelle de supportérisme Ultra, en mettant en place une construction identitaire de type « égocentrique », c'est-à-dire que l'objet primordial de leur passion au football n'est plus seulement le sport, le club, l'équipe, mais surtout le groupe lui-même.- D'un autre côté les SW, qui eux semblent revendiquer leur appartenance à un club, et même à une ville, Marseille, s'assimilant beaucoup plus que le CU à l'Endogroupe « supporters marseillais » et construisant leur identité dans l'opposition avec les supporters adverses* ».

⁵⁹⁶ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

⁵⁹⁷ Notons également que la majeure partie des professionnels dans les vidéos sont américains.

⁵⁹⁸ Environ 1400 films ont été réalisés en 2000 en Europe et aux Etats-Unis. La production américaine (46% du total) représentait 66% de la diffusion de films sur le marché européen. En revanche, la diffusion des films européens sur le territoire américain formait une part de marché d'à peine 4,5%. (Cf : *Une distribution aux mains des Américains*, extrait du rapport Blum, Assemblée nationale, juin 2001).

⁵⁹⁹ Bernache-Assollant I., Lacassagne M.F. & Bouchet P., *Le supportérisme Ultra à Marseille : des modes de construction identitaire différents*, Prepos, UFR STAPS campus Montmuzard, Dijon, 2003.

Ainsi, selon les individus et la logique interne des groupes, la construction identitaire peut s'établir grâce à des éléments endogènes ou exogènes à la communauté. Lorsque ceux-ci se nourrissent d'éléments exogènes, le champion entre en scène, il apporte des références culturelles et techniques au sein du groupe, permettant aux skateurs d'élaborer leur identité en s'identifiant à des comportements et à un style de vie propre à un professionnel.

f) La difficile différenciation de la fiction et de la réalité

Si pour beaucoup d'auteurs⁶⁰⁰, la fonction initiale de l'industrie cinématographique est de représenter la réalité sociale en étant : « *un œil ouvert sur le monde qui nous révèle l'originalité des civilisations disparues, les grands drames de l'histoire, les splendeurs d'outre-mer, la diversité des cadres humains...* »⁶⁰¹, force est de constater, que de nombreuses déformations permises par la technique cinématographique aboutissent aujourd'hui à des productions artificielles dans la majorité des films.

Dans les vidéos actuelles, il est de plus en plus difficile de distinguer le réel de la fiction, l'un relevant de faits, l'autre de l'imaginaire. Comme le constate Jean-François Dortier : « *le réel a la fâcheuse tendance à ne pas se laisser découper en tranches nettes. D'un côté, il est des fictions réalistes qui ressemblent trait pour trait au monde réel... d'un autre côté, documentaires, journalisme, ethnographies empruntent aux procédés de la fiction : la narration et formes stylistiques.* »⁶⁰².

Selon de nombreux auteurs contemporains⁶⁰³, et notamment selon Martin Heidegger, l'homme est un « *configurateur de mondes* », capable d'inventer et d'écouter des mondes nouveaux et virtuels. Ces fictions éprouvent un intérêt dès le plus jeune âge par le jeu et perdurent toute la vie par les rêves, les loisirs et les passions.

Si, dans la vie courante, ces moments de fiction et de réalité sont facilement identifiables et discernables⁶⁰⁴, il reste que, dans les vidéos de skate proposées à un public de

⁶⁰⁰ *L'histoire et ses méthodes*, in Encyclopédie de la Pléiade, Paris : Gallimard, 1961, p.771-781 et 1390-1410 : Sadoul G., « *Les témoignages photographiques et cinématographiques* » // « *La connaissance des civilisations étrangères et le cinéma* », In « *La culture cinématographique et l'enseignement* », n° spécial des Cahiers pédagogiques, Paris : 15 mars 1961, p.35-44.

⁶⁰¹ Braun-Larrieu A., *Le rôle social du cinéma*, Paris : Cinéopse, 1938, p.3.

⁶⁰² Dortier J.F., « *L'homme descend du songe* » in Dossier : *Les mondes de la fiction*, Sciences Humaines n°174, Aout-septembre 2006, p.38.

⁶⁰³ Molino J. & Lafhail-Molino R., *Homo fabulator. Théorie et analyse du récit*, Leméac/actes Sud, 2003 // Turner M., *The literary Mind*, Oxford: Oxford University Press, 1996.

⁶⁰⁴ Cohn D., *Le propre de la fiction*, Paris : Seuil, 2001.

pratiquants avant tout adolescent, il est bien souvent difficile de discerner la part de fiction⁶⁰⁵ dans la mesure où celle-ci est mêlée à des éléments informatifs et à des lieux et personnages connus, ce qui nous ramène sans cesse, par l'intermédiaire d'allers-retours subtiles, à la réalité.

Les « roads trips » sont racontés dans un monde réel, mais ils entretiennent dans l'imaginaire des skateurs une confusion entre rythme de vie de circonstance accomplie par les professionnels (pour les besoins du tournage), et mode de vie adopté toute l'année. Ainsi, ces vidéos donnent de nouvelles envies et références aux skateurs alors que les comportements des professionnels ne sont qu'éphémères et viables que par le soutien financier de sponsors intéressés. Les « roads trips » présentés dans les vidéos empruntent en effet un style narratif proche du récit, les faits relatés s'inscrivent dans un monde réel, et peu si ce n'est aucun, ne font référence explicitement à l'emprunt à des mondes imaginaires. Beaucoup de skateurs sont en admiration devant ces professionnels aux vies envieuses parcourant le monde à la recherche de « spots » : « le côté état d'esprit du skateboarder qui est plus hippie, le van, la planche dans le coffre, et puis trace la route »⁶⁰⁶, mais aussi aux comportements atypiques qui alimentent des émissions extrêmes : « c'est vraiment le haut niveau, ils incarnent l'esprit, et puis la façon de parler et de se comporter, genre Bob Marghera, c'est un mec de la nouvelle génération, mais il fait des conneries genre Jack Kass sur MTV, c'est un fou »⁶⁰⁷. De nombreux témoignages de skateurs font en effet état de cette identification et de cette volonté de pouvoir un jour faire comme leurs idoles insouciantes et libres de voyager (les skateurs de Thise ont réalisé des vidéos diffusées en ligne sur le site Internet de l'association très proche du contenu et de l'organisation des vidéos commerciales).

Néanmoins, lorsque ces vidéos abordent des thèmes comme la mort (cf. bande annonce du film *Dying to live*, ci-dessous), il est important de comprendre à quel point ces valeurs sont perçues par ces adolescents, notamment lorsque l'on sait que le suicide et la deuxième cause de décès chez les jeunes⁶⁰⁸ (chaque année 40 000 tentatives de suicides ont lieu en France par des jeunes de 15 à 24 ans⁶⁰⁹, et près de 1000 de ces jeunes en

⁶⁰⁵ Gérard Genette montre en effet qu'il est très difficile d'appréhender d'après le mode narratif des indices révélant le caractère fictionnelle d'une œuvre. (Genette G., *Fiction et diction*, Paris : Seuil, 1991).

⁶⁰⁶ Yoann, interviewé le 16 mars 2003 à Besançon.

⁶⁰⁷ Guillaume, interviewé le 24 février 2003 à Besançon.

⁶⁰⁸ « Suicides et tentatives de suicide en France ». In Etudes et Résultats, 2001, n°109, Avril, p.8.

⁶⁰⁹ « Prévenir le suicide des jeunes ». In Le Journal de l'animation, 2002, N°27, mars, p.65-80.

meurent⁶¹⁰), et que les vidéos de skate sont regardées dans 95% des cas à l'écart des parents (seul un skateur sur 40 interrogés regarde des vidéos de skate avec son père).

Par ailleurs, des éléments apparaissant dans des vidéos comme des informations induisent en erreur la perception de certains skateurs. Dès 1934, Elmer Rice⁶¹¹ faisait remarquer les déformations et les lacunes qui apparaissaient dans les images que les films donnaient de la réalité. Une étude sur les héros des films américains, montraient ainsi qu'« *il y a deux fois plus d'hommes que de femmes ; 40 % sont très riches (contre 1 % dans la réalité) ; 70 % sont célibataires ; 60 % sont des " adultes indépendants ", sans charges familiales ni responsabilités économiques ou sociales* »⁶¹². Selon Jacques Durand, le film français « classique » présente de la même manière : « *une proportion anormale de personnages masculins, riches, adultes ; la moitié d'entre eux atteignent une réussite professionnelle éclatante ; le film de la « nouvelle vague » accorde une plus large part aux personnages féminins, mais il amplifie d'autres distorsions (par exemple le quart de ces héros n'exercent aucune profession)* »⁶¹³.

A titre d'exemple, de jeunes skateurs nous ont évoqué les professionnels incarnant selon eux le mieux l'esprit du skate : « *c'est plus des skateurs de San Francisco, la liberté, tu as personne dans ton dos pour te dire fait ça* »⁶¹⁴. Ces éléments viennent en contradiction de la réalité et des commentaires des français ayant skatés aux Etats-Unis : « *c'est vrai qu'en France, c'est quand même bien accepté par rapport aux Etats-Unis où là, tu as direct une amende et confiscation du matériel. Là bas, il y a des parks et tu dois y aller, et c'est pour ça que l'Embarcadéro, c'est fini. La place a été fermée. Des soirs, les flics arrivaient en moto, ils en chopaient 2 ou 3 et ils ne rigolaient pas, tu sais là-bas c'est un peu la tolérance zéro.* »⁶¹⁵. Nous voyons que le mythe véhiculé par les vidéos conduit à entretenir cet imaginaire du skateur libre dans la cité, sans contrainte, ni obligation. Mais loin des enjeux commerciaux des réalisateurs, nos skateurs interrogés sont face aux réalités sociales qui les conduisent à être reconnus comme déviants par les habitants de notre cité, tant leurs références culturelles sont ignorées par le grand public.

⁶¹⁰ « Prévenir la répétition du passage à l'acte ». In actualités sociales hebdomadaires, 2000, n°2152, 4 février, p.25-26. & « Le suicide, mythe et réalité », In Lien social, 2000, n°543, 14 septembre, p.4-9.

⁶¹¹ Rice E., *Voyage à Purilia*, traduction française, Paris : Gallimard, 1934.

⁶¹² Jones D.B., « *Quantitative analysis of motion picture content* », In Public opinion quarterly, n° 6, 1942, p. 411-428.

⁶¹³ Durand J., « La représentation de la réalité économique et sociale au cinéma », In Revue internationale de filmologie, Tome XI, n° 36-37, janvier-juin 1961, p.21-32.

⁶¹⁴ Thibault, interviewé le 26 octobre 2004 à Besançon.

⁶¹⁵ Patrick, interviewé le 13 mars 2003 à Besançon.

Par ailleurs, les effets visuels lors des prises de vue et lors du montage, amplifiant (grossissement, contre-plongées) l'amplitude des sauts sont autant de distorsions du réel empêchant de fournir des modèles techniques utilisables, voire même pouvant engendrer des accidents pour des skateurs souhaitant reproduire les figures des professionnels. Pour obtenir un auditoire toujours plus important, de nombreux effets audiovisuels créent un spectacle sportif plus dramatique, plus impressionnant et attrayant⁶¹⁶, mais modifient les représentations que les skateurs peuvent avoir de l'activité. Selon certains auteurs, cette communication de masse tellement puissante, secrète elle-même ses propres valeurs et références dans un imaginaire parfois difficilement cernable : *« du mythe de la vedette en passant par la marchandisation du corps dans la publicité, l'érotisation par l'image, l'inquiétante étrangeté de toutes sortes de doubles, bénéfiques ou maléfiques, nous permettent, ainsi qu'à nos enfants, de nous évader dans l'univers de l'imaginaire fabriqué. Décollant de la réalité qui est souvent insoutenable de nouvelles formes d'idéologies voient le jour en cernant l'image de notre corps. C'est ce que j'ai appelé le corps imaginé »*⁶¹⁷. Selon Brecht, le danger principal vient du fait que les personnages ressemblent généralement à tout le monde afin de renforcer l'identification du spectateur, mais les réalisations imaginent ensuite des situations qui sortent du réel, et ainsi en *« favorisant la déréalisation du spectateur, le cinéma grand public l'éloigne de la réalité sociale, cultive le faux et drogue le spectateur »*⁶¹⁸.

Pour Ignacio Ramonet, la culture sportive présente dans les vidéos et à la télévision est de plus en plus la culture référente dans le champ du sport : *« La culture sportive, c'est celle qui est liée à la pratique sportive, tandis que la culture du sport-télé est liée à la retransmission. Elle a ses propres codes, les gens l'enregistrent, la revoient. En outre, la culture de retransmission des sports est différenciée par le commentaire. Vous devez subir le commentaire, qui n'existe pas dans la culture sportive. L'immense majorité des gens aujourd'hui n'ont qu'une culture télévisée du sport »*⁶¹⁹. Comme nous avons pu le voir précédemment, il est en effet facilement perceptible dans les propos de nombreux skateurs que ceux-ci ont une partie de leurs connaissances et de leurs conceptions de l'activité construites grâce à des propos présents sur des supports de communication.

⁶¹⁶ Coakley J., *« Sport and the mass media »*, In *Sport in society*, Saint Louis : Mosby, 1990, p.277-301.

⁶¹⁷ Allard C., *L'enfant au siècle des images*, Paris : Editions Albin Michel, 2000, p.8

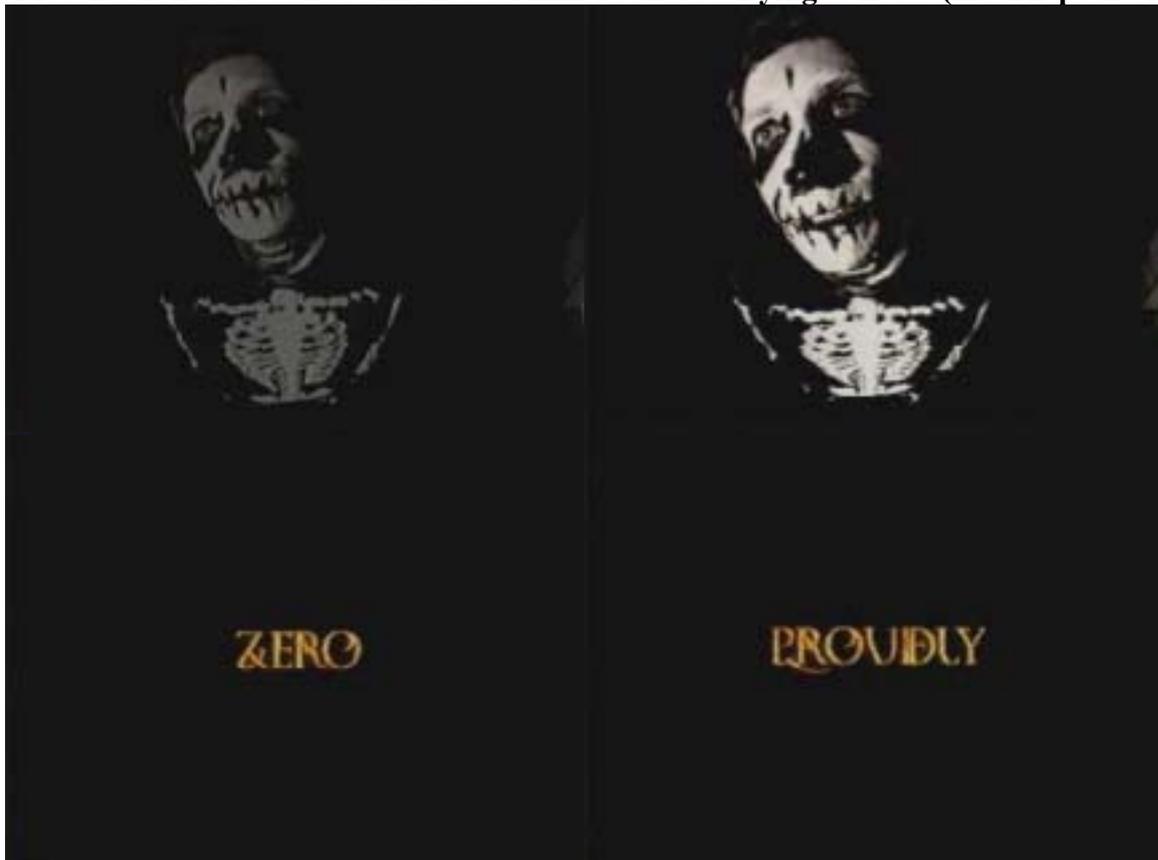
⁶¹⁸ Brecht B., *« sur ce qui vaut d'être observé »*, In *« Nouvelle techniques d'art dramatique 1 »*, Ecrits sur le théâtre, Paris : L'Arche, 1963.

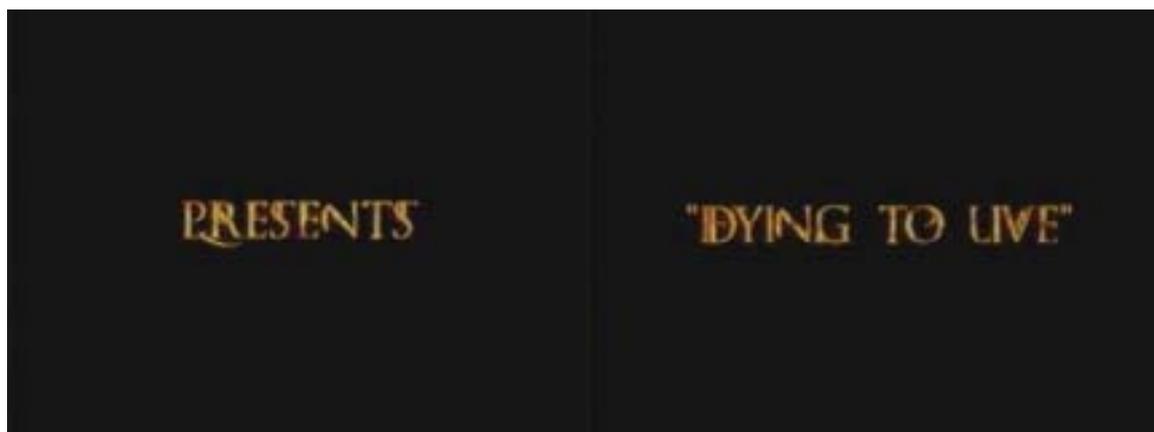
⁶¹⁹ Ramonet I., *Sport et télévision*. In *Revue EPS*, 239, 1993, p.14.

Enfin, notons que ces éléments provenant du fictionnel, peuvent à contrario être des éléments de compréhension, de réflexion et de construction identitaire. L'emprunt de codes imaginaires est d'ailleurs une manière de montrer à un individu ses erreurs sans pour autant le confronter à sa faute et sans lui faire « perdre la face ». Reste à savoir si dans notre cas, les producteurs ont une volonté bienveillante et éducative par la commercialisation de leurs produits.

Ce lien étroit entre réalité et fiction pose plus globalement la difficulté pour les adolescents spectateurs de ces productions, de délimiter les savoirs et valeurs utilisables pour la construction de leur identité, et les savoirs constitutifs d'un imaginaire permettant de se divertir et de se délasser. Cette limite peut ainsi engendrer des comportements asociaux et déviant (tags, occupation de lieux interdits, vocabulaire et revendication anarchique).

Présentation de la bande annonce du film de skate « Dying to live » (mourir pour vivre)





Il est intéressant d'appréhender l'imaginaire créé autour de ces vidéos. Plus que de simples juxtapositions de séquences de skate, une histoire est mise en scène. Certaines vidéos cherchent à conserver l'esprit authentique du skateboard, et notamment le caractère rebelle des premiers adeptes s'engageant dans une activité risquée avec un matériel parfois artisanal (comme par exemple les *Dogtowners*⁶²⁰), d'autres exacerbent le risque encouru par les professionnels et vont jusqu'à communiquer par l'intermédiaire de squelettes et de messages évocateurs (c'est le cas de la vidéo « *Dying to live* » produite par et autour de Jamie Thomas)

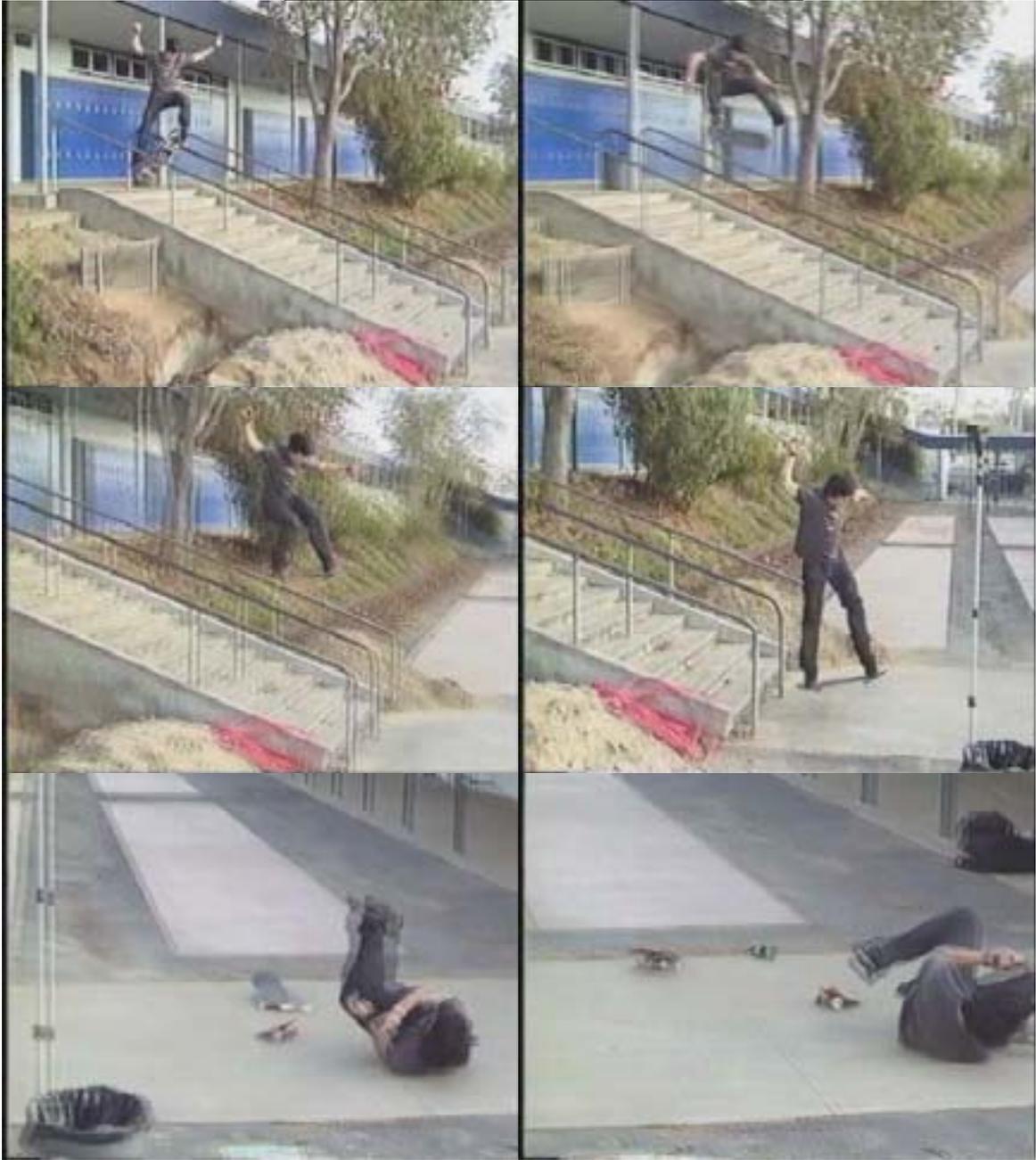
g) Le risque en filigrane

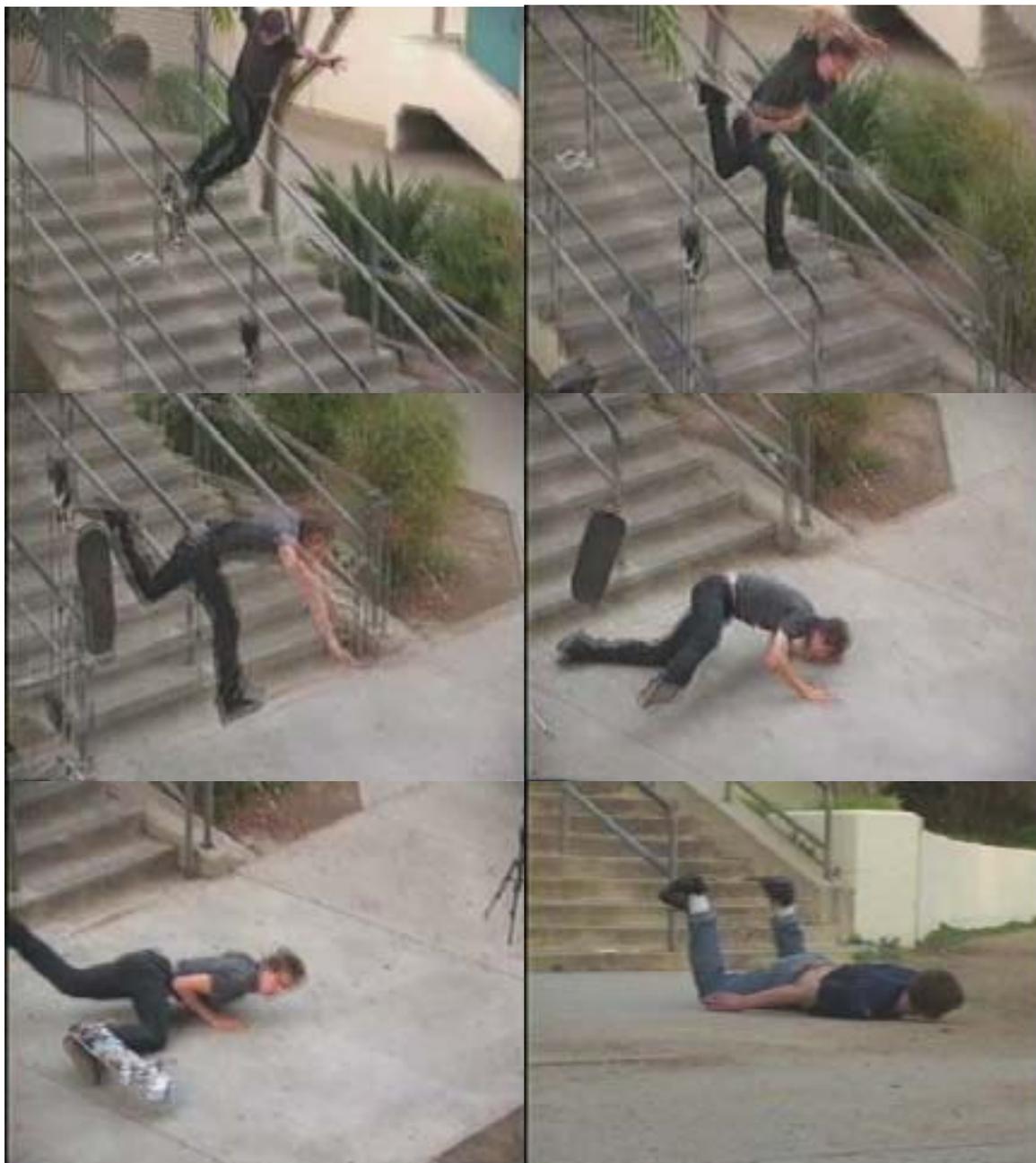
Les vidéos commerciales de skate sont singulières par la place attribuée aux chutes. Des séquences de 2 à 4 minutes (soit 15 à 20% de la durée totale du film) sont en effet présentes sur toutes les vidéos, montrant les différents essais réalisés par les « *pros* » mais également des chutes impressionnantes sur lesquels sont parfois visibles des fractures et des plaies ouvertes.

Il est intéressant de noter que dans les sports « traditionnels », l'échec et les aspects négatifs sont en général occultés des vidéos promotionnelles.

⁶²⁰ Peralta S., *Dogtown* (film), Etats-Unis: TriStar Pictures, Senator International, Columbia Pictures Corporation, 2005.

Séquences de chutes présentes dans le film





Il est remarquable que les vidéos qui vont le plus loin dans le « *trash* » et l'exceptionnel sont celles qui sont le plus plébiscitées par les jeunes. Les skateurs ont en effet une vraie attirance pour le risque. Ils commentent d'ailleurs tous avec une certaine fierté leurs multiples blessures lorsqu'ils sont interviewés. Néanmoins, lorsque nous approfondissons ces commentaires, nous remarquons que les blessures et fractures de nos skateurs ne sont pas davantage fréquentes que dans de nombreux sports traditionnels. Ainsi, il semble que les skateurs recherchent et entretiennent ce mythe du risque avec les vidéos. Ce fait rejoint la

réflexion de Geneviève Rail⁶²¹ selon qui : « *l'intérêt, l'émotion et le plaisir n'étant plus souvent trouvés dans la routine de tous les jours, le sport médiatisé permet une excitation de type « mimétique »⁶²² qui ressemble à celle dont on pourrait faire l'expérience dans des situations réelles, sans toutefois comporter les risques qui leur sont associés »⁶²³ .*

h) Se filmer pour perfectionner ses techniques

Dans le sport de haut niveau, la vidéo est devenue est outil de travail indispensable, utilisé par les entraîneurs et les sportifs afin d'optimiser les aspects techniques et tactiques du jeu. Ces vidéos sont ainsi examinées en présence de l'entraîneur (séances de travail durant l'entraînement, préparation ou debriefing d'une compétition) et individuellement par les sportifs. De nombreuses études ont ainsi montré l'efficacité des vidéos⁶²⁴ dans différentes situations. A titre d'exemple, le joueur de basket français Tony Parker a expliqué avoir modifié sa manière de tirer des paniers en 2005 suite au visionnage de matchs au ralenti, ayant mis en évidence un mauvais placement du pouce.

Des études dans le tennis ont montré l'intérêt de se revoir pour corriger ses erreurs tactiques et techniques⁶²⁵. De même, dans le patinage artistique, une étude menée par Lynette Overby⁶²⁶ montre une amélioration significative de la composante artistique des notes (scores) des plus jeunes patineurs grâce à des feedback apportés par des enregistrements vidéo de leurs performances.

Les skateurs se créent leurs propres vidéos en se filmant entre eux lorsqu'ils s'entraînent et lorsqu'ils participent à des *contests*. Nous pouvons ensuite retrouver ces films sur les sites Internet des skateurs « *Je suis en vidéo sur les deux sites. Mon pseudo, c'est Steiner (St3!n3r), et les autres, c'est soit des potes riders de Liège (bmx ou skate) pour*

⁶²¹ Rail G., « *Le sport et la condition post-moderne* », In *Sociologie et sociétés*, vol XXVII, n°1, Printemps 1995, p.139-150.

⁶²² Elias N., Dunning E., *Quest for Excitement*, Oxford: Blackwell, 1986.

⁶²³ Goodger J.M., Gooder B.C., « *Excitement and Representation : toward a sociological explanation of the significance of sport in modern society* », *Quest*, 41, 1989, p.257-272.

⁶²⁴ Kozub SA., Weigand DA., « *Utilisation d'un film vidéo pour l'entraînement afin d'améliorer l'acuité et le temps de réponse des linebackers en football américain* », in *Journal of sports sciences*, Etats-Unis, 1998, t.16, n°1, p.108 ; Hastie PA., « *Models of videotape use in sports setting (modèles d'utilisation de l'enregistrement vidéo en sport)* », In *Physical education review*, Royaume uni, 1990, t. 13, n°2, p.101-107.

⁶²⁵ Van Wieringen PCW., Emmen HH., Boostsma RJ., Hoogesteger M., Whiting HTA., « *The effect of video-feedback on the learning of the tennis service by intermediate players (effet du feedback vidéo sur l'apprentissage du service au tennis chez des joueurs de niveau moyen)* », In *journal of Sports sciences*, Royaume-uni, 1998, t.7, n°2, p.153-162.

⁶²⁶ Overbly L., *The use of imagery by dance teachers*. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 2, 1990, p.24-27.

www.bmx-skate-in-liege.be.tf et sur www.pukepolice.com, c'est des amis d'un de mes amis, mais on s'est déjà organisé deux sessions tous ensemble dans un park »⁶²⁷. Selon les skateurs, les vidéos permettent avant tout d'apprécier leur technique et l'enchaînement de leurs figures. Obtenir un « œil critique » sur leur propre performance est un élément récurrent de nos entretiens, les skateurs cherchent en effet à améliorer sans cesse la qualité de leurs figures : « Ça te permet de connaître tes défauts, quand tu pratiques tu ne t'en rends pas compte, c'est après quand tu es sur le film de tes potes que tu te dis cette position elle est mauvaise, il y a des trucs à régler »⁶²⁸.

i) Filmer pour promouvoir l'activité et diffuser mondialement sa culture locale

Le site de l'association des skateurs de Thise compte une dizaine de vidéos présentant aussi bien les meilleurs skateurs de l'association que les enfants novices apprenant les bases du skate. Aux yeux de son président, ces vidéos sont créées dans plusieurs buts. Pour les experts, elles cherchent à montrer leur niveau aux autres skateurs venant sur le site de l'association. Pour les enfants, ces vidéos ont deux vertus : d'une part, elles permettent de montrer aux parents l'activité et ainsi supprimer les réticences éventuelles à l'activité ; d'autre part, elles créent un sentiment de fierté chez les enfants qui peuvent se mettre en valeur auprès de leurs copains : « *je passe un temps incroyable dessus ; au niveau des photos, je passe à chaque fois 2 heures, 2 heures et demi. Il faut les recompresser, les retailler, mais c'est bien parce que tu prends des gamins en photo au skatepark à Thise et après ils sont tout content d'aller sur le site et de montrer à leurs parents, et en plus, on est crédible vis-à-vis des parents »⁶²⁹.*

Grâce à un compteur présent sur son site Internet, Ludovic a pu nous expliquer comment certains internautes utilisaient son site : « (S : tu as des visites sur le site ?) L : oui, j'en ai tous les jours. Là ce mois-ci, j'en suis à 172, j'ai installé un mouchard et je peux savoir combien de personnes viennent, d'où est-ce qu'elles viennent, combien de temps elles restent. (S : et d'où viennent-elles ?) L : c'est surtout France, et après Belgique, Allemagne, Suisse, Etats-Unis, et Canada, Afrique non, et Asie non (S : Et tu peux voir le temps qu'il

⁶²⁷ Steiner zeiler fog, interviewé le 14 avril 2005 sur Messenger.

⁶²⁸ Maxime, interviewé le 7 février 2003 à Besançon.

⁶²⁹ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon, président et webmaster de l'association des skateurs libres de Thise.

reste ?)L : généralement, c'est 30 secondes, et je peux voir aussi les pages qu'ils regardent, et c'est surtout les pages actus, les photos, et les vidéos. C'est les trois pages qui sont les plus visitées, donc derrière j'essaie de mettre à jour régulièrement, c'est vachement important ».

Le fait de filmer sa pratique et ensuite de se donner à voir au reste du monde par le biais d'internet est un comportement nouveau et apparaît selon Yves Pedrazzini⁶³⁰ comme un élément révélant le caractère surmoderne des sports de rue et de leurs pratiquants. Ces images reflètent une société qui représente « ses créations, ses besoins, ses pensées et ses mythes »⁶³¹.

j) Constats basés sur un entretien assisté par une vidéo

J'ai convié Yoann à revenir avec une vidéo de son choix pour qu'il me montre les différentes informations qu'un skateur comme lui trouvait dans ce type de support.

Yoann a choisi une vidéo américaine produite par un fabricant de skate. Il légitime ce choix en avançant que : « c'est de là que tout part ». Les commentaires issus de la vidéo sont intégralement en anglais et incompréhensibles pour une personne non bilingue. D'autre part, il a choisi cette cassette après que d'autres skateurs lui aient conseillé, car celle-ci présente de nouvelles figures qui correspondent à son style de skate⁶³². « on m'en a parlé on m'a dit il y a des bons tricks (figures), parce que moi j'ai un style c'est le old school, et on m'a dit : tiens dessus, il y a de nouveaux tricks, et je voulais apprendre les nouveaux tricks alors j'ai pris celle-là un peu au hasard. Sinon les autres, je les choisis par rapport à mon skateur préféré, parce que j'ai un style old school alors je choisis des types old school, c'est ceux qui font des gros gabs (sauts) ». Les vidéos ont donc pour Yoann des vertus didactiques, elles lui permettent de découvrir de nouvelles figures.

En analysant les discours, nous pouvons remarquer que l'intérêt de Yoann se porte essentiellement sur la technique. Les figures sont ainsi visionnées. Yoann cherche avant tout à connaître les placements des pieds car il ne parvient pas à les comprendre tout seul: « moi j'ai choisi cette vidéo pour voir les techniques nouvelles. Comment ils se plaçaient tout ça, pour comprendre la chose, moi je ne l'ai compris qu'en regardant les cassettes et avec du recul, sinon quand tu es sur ton skate. Moi ça fait 17 ans, il y a des trucs que je ne comprends

⁶³⁰ Pedrazzini Y., « Les gangs et le basket-ball dans les barrios de Caracas : essai d'anthropologie métropolitaine », in les Entretiens de L'INSEP, Colloque International « Le basket-ball entre France et Amériques au 20^e siècle », Paris, 30 Novembre 2005.

⁶³¹ Allard C., *L'enfant au siècle des images*, Paris : Editions Albin Michel, 2000, p.8.

⁶³² Yoann pratique un style de skate se nommant « Old school ». On reconnaît ce style notamment par des sauts d'amplitude et des figures moins techniques que la « New school ».

toujours pas, ou je comprends mais je n'y arrive pas. (S : Et prendre du recul c'est regarder des vidéos ?) J : Moi c'est comme ça que je marche, la plupart ça doit être comme ça aussi. »

Yoann nous décrit les étapes et les principes d'une cassette vidéo de skate : « *Alors tu vois les vidéos en général sont toutes faites pareil, c'est-à-dire c'est des roads trips, c'est une team entière, tu vois c'est la team Alienwarkshop qui se balade et qui filme leurs délires. Et puis après, il y a du skate, et généralement ils se déplacent à travers le monde pour faire leurs vidéos. Là je crois que ça a été essentiellement tourné aux Etats-Unis... alors lui c'est fort ce qu'il fait parce qu'elle est haute la barre, elle est au moins à un mètre, il la saute et il fait un flip, là c'est la crème de chez crème, même s'ils tapent de bons délires après ils sont très forts* ». Il ressort ainsi de cette description trois points essentiels : l'esprit de groupe qui se traduit par la construction d'une équipe de skateurs professionnels ; ensuite le niveau de pratique des professionnels qui est, selon l'ensemble de notre échantillon un modèle ; enfin la notion de voyage et de nouveauté qui est récurrente, les skateurs aimant en effet découvrir des *spots* inédits et originaux.

A plusieurs reprises, j'ai tenté de savoir d'où provenait leur connaissance des lieux skatés par les professionnels dans les vidéos. En effet, ceux-ci n'étant jamais signifiés dans les bandes-annonces, ils devaient se procurer ces informations d'une autre manière. C'est avec un grand étonnement que j'ai découvert grâce à Yoann son réseau d'information :

Y : là c'est à Los Angeles, c'est le spot le plus connu au monde. D'ailleurs il est sur le jeu de Tony Hawks, c'était à Los Angeles, là où tu as vu pleins de graffs, c'est le coin le plus mythique aux Etats-Unis. Enfin ce n'est pas à Los Angeles même, c'est à Venice Beach, c'est juste à côté, tu sais c'est là où tu as la plage juste derrière où il y a les bodybuilders, c'est une baie qui regroupe des tas de villes, mais la plupart des spots que tu vas voir dans les films sont représentés dans les jeux de Playstation.

S : C'est comme ça que tu les as connus ?

J : Ben oui, parce que je n'y suis jamais allé, tu les vois sur les magazines, après tu les vois sur la Playstation, sans y être jamais allé, tu sais où c'est, tu sais où ça se trouve.

Ainsi, pour voir et connaître ses lieux, Yoann a du utiliser trois supports : les magazines, les vidéos et les jeux vidéos. Ces moyens d'informations ne sont pas à la portée de tous. Les outils multimédias plus récents induisent de nouvelles inégalités quant à l'accès à l'information. En effet, la possession d'une Playstation nécessite d'une part, un budget dédié à

cet équipement coûteux, et d'autre part, la reconnaissance de son utilité par le foyer. Deux dispositions sont ainsi révélées : la première, économique, et la seconde, culturelle. Ces singularités devront être analysées dans notre thèse car elles pourraient expliquer la prédisposition de certains agents de classes sociales aisées à s'informer sur ce sport.

Par ailleurs, Il est intéressant de connaître de quelles façons ces vidéos sont visionnées :

« Un après-midi type de skate, la road trip comme on appelle ça, c'est la vidéo avant question de se motiver, et puis après on se lâche. Bon, c'est pour ceux qui ont les moyens parce qu'il y en a qui n'ont qu'une vidéo, et il regarde tout le temps la même, mais généralement on se retrouve à plusieurs, on se matte la vidéo et puis on va se lâcher. Tu apprends beaucoup par les vidéos, parce que tu vois la crème faire leurs figures, c'est éducatif. Bon c'est rapide, si tu n'as pas l'habitude de voir ces cassettes, ça part dans tous les sens, mais par exemple moi qui ai l'habitude de voir ces vidéos, je sais à chaque fois exactement quelle figure il fait, comment il a placé ses pieds. Moi, à chaque fois, je regarde le placement des pieds, la vitesse, et comment il attaque le tricks (la figure), comment il est sur son skate »

Nous voyons l'intérêt didactique de ce genre de réunions, notamment par le dissèquement de la technique par l'ensemble des individus présents. D'autre part, ces regroupements créent une séparation entre « ceux qui l'ont vu et ceux qui ne l'ont pas vu ». Il se crée ainsi une communauté d'individus disposant de mêmes références, qui aspire à la même réussite, la vidéo est ainsi créatrice de lien social.

6. Le téléchargement, la copie et l'échange des vidéos

Notre enquête a révélé que les skateurs utilisaient régulièrement des vidéos. Certains disposant de près de 100 exemplaires différents, il est très vite apparu que ceux-ci n'avaient pas été achetés mais téléchargés ou copiés. Devant l'ampleur du phénomène rencontré dans mon étude (pour ne pas dire l'ensemble des skateurs interrogés), il me semblait pertinent de comprendre de quelle manière ils se procuraient ces supports.

Deux modes opératoires (tous illicites) permettant de se procurer des vidéos ont été répertoriés :

Dans un premier temps, la duplication de films permet grâce au graveur de CD et de DVD (et plus marginalement maintenant avec des magnétoscopes) d'effectuer des copies presque identiques au support d'origine. Cette pratique peu coûteuse et simple⁶³³ permet des échanges, mais se limite géographiquement et socialement à l'entourage et au réseau de connaissance. Le second mode opératoire concerne le téléchargement de films de skate par l'intermédiaire d'Internet, et notamment grâce aux réseaux Haut-débit⁶³⁴.

Ces modes d'échanges sont le résultat d'une évolution technique récente qu'il me semble utile d'expliquer et de replacer dans leur contexte historique, économique, social et géographique.

La copie d'œuvre culturelle n'est pas un phénomène récent. Dès l'apparition de l'imprimerie, et notamment du livre, la reproduction a transformé la transmission culturelle. Prenant le chemin de l'industrialisation, le livre s'est trouvé peu à peu dépourvu de son aspect physique au profit de son contenu. Régis Debray retrace avec pertinence ce passage de la « logosphère » à la « graphosphère », puis à la « vidéosphère⁶³⁵ ». Nous en retiendrons essentiellement la transformation socioéconomique qui s'ensuit. Dans la logosphère, l'information appartenait schématiquement aux prêtres, figures magiques de médiation avec le divin. L'ubiquité de l'information permise par l'imprimerie remet en cause le pouvoir religieux. La graphosphère donne les pouvoirs, non à ceux qui maîtrisent l'interprétation d'un texte divin, mais à ceux qui disposent des moyens économiques et techniques de reproduire les œuvres littéraires, c'est-à-dire la bourgeoisie. La critique littéraire constate qu'à partir de

⁶³³ Le prix d'un CD vierge est d'environ 0,60 € (prix en 2005), et sa duplication nécessite seulement un logiciel de copie très simple d'utilisation (d'ailleurs, fourni en général avec les packs logiciels des distributeurs).

⁶³⁴ ADSL et câble.

⁶³⁵ Pour une approche synthétique de ces changements de paradigme culturel et social, voir Régis Debray, *Cours de médiologie Générale*, Paris : Gallimard, 1991.

cette époque cette œuvre d'art « *n'est plus l'aboutissement créatif unique au service d'une contemplation particulière, mais qu'elle s'adresse surtout à la multitude. Sa reproductibilité en fait un objet consommable à volonté, un produit commercial et dont la valeur esthétique se réduit d'autant* »⁶³⁶.

L'apparition d'un nouveau médium, la vidéosphère⁶³⁷ introduit le règne des technologies de l'audiovisuel, et notamment des médias de masse. Désormais, tous les peuples peuvent suivre simultanément des informations grâce à un simple récepteur.

Enfin, une ère ou plutôt selon Régis Debray « une sphère » nouvelle apparaît avec Internet et le Web, nouveau médium capable de transporter l'information de façon planétaire. Le terme « d'hypersphère »⁶³⁸ prend ainsi peu à peu de l'espace au point de rendre obsolète peut-être prochainement le concept de « vidéosphère ». Ce développement considérable en quelques années du micro-ordinateur et d'Internet est en grande partie dû à l'essor des technologies numériques. Les technologies précédentes telles que les cassettes audio ou vidéo souffraient de deux inconvénients conséquents : le prix et la dégradation entraînée par les copies en analogique. Ces désavantages ont ainsi restreint ces supports à un usage de copies personnelles ou familiales.

La technologie numérique introduit une nouvelle conception des œuvres. Peu à peu dématérialisés, les supports musicaux ont perdu leur attrait sentimental. Le disque vinyle, s'est ainsi effacé au profit de la cassette, puis du CD⁶³⁹ et aujourd'hui du disque amovible⁶⁴⁰. Désormais, tout individu et notamment un jeune équipé d'un ordinateur avec un graveur, est capable de copier une œuvre musicale mais aussi cinématographique à l'identique. Avec l'apparition des réseaux, la duplication illégale jusqu'alors restreinte au cercle de connaissance, démultiplie son impact.

Dès leurs prémices (notamment dans le domaine militaire), les réseaux informatiques ont eu pour fonction de transférer des données numériques. Grâce aux différentes évolutions que sont la compression des fichiers numériques, l'accélération des transmissions sur les réseaux informatique⁶⁴¹, et la baisse du coût des abonnements, ces outils exploités en grande partie par les entreprises sont devenus très vite à la portée du grand public.

⁶³⁶ Benjamin W., « *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée* », In *Ecrits français*, Paris : Gallimard, 1991.

⁶³⁷ Debray R., *Cours de médiologie Générale*, Paris : Gallimard, 1991 & Debray R., *Vie et mort de l'image. Une histoire du regard en Occident*, Paris : Gallimard, 1992.

⁶³⁸ Debray R., *Introduction à la médiologie*, Paris : PUF, 2000.

⁶³⁹ Inventé par Sony et Philips en 1980.

⁶⁴⁰ Renferment un disque dur et fréquemment nommé MP3.

⁶⁴¹ En 1998, le taux de transfert maximum d'Internet pour un particulier est de 56 Kbs. En 2005, il est de 10.000 kbs.

Ces évolutions ont dégradé dans une certaine mesure les supports. L'apparition de codage numérique, à l'instar du MP3⁶⁴² ou du DIVX⁶⁴³, ont appauvri la qualité de l'image et du son. Cependant, ces détériorations restent tout à fait acceptables et même parfois difficiles à déceler sans un équipement haute fidélité. En contre-partie, cette compression permet de nos jours, d'insérer au sein d'un CD vierge grand public 15 heures de musique ou une vidéo d'une heure et demie⁶⁴⁴.

Mais la plus importante révolution est d'associer ces supports audiovisuels à un accès Internet Haut-débit. Il est alors possible d'émettre ou de recevoir ce type de fichier sur un ordinateur. Des copies identiques circulent alors sur un réseau mondial à une vitesse remarquable.

Lorsque nous parlons de téléchargement, il est important de signaler que les émetteurs de ces fichiers ne sont que très rarement des webmasters qui déposent de la musique ou des films sur leur site. Les sanctions pénales directement liées au respect des droits d'auteur les dissuadent en général. En outre, Internet souffre encore d'un problème pénalisant : la bande passante. Le flux d'information émis passant par les réseaux devient très vite faible lorsqu'un nombre important d'internautes télécharge en même temps sur un site. Afin de palier à ces deux écueils conséquent, un système de décentralisation des données nommées « peer to peer »⁶⁴⁵ a été créé par des informaticiens talentueux⁶⁴⁶. Les logiciels peer-to-peer, point-à-point, pair-à-pair ou encore d'égal à égal sont apparus pour permettre de faire communiquer ensemble des ordinateurs. Véritable bête noire des majors du disque, il est aujourd'hui le système d'échange de musiques et de vidéos le plus utilisé.

« L'ampleur du phénomène est connue : 600 000 films sont téléchargés chaque jour aux Etats-Unis; le cinquième des ventes européennes de DVD concerne des produits piratés, dans un contexte général d'accroissement des ventes de 11% par an depuis 1998 (Home entertainment bullion worth billions, Onfilm, Juillet 2003). En Grande-Bretagne, où 570 000 internautes téléchargent des films sur Internet, trois vidéos sur dix sont des copies pirates et

⁶⁴² Codage audio permettant de compresser jusqu'à 12 fois de la musique.

⁶⁴³ Codage audiovisuel permettant de compresser jusqu'à 8 fois de la vidéo.

⁶⁴⁴ Sur un dvd vierge, il est possible de mettre 6 films copiés au format Divx avec une qualité supérieure au format VHS.

⁶⁴⁵ « Pair à pair » surnommé P2P.

⁶⁴⁶ La première société reconnue fut Napster (elle fut de nombreuses fois attaquées par l'industrie du disque)

plus de 3 millions de DVD sont copiés par an. Coût pour l'industrie : 400 millions de livres (This DVD will self-destruct in 48 hours..., Financial Times, 24 juin 2003) »⁶⁴⁷.

« Avec 2,3 millions de foyers connectés en haut débit, la France n'est pas en reste. 30.000 films seraient téléchargés chaque jour depuis un ordinateur situé dans l'Hexagone ! « L'échange de films sur Internet va devenir le problème numéro un pour l'industrie du cinéma, y compris chez nous », confirme Frédéric Delacroix, le délégué général de l'Alpa (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle). Et si le DVD est en plein « boom » (50 millions d'unités vendues en 2002), le piratage progresse encore plus vite : « Penser que la copie ne concerne que 8 à 10 % du marché, c'est totalement illusoire », prévient Yves Caillaud de Warner »⁶⁴⁸.

La majorité des logiciels « peer to peer » sur le marché sont créés en licences libres autorisant ainsi la diffusion gratuite des logiciels et parfois même leur modification. Le logiciel Freenet constitue un des meilleurs exemples de cette philosophie : *« Freenet constitue, sans doute, un dispositif technique particulier accompagné d'une philosophie libertaire très affirmée. Le développeur principal de ce programme, Ian Clarke, est l'auteur d'un manifeste intitulé « The free network project, The philosophy behind Freenet ». Il y revendique le droit de partager des idées, des opinions et des biens librement sans aucune forme de censure ou de contrôle. Les concepteurs de Freenet évoquent l'importance de la connaissance et du droit d'être informé en démocratie. Ian Clarke estime qu'il s'agit là de « la seule façon de garantir l'efficacité d'une démocratie et de s'assurer que le gouvernement ne peut pas contrôler les possibilités d'information de la population ». Dans cette perspective le P2P permet l'anonymat car, « il n'y a pas de liberté d'expression sans possibilité d'anonymat »⁶⁴⁹.*

En interviewant les skateurs, nous avons pu comprendre très vite que ce système de téléchargement très répandu était incontournable et offrait de nombreux avantages : *« en fait, le problème c'est de se procurer les vidéos sans trop payer ! Donc il faut avoir des connaissances qui en ont, ou sur Internet tu en trouves (S : et ça marche bien les échanges ?) L : oui tu as vite fait d'en avoir une centaine (S : sur quoi est-ce que tu les télécharges ?) L : Mirc, Koubirkerent, maintenant il y a Freenet aussi (S : c'est compliqué ces logiciels là ?) L*

⁶⁴⁷ Ministère de l'Économie, des Finances et de l'industrie, revue web réalisé le 8 août 2003 (site du ministère de l'Économie, des Finances et de l'industrie: www.minefi.gouv.fr).

⁶⁴⁸ Féraud J.C., *Hollywood face au défi du piratage*, La tribune, 10 octobre 2003.

⁶⁴⁹ Dagiral E. et Dauphin F., *« Peer-to-Peer: du piratage au partage. Une étude des usages et des représentations des logiciels P2P »*, LATTIS, ENPC, 2005, consulté sur http://gdrtics.u-paris10.fr/pdf/doctorants/papiers_2005/Dagiral_Dauphin.pdf

: oui ça ressemble un peu au langage C, et ça fonctionne par le biais de forum et ça fonctionne par le biais de l'IRT, tu demandes à quelqu'un et c'est lui qui va te proposer, et il y a des forums qui sont spécialisés en tout, notamment en vidéos de skateboard et là, tu peux trouver les dernières nouveautés. (S : et il y a du monde sur ces forums ?) L : il me semble que sur Mirc ils sont 800, c'est petit, mais dessus tu trouves tout »⁶⁵⁰.

En opposition au système Internet classique où un serveur centralisant des données est consultable par n'importe quel internaute sur une adresse web⁶⁵¹, le peer to peer n'est qu'une plateforme qui met en relation des internautes à la fois client mais aussi fournisseur de données présentes sur leur ordinateur. L'ensemble des données est ainsi décentralisée et supportée par les différents utilisateurs, ce qui rend l'espace de stockage virtuellement illimité. Ce fonctionnement pose ainsi beaucoup de problèmes aux autorités qui ne peuvent condamner les détenteurs de ces plateformes, légalement ceux-ci n'offrent qu'un service d'échange et ne sont aucunement responsables des informations qui transitent par leur biais. Les consommateurs sont quant à eux difficiles à arrêter tant leur nombre est important. (cf tableau ci-dessous)

Nombre d'internautes présent simultanément le 14 juin 2006 à 19h00 Source : P2P Networks : http://www.slyck.com/	
<u>Logiciels</u>	<u>Nombre d'utilisateurs</u>
eDonkey2K	3,108,066
FastTrack	2,848,606
Gnutella	2,219,539
Overnet	645,120
Filetopia	3,405

De nombreux logiciels de « peer to peer » existent. Dans notre étude, les trois principaux cités ont été *Emule*, *Mirc* et *Freenet*⁶⁵². Aux dires des skateurs, ces plateformes de téléchargement disposent de nombreux avantages : le coût, le temps de téléchargement, l'abondance de films et notamment de nouveautés.

⁶⁵⁰ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁶⁵¹ Cette forme ressemble à tous les sites Internet classique que nous consultons.

⁶⁵² Deux types de P2P doivent cependant être différenciés : ceux du type d'Emule qui fonctionne comme un annuaire, l'utilisateur n'a qu'à chercher les films présent chez les autres utilisateurs et double cliquer pour lancer le téléchargement ; ceux du type de MIRC qui nécessite le passage par un forum et l'acceptation de l'utilisateur détenteur du fichier pour commencer le téléchargement.

« Des vidéos, j'en achète pas car c'est hors de prix, c'est 30€ une vidéo alors que tu peux l'avoir sur Internet gratuit »⁶⁵³.

« S : sur quoi est-ce que tu les télécharges ? Mirc, Bit Torrent, maintenant il y a Freenet aussi, et ça fonctionne par le biais de forum et ça fonctionne par le biais de l'IRT, tu demandes à quelqu'un et c'est lui qui va te proposer, et il y a des forums qui sont spécialisés en tout, notamment en vidéos de skateboard et là tu peux trouver les dernières nouveautés.

(S : et il y a du monde sur ces forums ?) : Il me semble que sur Mirc ils sont 800, c'est petit, mais dessus tu trouves tout »⁶⁵⁴

« Et après Internet tu t'en sers aussi pour télécharger des vidéos, tu les fous sur DIVX et après tu te fais une vidéothèque parce que tu trouves tout sur Internet, tu vas dans les magasins, tu vas les payer 30€ alors qu'une vidéo de skate ça dure quoi 20 min une demi heure. Tu vas sur Internet, tu t'en fais plein pour pas cher. En plus, c'est bien parce que tu as toutes les nouveautés par Internet »⁶⁵⁵.

(S : « Tu achètes des vidéos ?) Plus maintenant, on les télécharge sur Internet, c'est un pote, toujours le même, qui a l'ADSL, sinon avant on achetait des vidéos, pas trop mais quand-même quelques unes par an, on se regroupait, on se mettait ensemble et puis après on les copiait »⁶⁵⁶.

Avec un accès haut débit classique, ces logiciels permettent de télécharger des vidéos en une durée pouvant varier entre un et quatre jours selon le nombre d'internautes connectés disposant simultanément du fichier.

Afin d'évaluer l'ampleur du phénomène dans le domaine du skate, nous avons extrait quelques statistiques de ces logiciels. A titre d'exemple le film de skate « *Dying to live* » créé par la marque américaine Zéro⁶⁵⁷ a été entre le 19 juin et le 18 juillet 2005 demandé jusqu'à 200 fois par jour⁶⁵⁸.

⁶⁵³ François, interviewé le 23 octobre 2004 à Besançon.

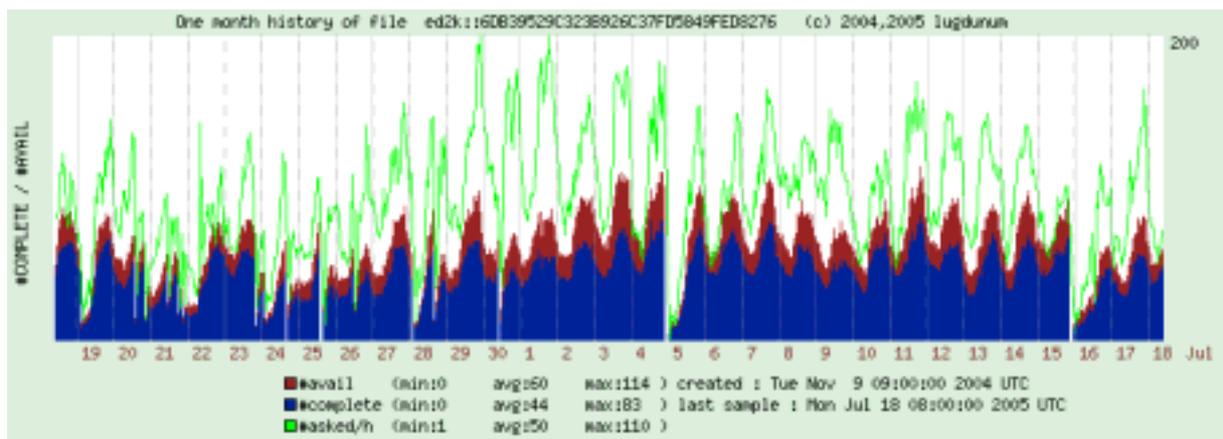
⁶⁵⁴ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁶⁵⁵ Damien, interviewé le 9 octobre 2004 à Besançon.

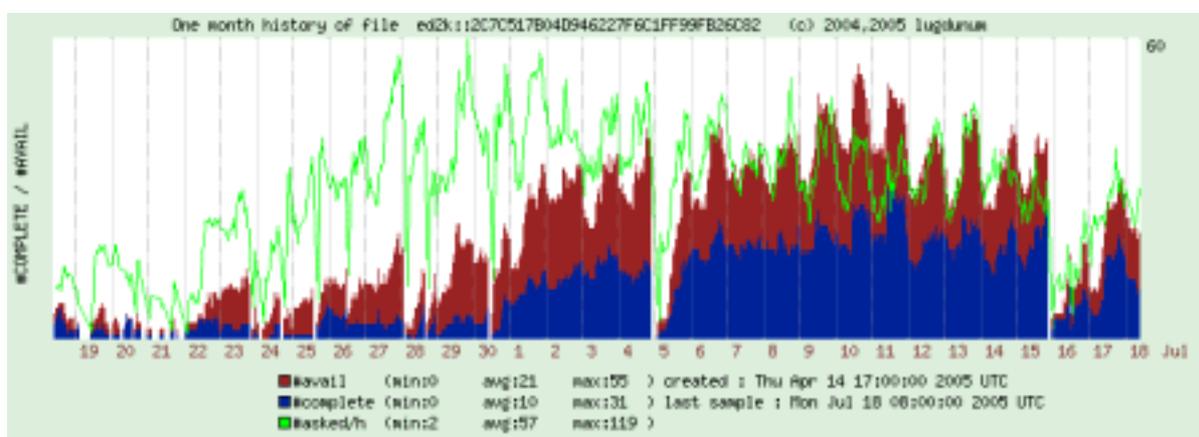
⁶⁵⁶ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁶⁵⁷ Marque de Jamie Thomas, (un des skateurs les plus populaires).

⁶⁵⁸ Le graphique ci-joint issu de la partie statistique du logiciel Emule montre le trafic sur ce fichier (statistiques fournies par eD2k History).



Le film « *Dogtown and z boys* », documentaire retraçant l'histoire du surf et du skate est sorti en 2003. Entre le 19 juin et le 18 juillet 2005, il a été demandé jusqu'à 60 fois par jour.



Synthèse :

Il est possible aujourd'hui de se procurer très facilement en toute illégalité un grand nombre de fichiers, en particulier des films en téléchargement gratuit sur Internet grâce à des protocoles de peer-to-peer accessibles à tous. Ces systèmes de téléchargement constituent une formidable bibliothèque culturelle universelle.

A travers les différents récits, nous avons pu constater que les jeunes apprenaient souvent l'existence de ces sites, mais également leur utilisation grâce au groupe de pairs (amis skateurs, mais également camarades de classe). Le fonctionnement de ces plates-formes apparaît relativement simple pour ces individus nés avec la révolution informatique.

Néanmoins, face à ces réseaux « peer-to-peer », il est pour nous important de comprendre, quelles sont les significations de ces pratiques illégales, pour ces jeunes skateurs souvent étiquetés comme déviants de par leur activité sportive.

7. Les significations du téléchargement

a) La notion de don et de contre-don applicable au « peer to peer »

Une proportion importante de ce qui circule dans notre société est permise par « *ces deux institutions fondamentales de la modernité : le marché et la redistribution étatique* »⁶⁵⁹. Nous avons remarqué que les skateurs cherchent à tout prix à se détacher des modes d'appropriation conventionnels en détournant des objets et des usages. Le « peer to peer » est devenu un système de circulation des informations entre les agents sociaux alternatifs aux appareils politico-administratifs d'une part, au marché d'autre part.

Le « peer to peer » a transformé la relation que les utilisateurs ont avec internet. Perçu jusqu'à maintenant comme un consommateur ou un prospect, l'internaute est en phase de devenir également un distributeur. En effet, le principe du « peer to peer » est bien sûr de télécharger, mais aussi de mettre à disposition ses biens pour que d'autres puissent les obtenir. A ce propos, sur les logiciels et forums de « peer to peer », le terme de téléchargement n'est pas employé, mais est remplacé par « communauté » et « partage ». Certains protocoles vont même jusqu'à obliger la possession d'une quantité minimum d'information pour accéder à la communauté⁶⁶⁰.

Nous retrouvons dans des systèmes d'échange tel que Mirc et DC++ la notion de don et de contre-don énoncé par Marcel Mauss et reprise par Maurice Godelier : « *Donner semble instituer simultanément un double rapport entre celui qui donne et celui qui reçoit. Un rapport de solidarité, puisque celui qui donne partage ce qu'il a, voire ce qu'il est, avec celui à qu'il donne, et un rapport de supériorité, puisque celui qui reçoit le don et l'accepte se met en dette vis-à-vis de celui qui lui a donné. Par cette dette il devient son obligé, et donc se retrouve jusqu'à un certain point sous sa dépendance, du moins pour tout le temps où il n'aura pas « rendu » ce qu'on lui a donné* »⁶⁶¹. En effet, lorsqu'un skateur veut obtenir un film, il doit, dans un premier temps, le demander par l'intermédiaire d'un forum et attendre l'approbation du donateur. Après acceptation, celui-ci ouvrira ainsi un port permettant de diffuser l'information. En contre-partie le donataire redevable de ce présent devra montrer son patrimoine (sa richesse) et léguer lui aussi des fichiers si son donateur lui demande (notons que nous ne sommes pas face à un simple acte de don car le don se caractérise par « *se priver du droit de réclamer quelque chose en retour* »⁶⁶²). Des relations de domination puis d'égalité

⁶⁵⁹ T. Godbout J., *Le don, la dette et l'identité*, Paris : La découverte, 2000, p.8.

⁶⁶⁰ Le logiciel DC partage, oblige ainsi la présence d'un minimum de 10 films pour accéder au serveur.

⁶⁶¹ Godelier M., *L'énigme du don*, Paris : Editions Fayard, 1996, p. 20.

⁶⁶² Dollo C. & Luiset B., *Dictionnaire de sociologie*, Hachette, 1999, p.68.

apparaissent ainsi lors du téléchargement. Cette notion de don et de contre-don est indispensable dans cette communauté. Les utilisateurs se rendant compte d'un membre ne jouant pas le jeu interrompent en général très vite le téléchargement. Cet élément vient ainsi confirmer les propos de Godbout : « *le mode de fonctionnement d'un réseau, c'est l'autorégulation* »⁶⁶³. Cet acte apparaît comme une manifestation moderne de l'exclusion de la communauté de membres ne se conformant pas aux règles du groupe.

En outre, nous pouvons noter que les concepteurs des logiciels de « peer to peer » font également la chasse aux « *leechers* » (sangsues), usagers du P2P qui téléchargent des fichiers sans rien donner en échange. Comme l'ont fait remarquer les créateurs d'un serveur du logiciel Edonkey : « *Personne ne doit oublier que nous ne sommes pas sur un site de téléchargement mais bien dans une communauté de partage, c'est essentiel.* ». Ainsi le logiciel « Emule » rend obligatoire le partage des fichiers qu'un usager est en train de télécharger pour fonctionner.

Notons que nous sommes face à un modèle de don original où lorsque l'internaute met à disposition un fichier, il ne le perd pas pour autant. En effet, les fichiers étant duplicables sans limite, le skateur mettant à disposition des vidéos ne s'engage pas financièrement, mais de manière morale dans un acte de don. Ces échanges forment un « système social total »⁶⁶⁴ permettant de tisser des relations, et d'être intégré dans des communautés. Les logiciels de « peer to peer » sont en effet dotés de forums dont l'accès est contrôlé par les usagers. Très vite, ces logiciels peuvent se transformer en espace d'échanges et de rencontre entre habitués, et membres dotés d'une passion et d'une culture commune. Ces micro-communautés ou salons sont axés autour de biens partagés et d'un *chat* commun pour communiquer ensemble de manière privilégiée.

b) Le piratage, une façon de contester et de défier l'ordre établi

Plus de huit interviewés sur dix déclarent savoir que le téléchargement ou la copie de films sont des pratiques illégales⁶⁶⁵. Les internautes se disent informés par les messages de mise en garde délivrés sur les sites de téléchargement, dans les salles de cinéma ou sur les DVD ainsi que par les médias qui évoquent le phénomène du « piratage » et les arrestations à

⁶⁶³ Ibid, p.10.

⁶⁶⁴ T. Godbout J., Caillé A., *L'Esprit du don*, Paris : La Découverte, 2000.

⁶⁶⁵ *La piraterie de films : Motivations et pratiques des Internauts*, Analyse qualitative du Centre national de la cinématographie, mai 2004.

titre d'exemple. Les individus effectuant des téléchargements ont bien conscience de l'illégalité de leurs actes. Néanmoins un grand nombre et notamment les jeunes s'adonnent à cette pratique illégale. Deux explications peuvent être avancées.

Tout d'abord, cette pratique semble valorisante. Le piratage apparaît comme une pratique à la mode. Il valorise celui qui fait bénéficier son entourage de films piratés. Lorsqu'un jeune dispose des dernières nouveautés cinématographiques, il est remarqué par ses camarades pour son travail de recherche sur Internet, mais aussi et surtout pour son audace à effectuer des pratiques illicites.

D'autre part, le téléchargement apparaît comme un jeu avec les autorités. A l'instar des skateurs pratiquant dans des zones interdites, les internautes jouent avec les forces de l'ordre.

Cette notion de prise de risque cache et peut révéler une volonté de rébellion. Dès le début du skateboard, les pratiquants ont manifesté leur volonté de s'exclure du système institutionnalisé en skatant des lieux prohibés et ont refusé « l'américain way of life » évoquant une société de consommation dont ils souhaitent en tout point s'exclure. Nous retrouvons dans ces revendications vieilles de quatre décennies des ressemblances avec les oppositions nouvelles des internautes. Ceux-ci s'insurgent ainsi contre les majors et les intermédiaires du disque et du cinéma qui s'enrichissent au dépend des artistes et des consommateurs. En passant par une économie parallèle, les internautes ont ainsi l'impression d'affirmer leur opposition : « *En téléchargeant, les pirates ont le sentiment de prendre leur revanche sur les majors, à qui ils reprochent de ne pas répercuter les avantages retirés de la numérisation des données. Ils ne comprennent pas que les économies réalisées ne se traduisent pas par une baisse des prix* »⁶⁶⁶. Il faut à ce propos noter que les revendications émises par les consommateurs apparaissent parfois légitimes⁶⁶⁷.

Face à ces nombreuses analogies nous pouvons ainsi appréhender que les revendications des internautes téléchargeant se rapprochent de celles des skateboarders. De ce fait nous comprenons pourquoi les skateurs ont une attirance pour ce mode de fonctionnement grâce auquel ils continuent de revendiquer leur rébellion !

⁶⁶⁶ *La piraterie de films : Motivations et pratiques des Internautes*, Analyse qualitative du CNC, mai 2004.

⁶⁶⁷ Des multinationales comme « Columbia- Sony » portent régulièrement plainte contre des internautes effectuant des téléchargements, et vendent en contre-partie des graveurs, des cd vierges et des lecteurs MP3. De la même façon, les fournisseurs d'accès haut-débit condamnent le piratage tout en valorisant dans leur campagne publicitaire la rapidité de téléchargement grâce au réseau haut-débit. Face à cette hypocrisie essentiellement commerciale, une partie des Internautes estiment « payer » les téléchargements de films dans le cadre de leur abonnement à Internet.

c) La dématérialisation des œuvres culturelles

Quelle est la différence entre un album édité sur un 33 tours et le même album stocké sur un baladeur MP3 ? Vingt années, mais aussi et surtout une perception complètement différente des œuvres culturelles.

Si, avec les années, le contenu est resté le même (voire même de qualité supérieure grâce au numérique), le contenant a perdu toute son âme. L'ère du numérique a supprimé tout support et de facto toute chance de léguer un patrimoine sous la forme d'un bien palpable. Par ailleurs, sa facilité de copie mais aussi d'échanges a rendu ses productions accessibles à tous. Sans rareté, une œuvre n'a plus de valeur, c'est un bien de grande consommation.

Aujourd'hui, l'abondance de production audiovisuelle fait apparaître la notion d'« œuvre Kleenex ». Si par la profession, le cinéma est toujours reconnu comme le « septième art », il est depuis longtemps considéré par le grand public comme un service payant que les multinationales vendent aux consommateurs. Ainsi, comment attribuer de la valeur à une œuvre cinématographique lorsque chaque année près de 2000 productions sont commercialisées et consommées avec une durée de vie dépassant rarement 5 années.

A titre d'information, la consommation de programmes audiovisuels chez les 15-25 ans est évaluée aujourd'hui à 2 heures 5 minutes quotidiennes⁶⁶⁸. Ce sont dans ces conditions que les jeunes, et notamment les skateurs, consomment aujourd'hui les vidéos. Pertinentes aujourd'hui car médiatisées et adaptées au contexte, les vidéos deviennent vite obsolètes et remplacées par des productions plus au goût du jour, dopées par des campagnes publicitaires à gros budgets. Les artistes figurant sur ces supports n'ont pas d'autre choix que de participer sans cesse à de nouvelles productions au risque de disparaître de l'actualité. Nous sommes ainsi face à une circulation éphémère : la vidéo du moment sera très vite remplacée par une production à la valeur informative et symbolique beaucoup plus importante.

Par ailleurs, une configuration nouvelle du téléchargement est apparue grâce à l'augmentation des disques durs. Ceux-ci pouvant en effet stocker aisément 200 films, la vidéothèque et toute sa symbolisation matérielle viennent ainsi à disparaître. De plus, ces biens n'étant plus achetés, ils se trouvent dépossédés de leur valeur marchande.

Toutes ces évolutions ont donc entraîné les œuvres cinématographiques et musicales à devenir de simples fichiers numériques que les jeunes s'échangent. Si d'un point de vue commercial, ces échanges sont nuisibles, en revanche, d'un point de vue culturel et social,

⁶⁶⁸ Médiamétrie, janvier 2004.

cela est bénéfique dans la mesure où la connaissance est accessible par un plus grand nombre, et ces supports incitent les jeunes à se retrouver dans des réseaux d'échanges et rompt ainsi l'individualisme propre aux sociétés surmodernes. Nous voyons ainsi que ces supports de communication, créent dans le cadre de leur utilisation et de leur échange du lien social entre des skateurs.

8. Les sites Internet

Nous avons vu précédemment qu'Internet est exploité par les skateurs dans le cadre du téléchargement de vidéos. Cet outil est également utilisé pour la consultation de pages web sur différents sites Internet. Afin de mesurer l'ampleur du phénomène, nous pouvons faire remarquer que le 5 février 2006, 1.680.000 pages françaises contenant l'occurrence « skate » étaient répertoriées sur le moteur de recherche Google, et de la même façon, 74 200 pages contenaient l'occurrence « *skate+tricks*⁶⁶⁹ ». En comparaison, le terme « foot » était présent sur 4.430.000 pages alors que l'activité n'est sans commune mesure avec le skate au niveau des pratiquants, des licenciés, des clubs, et de la couverture médiatique. Ainsi, nous pouvons noter que si le skate apparaît comme une activité marginale (du point de vue du nombre de pratiquants), son rayonnement sur Internet est relativement conséquent.

Dans le cadre de notre étude, il est important de dépasser le simple calcul d'audience et de fréquentation des sites, pour analyser les savoirs présents sur ce média, et circulant dans le cadre d'une consultation Internet. Ensuite, il est prépondérant d'appréhender l'impact qu'Internet provoque sur les auditeurs. C'est ainsi grâce à des entretiens de skateurs réalisés devant des sites Internet, mais également dans le cadre d'entretiens conventionnels que nous avons cherché à comprendre les références culturelles et techniques qui ont été intégré par les skateurs grâce à Internet.

Dans un premier temps, nous allons présenter la configuration des différents sites web ; ensuite nous montrerons comment les liens hypertexte intègrent une interactivité propice à une démarche d'acquisition des savoirs ; puis nous analyserons l'usage que les skateurs ont d'Internet, notamment en terminant sur les blogs et « sites perso » que les skateurs créent pour se montrer aux autres ; enfin, nous évaluerons l'impact de ce support dans la circulation des savoirs.

a) Les différents types de sites

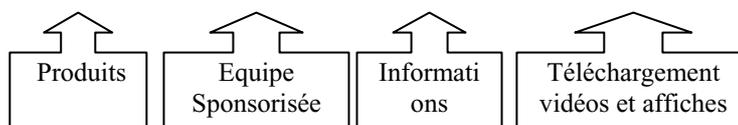
Lorsque nous parlons d'Internet, il est utile de dissocier les différentes formes de sites, et notamment comprendre si ceux-ci se placent dans une logique de marché, ou hors marché, s'ils se destinent à un public restreint ou au contraire s'ils ont une volonté d'élargir une communauté.

⁶⁶⁹ *Tricks*= figure.

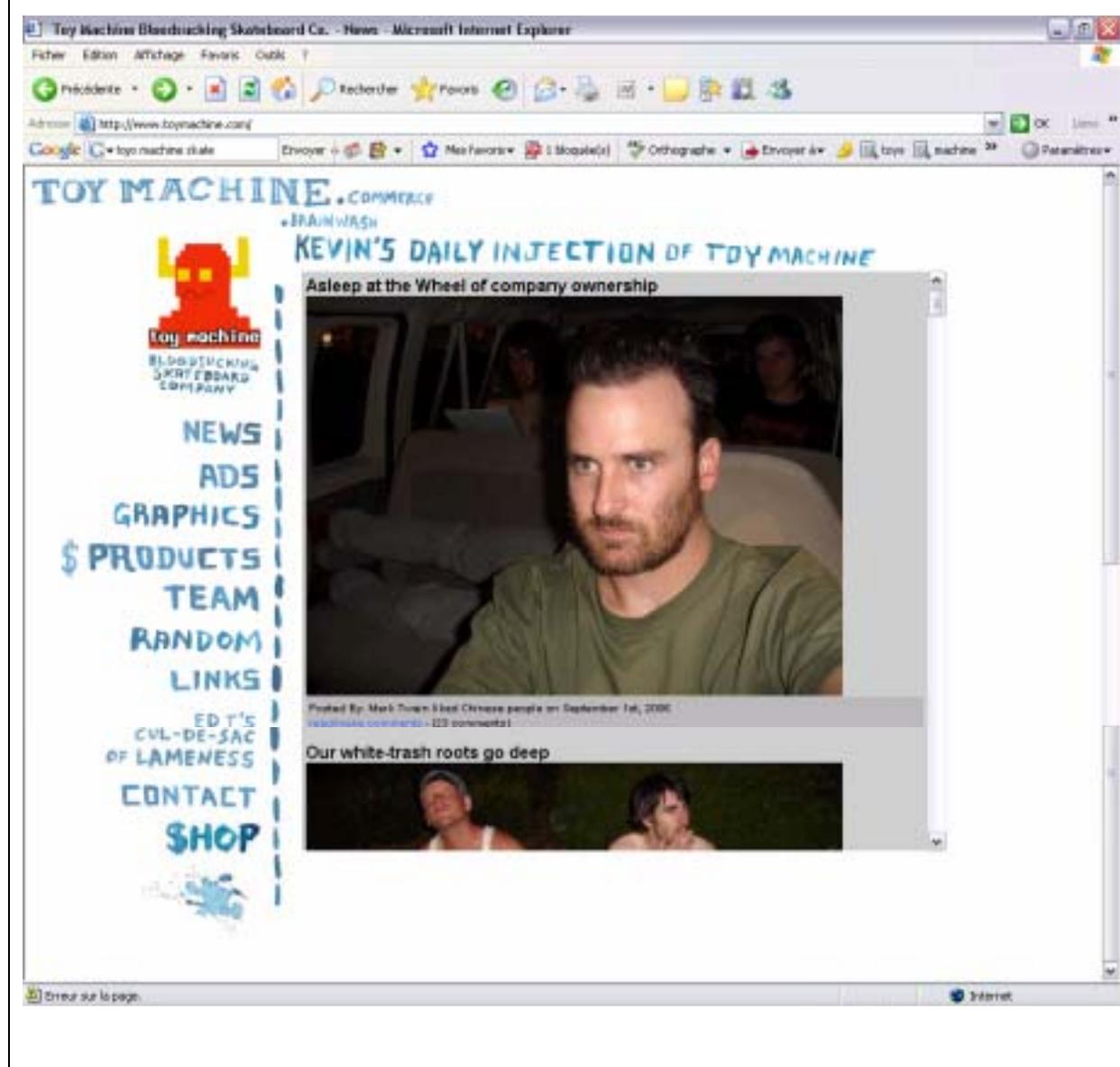
Dans un premier temps, nous trouvons les sites des fabricants de vêtements-équipements, et de planches. Ils ont pour objectif d'assurer la promotion de l'entreprise sur Internet, notamment en présentant la gamme de produits dans des « sites vitrines ».

Ces sites fournissent également de nombreuses informations sur les skateurs professionnels qu'ils sponsorisent (la rubrique « Team » en général), ainsi que des vidéos montrant les démonstrations et les élucubrations des professionnels.

Site Internet de la marque ZERO.



Site Internet de la marque de planche de skate : Toys Machine



Certains proposent également de vendre sur le web leurs produits. La diminution du circuit de distribution grâce à « la vente en ligne » permet aux skateurs des économies substantielles dans la mesure où aucune marge intermédiaire n'est présente. Lors de notre enquête de DEA en 2003, des skateurs et des surfeurs passaient déjà des commandes. Ils réalisaient souvent des achats groupés afin de diminuer les frais de port (souvent élevés lorsque les produits provenaient des Etats-Unis). Notons que presque toutes les marques importantes s'interdisent de vendre en ligne leurs produits sur leur propre site afin de ne pas créer une concurrence supplémentaire à leurs distributeurs, et notamment aux skateshops.

Des sites marchands procèdent à la vente en ligne. Deux différences peuvent néanmoins être relevées. D'une part, ces sites sont dirigés par des distributeurs multimarques

et offrent ainsi un large choix de produits. D'autre part, ces sites marchands sont un intermédiaire entre les fabricants et les clients finals. Le circuit de distribution passant de direct à court entraîne automatiquement des prix un peu plus élevés.

Quelques sites marchands :

Glisshop.com : spécialiste des produits de glisse (ski, snowboard, skate). A réalisé en 2004, 1.080.000 € de chiffre d'affaire. L'entreprise dispose également d'un *skateshop* (SARL MGF SPORTS- 5 Ter avenue du Roussillon- 63170 Aubière, APE 524W).

Urban-shop.com : spécialiste roller-skate (y compris les vêtements). A réalisé en 2001, 49.000 € de chiffre d'affaires. Depuis le 1 janvier 2004, 2.295.409 pages ont été vues sur le site. L'entreprise dispose également d'un *skateshop* (SARL Anti-Statik, 14 place du collègue, 71100 Chalon sur Saône, APE 524W)

Tomatoskateshop.com : spécialiste du skate. Fait uniquement de la vente par correspondance. A réalisé en 2004, un chiffre d'affaire de 320.000 €. (SARL T2S- 20 clos des cascades- 93160 Noisy le grand, APE 526B).

Ridespirit.com : spécialiste surf, snowboard, skate. L'entreprise dispose également d'un *skateshop* (SARL Rideshop Paris- 12 rue Raymond Aron- 75013 Paris 13, APE : 524 W)

Astrofaz.com : vente de skates, rollers, et vêtements uniquement sur Internet (SARL CREAFTER- 3 rue du Fond des près- 91460 Marcoussis). Le site fonctionne depuis 2003, mais ne publie pas ses chiffres.

Ensuite, nous trouvons des sites personnels. Réalisés par des passionnés, leur qualité très variable peut aller d'une simple page à un format se rapprochant d'un site commercial.

Site personnel de Zylér fog (Belge de liège interviewé par msn)



Il est intéressant de remarquer que ce type de site propose des didacticiels (*trickstip*) qui expliquent en détail comment réaliser une figure. Des skateurs nous ont confiés voir les différentes figures réalisables grâce à ces sites : « (S : Comment tu as appris à skater ?) En skatant ; (S : mais tu as vu où les techniques ?) Tu cherches sur Internet sur <http://www.sk8.net> »⁶⁷⁰.

⁶⁷⁰ Tristan, interviewé le 6 mai 2006 sur Messenger.



Notons que les informations et les explications fournies ci-dessus ne sont pas produites par des entraîneurs mais par des professionnels ou des pratiquants passionnés. Ainsi, il est intéressant de remarquer la place que ces propos et ces démonstrations possèdent sur ces sites alors que ces commanditaires n'ont aucune légitimité institutionnelle.

Enfin, nous trouvons des blogs sur le thème du skateboard. Les blogs, à l'origine weblogs (contraction de Web et de log), sont un dérivé des pages personnelles sur Internet. Les premiers blogs nés aux Etats-Unis en 1999 étaient « *de simples listes de liens informant les lecteurs de l'apparition de nouveaux sites* »⁶⁷¹. Aujourd'hui, les « *bloggeurs* » sont de tout ordre : de l'adolescent à l'homme politique, en passant par le romancier et dans ce qui nous intéresse le skateur passionné. Selon un article d'Anne Ghiringhelli et de Benoîte Jalet parue sur le Monde, ce phénomène concernait : « *2,7 millions de blogs rien que sur la Toile française, dont 2 millions sont ouverts par des adolescents sur la plate-forme de la radio Skyrock : ils portent le nom de « Skyblogs »* »⁶⁷². L'utilisation du blog a considérablement évolué grâce à sa simplicité de création et d'utilisation, 7,3 millions d'internautes consultent des blogs chaque mois⁶⁷³ (à la question « Avez-vous consulté un blog au cours du dernier mois ? », 7 308 000 internautes (soit 27,6% des internautes) y ont répondu de manière positive au 1er trimestre 2006, contre 6 724 000 d'internautes au 3ème trimestre 2005) et postent des messages qui viennent se ranger par ordre chronologique en haut de page. Lorsque nous regardons le compteur de *Skyblog*, montrant en temps réel le nombre de blogs et d'articles postés, nous voyons que ceux-ci suivent une courbe exponentielle à raison d'une vingtaine d'articles postés simultanément chaque seconde, et d'un blog créé toutes les cinq secondes (<http://www.skyblog.com>). Ainsi, les données que nous présentons ne peuvent être que sans cesse réactualisées.

Chiffres au 28 aout 2006:

5 660 739 Skyblogs

287 762 205 Articles

511 043 662 Commentaires

Créé durant la journée :

23 015 Skyblogs créés

1 141 796 Articles publiés

Selon un sondage Ipsos, les sites personnels et les blogs sont des phénomènes qui marquent particulièrement la jeune génération : 51% des 15-19 ans ont créé un blog. Les 15-

⁶⁷¹ Fievet C., Turrettini E., *Blog Story*, Paris: Editions Eyrolles, 2004.

⁶⁷² Ghiringhelli A., Jalet B., « *L'univers des blogs, ses habitants, ses rites, son langage* », *In Le Monde*, 21 Mai 2005

⁶⁷³ Médiamétrie, Observatoire des Usages Internet, 1^{er} Trimestre 2006.

19 ans se démarquent ainsi par la perception d'Internet comme outil de communication et d'échange. Ils utilisent davantage la messagerie, les blogs, les chats, les forums de discussion, alors que les plus âgés sont davantage dans une relation d'outil qui leur facilite la vie (infos pratiques, recherches documentaires ...).

Création de blogs sur le Web⁶⁷⁴

En %	15-24 ans	15-19 ans	20-24 ans	25 ans et +
Blogs	34	51	24	9

Nous retrouvons dans les blogs une utilisation d'Internet originale dans la mesure où tout le monde peut librement et facilement s'exprimer, sans hiérarchie, voire connaître la célébrité grâce à une information ou un scoop sur sa vie. Ainsi, de nombreux adolescents se sont tournés vers ce journal web qu'ils utilisent pour décrire leur vie et leurs passions.

A la différence d'un journal intime, nous voyons que le blog inclue une dimension communicative de partage : « *Décrire sa vie sur le Web est un moyen de dire ce qu'on a l'impression de ne pouvoir dire à ses proches, mais aussi d'élargir sa tribu, en échangeant des commentaires ou des expériences, en rencontrant d'autres personnes, voire en les séduisant* »⁶⁷⁵. Une étude menée en 2003 par le site Blog Search Engine auprès de 610 blogueurs montre d'ailleurs avec quelle intensité les blogueurs mettent à jour leur espace (plus de la moitié le mettent à jour « au moins une fois par jour ». (52,8 %)), et avec quel intérêt ils consultent les statistiques de fréquentation de leur blog (près d'un blogueur sur deux consulte « très souvent » ou « extrêmement souvent »).

Ainsi, ce mode nouveau de communication concerne également un phénomène culturel et sportif comme le skate. Le 28 août 2006, nous pouvions ainsi compter 3640 skyblogs existants ayant comme thème principal le skateboard.

A titre d'exemple, nous avons choisi le blog d'un skateur d'Orléans âgé de 17 ans. Ce blog tout à fait commun aux autres est composé de 27 articles présentant les différentes figures réalisées par ce skateur. Celui-ci agrège également un didacticiel expliquant comment réaliser les techniques (présenté ci-dessous). Nous pouvons souligner que 240 échanges par l'intermédiaire des commentaires ont été apportés en un an sur ce blog.

Ainsi, nous pouvons souligner qu'une nouvelle forme de communication se déroule parallèlement sur les blogs et ce de manière totalement incontrôlable. Il est intéressant de

⁶⁷⁴ Enquête Ipsos, 22 Mars 2006.

⁶⁷⁵ Fievet C., Turrettini E., *Blog Story*, Paris: Editions Eyrolles, 2004, p.95.

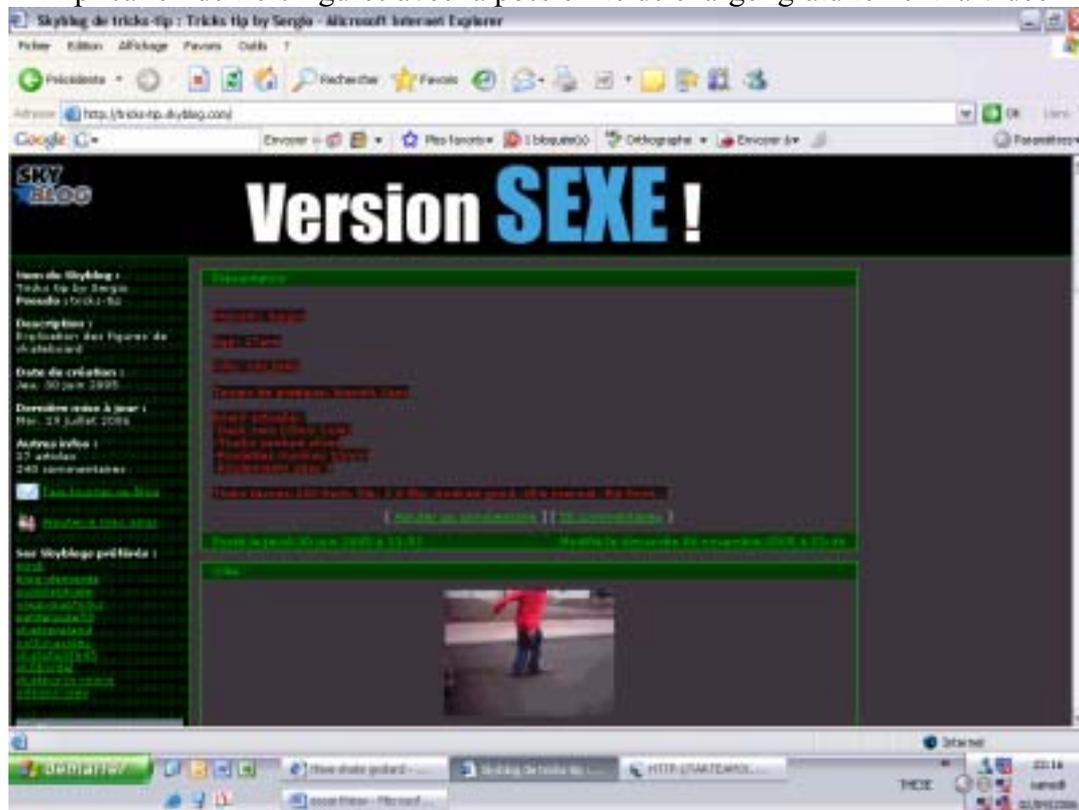
remarquer que ces discussions ont lieu durant des moments de la vie privée (les messages sont essentiellement envoyés en soirée ou durant la pause déjeuner), ils viennent ainsi en complément des interactions au niveau local. Notons qu'un langage et une orthographe spécifique empruntée au SMS sont utilisés dans ces blogs.

Lorsque nous lisons les commentaires des blogs (présentés ci-dessous) nous retrouvons bien la notion de communauté de skateurs et le besoin de partager des moments vécus. Les membres échangent des informations (lieux de pratiques, types de planches utilisés), des anecdotes (chutes), et s'aident en se donnant des conseils et des ficelles pour réaliser certaines figures.

Remarquons que dans le site personnel de Sergio, ces constructions de phrases emploient une forme grammaticale impersonnelle, alors que communément les blogs servent à expliquer une pensée personnelle. De fait, les savoirs communiqués semblent des éléments établis et non pas appartenant à son auteur. Ce blog s'apparente plus à didacticiel où l'auteur semble réciter une leçon.

Blog de Sergio: Tricks tip by Sergio
(<http://tricks-tip.skyblog.com>)

Explication de trois figures avec la possibilité de charger gratuitement la vidéo





Prénom: Sergio

Age: 17ans

Ville: ORLEANS

Temps de pratique: 1an et demi

Board actuelle:

-Deck logo 7'5

-Trucks venture silver

-Roulettes monkey 33mm

-Roulements abec 3

Tricks favoris: 180 front, flip, 3 6 flip, crooked grind, ollie manual, flip front...

DESCRIPTION:

Le ollie consiste à effectuer un saut avec la planche sans s'aider des mains.

La manipulation pour l'effectuer est peu commune.

POSITION DES PIEDS ET DES EPAULES:

Le pied avant est situé sur le milieu de la board et la pointe du pied est sur le bord de la deck et ne doit pas dépasser.

Le pied arrière quand à lui est situé sur le bout du tail avec juste la pointe des orteils qui le touche.

Les épaules doivent être impérativement parallèles à la board afin que celle-ci ne fasse de rotation durant le ollie.

EXPLICATION:

Il faut donc effectuer un mouvement de flexion extension très rapide avec les jambes.

Fléchissez bien et mettez une bonne partie de votre poids sur le pied avant, ensuite tapez le tail (arrière du skate) très fort tout en effectuant un saut.

Le pied arrière doit impérativement décoller et ne doit pas toucher le skate afin de monter le ollie le plus haut possible.

Le pied avant va rester sur le skate et avancer jusqu'au nose (l'avant du skate).

On appelle ce mouvement "gratter" car le pied avant frotte le grip (partie rugueuse sur le dessus du skate) et use beaucoup la chaussure.

Le pied avant monte donc jusqu'au nose, pliez bien les genoux dans les airs c'est très important ensuite appuyez sur l'avant afin de remettre le skate droite et reposez votre pied arrière sur les visées arrière et le pied avant sur les visées avant.

POUR ME VOIR PASSER 3 BOARDS ENCASTREES EN OLLIE CLIQUEZ [ICI!!!!](#)

DESCRIPTION:

Le pop shove it back est une rotation de la board à 180° dans le sens inverse des aiguilles d'une montre pour un goofy (ceux qui tapent le tail du pied gauche). Sinon pour les réguliers (ceux qui tapent le tail du pied droit) c'est dans le sens des aiguilles d'une montre.

POSITION DES PIEDS ET DES EPAULES:

Le pied arrière est situé sur le bout du tail et il est situé sur le bord inverse d'ou la board va rotationner pour l'empêcher d'effectuer un "pressure flip".

Le pied avant est sur le milieu de la board ou plus vers le nose c'est comme vous le sentez. Il y a juste la pointe du pied avant de placée sur le bord du skate.

Epaules encore et toujours parallèles au skate.

EXPLICATION:

Vous devez donc placer une bonne partie de votre poids sur le pied avant.

Tapez le tail d'un coup sec et en même temps tapez le de travers, comme si vous vouliez faire partir votre skate sur le côté.

Le pied avant quand à lui, en même temps que vous venez de taper le tail il doit un peu pousser le skate dans le même sens de rotation.

Sautez relativement haut et sur le côté pendant que le skate tourne en dessous de vous et ensuite replacez vos pieds sur les visses pour replaquer une fois que la rotation se termine.

POUR ME VOIR RENTRER UN POP SHOVE-IT BACK CLIQUEZ [ICI!!!!](#)

DESCRIPTION:

Le pop shove-it front est la même chose que le back mis à part le sens de rotation qui est inversé.

POSITION DES PIEDS ET DES EPAULES:

Le pied arrière est sur le coin du tail (coté talons) avec juste les orteils qui le touche.

Le pied avant est placé à plat en dessous des visses avant avec les orteils qui dépassent du bord du coté de la pointe des pieds.

Les épaules toujours parallèles à la board.

EXPLICATION:

comme d'habitude pensez a mettre une partie de votre poids sur le pied avant.

Claquez donc votre tail au sol à l'aide du pied arrière tout en faisant tourner la planche derrière vous et continuez un peu la rotation a l'aide du pied avant.

La planche va faire une rotation derrière votre dos, pensez donc à sauter vers l'arrière afin de ratéir dessus et replacez vos pieds sur les visses du skate si possible.

Présentation des commentaires apportés à la rubrique ollie

tricks-tip : Ollie

De lilou, posté le Jeudi 17 août 2006 à 01:40

faut-il faire un ollie sur place ou en roulant en debutant

De Fanny, posté le Mardi 08 août 2006 à 22:58

hey! bah voilà moi jte demande de l'aide moi aussi, c un bon pote ki ma filé tn blog dailleur jle merci ^^ et le skate jen rêve ttes les nuits mé je sais pas en faire...

De Help, posté le Mardi 25 juillet 2006 à 13:53

Besoin d'aide pour quelque tricks wisp me

jg_martin_90@hotmail.com

De yassine, posté le Lundi 03 juillet 2006 à 12:48

salut, j'ai 12 et demis et je vient de me mettre au skate ya 3 jours.J'arrive a tenir l'equilibre, sauter en faisant un demi tour sur la planche quand celle-ci roule mais j'arrive pas a faire le ollie (PS:Le tient est magnifique), a chaque fois que j'essaye ma planche ne decolle pas et j'arrive pas a gratter, je suis goofy si tu pouvais m'aider mon adresse c'est kakch2007@yahoo.fr , Merci

De jeje, posté le Samedi 20 mai 2006 à 21:23

slt tu fai cmt pr mettre d video de skate sur un blog? tien jte passe mon adres : jeromedu69ol@hotmail.fr a +

De NEW, posté le Dimanche 30 avril 2006 à 22:03

Nouvo blog!!

Vné vite!!

<http://sk8eurland.skyblog.com>

laisser vos com's !

ton article est peutêtre déjà fait!

De jeff, posté le Mardi 28 mars 2006 à 18:16

jv1 de comensé mersi mintenen ji arive sé coo l ce tu fass sa

De louis, posté le Jeudi 23 mars 2006 à 13:05

cool merci mec desormais je vai pouvoir effectuer un ollie et épater la galerie!!

De pedrohawk, posté le Lundi 06 mars 2006 à 22:04

slt ça va je kiff le skate é jé émé ton blog ajoute moi dans tes contacts voila mon msn
badr_7009@hotmail.com

De aurore, posté le Samedi 25 février 2006 à 16:06

moi chui tombé sur ton blog par hasar mé il é super!! je fé ossi un peu de skate, jador ca é ja'imeré bien
ke tu me donne d conseils.. mon adresse c rockygirl_67@hotmail.fr

Nous voyons ainsi des logiques identitaires et linguistiques dans certaines communautés que les blogs font apparaître. Par ailleurs, en constatant le jeune âge de ces blogeurs, nous ne pouvons qu'admettre le difficile maintien de la norme et de la morale dans ces sites dépourvus de modérateurs. Il s'agit d'une information parallèle et autonome qui s'offre ainsi aux skateurs.

Internet est à la fois un réseau d'échange extrêmement riche, mais il est également un danger potentiel pour la « culture skate ». En effet, passer par des personnes interposées et dont le statut ne peut-être confirmé rend la transmission des savoirs quelque peu hasardeuse. En effet, il est difficile de savoir si les webmasters sont des individus disposant d'un vécu important ou au contraire des novices diffusant des informations parfois erronées. Dans les nombreux sites et forums, nous voyons ainsi régulièrement des oppositions entre les skateurs dans la manière de voir les valeurs, les techniques, mais aussi les représentants du skate.

b) L'hypertexte à la base de l'utilisation d'Internet

La combinaison de textes, de sons, d'images en mouvement et de graphiques, permet une communication plus efficace grâce à une attention de l'apprenant accentuée par

l'excitation des animations⁶⁷⁶. Selon différents auteurs⁶⁷⁷ plus les attributs interactifs d'un média sont utilisés, plus l'apprentissage est important. L'exploitation active de l'information, caractéristique d'Internet et des réseaux hypertextes, fournit des stimulus dynamiques. Ce fonctionnement procure un apprentissage plus efficace qu'une réception passive avec des stimuli statiques caractéristiques de support papier.

Le support multimédia permet à l'internaute de parcourir à son gré des informations organisées d'une façon non linéaire appartenant à plusieurs types de médias.

Internet offre selon Michel Dubois⁶⁷⁸ trois types d'avantages :

- € *« Il permet de visualiser, d'animer, de simuler et communiquer les informations d'un domaine par des moyens variés ; textuels, imagés (statique et dynamique), sonores ;*
- € *Il est conçu pour que l'utilisateur découvre par association d'idées ;*
- € *Toute l'information contenue dans un hyperdocument est toujours disponible, mais elle n'apparaît que sur une demande de l'utilisateur. L'accès à l'information suppose l'activité de l'utilisateur qui choisit le moment où il a besoin des connaissances ».*

Internet récrée donc une situation d'interaction. L'internaute réagit aux informations présentées en demandant un complément ou d'autres informations à la machine, tandis que l'ordinateur fournit les informations dont il dispose à la demande.

Appliqué aux sites Internet dans le skateboard⁶⁷⁹, les liens hypertextes permettent d'apprendre de trois façons, notamment en naviguant d'une explication de figures de manière textuelle, à une explication grâce à un diaporama d'images, pour terminer dans un troisième choix par une vidéo du mouvement. (cf capture d'écran présentée ci-dessous)

⁶⁷⁶ Peeck, J., « *The Role of Illustrations in Processing and Remembering Illustrated Text* », in D. M. Willows & H. A. Houghton (Eds), *The Psychology Of Illustration*, Volume 1 Basic Research, New York: Springer-Verlag, 1987.

⁶⁷⁷ Feldman A. & Schoenwald R., « *Development of a computer-based instructional system in pharmacokinetics: efficacy in clinical pharmacology teaching for senior medical students* », *Journal of Clinical Pharmacology*, vol. 29, 1989, p.158-161; Fletcher J., « *Effectiveness and cost of interactive videodisc instruction in defense training and education* », Washington : Institute for Defense Analysis, 1990.

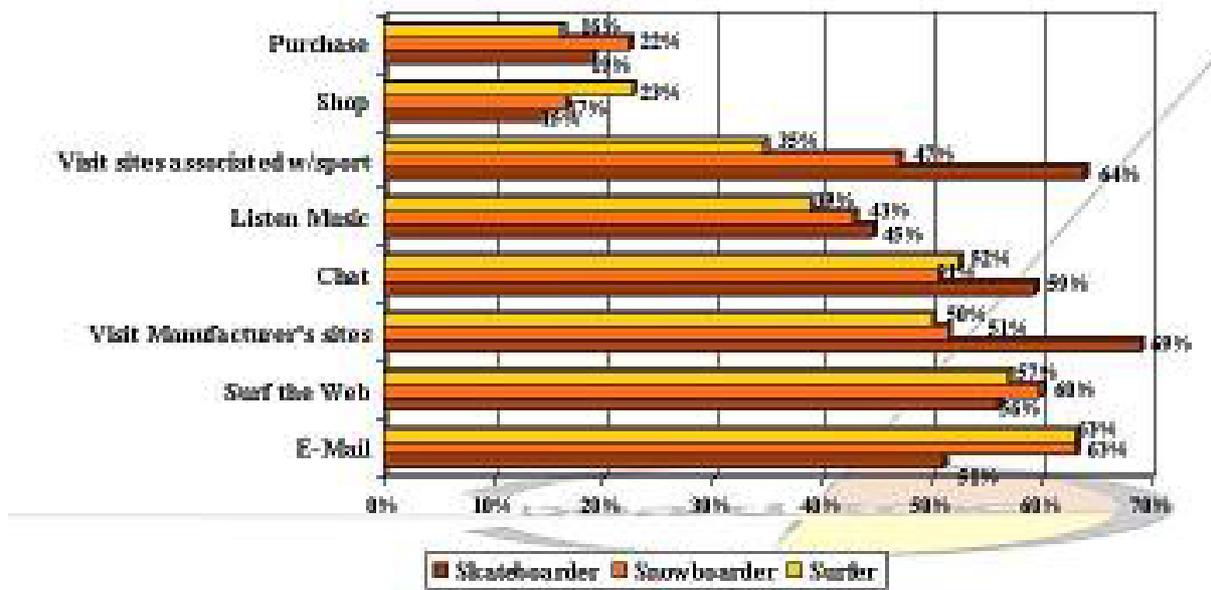
⁶⁷⁸ Dubois M., *Analyse comparée des effets du support multimédia et du support papier dans des tâches d'apprentissage selon le style cognitif*, In Griselin M., Masselot-Girard M., Petey M., Ormeaux S., Ritter J., Jouvenot Y. *Multimédia et construction des savoirs*, Besançon : PUF, 2000, p.29.

⁶⁷⁹ Comme par exemple le site Internet Agoride : www.agoride.com.

The screenshot shows a web browser window with the URL http://www.agripde.com/Skate/Tricks/ollie_2_10647_4_16.htm. The page content includes a title 'Mouvement de base de la planche à roulettes. Après le tictac bien sûr...', a paragraph of text, and a series of three photographs illustrating the ollie trick. Annotations with arrows point to these elements: 'Explication textuelle' points to the main text, 'Diaporama photo' points to the sequence of three photographs, and 'Vidéo' points to a video player showing a skateboarder performing the trick.

c) L'usage des sites Internet

En guise d'introduction de cette partie, nous pouvons présenter une étude américaine publiée par le cabinet d'étude Board-Trac, montrant les usages des skateurs américains sur Internet.



Copyright © 2000 The Fred Group, Inc. All rights reserved. Do not distribute or reproduce without the express consent of The Fred Group, Inc.

Purchase= Achat (22%)

Shop= Magasin (17%)

Visit sites associated sport= visite de site d'association sportive (47%)

Listen music = écouter de la musique (43%)

Chat= discussion (49%)

Visit manufactures sites= visite de sites de fabricants (51%)

Surf the web= surfer sur Internet (61%)

E-mail= courrier électronique (63%)

Nous remarquons que chez les skateurs, Internet induit une multitude d'usages, mais il ressort néanmoins deux grandes tendances. Internet n'est pas un simple magasin en ligne, permettant de relier l'économie mondialement. En effet, seul 17% des skateurs parcourent Internet pour visiter des sites de magasin, et 22% pour acheter. En revanche, les skateurs utilisent réellement Internet pour découvrir d'autres communautés (47% des associations) et communiquer (49% du *chat*, et 63% des e-mails).

Derrière la notion générique d'usages, des motivations bien distinctes peuvent se confondre dans la mesure où nous avons affaire à de multiples groupes et utilisateurs, les uns et les autres déterminés par des demandes, des préoccupations, des identités, des représentations et des capitaux (sociaux, économiques et culturels) bien distincts.

Ainsi nous avons pu constater grâce à notre corpus que les skateurs utilisent Internet pour : visionner des extraits de vidéos, voire même parfois des vidéos entières, connaître les nouveautés, apprendre des figures et voir des didacticiels, acheter du matériel, se documenter sur la vie des professionnels, sur les lieux skatés, connaître l'actualité des *contests*, échanger et discuter sur des thèmes par l'intermédiaire des forums :

« Moi, en général, je vais sur les sites des marques, et puis sinon les sites des magazines parce que tu peux lire en ligne des articles des magazines et il y a aussi des vidéos,

tu vois sur le site de Trasher, tu peux voir des vidéos. Pareil sur Transworld, quand tu vois un magazine si il y a un petit jeune que tu aimes bien tu peux retourner sur le site et voir ce qu'il a fait avant, donc là sur les sites, ils archivent »⁶⁸⁰.

« (S : A quoi te sert Internet) A me servir de trick tips et de rencontrer du monde, papoter, et s'échanger des techniques »⁶⁸¹.

« (S : Et tu apprends comment?) Au départ pour le ollie j'ai regardé sur Internet... j'ai cherché sur Internet et puis je me suis acheté une planche suivant les conseils de ceux de ma classe, (et tu as trouvé des techniques sur Internet ?) Oui, en grande partie sur Internet, j'ai trouvé la technique du ollie, et j'ai appris comment faire pour faire tourner la planche en flip. »⁶⁸²

Afin de se garantir un trafic sur leurs sites, les webmasters mettent en ligne régulièrement de nombreuses informations. Les pages « news » et notamment celles contenant des photos et des vidéos sont les plus fréquentées sur les sites : *« je peux voir aussi les pages qu'ils regardent, et c'est surtout les pages actus, les photos, et les vidéos, c'est les trois pages qui sont les plus visitées, donc derrière j'essaie de mettre à jour régulièrement, c'est vachement important »⁶⁸³.*

Nous avons vu précédemment dans les différents entretiens que ces informations, exposant essentiellement la vie des skateurs professionnels, participent à la construction identitaire des skateurs. Par ailleurs, les vidéos permettent d'apprendre et de découvrir des techniques. Nous verrons ultérieurement en analysant la place du secteur commercial que ces documents mis en ligne ne sont pas exempts de toutes manipulations. En effet, les vidéos présentes dans les sites commerciaux vantent les mérites de leurs professionnels et de leurs équipements. Partant de ce principe, nous pouvons douter d'une neutralité axiologique de la part des rédacteurs et des producteurs de ces supports.

d) Internet pour se rendre visible aux autres

Nous remarquons qu'Internet offre une réelle opportunité pour les skateurs qui peuvent à présent mettre en avant leurs exploits sportifs et leurs références culturelles

⁶⁸⁰ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

⁶⁸¹ Quentin, interviewé le 9 avril 2005 sur Messenger.

⁶⁸² Bast, interviewé le 27 avril 2005 sur Messenger.

⁶⁸³ Ludovic, interviewé le 11 juin 2005 à Besançon.

personnels et communautaires. Deux skateurs interviewés sont en effet des webmasters bénévoles. Ils ont tous deux créé leur site⁶⁸⁴ et assurent la promotion de leur groupe. D'une part, ces sites relatent les réussites techniques de ses membres. D'autre part, ils permettent d'informer la communauté grâce à des forums.

Ces sites personnels ont selon leur créateur un double but : fédérer les membres de cette communauté, mais aussi montrer l'expérience vécue par ce groupe aux internautes du monde entier.

A titre d'exemple, le site Internet de l'association de Thise (présenté ci-dessous), comporte de nombreuses vidéos et photos des membres de l'association. Nous pouvons remarquer que ces documents montrent aussi bien des skateurs en action que les moments festifs du groupe.



Si Internet peut être perçu comme un outil de télécommunication planétaire, il est avant-tout pour ces associations un support permettant de créer un réseau mettant en relation des individus très proches géographiquement. Internet joue ici un rôle de médiateur, permettant que se nouent des relations entre des individus qui n'auraient peut-être pas osés

⁶⁸⁴ Cf annexes : Ludovic et Zylar fog ainsi que leurs sites Internet respectifs.

faire les premiers pas sans un certain anonymat. Ainsi, le site Internet de Thise permet notamment aux skateurs bisontins (certes relativement proche géographiquement mais dans l'incapacité de venir sur le skatepark sans voiture) de connaître les dates des *contests* et des regroupements sur les spots de la région.

Afin de comprendre les caractéristiques et les comportements des Internautes sur le site de l'ADSL, nous proposons de présenter les différentes statistiques de fréquentation du site Internet issues de la console administrateur.

Statistiques pour l'année 2006 du site de l'Avenir skateboard de Thise

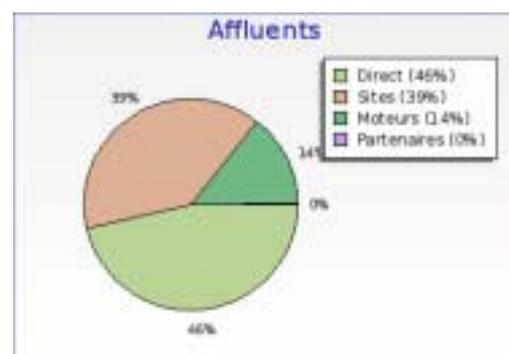
<http://www.avenirskateThise.com/>

Visites	8765
Visiteurs uniques	3319
Pages vues	51368
Pages vues par visiteur	15.5
Pages par visite significative	9.1
Temps moyen de visite	4min 7s
Temps moyen par page vue	42 s
Visites par jour (moyenne)	26

Nous pouvons constater que le site de l'association de skate de Thise connaît une fréquentation moyenne sur l'année 2006 de 26 personnes par jour, représentant ainsi sur l'année 8765 visites (dont 3319 visiteurs uniques). Chaque visiteur regarde en moyenne 15.5 pages, et reste 4 minutes et 7 secondes sur le site. Enfin, les Internautes restent en moyenne 42 secondes sur une page.

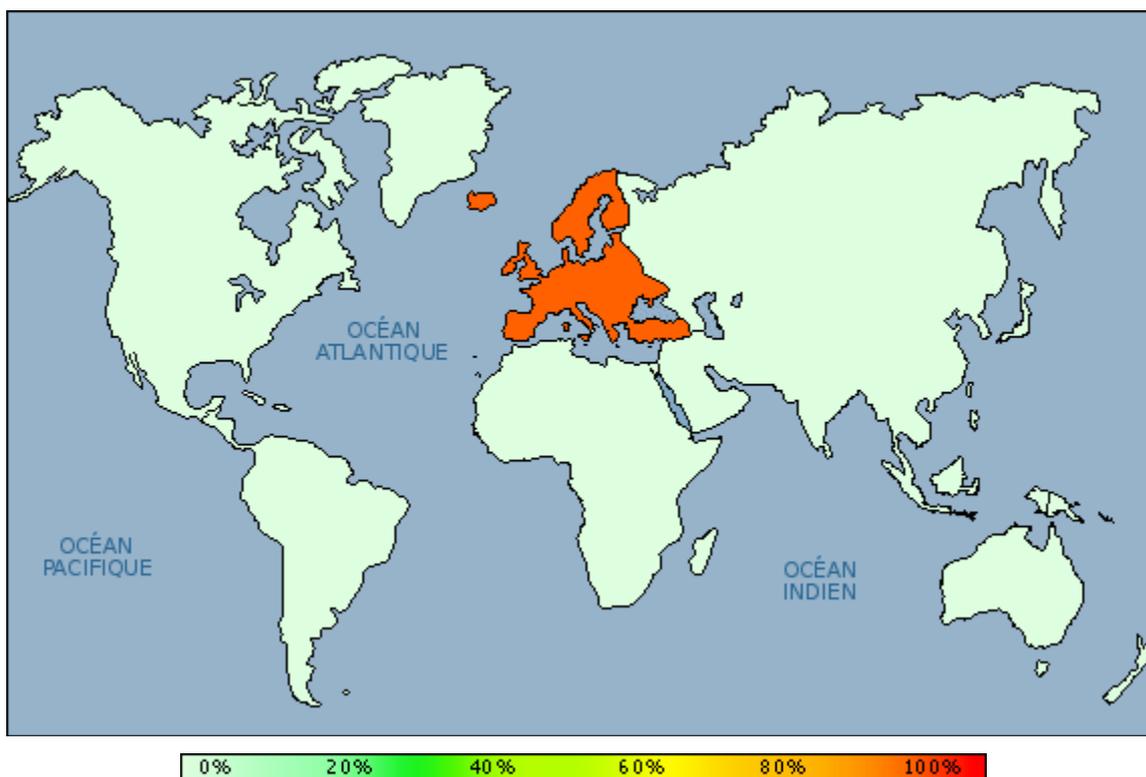
Origine des Affluents par type d'accès

Type d'affluent	Nombre	Pages par visite	Pages par visite significative	Taux de visites à une page	Temps moyen de visite
Entrées directes	4066	6.2	10.0	43 %	00:00:42
Sites internet	3447	5.3	7.9	38 %	00:00:28
Moteurs de recherche	1244	6.4	9.6	37 %	00:00:43



Le graphique nous permet de constater que près de la moitié des visiteurs (46%) viennent sur le site en entrant directement l'adresse du site. Cette information semble indiquer que ces internautes ont eu connaissance du site par l'intermédiaire du local ou sont déjà venus et disposent de l'adresse du site dans leurs favoris. Une autre part (39%) s'est rendue sur le site de l'association par des liens présents sur d'autres sites, ce qui confirme que les skateurs parcourent en général plusieurs sites de skate lorsqu'ils effectuent des recherches. Enfin, une dernière part a connu le site par l'intermédiaire des moteurs de recherche (14%), dont une majorité qui a utilisé « Google » (64,8%), ce qui révèle que les skateurs sont dans une situation de recherche d'informations sur le skateboard.

Provenance des Internautes par continent

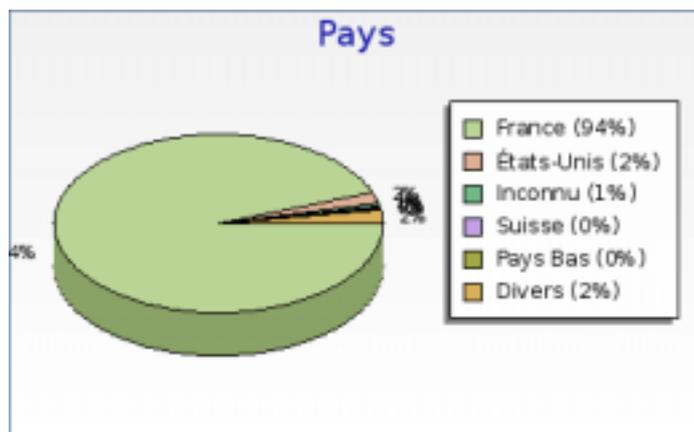


Continent	Nombre
Europe	8466 (96.6 %)
Amérique du nord	186 (2.1 %)
Inconnu	57 (0.7 %)
Amérique centrale/sud	43 (0.5 %)
Afrique	6 (0.1 %)
Asie	6 (0.1 %)
Océanie	1 (0.0 %)

Provenance des Internautes par pays

Nombre de nationalités différentes : 42

Récapitulatif des pays	Nombre
 France	8267 (94.3 %)
 États-Unis	162 (1.8 %)
 Inconnu	55 (0.6 %)
 Suisse	41 (0.5 %)
 Pays Bas	36 (0.4 %)
 Belgique	30 (0.3 %)
 Brésil	27 (0.3 %)
 Canada	24 (0.3 %)
 Allemagne	20 (0.2 %)
 Grande Bretagne	14 (0.2 %)

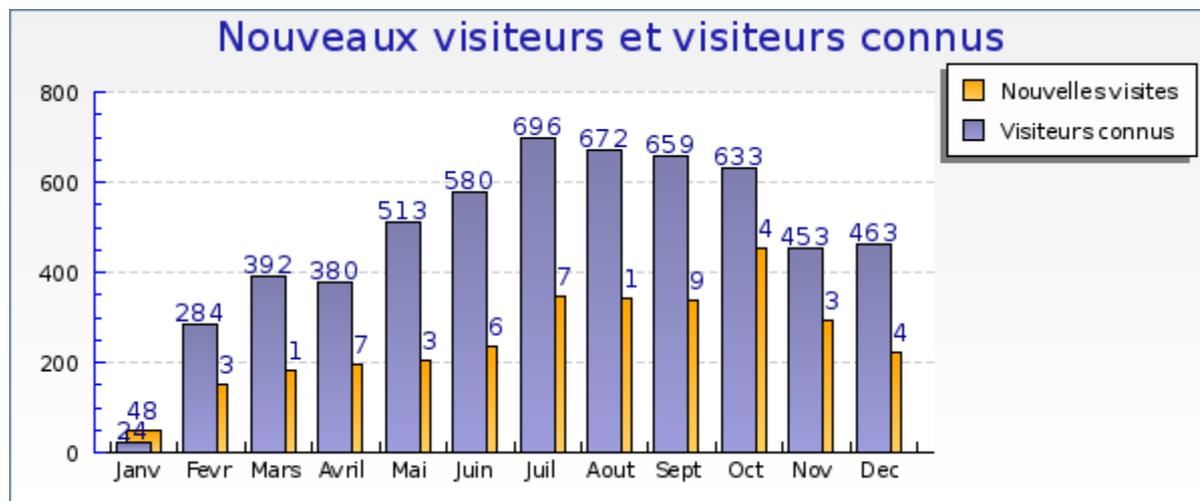


Nous remarquons que ce site, ouvert au monde entier par l'intermédiaire d'Internet reste dans les faits essentiellement visité par des français (94,3%). Les autres pays ne sont représentés qu'anecdotiquement dans les statistiques (Etats-Unis 1,8%, Suisse 0,5%, etc..)

Nouveaux visiteurs et visiteurs connus

	Visiteurs connus	Nouvelles visites
Visites	5749 (66%)	3016 (34%)
Pages vues	32437 (63%)	18931 (37%)
Pages vues par visiteur	5.6	6.3
Temps moyen de visite	4min 10s	4min 1s
Temps moyen par page vue	44 s	38 s
Taux de visites à une page	43%	34%

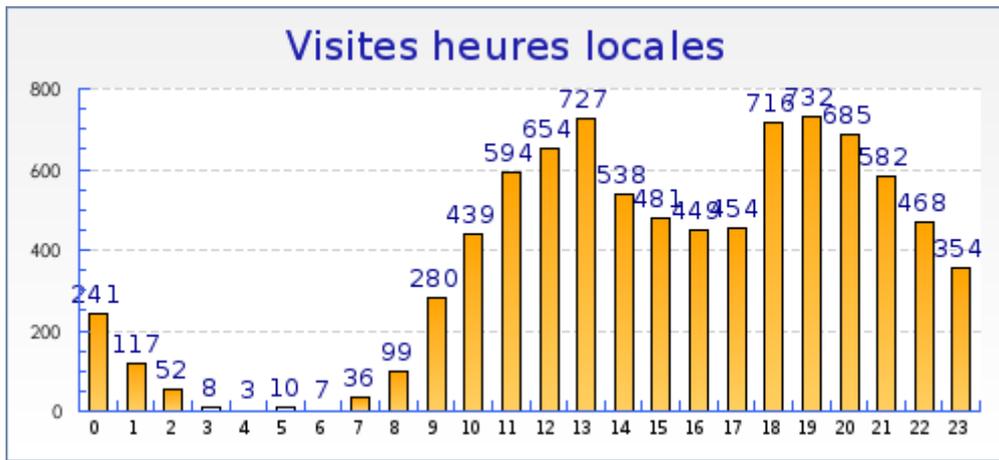
Graphique des nouveaux visiteurs et visiteurs connus



Il est intéressant de remarquer que les visiteurs les plus importants sont les visiteurs connus (c'est-à-dire étant déjà venus au moins une fois sur le site). Il est d'ailleurs observable que ceux-ci restent plus longtemps sur le site et sur les pages que les nouveaux visiteurs.

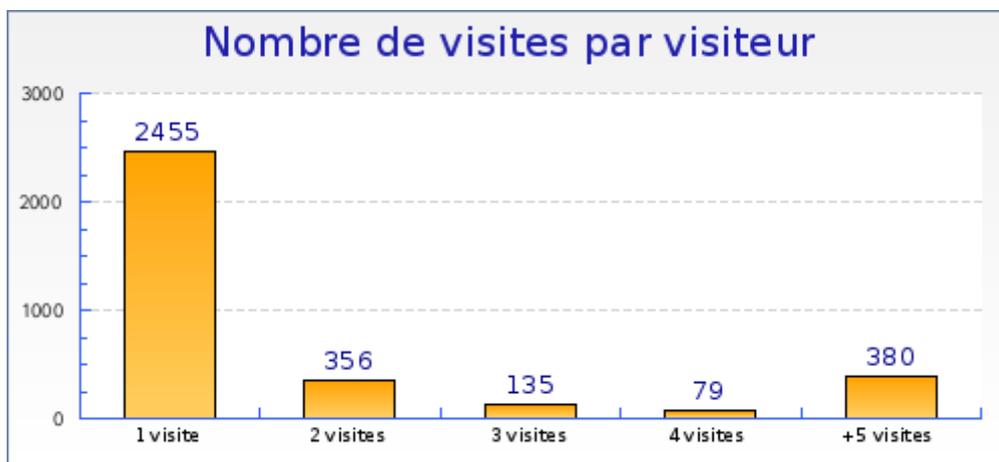
De plus, nous pouvons constater que les plus fortes affluences sur le site ont lieu durant l'été, période de vacances scolaires (pour les facultés, ces vacances sont prolongées jusqu'à la fin septembre) où les skateurs de nos régions pratiquent le plus grâce à une météo en général favorable.

Graphique des visites par heure du visiteur



Le graphique ci-dessous va dans le même sens que la remarque précédente. En effet, les moments de fréquentation du site Internet sont essentiellement regroupés durant le temps libre des scolaires (entre 11h00 et 13h00, et entre 18h00 et 20h00). Nous pouvons par ailleurs remarquer que dès 21h00, la fréquentation diminue significativement.

Graphique du nombre de visites par visiteur

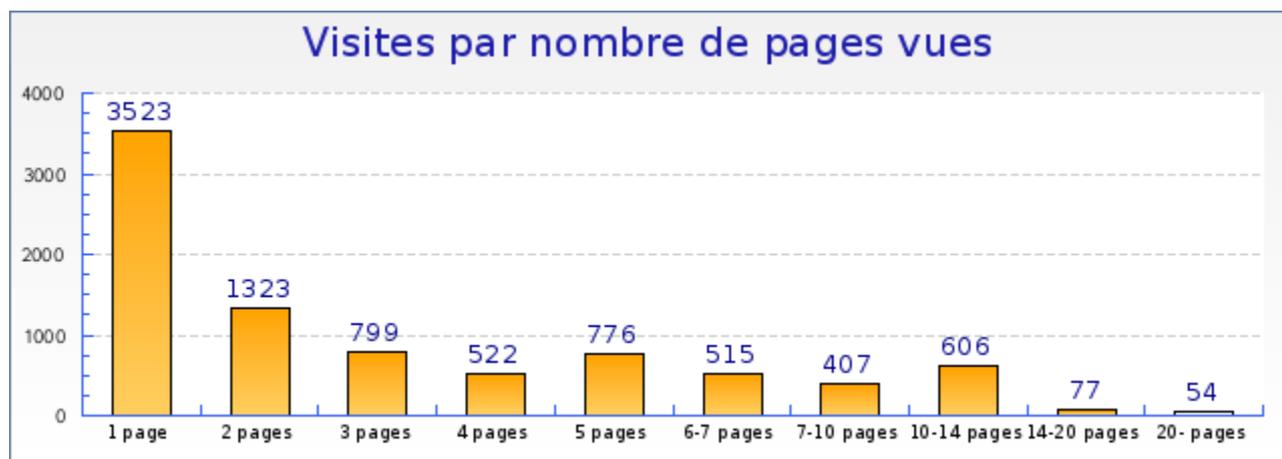


Deux types de comportements peuvent être appréhendés : si la grande majorité des visiteurs (72%) n'est venue qu'une fois sur le site, nous remarquons un autre public qui a visité plus de cinq fois celui-ci (11,2%). Il semble ainsi que 380 visiteurs se réfèrent régulièrement pour obtenir diverses informations.

Graphique des durées des visites par visiteur



Graphique des visites par nombre de pages vues



Le même commentaire que celui effectué précédemment peut être formulé : deux types de visiteurs peuvent être distingués. D'une part, une majorité (5367, soit 67,52%) reste moins d'une minute sur le site, et parcourt au plus 2 pages (4846, soit 54,53%). Puis une autre part (1005, soit 12,7%), reste plus de 8 minutes sur le site, et visite plus de 7 pages (1144, soit 19%). Ainsi, nous pouvons remarquer que ces derniers consacrent réellement un temps conséquent et parcourent de nombreuses pages sur le site Internet.

Tableau du nombre de visites pour chaque page

+ photos_ast	7973
+ RSS	4156
+ contest	4034
actualite.php	3912
videos.htm	2086
contest.php	1935
photos_juillet_06.htm	1571
+ avenir_skateboard	1228
+ jurastreet_contest_0	1191
description.htm	1187
spot_type.php	1183
actu_rss.php	1166
index.php	1115
liens.htm	1063
photos_avr_mai_06.htm	1012
+ partenaires	898
promotion.htm	805
photos_janv_fev_06.htm	706
photos.htm	516
partenaires.htm	509
adhesion.php	495
liens2.htm	456
mail1.php	393
videos2.htm	392
reglement_skatepark.php	310
+ newsletter	286
photos5.htm	261

Le tableau ci-contre nous présente pour chaque page du site Internet le nombre de visites (par ordre décroissant).

Nous pouvons ainsi remarquer que la page la plus visitée rassemble les photos des skateurs de Thise.

Puis la seconde concerne la page RSS : (Le format « RSS » (« Really Simple Syndication ») permet de décrire de façon synthétique le contenu d'un site web sur un autre site. Le fichier RSS, appelé également flux RSS, canal RSS ou fil RSS, contenant les informations à diffuser, est maintenu à jour afin de constamment contenir les dernières informations à publier. Basiquement, un fil RSS est un fichier contenant le titre de l'information, une courte description et un lien vers une page décrivant plus en détail l'information. Cela permet à un site web de diffuser largement ses actualités tout en récupérant un grand nombre de visiteurs grâce au lien hypertexte permettant au lecteur de lire la suite de l'actualité en ligne). Sur le site de l'association, ce mode intègre un lecteur permettant de connaître les dernières informations du skateboard données par les fabricants de planches, et les éditeurs de magazines et de vidéos.

Ensuite, les *contests* sont la troisième page la plus visitée (cette page annonce les dates des *contests*, et propose également les vidéos et les photos de l'évènement).

Enfin, la page sur l'actualité et les vidéos occupent également une place importante, en étant respectivement 3912 et 2086 vues.

Pour conclure sur le nombre de visites pour chaque page, nous pouvons considérer que les skateurs parcourent le site pour trois raisons. D'une part, ils cherchent à observer les skateboardeurs de l'association en visionnant les pages sur les photos et les vidéos ; ensuite, ils parcourent la page RSS afin de suivre l'actualité des professionnels (*contests*, vidéos, articles) grâce à des liens sur des sites commerciaux ; enfin, ils recherchent des informations sur l'actualité de l'association (*contests*, sorties).

Temps par page

	Temps total	Temps moyen
actualite.php	318:45:30	00:04:53
videos.htm	118:58:00	00:03:25
actu_rss.php	110:55:06	00:05:42
Photos_juillet_06.htm	96:23:27	00:03:41
liens.htm	93:02:15	00:05:15
description.htm	90:00:21	00:04:33
Contest.php	83:41:49	00:02:36
+ RSS	70:07:48	00:01:01
+ newsletter	47:54:53	00:10:03
Photos_janv_fev_06.htm	43:34:18	00:03:42
+ photos_ast	42:54:04	00:00:19
Photos_avr_mai_06.htm	41:59:55	00:02:29
photos.htm	38:13:18	00:04:27
promotion.htm	35:12:53	00:02:37
adhesion.php	32:03:20	00:03:53
+ contest	26:07:44	00:00:23
+ avenir_skateboard	20:14:18	00:00:59
spot_type.php	19:56:03	00:01:01
partenaires.htm	18:00:34	00:02:07

En analysant à présent le temps passé sur chaque page, nous pouvons tirer les mêmes conclusions, à savoir que l'actualité de l'association, les vidéos et photos des skateurs sont les principaux centres d'intérêt des skateurs (avec un temps moyen d'environ 4 minutes sur chaque page). Dans un second temps, les actualités RSS sont également beaucoup consultées (aussi bien en temps total qu'en temps moyen). Nous pouvons en outre souligner que la newsletter de l'association est parcourue par moins de personnes que les autres pages mais est lue attentivement (en moyenne pendant dix minutes).

Ainsi, pour conclure sur ces différentes statistiques, nous pouvons remarquer que les internautes de ce site personnel sont des Français qui recherchent avant-tout trois types d'informations : l'actualité de l'association, les photos et les vidéos des skateurs, et l'actualité des professionnels par l'intermédiaire des news et des liens vers les sites commerciaux.

Ces internautes sont pour plus de la moitié des visteurs venant plusieurs fois sur le site, et connaissent ainsi le site avant de s'y rendre. Les périodes propices à la connexion sont de la même manière que Michel fize le faisait remarquer à propos des moments de pratique : « un interstice entre le temps scolaire et le temps familial ».

Deux comportements antagonistes peuvent être observés : des visiteurs qui parcourent généralement rapidement quelques pages et quittent le site, et des visiteurs attentifs et curieux qui parcourent longuement de nombreuses pages.

Enfin, il doit être souligné que ce site Internet « semi-amateur » a fédéré à lui seul rien que sur l'année 2006, 3000 nouveaux internautes. Nous voyons ainsi l'ampleur de ces pratiques sociales essentiellement effectuées dans la sphère privée.

9. Synthèse

Nous avons pu constater qu'une multitude de comportements nouveaux sont apparus chez les skateurs grâce au développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ces individus révèlent ainsi les marqueurs de la surmodernité en utilisant Internet, des vidéos et des magazines pour se documenter, s'instruire et se divertir.

Par ces nouvelles pratiques culturelles autonomes, nous ne pouvons que constater l'augmentation du processus d'individualisation. Dès les années 1950, Simon Frith soulignait cette individualisation des pratiques en analysant l'évolution du rock et en montrant le développement d'une culture de la chambre chez les jeunes qui se mettaient à pratiquer l'écoute à domicile⁶⁸⁵. Depuis les années 1980 jusqu'à nos jours, la croissance de l'offre de programmes audiovisuels et à la baisse simultanée du coût du matériel informatique et des abonnements Internet n'ont cessé d'amplifier cette privatisation des savoirs et leur sélection personnelle.

Ces pratiques, s'effectuant essentiellement dans la sphère privée, ne semblent pas investir le temps social généralement partagé sur les lieux de pratique. C'est ainsi une activité supplémentaire dans la vie des skateurs qui vient compléter cette immersion locale dans la discipline.

Les skateurs sont généralement des multi-consommateurs des TIC dans leur quête d'acquisition des savoirs techniques. Ainsi deux démarches ont pu être identifiées. D'une part, ils utilisent les différents didacticiels fournis dans les magazines, les vidéos et les sites Internet qui décomposent le mouvement par séquence et en explique le fonctionnement par des apports de commentaires. D'autre part, les skateurs détournent de leur usage premier des vidéos (achetées, téléchargées ou prêtées) mettant en scène des professionnels, et par le biais de ralentis et de répétitions, visionnent des figures et des enchainements dans un but de compréhension. Ces pratiques médiées par ces TIC permettent selon les skateurs d'obtenir une compréhension des mouvements souvent délicate en temps réel sur les lieux de pratique.

Avec une multitude de supports, l'offre culturelle (marchande et non marchande), segmentée et spécifique à la culture skate, est aujourd'hui parfaitement adaptée à la consommation que les skateurs ont des médias. En outre, nous remarquons que ces supports, éloignent encore un peu plus les adolescents des problématiques des adultes et notamment de leurs parents : « *Les jeunes disposent donc désormais d'une culture commune prolifique : de*

⁶⁸⁵ Simon Frith, *Sociology of rock*, Londres: Constable, 1978.

la musique, des émissions de télévision ou de radio, des magazines, des jeux vidéo, des salons de discussion sur le Net, etc. Le livre, fondement de la culture scolaire, est le grand absent de cet univers. Et les parents les principaux exclus. La culture juvénile existe depuis longtemps ; mais elle n'a jamais autant échappé au contrôle des adultes ni n'a été aussi organisée par l'univers marchand. »⁶⁸⁶.

Nous avons pu remarquer par ailleurs que les skateurs sont avant tout à la recherche d'une culture cosmopolite. En effet, leur identification est en grande majorité liée aux prouesses et aux valeurs des champions. Les Etats-Unis apportent, avant l'Europe, les références culturelles et techniques de la discipline dont les NTIC permettent un rapprochement encore inespéré il y avait deux décennies.

En outre, notre exploration des médias, nous a révélé la forte influence du secteur marchand dans la réalisation et la diffusion des images. Néanmoins, par l'intermédiaire du téléchargement illégal, des échanges dans les groupes, et des sites personnels, un modèle contre-économique s'est organisé, et une organisation sociale nouvelle semble avoir été adoptée par cette communauté.

Nous avons pu nous rendre compte que les supports traitant du skateboard sont porteurs d'une culture dépassant largement le phénomène skate, et communiquent véritablement des points de vue idéologique (New York, et le 11 septembre 2001 par exemple), et des valeurs fortement questionnables (prendre des risques jusqu'à la mort pour trouver un sens à sa vie, cf : « *Dying to live* »), lorsque l'on sait que ces supports sont dirigés en grande majorité auprès d'un auditoire d'adolescents de 13 à 18 ans, consultant de manière autonome ce contenu.

Nos entretiens ont pu montrer que des figures, des langages spécifiques, des styles vestimentaires sont régulièrement diffusés par les TIC et adoptés au niveau local par nos jeunes skateurs (qui selon leur style choisissent des influences différentes). Si nous pouvons douter que ces références soient toutes conservées à long terme par ces adolescents affectés par des remises en cause identitaire fréquentes à ces âges, nous ne pouvons en revanche que constater leur capacité à circuler par l'intermédiaire d'un médium, et leur pouvoir de fascination pour ce public à la recherche d'une culture authentique.

Nous avons pu remarquer également que le choix des références cosmopolites et des techniques provient généralement d'une démarche plus globale du groupe qui s'identifie à un courant de pensée (hip-hop, punk) et qui contraint de manière informelle chaque membre à

⁶⁸⁶ Pasquier D., *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Paris : Editions Autrement, collection Mutations n°235, 2005, p.26.

détenir les valeurs afin de maintenir sa place dans le collectif : « *La télévision, les jeux, la vidéo, le cinéma ou la musique ne sont pas seulement des univers de consommation ; ce sont également des supports à l'affirmation des identités. Ce sont des formes culturelles communes, qui suscitent des discussions et tracent les contours des réseaux sociaux* »⁶⁸⁷. Ainsi, les skateurs s'engagent dans une recherche personnelle (souvent assistée par des membres du groupe qui conseillent ou qui cèdent des vidéos) qui leur permet lorsqu'ils sont de nouveaux sur la scène sociale de ne pas « *perdre la face* ».

Cependant, nous avons pu être témoin de la même manière que Scaglia et Souchon, que l'utilisation des médias ne permet pas d'accroître la connaissance des auditeurs de la même manière⁶⁸⁸. En effet, les novices utilisent ces supports en ayant du mal à contextualiser, et prélèvent ainsi peu de savoirs complémentaires, dans la mesure où leur cadre de référence ne permet pas une compréhension globale des informations. En revanche, les skateurs d'un niveau intermédiaire et expert, possédant déjà une culture de l'activité et des représentations motrices des techniques, obtiennent des connaissances.

Reste que pour être complète, cette démarche d'apprentissage doit nécessairement passer par une mise en pratique technique, et des interactions locales, sources d'échanges et de confrontations avec d'autres pratiquants. L'expérience semble indispensable dans la construction des savoirs des skateurs. Cette notion qui constitue notre dernière partie, sera interprétée sous deux angles : l'expérience individuelle et l'expérience collective.

⁶⁸⁷ Pasquier D., *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Paris : Editions Autrement, collection Mutations n°235, 2005, p.57.

⁶⁸⁸ Scaglia D., Souchon M., « *Le public de la télévision, des comportements différents* », In Les médias, la publicité et la recherche, Actes du séminaire IREP Médias de décembre 1990, IREP, Novembre 1991.

C. L'expérience : une étape inévitable à la construction des savoirs.

« Les acteurs construisent la société dans les échanges quotidiens, les pratiques langagières, les appels à l'identité contre un système identifié à la rationalité instrumentale...L'expérience est une activité cognitive, c'est une manière de construire le réel et surtout de le vérifier, de l'expérimenter »⁶⁸⁹.

C'est dans cette perspective que nous devons aborder l'expérience sociale, notion qui englobe les conduites individuelles et collectives de nos skateurs.

En reprenant François Dubet, l'identité sociale n'est par un « être » mais un « travail ». Cette vision recoupe la pensée marxienne⁶⁹⁰, pour qui l'homme n'est pas une chose, un être, un étant, mais une activité, un travail, un être qui se construit par et dans son agir.

Des ouvrages récents en sociologie des professions⁶⁹¹ reprennent cette conception, et affirment que l'expérience du travail est plus efficace que les formations théoriques, dans la mesure où ces dernières ne parviennent pas à reproduire artificiellement les mêmes contraintes de travail.

L'expérience semble en effet s'imposer à nos skateurs pour deux raisons : d'une part, ils acquièrent des connaissances (par le biais des NTIC) sans avoir eu une « pratique de terrain », ils sont ainsi obligés d'expérimenter en situation réelle leurs savoirs ; d'autre part, de nombreux savoirs ne peuvent être que le résultat d'une expérience collective, créatrice ensuite d'une identité locale, garante d'une intégration et d'une place dans le groupe.

Il est pertinent de souligner, de la même manière que Max Weber a pu le démontrer avec le modèle religieux, que la confrontation avec l'expérience sociale transforme l'individu et ses conceptions : *« un type de logique et de signification se transforme dès qu'il entre en relation avec les divers domaines de la vie sociale auxquels il se confronte nécessairement en cessant d'être isolé dans sa pureté »⁶⁹²*. Nous pouvons appliquer cette réflexion aux skateurs, dont l'activité individuelle d'acquisition des savoirs par l'intermédiaire des nouvelles technologies de l'information et de la communication développe des significations et des

⁶⁸⁹ Dubet F., *Sociologie de l'expérience*, Paris : Editions du Seuil, Collection des idées, 1994, p.14.

⁶⁹⁰ Marx K., *Manuscrits de 1844*, Paris : Editions Sociales, 1972.

⁶⁹¹ Stroobants M., *Savoir-faire et compétence au travail: une sociologie de la fabrication des aptitudes*, Bruxelles : Editions de l'Université de Bruxelles, 1993.

⁶⁹² Weber M., *« Parenthèse théorique : le refus religieux du monde, ses orientations et ses degrés »*, Enquête, 7, 1992, p.127-172.

représentations de cette culture cosmopolite qui confrontées ensuite à la scène locale engage les skateurs dans des dilemmes et des contradictions.

Subséquentement, nous allons aborder la notion d'expérience personnelle et privée, ensuite nous analyserons comment l'expérience collective participe à la construction identitaire des skateurs.

1. Une expérience personnelle et privée.

Lorsque l'on demande aux skateurs de quelle façon ils ont appris une technique, régulièrement, ils répondent dans un premier temps, que cette activité s'apprend en partie seul, et que l'apprentissage est permis grâce à de l'entraînement permettant de découvrir ses propres sensations : « *Des fois il y a des petits trucs comme une astuce, mais c'est tout, on ne peut pas vraiment apprendre car c'est chacun qui doit ressentir, chacun est différent, il n'y a pas une façon de faire.* »⁶⁹³. On retrouve ici la théorie de Wacquant qui explique que l'apprentissage : « *des mouvements du corps, ne peuvent s'appréhender complètement qu'en acte et s'inscrivent à l'extrême frontière de ce qui est dictible et intelligible intellectuellement* »⁶⁹⁴.

Néanmoins, il est logiquement nécessaire que des modèles aient été transmis pour qu'ensuite les skateurs puissent s'entraîner en répétant des figures précises. Cette négation de l'apprentissage par un tiers réside certainement dans le fait que cette activité nécessite des réflexes proprioceptifs très difficiles et longs à acquérir. Selon les skateurs, la part la plus difficile est consacrée à l'entraînement.

Il semble que les savoirs locaux et planétaires transmis préalablement peuvent aider à la compréhension des figures. Ils permettent notamment de mettre en œuvre des hypothèses qui vont être ensuite envisagées sur les lieux de pratique. On retrouve ainsi le couple essayer-erreur qui va être utilisé jusqu'à l'accomplissement de la figure : « *l'acte d'appropriation du savoir consiste à élaborer des hypothèses, à en choisir une, à la mettre à l'épreuve, à l'évaluer et en cas d'insuccès, à essayer un autre chemin. On apprend par approximations successives, en transformant et en reconstituant constamment ce qui a déjà été acquis. Les apprentissages se construisent ainsi en spirale* »⁶⁹⁵. Les commentaires des skateurs confirment ainsi l'intérêt de ces apprentissages : « *Rien que le fait de regarder les autres, on apprend beaucoup, regarder des vidéos aussi ça peut aider mais bon dans le skate des heures de théorie ne valent pas une seconde de pratique. Pour apprendre la seule solution c'est essayer, tomber, recommencer, jusqu'à ce que ça rentre et au fur et à mesure que l'on progresse on décèle plus facilement ses erreurs... en fait voilà, au tout début faut un peu d'aide car on ne voit pas ses erreurs. Après, plus on avance, plus c'est de l'autodidacte, on*

⁶⁹³ Alexandre, interviewé le 23 avril 2003 à Besançon.

⁶⁹⁴ Wacquant L., J.D., « *Corps et âme, notes ethnologiques d'un apprenti boxeur* », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°180, novembre 1989, p.47.

⁶⁹⁵ De Vriendt-De Man M.J., *Apprentissage d'une langue étrangère/seconde*, De Boeck Université, 2000, p.137.

repère ses erreurs et on les corrige soi-même »⁶⁹⁶. Nous retrouvons dans ce dernier extrait la conception de l'apprentissage perceptif selon Gibson⁶⁹⁷. C'est en effet lorsqu'un environnement est fréquemment visité, que l'acteur parvient à augmenter sa capacité à extraire des informations, et donc parvient à comprendre des éléments conduisant à une progression.

Néanmoins, nous avons pu constater que cette méthode utilisée pour progresser, induit de par son organisation des chutes répétitives conduisant sans cesse les skateurs à des blessures : « (S : *tu as du mal à apprendre les techniques ?*) D : *ben pas qu'un peu, je me suis cassé une côte, et puis un coup le pied* »⁶⁹⁸.

Ainsi, devant ces traumatismes réguliers, nous nous posons une question légitime : « *Mais qu'est-ce qui le pousse à chercher ? L' « amour propre » dit-on ici. Ailleurs on dirait « le désir de reconnaissance »* »⁶⁹⁹. Nous retrouvons chez les skateurs adolescents un désir et une recherche de reconnaissances. Les skateurs ont en effet conscience que leur niveau de pratique va leur donner une place dans la hiérarchie sociale du groupe et du skatepark. Par analogie, nous retrouvons cette corrélation entre le niveau de pratique et la place sociale dans les professions et notamment chez les travailleurs observés par Catherine Paradeise⁷⁰⁰. En disposant d'un niveau de pratique élevé les skateurs vont se garantir une place de leader. De ce fait, l'expertise va être un enjeu de lutte et d'affirmation de soi. Cet élément pousse ainsi les skateurs à s'entraîner individuellement pour revenir ensuite à la lumière devant les autres pratiquants.

Dans cette quête personnelle de savoirs et de savoirs-faire, le concept de « Jeu », analysé par Mead, Janet et Wallon, comme situation où le sujet adopte successivement les différentes attitudes des différents personnages de la situation est intéressante. Quand les enfants jouent aux parents, à l'instituteur, ce sont des personnalités qu'ils assument, qui anticipent sur les expériences réelles et qui dans cette mesure, concourent au développement et au contrôle de leur propre personnalité. Se percevoir différent non seulement en des contextes différents mais d'un moment à l'autre dans le même contexte, s'essayer à des rôles et à des personnages constituent pour l'apprenant des moyens d'éprouver la consistance de

⁶⁹⁶ Steiner zeiler fog, interviewé le 14 avril 2005 sur Messenger.

⁶⁹⁷ Gibson E.J., *Principles of perceptual learning and development*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1969

⁶⁹⁸ David, interviewé le 12 septembre 2006 sur Messenger.

⁶⁹⁹ Delbos G., Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984, p.127.

⁷⁰⁰ Paradeise C., *Des savoirs aux compétences : qualification et régulation des marchés du travail*, In Sociologie du travail n°1-87, Paris : Editions Gauthier Villars, p.35.

soi, d'intégrer des valeurs et des traits de personnalité dans une vision globale et cohérente de la personne⁷⁰¹.

En effet, jouer le rôle du skateur pour ces adolescents les oblige à développer des manières d'être et d'agir, qui à force de répétition, vont être appropriées. Selon les théories cognitivistes, ces activités sont structurantes et contribuent au développement d'habiletés mentales et motrices chez l'adolescent. Ce qui est intéressant, c'est que le sujet n'intègre pas forcément « *le produit de cette construction mentale (perception d'objets, compréhension ou production d'énoncés verbaux, etc.), mais l'activité mentale qui en est la cause (traitement perceptif)* »⁷⁰². Dans ces conditions, l'intéressé peut ensuite transposer les recherches menées dans le cadre de son jeu sur d'autres techniques, dont il cherche à percer la solution de leurs réalisations. C'est ainsi que les skateurs novices, deviennent peu à peu confirmés, puis experts, notamment par leur capacité à comprendre et analyser des situations, puis à proposer grâce à une activité mentale un schéma de résolution du problème.

Enfin, faisons remarquer comme le souligne Gilles Pronovost⁷⁰³, que cet apprentissage autonome permet de se soustraire des institutions génératrices de cadres temporels plus ou moins contraignants. Ainsi, le rapport au temps est propre à chaque skateur qui s'organise dans une démarche d'acquisition des techniques (avec plus ou moins de succès), et gère le temps de sa carrière en fonction de ses progrès et de ses avancées. Il est néanmoins utile de préciser que la temporalité n'est pas pour autant absente des enjeux sociaux des skateurs. En effet, une certaine rationalisation du temps au sens wébérien du terme est observée, car d'une part, les skateurs veulent montrer leur capacité à s'approprier rapidement de nouvelles figures et d'autre part, ils souhaitent obtenir ou maintenir grâce à leur niveau technique une place significative sur la scène locale. En outre, nous soulignons que cette pratique personnelle d'apprentissage connaît dans notre région des variations importantes selon les saisons. De la même manière que Marcel Mauss a pu l'observer⁷⁰⁴ chez les Eskimos entre le temps hivernal et estival, le temps social chez les skateurs est fluctuant. Dès les beaux jours, le temps d'autoformation vient ainsi à croître chez les skateurs, afin que ceux-ci puissent prendre une place « honorable » dans le groupe, et ainsi profiter d'un apprentissage collectif garantissant de surcroît une expérience socialisante.

⁷⁰¹ Rodriguez-Tomé H., Jackson S., & Bariaud F., *Regards actuels sur l'adolescence*, Paris : PUF, 1997.

⁷⁰² Gaonac'h D., *Théories d'apprentissage et acquisition d'une langue étrangère*, Collection LAL, Paris : Crédif-Hatier, 1987.

⁷⁰³ Pronovost G., *Sociologie du temps*, De Boeck Université, 1996.

⁷⁰⁴ Mauss M., « *Essai sur les variations saisonnières des sociétés Eskimos. Étude de morphologie sociale* », In L'année sociologique tome IX, 1904-1905, Réédition In *Sociologie et anthropologie*, Paris : PUF, 1993.

2. Une expérience collective

Nous avons pu constater dans notre partie dédiée au groupe de pairs, que celui-ci permet d'échanger des savoirs grâce au langage, mais il permet surtout d'apprendre et de progresser en confrontant ses expériences avec d'autres individus : « *C'est-à-dire que souvent on essaye ensemble d'apprendre un nouveau tricks et chacun dit ce qu'il pense " ah tiens je trouve que ça va mieux comme ça, etc" ou alors quand un cops n'arrive pas à faire un tricks que l'on rentre, et bien on lui montre* »⁷⁰⁵. Au niveau culturel, le groupe de pairs est perçu comme lieu d'expérimentation et de rencontre avec des valeurs nouvelles et originales, l'apprenant à la possibilité de faire l'expérience de nouveaux rôles sociaux, d'affronter des situations significatives. C'est « *dans le milieu social proche, le microcosme des relations en face à face* »⁷⁰⁶ que les pratiquants accèdent à une vision sociale de la culture skate.

En reprenant la pensée meadienne, nous pouvons remarquer que la personnalité est fondamentalement sociologique en ce qu'elle fait de l'échange avec autrui le fondement de la formation de l'identité, à travers la perception, puis l'intériorisation des attentes sociales : « *l'individu s'éprouve comme tel, non pas directement, mais seulement indirectement en se plaçant aux divers points de vue des autres membres du même groupe social, ou au point de vue généralisé de tout le groupe social auquel il appartient* »⁷⁰⁷.

L'expérience est un élément fondamental de la construction d'une identité culturelle. Les valeurs sont des précipités de l'expérience. Chez Piaget, elles constituent une logique de l'action et s'élaborent comme les structures opératoires cognitives à partir des transactions de l'individu avec son environnement physique et social. Un tel point de vue permet d'expliquer comment les individus construisent leur système de valeurs à travers des expériences éventuellement différentes.

Nous avons pu percevoir que l'expérience « *requière le plus souvent l'intervention des tiers* »⁷⁰⁸. Comme le souligne Gabriel Tarde, ces regroupements engagent les acteurs à résoudre des problèmes collectivement : « *Le progrès est une espèce de méditation collective et sans cerveau propre, mais rendue possible par la solidarité (grâce à l'imitation) des cerveaux multiples d'inventeurs, de savants qui échangent leurs découvertes successives.* »⁷⁰⁹.

⁷⁰⁵ Steiner zeiler fog, interviewé le 14 avril 2005 sur Messenger.

⁷⁰⁶ Palmonari A., Pombeni M.L., *Formes et fonctionnement des groupes de pairs à l'adolescence. L'orientation scolaire et professionnelle*, 1989, 18, 4, p. 301.

⁷⁰⁷ Mead G.H., *L'Esprit, le Soi et la Société*, Paris : PUF, 1963, p.148.

⁷⁰⁸ Laîné A., « *l'histoire de la vie, un processus de métaformation* », In *Education Permanente* n°100/101, 2000.

⁷⁰⁹ Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Paris : Editions du seuil, Les empêchés de tourner en rond, 2001, p.207.

L'aspect collectif de la pratique est également important pour maintenir une constance des savoirs. En effet, nous avons pu voir précédemment que l'entraînement à plusieurs permet de progresser. Il faut garder à l'esprit que cette pratique régulière abordée collectivement (comme par exemple des groupes de skateurs régulièrement présents au skatepark) fige des savoirs et des personnes sur des lieux déterminés. Les nouveaux arrivants peuvent ainsi trouver à tout moment des individus chargés de savoirs et peuvent se créer leurs expériences au côté de ces experts. Lorsque les anciens ou des blessés arrêtent la pratique, d'autres disposants du patrimoine culturel et technique peuvent procéder à sa diffusion. Ainsi, une certaine constance des savoirs est identifiable sur certains lieux de pratique (skateparks par exemple).

Le groupe, principalement le groupe informel, fonctionne comme une micro-société où chacun peut se sentir sujet dans l'élaboration et le respect des règles. Il est l'occasion d'évaluer collectivement les exigences de la société et d'y répondre en confiance. Enfin, il permet d'expérimenter des rôles sociaux nouveaux dans le groupe et vis-à-vis des autres.

La dimension réduite des groupes, leur spontanéité, l'immédiateté de la communication, le contact prolongé avec les autres permettent au skateur de se reconnaître et d'être connu comme un sujet actif, une personne capable d'élaborer et de mettre en œuvre des idées et des conduites intéressantes pour tous. Dans le groupe de pairs, et donc dans un contexte amical et relativement protégé où le skateur se sent impliqué à la première personne, il fait l'expérience de nouveaux modes de rapports aux autres et met au point des stratégies pour entrer en contact avec le monde social qui l'entoure.

Nous avons pu démontrer qu'un processus de socialisation, c'est-à-dire d'intégration des skateurs à la communauté par des mécanismes d'apprentissage et de socialisation a lieu. Celui-ci est complété par un processus par lequel l'individu crée son propre esprit à travers son expérience. Car l'homme transforme et est transformé par l'expérience physique qui implique le rapport de l'esprit humain au milieu, et surtout par l'expérience sociale qui implique l'esprit humain, les autres et le processus d'interactions sociales dans sa totalité⁷¹⁰.

George H. Mead a montré que les enfants développent leur personnalité en s'identifiant à autrui. Les parents, les amis mais également les héros de bandes dessinées, de films... sont choisis comme modèles et confrontés, de façon imaginaire, aux expériences vécues par l'enfant.

⁷¹⁰ Meyerson E., *Identité et réalité*, Paris : 5^{ème} Edition, 1951.

L'enfant se socialise donc à travers le jeu et ce que Mead appelle la prise de rôle : « *les enfants se réunissent pour « jouer à l'indien ». Cela signifie que l'enfant possède un certain ensemble de stimuli qui provoquent en lui les mêmes réactions que chez les autres, et qui correspondent aux réactions d'un indien.* »⁷¹¹. Grâce au jeu (à la fois jeu d'enfant et jeu théâtral), il fait l'expérience des rôles sociaux et des règles et intériorise des normes et des valeurs. Ainsi, même si les normes et les valeurs intériorisées ont une forte puissance de conviction (notamment parentales), l'expérience peut amener un individu à les modifier. Berger et Luckmann⁷¹² ont ainsi démontré que la socialisation n'est jamais achevée, ni l'identité des individus définie une bonne fois pour toutes. Dans ce sens, la pratique en groupe apporte toujours aux skateurs de nouveaux éléments (valeurs, normes, savoirs) qu'ils peuvent s'approprier, et contribue à un changement de comportements.

Nous avons considéré que le concept de Mead est similaire chez les skateurs, dans la mesure où l'expérience sur les lieux de pratique, les prises de rôle simultanées nécessaire à leur intégration dans les groupes constituent des éléments de socialisation. Les jeunes skateurs, détenteurs de valeurs et de références cosmopolites obtenues par les NTIC, sont ainsi confrontés à des dilemmes pour s'intégrer ou affirmer leurs différences, qui les obligent à faire des choix rationnels avec leur environnement direct.

Néanmoins, nous avons pu constater que le choix des goûts musicaux, des styles de skate, des « *pros* » représentatifs de la discipline, éprouvent de telles régularités de distribution dans les groupes que le discours des acteurs apparaît tout au plus comme une affaire de style personnel, comme une rationalisation secondaire, pour prouver que l'on est bien rebelle dans un groupe, aux membres on ne peut plus conformistes. Nous remarquons surtout chez ces jeunes skateurs, que l'expérience collective vécue sur les lieux de pratique aboutit à une absence réelle d'alternative individuelle, à un certain déterminisme tant les comportements semblent globalement similaires et formatés. Ainsi, en l'absence d'une institution, le groupe semble reconstituer un système de normes et de valeurs auquel les skateurs doivent se conformer. Pour comprendre les éléments techniques et culturels dont disposent le groupe, et que le skateur doit appliquer, il semble que les interactions locales et les NTIC dans leur globalité soient des ressources fondamentales. Mais, ces savoirs obtenus indépendamment sont ensuite appliqués et corrigés pour s'accorder aux attentes du groupe. L'expérience est ainsi socialisante, dans l'action et par l'action, elle transmet aux skateurs les normes et les valeurs du groupe.

⁷¹¹ Mead G.H., *L'Esprit, le Soi et la Société*, Paris : PUF, 1963, p.127.

⁷¹² Berger P. & Luckmann T., *La construction sociale de la réalité*, Paris : Méridiens-Klincksieck, 1986.

UNIVERSITE DE FRANCHE-COMTE
ECOLE DOCTORALE « LANGAGES, ESPACES, TEMPS, SOCIETES »

Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en
SOCIOLOGIE

**LA TRANSMISSION DES SAVOIRS DU SKATEBOARD A L'EPREUVE
DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA
COMMUNICATION**

(Volume 2)

Présentée et soutenue publiquement par

Sébastien CRETIN

Le 25 Octobre 2007

Sous la co-direction de Mme la Professeur Dominique JACQUES-JOUVENOT
Et M Gilles VIEILLE-MARCHISET Maître de Conférences Universitaire- Habilité à diriger
des recherches

Membres du jury :

Christophe GIBOUT, Maître de conférences à l'université du Littoral-Côte d'Opale

Dominique JACQUES-JOUVENOT, Professeur à l'université de Franche-Comté

Pascal LARDELLIER, Professeur à l'université de Bourgogne

Gilles VIEILLE-MARCHISET, Maître de Conférences à l'université de Franche-Comté -
Habilité à diriger des recherches

VII. Conclusion

Comment analyser aujourd'hui les différents agents interagissant dans la transmission des savoirs des skateurs face à un « monde globalisé où les réseaux, les discussions et les médias de masse nous touchent tous »⁷¹³ ? Notre étude a révélé que les réseaux locaux, transmettant des savoirs grâce aux interactions directes, doivent cohabiter avec des réseaux mondiaux s'appuyant sur des technologies d'information et de communication.

La distance n'est plus métrique, elle se définit selon l'équipement et l'accessibilité des lieux : « le local n'est plus le foyer d'une socialisation rassemblée dont la communauté villageoise était la forme la plus aboutie, mais le point de rencontre, voire de confrontation entre des groupes dont chacun possède son propre espace d'action et de référence »⁷¹⁴. Ce « cosmopolitisme banal »⁷¹⁵ vécu à différents niveaux et intensités, selon les individus, nous invite à dépasser le « nationalisme méthodologique »⁷¹⁶ qui associe les contours de la société avec ceux de l'État-nation, pour mener une approche cosmopolitique incluant les interdépendances des cultures éloignées géographiquement, mais rapprochées par le jeu des nouvelles technologies : « l'interconnexion transnationale des flux monétaires, des biens, des services, des personnes, des informations, des technologies, des idéologies et des politiques constitue une transformation sans précédent du système, qui transcende les États nationaux et dissout leurs frontières »⁷¹⁷. C'est ainsi dans l'objectif de dépasser les limites de l'analyse des interactions directes et de mener une étude complète sur l'environnement gravitant autour de ces skateurs adolescents, que les blogs, forums, sites Internet, vidéos, magazines ont rejoint notre corpus et complétés nos cinquante entretiens menés sur des skateurs de Besançon et de Thise, et nos études ethnographiques sur Besançon, Thise, Lausanne et Barcelone. Nos techniques polymorphes, initiées sur des supports en pleine évolution, ont pu révéler l'intérêt d'appréhender le monde en proposant d'autres grilles d'analyse⁷¹⁸.

Dans un premier temps, nos travaux ont pu montrer comment le groupe et les interactions directes expriment le rapport au local du skateur. Nos études sur Besançon et sur Thise, ont pu mettre en exergue que nous ne sommes pas face à des « tribalités de

⁷¹³ Beck U., *Qu'est-ce que le cosmopolitisme ?*, Paris : Aubier, 2006.

⁷¹⁴ Dollfus O., *La mondialisation*, Paris : Presses de Sciences-Po, 1997.

⁷¹⁵ Beck U., *Le nouveau visage du cosmopolitisme*, In Sciences Humaines n°176, « Comment devient-on délinquant ? », Novembre 2006.

⁷¹⁶ Smith A., *National Identity*, University of Nevada Press, 1991.

⁷¹⁷ Vandenberghe F., *Introduction à la sociologie (cosmo) politique du risque d'Ulrich Beck*, In Revue du MAUSS, Paris : La Découverte, n°17, 2001.

⁷¹⁸ De Queiroz J.-M., *l'école et ses sociologues*, Paris : Nathan, 1995.

circonstances »⁷¹⁹ selon Michel Maffesoli, ou à des « *groupes latents n'ayant que des manifestations sporadiques* »⁷²⁰ énoncé autrement par Marcus Olson, mais face à des groupes qui produisent et entretiennent des réalisations culturelles communes qui se perpétuent et perdurent dans le temps. Ainsi, des groupes composés de skateurs au niveau technique hétérogène, ont pu être analysés pendant quatre années, et ont révélé le lien étroit unissant certains de ces membres. Ces individus, souvent adolescents, se réunissent sur des skateparks et des lieux réappropriés dans des interstices temporelles bornées par les multiples obligations présentes à cet âge (scolaires, familiales, affectives).

Cette proximité de « l'autre » sur des lieux circonscrits place l'interaction au centre du processus de transmission au niveau local.

D'une part, tour à tour aidant, jugeant, imposant, le compagnon ou le groupe rappelle et transmet à tout instant les savoirs informels et symboliques que les skateurs doivent connaître et appliquer. Ainsi, à l'instar des savoirs ostréicoles décrits par Delbos et Jorion⁷²¹, c'est la juxtaposition de novices et d'experts, et la présence d'un outil de pratique, qui permet l'apprentissage des savoirs. Ces moments de sociabilité, visibles au niveau local, apparaissent comme une « *une forme ludique de socialisation* »⁷²².

D'autre part, certaines communautés de skateurs élaborent de concert un système de connaissances, apparaissant au sens durkheimien comme un « bien collectif ». Nous retrouvons les mêmes constats dans les travaux sur les éleveurs de Jean Pierre Daré : « *des dialogues quotidiens où chacun cherche à s'informer, à influencer les autres, à se constituer et à ajuster ses repères se construisent ainsi et se transforment jour après jour, c'est une convergence sur le sens des mots, sur la façon de dire les choses* »⁷²³. Ces groupes sociaux génèrent des savoirs qui soutiennent et légitiment leur propre existence. Une identité naît au sein des groupes, et permet de créer une frontière, de se comparer et de juger les autres sur des critères bien identifiés (comme par exemple les groupes de Thise prônant le hard, opposés aux groupes de Besançon prônant le hip-hop). Nous identifions des processus d'auto-ségrégation comparables aux musiciens de jazz de Becker. En effet, les skateurs insérés dans un groupe utilisent un langage et des références culturelles et sportives qui permettent « de

⁷¹⁹ Maffesoli M., *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masses*, Paris : Méridiens Klincksieck, 1991.

⁷²⁰ Olson M., *The logic of collective action: public goods and the theory of groups*, Harvard University Press, 1965. (Traduction Française: *La logique de l'action collective*, PUF, 1978).

⁷²¹ Delbos G., Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Maison des sciences de l'homme, 1984.

⁷²² Simmel G., *Sociologie et épistémologie*, Paris : PUF, 1981, p.425.

⁷²³ Darré J.P., *La parole et la technique ou l'univers de la pensée des éleveurs du Ternois*, Paris : L'harmattan, 1985.

reconnaître rapidement « l'étranger » qui les utilise de manière incorrecte ou pas du tout »⁷²⁴.

Par ailleurs, nos observations sur les lieux de pratique ont pu montrer que la transmission des savoirs sur les skateparks doit faire face à des logiques d'intégration et d'exclusion. Ces espaces, définis comme des biens publics dans la mesure où ils sont le fruit des dépenses des collectivités et de l'Etat, doivent en théorie profiter à tous et ne pas exclure de leur usage des membres de la collectivité. Dans les faits, nous remarquons que le skatepark de Besançon ou l'esplanade du Macba de Barcelone, sont des « espaces ouverts », mais que leur usage est « socialement délimité ». En effet, un pouvoir symbolique est possédé par des individus ou des groupes qui définissent les règles et les usages de ces lieux (notamment les experts qui relèguent les novices sur la périphérie des places ou des skateparks, et qui se conservent le centre des espaces, plus intéressant techniquement, et plus valorisant symboliquement). Il apparaît donc également que pour les skateurs « *transmettre, c'est organiser, donc faire territoire : solidifier un ensemble, tracer des frontières, défendre et expulser* »⁷²⁵. La pratique sportive, et donc les interactions sociales ne pouvant être offertes à tous les usagers, la transmission des savoirs reste incomplète pour certains publics.

Notons également, que l'étude des lieux de pratique (notamment le skatepark de Besançon et la place du Macba à Barcelone) a pu révéler que certains skateurs s'excluent volontairement des échanges sociaux et des relations sociales par l'usage de baladeurs MP3. Certains skateurs n'ont ainsi aucune discussion sur ces espaces pourtant propices aux échanges et aux conseils. Ce type de pratique révèle bien que les skateurs n'utilisent pas tous de la même façon les ressources présentes au niveau local.

Dans un second temps, nous avons pu constater, comme le souligne Zbigniew Smoreda⁷²⁶, que les rencontres en face à face ne sont plus l'élément unique conditionnant l'identité des jeunes. Différentes pratiques, peuvent reconfigurer les savoirs en associant des supports de communication pouvant se substituer dans une certaine mesure à des réseaux de transmission.

Ces technologies ont ainsi été répertoriées (presse, vidéo, Internet, forums, etc..) et étudiées sous deux angles : d'une part l'analyse des supports a permis de saisir les savoirs

⁷²⁴ Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métailié, 1985, p.124.

⁷²⁵ Debray R., *Transmettre*, Paris : Editions Odile Jacob, 1997, p.33.

⁷²⁶ Smoreda Z., *La parole à distance*, In Sciences humaines 159, avril 2005.

présents et leur organisation ; d'autre part, l'analyse des usages des skateurs a permis d'appréhender les savoirs prélevés sur ces supports.

Notre étude a révélé une utilisation importante de ces supports par les skateurs. Ceux-ci sont en effet des multi-consommateurs et effectuent la plupart du temps ces activités dans la sphère privée et de manière autonome. Ces pratiques sociales viennent en outre en complément et non pas se substituer à la pratique du skateboard.

Nous devons souligner qu'au premier abord, ces TIC excluent certains skateurs dans la mesure où la détention de ces supports marchands n'est pas offerte à tous. Dans un second temps, nous avons pu constater qu'une solidarité existait au sein de cette communauté, augmentant considérablement l'accès à l'information. Les magazines sont échangés par le jeu des interactions ; les vidéos sont téléchargées gratuitement et illégalement sur des réseaux *peer-to-peer* ; des sites Internet en libre accès, initiés par des skateurs passionnés, proposent des didacticiels et des vidéos téléchargeables.

Les skateurs ont deux démarches pour utiliser ces TIC et sont généralement des multi-consommateurs. D'une part, ils utilisent les différents didacticiels fournis dans les magazines, vidéos et sites Internet. Cette méthode, qui décompose le mouvement par séquences et modes opératoires, expliquent de surcroît les techniques par des apports de commentaires. D'autre part, les skateurs détournent de leur usage premier des vidéos (achetées, téléchargées, ou prêtées) mettant en scène des professionnels, et par le biais de ralentis et de répétitions, visionnent des figures et des enchainements dans un but de compréhension. Ces pratiques rendues possibles par l'usage des nouvelles technologies permettent selon les skateurs d'obtenir une compréhension des mouvements souvent délicate en temps réel sur les lieux de pratique.

Par ailleurs, les entretiens des skateurs et l'analyse de ces supports ont pu montrer que des langages spécifiques et des styles vestimentaires ont été diffusés par les TIC. Nous avons ainsi pu souligner que ces supports qui peuvent être appréhendés dans un premier temps comme des outils d'apprentissage technique, transportent des cultures, des valeurs, et des références (souvent légitimées par des skateurs professionnels sponsorisés) parfois adoptées par les skateurs.

Avec une multitude de supports, l'offre culturelle (marchande et non marchande), segmentée et spécifique à la culture skate, est aujourd'hui parfaitement adaptée à la consommation que les skateurs ont des médias.

Le quotidien individuel de ces jeunes est ainsi modifié par le décalage paradoxal entre la rapidité des TIC et la lenteur de la communication humaine⁷²⁷. Les difficultés que les interactions en face à face engendrent, notamment dans l'espace urbain et à l'adolescence, sont en effet réduites lorsque ces jeunes utilisent des réseaux de communication dont l'engagement émotionnel et psychologique est moindre.

Bruno Latour⁷²⁸ et d'autres ont mis en exergue que ces technologies et ces réseaux de communication ne doivent être réduits à des considérations purement techniques, appréciés comme totalement « inhumains », et dotés d'une pure neutralité instrumentale. Ils sont chargés de valeurs positives ou négatives, insérés dans des institutions, des réseaux sociaux, des entreprises, des collectifs et investis de fonctions sociales, idéologiques, politiques, mercantiles. Ainsi, si les réseaux mondiaux permettent de transmettre des valeurs et des techniques aux skateboarders, nous devons constater que ceux-ci sont essentiellement le reflet du modèle étasunien. Le concept de « *soft power* »⁷²⁹ prend ainsi tout son sens pour cette activité qui n'a pas subi d'acculturation et prône le modèle de vie américain, malgré toutes les contradictions dont font preuve les Etats-Unis aujourd'hui (peine de mort, guerre en Irak, tolérance zéro, etc..). Cette diffusion est d'autant plus dangereuse que les émetteurs, avant tout à la poursuite d'un but lucratif, sont multiples et incontrôlables.

Les producteurs, distributeurs et annonceurs manipulent habilement « *l'idéologie et l'utopie* »⁷³⁰. Présents sur ce marché économique, qui dépasse le simple effet de mode, en s'inscrivant aujourd'hui dans la durée, ils « *construisent et entretiennent la fièvre consumériste* »⁷³¹ en persuadant ces consommateurs adolescents des vertus existentialistes que procurent l'acte d'achat.

Par une omniprésence des médias dans la sphère publique jusque dans les retranchements les plus profonds de la sphère privée, ces savoirs circulent par le prisme des technologies de l'information et de la communication. Ils sont déformés et interprétés sous différentes facettes, telles les images pouvant s'échapper d'un kaléidoscope. La récupération de ces adolescents par l'ordre libéral, rappelle sans cesse à l'utopiste, la finalité mercantile de ce marché de spécialistes (constitué de fabricants d'équipements, de producteurs et d'éditeurs de biens culturels). Jean Pierre Augustin explique très lucidement que ces messages n'ont

⁷²⁷ Wolton D., *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris : Flammarion, 1999.

⁷²⁸ Latour B., *L'espoir de Pandore : pour une version réaliste de l'activité scientifique*, Paris : la Découverte, 2001.

⁷²⁹ Nye Joseph S., *Bound to lead ; the changing nature of American Power*, New York: Basic Books, 1990.

⁷³⁰ Ricœur P., *L'idéologie et l'utopie*, Paris, 1997.

⁷³¹ Gibout C., *Derrière le fun ou l'idéologie rampante des sports de glisse urbaine (l'exemple du roller)*, In Vivier C., Loudcher J.F., *Sport et Idéologie*, ouvrage collectif, Co-édition : Presses Universitaires de Franche-Comté - Presses Universitaires de Lausanne, 2004.

qu'un seul objectif, vendre et augmenter les profits : « *Les excès journalistiques et publicitaire n'ont pas pour visée d'expliquer la société mais tout simplement de vendre des produits* »⁷³².

Notre étude sur le skateboard met en exergue le fait que notre société est le reflet de l'ambivalence de l'idéologie libérale. L'instrumentalisation de *riders* éminemment charismatiques et surmédiatisés, a permis aux marques de maintenir un esprit authentique tout en agrégeant des valeurs singulières. Ces dernières créent des icônes auxquelles les jeunes veulent s'attacher. Afin de s'affirmer, les skateurs font ainsi appel à des comportements consuméristes, censés revendiquer leur union à un mode de vie rebelle et libre : « *Les entreprises vendent une symbolique de la rupture et de la transgression qui permet à l'adolescent de prendre ses distances avec l'univers asexué de l'enfance et de se conformer à l'image de révolte qui définit socialement cet âge de la vie* »⁷³³.

En conséquence, une partie des skateurs prône un esprit contestataire et un discours alternatif proche des premiers adeptes de la glisse. Paradoxalement, tout en se revendiquant en marge de notre société de consommation, ils adoptent une démarche conformiste pour obtenir des valeurs et des références rebelles afférentes au skateboard (langages, figures, graffitis, etc.). Ainsi, une contradiction est palpable au sein de cette activité qui rappelle sans cesse son origine rebelle et sa logique autonome et qui à contrario, par la présence d'une sphère commerciale omniprésente, privilégie l'instant et ces héros modernes et éphémères.

En définitive, nous pouvons souligner que dans l'univers du skateboard, un processus de transmission, disposant comme nous avons pu le constater d'une temporalité courte et rattachée à la jeunesse, est bien présent au niveau local. L'interaction est au centre de ces communautés qui agrègent novices et experts sur des lieux dédiés ou appropriés.

En outre, les skateurs adoptent une démarche active qui place les technologies de l'information et de la communication comme des supports complémentaires d'apprentissage. Ces contemporains usent et détournent des réseaux cosmopolites dans leur quête de savoirs techniques et culturels.

⁷³² Augustin J.P., « *Assiste-t-on vraiment à un rejet de la culture sportive traditionnelle ?* » In Agora Jeunesse, sport et loisir, 1970-2000, p.318.

⁷³³ Bruno P., *Existe-t-il une culture adolescente ?*. Paris : Press Editions, 2000, p.45.

En tentant d'adopter une posture objective du travail accompli, deux limites peuvent être recensées au sein de notre étude, celles-ci seront d'ailleurs des axes de recherche poursuivis ultérieurement.

D'une part, notre étude transversale menée durant ces trois années, ne nous permet pas d'identifier comment les modèles techniques et culturels contemporains de ces skateurs vivent et survivent dans le temps. Nous aimerions par la suite mener une étude longitudinale afin d'aborder cette problématique sur une temporalité longue et ainsi pourvoir affirmer s'il s'agit d'une communication ou véritablement d'une transmission de savoirs.

D'autre part, nous pouvons constater que notre étude ne peut qu'être contextualisée à l'avancée technologique de ces supports. En effet, leur évolution constante et rapide nous contraint à aborder les comportements de ces usagers à un instant T. Il sera pertinent d'interpréter comment les prochaines innovations technologiques et la mise en place de stratégies marketing et de communication à des fins cognitives ou conatives apporteront des réseaux susceptibles de transmettre des savoirs, et induiront ainsi, chez ces adolescents de nouveaux comportements.

VIII. Bibliographie

A. Ouvrages

- J Allard C., *L'enfant au siècle des images*, Paris : Editions Albin Michel, 2000.
- J Allard, F., Starkes, J.L., *Motor-skill experts in sports, dance and other domains*, In K. Ericsson & J. Smith (Eds.), *Toward a general theory of expertise: Prospects and limits*, Cambridge: Cambridge University Press, 1991, p. 126-152.
- J Andreff W., « *L'athlète et le marché* », *Sport et télévision*, Valence : CRAC, 1993.
- J Arborio A.M. & Fournier P., *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Paris : Editions Armand Colin, collection « 128 », 2005.
- J Ardoino J., *Information et communication*, Paris : Editions d'organisation, 1964 ; *Communications et relations Humaines*, Bordeaux, 1966.
- J Arnold, P. *Le livre du skateboard, Technique de la « planche à roulettes »*, Pully : Nathan, 1978.
- J Ariès P., *Essais sur l'histoire de la mort en occident. Du moyen âge à nos jours*, Paris : Editions Le Seuil, 1975.
- J Ariès P., *Les jeunes et la vie familiale sous l'ancien régime*, Paris : Editions du Seuil, 1973.
- J Augé, M., *Non lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris : Editions du Seuil, 1992,
- J Augustin J.P., *Surf Atlantique : Territoire de l'éphémère*, Talence : Edition de la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 1994.
- J Augustin J.P. & Ion J., *Des loisirs et des jeunes. Cent ans de groupements éducatifs et sportifs*, Paris : Editions de l'atelier / Editions ouvrières, 1993.
- J Bajoit G., *Jeunesse et société : la socialisation des jeunes dans un monde en mutation*, éditions De Boeck Université, 2000.
- J Balandier G., *Le Pouvoir sur scènes*, Paris : Editions Balland, 1980.
- J Balandier G., *Le grand système*, Paris : Editions Fayard, 2001.
- J Bandura A., *L'apprentissage social*, Bruxelles : Editions Pierre Mardaga, 1980.
- J Baudrillard J., *La société de consommation*, Paris : Gallimard, 1970.
- J Baudrillard J., *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris : Gallimard, 1976.
- J Baudrillard J., *Amérique*, Paris : Grasset, 1986.
- J Baudry P., Sorbets C., Vitalis C., *La vie privée à l'heure des médias*, Pessac : Presses universitaires de Bordeaux, 2002

- J Baudry P., *Le corps extrême : approche sociologique des conduites à risque*, Paris : l'Harmattan, 1991.
- J Baudry P., Paquot T., *L'urbain et ses imaginaires*, Pessac : Maison des sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2003.
- J Baudry P., Mons A., Paquot T., *Pratiques urbaines*, Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2006
- J Baudry P., *Violences invisibles*, Bègles : Editions du Passant, 2004.
- J Beck U., *Qu'est-ce que le cosmopolitisme ?*, Paris : Aubier, 2006.
- J Becker H.S., *Outsiders, Etude de sociologie de la déviance*, Paris : Editions A.-M. Métailié, 1985.
- J Becker H.S., *Les ficelles du métier*, Paris : Editions La découverte, 2002.
- J Benjamin W., « *l'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée* », In *Ecrits français*, Paris : Gallimard, 1991.
- J Berger P.& Luckmann T., *La construction sociale de la réalité*, Paris : Méridiens-Klincksieck, 1986.
- J Bertaux D., *L'enquête et ses méthodes : Les récits de vie*, Paris : Nathan, Collection 128, 1997.
- J Bessas Y., *La glisse*, Paris : Fayard, 1982.
- J Bigot R., « *La diffusion des technologies de l'information dans la société française* », Collection des rapports du CRÉDOC, n° 237, décembre 2005.
- J Blumer H., *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969.
- J Boltanski L., Thevenot L., *De la justification, les économies de la grandeur*, Paris : Edition Gallimard, 1991.
- J Bourdieu P., *La distinction*, Paris : Editions de Minuit, 1994.
- J Bourdieu P., *La reproduction. Eléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris : Editions de Minuit, 1970
- J Bourdieu P., *Le métier de sociologue : préalables épistémologiques*, Paris : Mouton, Bordas, 1968.
- J Bourdieu P., *Le sens pratique*, Paris : Editions de Minuit, 1980.
- J Bourdieu P., *Réponses*, Paris : Editions du Seuil, 1992.
- J Borden L., *Skateboarding, space and the city, architecture and the body*, Editions Berg, 2003

- J Bourassa, B., Serre, F. et Ross, D., *Apprendre de son expérience. L'expérience comme source d'apprentissages et de découvertes*, Presses Universitaires du Québec, 1999.
- J Braun-Larrieu A., *Le rôle social du cinéma*, Paris : Cinéopse, 1938.
- J Brée J., *Les enfants, la consommation et le marketing*, Paris : Presses Universitaires de France, 1993.
- J Breguet S., Forestier I., Hussenot P., *Le skateboard, la planche à roulettes*, Paris : Editions la table ronde, 1978.
- J Breton P., *L'utopie de la communication*, Paris : La découverte, 1997.
- J Brook M., *The concrete wave : the history of skateboarding*, Warwick Publishing, 1999
- J Bruckner P. & Finkielkraut A., *Au coin de la rue, l'aventure*, Paris : Seuil, 1979.
- J Bruno P., *Existe-t-il une culture adolescente ?*, Paris : Press Editions, 2000.
- J Calvet C., Mor A., *Formation individualisée : fiches méthodologiques par mots clés à l'usage des concepteurs et des formateurs*, Lyon : Cafoc de Lyon, CRDP, 1988.
- J Calogirou C. & Touché M., *Le skate, un jeu, un sport, un moyen de déplacement, « Le plaisir de ma vie »*, le skate à Poitiers 1977-1999, Paris : CNRS-Confort Moderne, 1999.
- J Cazeneuve J., *Sociologie du rite*, Paris : P.U.F, 1971.
- J Chalvon M., Corset P., Souchon M., *L'enfant devant la télévision des années 90*, Paris : Casterman, 1991.
- J Charton F., *Les dieux du sport, le sportif et son imaginaire*, Paris : Desclée de Brouwer, 1998.
- J Chombart de lauwe M.J. & Bellan C., *L'enfant de l'image*, Paris : Payot, 1979.
- J Collard Luc, *Sports, enjeux et accidents*, Paris : PUF, 1998.
- J Collard Luc, *Sport & agressivité*, Méolans-Revel : Désiris, 2004.
- J Combaz C., *Enfants sans foi ni loi*, Paris : Editions Broché, 2002.
- J Conrad J., *Lord Jim*, Collection Penguin Twentieth-century classic, 1900.
- J Darré J.P., *La parole et la technique ou l'univers de la pensée des éleveurs du Ternois*, Paris : L'harmattan, 1985.
- J Debray R., *Transmettre*, Paris : Editions Odile Jacob, 1997.
- J Debray R., *Des machines et des âmes*, Paris : Édition Descartes & Cie, 2002
- J Debray R., *Les enjeux et les moyens de la transmission*, Paris : Plein Feux, 1998.
- J Defrance J., *L'Excellence corporelle. La formation des activités physiques et sportives modernes. 1770-1914*, Rennes-Paris : Presses universitaires de Rennes, 1987.
- J Defrance J., *Sociologie du sport*, Paris : Edition La découverte, 2000.

- J Delbos G. & Jorion P., *La transmission des savoirs*, Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1984.
- J Desbordes M., Ohl F., Tribou G., *Marketing du sport*, Paris : Edition Economica, 1999.
- J Desbordes M., *Gestion du sport*, Paris : Vigot, collection Repères en Education physique et sportive, 2000, p.23.
- J Desbordes M., *Stratégie des entreprises dans le sport*, Paris : Edition Economica, 2001.
- J De Vriendt-De Man M.J., *Apprentissage d'une langue étrangère/seconde*, De Boeck Université, 2000.
- J De Queiroz J.-M., *l'école et ses sociologues*, Paris : Nathan, 1995.
- J Dollfus O., *La mondialisation*, Paris : Presses de Sciences-Po, 1997.
- J Douglas M., *Ainsi pensent les institutions*, Paris : Usher, 1989.
- J Douglas M., *Comment pensent les institutions*, Paris : La Découverte, 2004.
- J Dubar C., *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*, collection U, Edition Armand Colin, 1991.
- J Dubet F., *Sociologie de l'expérience*, Paris : Editions du Seuil, Collection des idées, 1994.
- J Dumazedier J., *Vers une civilisation du loisir*, Paris : Editions du seuil, 1962.
- J During B., *Des jeux aux sports*, Paris : Vigot, 1981.
- J Durkheim E., *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris : PUF, 1912.
- J Durkheim E., *Education et sociologie*, 1922, Paris : PUF, 2000.
- J Elias N., *La Dynamique de l'occident*, Paris : Calmann-Levy, 1975.
- J Elias N., *La civilisation des mœurs*, Paris : Calmann-Levy, 1973.
- J Elias N., Dunning E., *Quest for Excitement*, Oxford: Blackwell, 1986.
- J Elias N., Dunning E., *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*, Paris : Fayard, 1994.
- J Ehrenberg A., *Le culte de la performance*, Paris : Calmann-Lévy, 1991.
- J Faure S., *Apprendre par corps. Socio-anthropologie des techniques de danse*, Paris : La Dispute, 2000.
- J Fize M., *L'adolescent est une personne*, Paris : Editions du Seuil, 2006.
- J Fize M., *Les bandes : « l'entre-soi » adolescent*, Paris : Editions Desclée De Brouwer, Collection Habiter, 1993.
- J Fize M., Touché M., *Le skate : la fureur de faire*, Lion-sur-mer : Editions Arcane-Beaunieux, 1992.
- J Galland O., *Sociologie de la jeunesse*, Paris : Editions Armand Colin, 1991.

- J Gaonac'h D., *Théories d'apprentissage et acquisition d'une langue étrangère*, Paris : Collection LAL, Crédif-Hatier, 1987.
- J Genette G., *Fiction et diction*, Paris : Editions du Seuil, 1991.
- J Gervereau L., *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris : La découverte, 2000.
- J Glasman J-M, *Skate et street graphics*, Biarritz : Editions Surf session, 2005.
- J Glikman V., *Des cours par correspondance au e-learning, Education et formation*, Paris : Presses Universitaires de France, 2002.
- J Godelier M., *L'énigme du don*, Paris : Editions Fayard, 1996.
- J Goffman E., *L'Arrangement des sexes*, Paris : La Dispute, 2002.
- J Goffman E., *Façons de parler*, Paris : Minuit, 1987.
- J Grafmeyer Y., *Sociologie Urbaine*, Paris : Nathan, 1994.
- J Griselin, M., Masselot-Girard, M., Petey, M., Ormeaux, S., Ritter, J., Jouvenot, Y. *Multimédia et construction des savoirs*, Besançon : PUF, 2000,
- J Guittet A., *L'entretien : techniques et pratiques*, Paris : Editions Armand colin, 2001.
- J Guttmann A., *From Ritual to Record: the Nature of Modern Sport*, New York: Columbia University Press, 1978, (traduction française à paraître aux éditions L'Harmattan en 2006).
- J Habermas J., *Le discours philosophique de la modernité*, Paris : Gallimard, 1987.
- J Hannerz U., *Explorer la ville. Eléments d'anthropologie urbaine*, Paris : Minuit, Le sens commun, 1983.
- J Henri F. & Kaye A.R., *Le savoir à domicile*, Québec : Télé-université et Presses de l'Université du Québec, 1985.
- J Héraux P., *Modes de socialisation et d'éducation*, in Encyclopédie de la pléiade, Histoire des mœurs, publié sous la direction de Jean Poirier, Tome 2, Editions Gallimard, 1991.
- J Hocking J., *Dream Builders- The World's Best Skatepark Creators*, The Rosen Publishing Group, 2005.
- J Hugues, *Students's culture and perspectives : lectures on medical and general education*, University of Kansas Law School, 1961.
- J Jacques-Jouvenot D., *Choix du successeur et transmission patrimoniale*, Paris : L'Harmattan, 1997.
- J Jamet M., *Le sport dans la société, entre raison(s) et passion(s)*, Paris : L'Harmattan, 1991
- J Lahire B., *L'homme pluriel, les ressorts de l'action*, Paris : Editions Nathan, 1998.

- J Lardellier P., *Le pouce et la souris*, Paris : Fayard, 2006
- J Latour B., *L'espoir de Pandore : pour une version réaliste de l'activité scientifique*, Paris : la Découverte, 2001.
- J Le Boterf G., *De la compétence : essai sur un attracteur étrange*, Paris : Les Editions d'organisation, 1995.
- J Le Breton D., *Anthropologie du corps et modernité*, Paris : PUF, 1990.
- J Le Breton D., *L'adolescence à risque. Corps à corps avec le monde*, Paris : Autrement, collection « Mutations », 2002.
- J Le Breton D., *La sociologie du corps*, Paris : PUF, Collection Que sais-je ?, 2002.
- J Le Breton D., *Passions du risque*, Paris : Editions Métailié, 2000.
- J Le Goff J.P., *Les illusions du management*, Paris : Editions la Découverte, 1996.
- J Le Mao F., *Skate*, Paris: Editions Fitway Publishing, 2004.
- J Lévi-Strauss C., *La pensée Sauvage*, Paris : Plon, 1962.
- J Lipovetsky G., *L'ère du vide, essai sur l'individualisme contemporain*, Paris : Edition Gallimard, 1983.
- J Loret A., “*les fédérations sportives au risque de la culture californienne*”, in *Actes et colloque, Géopolitique du sport*, Besançon : mars 1990.
- J Loret A., *Génération Glisse*, Paris : Editions Autrement, 1995.
- J Loret A & Waser A.M., *Glisse urbaine*, Paris : Editions Autrement, 2001.
- J Lurçat L., *Violence à la télévision : l'enfant fasciné*, Paris : Syros, 1989.
- J Luria Z., « *Genre et étiquetage : l'effet Pirandello* », In Sullerot E., Thibault O. (Dir.), *Le fait féminin*, Paris : Fayard, 1978.
- J Maffesoli M., *Au creux des apparences*, Paris : Editions Plon, 1990.
- J Maffesoli M., *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masses*, Paris : Méridiens Klincksieck, 1991.
- J Mannheim K., *les Problèmes de génération*, Paris : Nathan, 1990.
- J Marchand L. & Loisier J., *Pratiques d'apprentissage en ligne*, Montréal : Editions de la Chenelière, 2005.
- J Marquant J.-P., *Le skateboard en 10 leçons. Tout sur la planche à roulettes (matériel, figures, compétitions)*, Paris : Hachette, 1978.
- J Marx K., *Manuscrits de 1844*, Paris : Éditions Sociales, 1972.
- J Maurice A., *Le surfer et le militant*, Paris : Autrement, 1987.
- J Mauss M., *Sociologie et anthropologie*, Paris : PUF, 1997.

- J Mayol P., *Les enfants de la liberté, études sur l'autonomie sociale et culturelle des jeunes en France 1970-1996*, Paris : L'Harmattan, 1997.
- J Mead G.H., *L'Esprit, le Soi et la Société*, Paris : PUF, 1950
- J Meirieu P., *Enseigner, Scénario pour un métier nouveau*, Paris : Editions ESF, 1990.
- J Menard N., *Mesure de la richesse lexicale*, Genève : Editions Slatkine, 1983.
- J Merleau-Ponty M., « *Le cinéma et la nouvelle psychologie* », In *Sens et non-sens*, Paris : Nagel, 1966.
- J Mermet G., *Franco-scopie 2001*, Paris : Editions Larousse, 2001.
- J Meyerson E., *Identité et réalité*, Paris : 5^{ème} Edition, 1951.
- J Molino J. & Lafhail-Molino R., *Homo fabulator. Théorie et analyse du récit*, Leméac/actes Sud, 2003 // Turner M., *The literary Mind*, Oxford : Oxford University Press, 1996.
- J Mottet, *La vidéo-formation. Autres regards, autres pratiques*, Paris : L'Harmattan, 1997
- J Murdico S.J., *Skateboarding in the X-Games*, The Rosen Publishing Group, 2003
- J Noll R., *Skateboard retrospective*, Schiffer Books, 2000.
- J Nye Joseph S., *Bound to lead ; the changing nature of American Power*, New York: Basic Books, 1990.
- J Parlebas P., *Éléments de sociologie du sport*, Paris : PUF, 1986.
- J Pasquier D., *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Paris : Editions Autrement, collection Mutations n°235, 2005.
- J Pedler E, *Sociologie de la communication*, Paris : Editions Nathan, 2002.
- J Pedrazzini Y., *Rollers & skaters : sociologie du hors piste urbain*, Paris : L'Harmattan, 2001.
- J Peretti-Wattel P., *La société du risque*, Paris : La découverte, Collection Repères, 2001.
- J Peretti-Wattel P., *Sociologie du risque*, Paris : Armand Colin, 2000.
- J Pinçon M.& Pinçon-Charlot M., *Sociologie de la bourgeoisie*, Paris : Editions La découverte, Collection Repères, 2003.
- J Pinçon M. & Pinçon-Charlot M., *Dans les Beaux quartiers*, Paris : Editions du Seuil, 1989.
- J Pociello C., *Les cultures sportives : pratiques, représentations et mythes sportifs*, Paris : PUF, 1995.
- J Pociello C., *Sports et société : approche socio-culturelle des pratiques*, Paris : Vigot, 1981.

- J Pommereau X., *Quand l'adolescent va mal*, Paris : Editions J'ai lu, 1998.
- J Popper K. & Kondry J., *La télévision : un danger pour la démocratie*, Paris : Editions Anatolia, 1994.
- J Pouquet L., *Le comportement des consommateurs d'articles de sport*, Paris : Crédoc, 1994.
- J Pronovost G., *Sociologie du temps*, Bruxelles : De Boeck Université, 1996.
- J Ramonet, *La tyrannie de la communication*, Paris : Galilée, 1999.
- J Ricoeur P., *L'idéologie et l'utopie*, Paris : Le Seuil, 1997.
- J Ricoeur P., *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, Paris : Seuil, 2000.
- J Rodriguez-Tomé H., Jackson S., & Bariaud F., *Regards actuels sur l'adolescence*, Paris : PUF, 1997.
- J Roszak T., *Vers une contre culture, réflexion sur la société technocratique et l'opposition de la jeunesse*, Paris : Edition Stock, 1970.
- J Russell M. & Sawford B., *The complete skateboard book*, Londres: Fontana and Bunch, 1977.
- J Salomon G., *Interaction of media, cognition and learning: an exploration of how symbolic forms cultivate mental skills and effect knowledge acquisition*, Californie: Jossey-Bass Inc, 1979.
- J Segalen M., *Les enfants d'Achille et de Nike*, Paris : Editions Métailié, 1994.
- J Simmel G., *Sociologie et épistémologie*, Paris : PUF, 1981.
- J Simoni C., Moreau F., *Skate*, Grenoble: Editions Glenat, 1989.
- J Smith A., *National Identity*, University of Nevada Press, 1991.
- J Stroobants M., *Savoir-faire et compétences au travail, une sociologie de la fabrication des aptitudes*, Bruxelles : Editions de Bruxelles, 1993.
- J Thomas L.-V., *La mort aujourd'hui*, Paris : Éditions du Titre, 1988.
- J Thomas L.-V., *La mort*, Paris : Editions PUF, Collection « Que sais-je ? », 1990.
- J Thuriot M. & Rodriguez S., *Le roller à Paris*, Paris : Editons Parigramme, 1999.
- J Tocqueville A., *De la démocratie en Amérique*, Paris : Union générale d'éditions, 1963.
- J Verlomme H. et A. Hurel, *Fous de glisse*, Paris : Albin Michel, 1990.
- J Vieille-Marchiset G., *Sports de rue et pouvoirs sportifs*, Paris : Presse Universitaires Franc-comtoises, 2003.
- J Vigarello G., *Une histoire culturelle du sport. Techniques d'hier et d'aujourd'hui*, Paris : Revue EPS, Editions Pierre Laffont, 1988.
- J Vulbeau A., *Du tag au tag*, Paris : Desclée de Brouwer, 1992.

- J Vulbeau A., *La jeunesse et la rue*, Paris : Editions Desclée de Brouwer, collection habiter, 1994.
- J Vulbeau A., Callu E., Jurmand J.P. (collectif), *La place des jeunes dans la cité : Tome 2, Espaces de rue, espaces de parole*, Paris : Editions L'Harmattan, 2005.
- J Vulbeau A., *La jeunesse comme ressource : expérimentations et expériences dans l'espace public*, Ramonville : Erès, 2001.
- J Vulbeau A., *Les inscriptions de la jeunesse*, Paris : l'Harmattan, 2002.
- J Weber M., *Essais sur la théorie de la science*, Paris : Plon, Press Pocket, collection Agora, 1992.
- J Weir La Vada, *le skate : la planche à roulettes, le guide complet du débutant*, Editions Bias, 1978
- J Willett E.C., *Skateboarding*, The Rosen Publishing Group, 2003
- J Winnykamen F., *Apprendre en imitant ?*, Paris : PUF, 1990.
- J Wolton D., *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris : Flammarion, 1999.
- J Young N., *Surf Rage: Turning Negatives into Positives*, Australia: Nymboida Press, 2000.

B. Enquêtes

- J Adamkiewicz E. (1998), *Les usages sportifs autonomes de la ville*, Thèse de doctorat, Université Claude Bernard-Lyon
- J Alibert D., Bigot R., Foucaud D., « *La dynamique des inégalités en matière de nouvelles technologies* », Cahier de recherche n° 217, Credoc, novembre 2005.
- J Arthaut R., « *La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans* », Insee Première n°1101, Septembre 2006.
- J Alibert D., Bigot R., Foucaud D., « *La dynamique des inégalités en matière de nouvelles technologies (méthodes d'approche – analyse évolutive)* », Cahier de recherche n° 217, 2005.
- J Bernache-Assollant Iouri, Lacassagne M.F. & Bouchet P., *Le supportérisme Ultra à Marseille : des modes de construction identitaire différents*, Dijon : Prepos, UFR STAPS campus Montmuzard, 2003.
- J Boulay B., *Etude des effets du feedback par vidéo et de l'image d'un modèle sur l'apprentissage d'une habileté sportive : application au volley-ball*, Paris : INSEP, Livre mémoire, 1986.
- J Haissat S., « *Transmission intergénérationnelle dans les nouvelles professions : le cas des Brevets d'Etats des Métiers de la Forme* », 4^{ème} conférence Internationale Organisée par le laboratoire Printemps, CNRS Saint Quentin, 22 septembre 2004.
- J Haissat S. & Travaillet Y., « *Le contrôle informel de l'apparence : l'exemple de la gymnastique féminine de 're' mise en forme* », 2^{ème} congrès International de la société de Sociologie du Sport de Langue Française, Université Paris-Sud YI- Ufr Staps, 26 octobre 2004.
- J Marcoccia M., « *La communauté virtuelle : une communauté en paroles* », In Actes du 3^{ème} colloque international sur les usages et services des télécommunications : e-usages, Paris, 12-14 juin 2001.
- J Moscovici S., « *Réflexions sur les représentations sportives* », Anthropologie du sport. Perspectives critiques, Actes du colloque international francophone Paris-Sorbonne, 19-20 avril 1991, ANDHA, MATRICE, QUEL CORPS ?, (1991), p. 131-136.
- J Paldacci M., « *Les quatre mondes du journal intime en ligne. Analyse statistique d'un corpus de journaux intimes écrits et publiés sur Internet (enquête)* », In Terrains et Travaux, n° 5 (« Urbanité(s). Sociabilités et cultures urbaines »), 2003, p. 7-30.

- J *Les jeunes acteurs de la « révolution numérique »*, Ipsos/Artesi, Mars 2006.
- J « *Les ados pris dans la toile ? La génération internet écrit la société de demain* », CREDOC- Consommation et modes de vie n°172, janvier 2004.
- J « *Un sondage sur la génération Internet, La place et l'usage du numérique chez les jeunes* », Médiamétrie, 2006.
- J Scaglia D., Souchon M., « *Le public de la télévision, des comportements différents* », In *Les médias, la publicité et la recherche*, Actes du séminaire IREP Médias de décembre 1990, IREP, Novembre 1991.
- J *Tableaux statistiques de la presse, Données détaillées 1999. Rétrospective 1985-1999*, Paris : La Documentation Française, 2001.
- J Wulschleger T., Deuel C., Maury M., Pedrazzini Y., « *La ville en jeux : Vers une nouvelle vision des places de jeux à Genève. L'aventure en ville : comment partager l'espace public ?* », Table ronde : « *Mais qu'est-ce qu'elle a ma ville ?* », Genève : Actes du Forum, décembre 2004.

C. Articles scientifiques

- J Audet M., & Lépinay S., « *L'acte d'apprendre : passion ou obligation. A l'ère de la nouvelle économie, de nouveaux besoins en formation émergent* », Réseau CEFRIO, vol. 1, n°2, mai 1999.
- J Adamkiewicz E., « *Les performances sportives de rue* », in *Sports en ville, Les annales de la recherche urbaine*, n° 79, juin 1998, p.50-58/
- J Adamkiewicz E., « *Pratiques récréatives autonomes urbaines et aménagements: des enjeux pour l'urbanité* », in Actes de l'Université Sportive de l'U.F.O.L.E.P./U.S.E.P., 1-4 juillet 1998, Carcans Maubuisson, 1999.
- J Adamkiewicz E., « *Les usages sportifs des espaces publics urbain* », in Actes du Colloque "interdisciplinaire Sport, Relations sociales et action collective", octobre 1993, Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1995.
- J Adamkiewicz E., Chantelat P., « *Pratiques sportives informelles et management des espaces sportifs municipaux* », In Sport et Management, Paris : Edition Dunod, 1993, p. 440-456.
- J Anderson D.R., « *The effect of TV program comprehensibility on preschool children's visual attention to television* », Child development, n°52, 1981, p.151-157.
- J Arpaillage C., Darlon C., Montané M.-A., *La réponse publique aux pratiques sportives auto-organisées*, Sud-Ouest Européen, n°13, 2002. p.95-100.
- J Arino M., « *L'écran, comme nouveau territoire des relations sociales* », Esprit critique, Vol 03, n°10, Octobre 2001.
- J Aubel O., « *La médiatisation d'une pratique sportive secondaire, l'escalade libre, dans la presse sportive spécialisée* », In Regards sociologiques, 2000, n°20, p. 107-125.
- J Bach L., « *Sport without facilities : the use of urban spaces by informal sports* », in International review for the sociology of sport, vol.28, N°2-3, 1993, p.281-297.
- J Balandier G., « *Les espaces de la surmodernité* », In Sciences Humaines n°73, Juin 1997.
- J Basson J.C.& Smith A., *Sports et action publique localisée. Les politiques sportives territoriales et les jeunes de l'agglomération grenobloise*, rapport d'enquête, AIPD-IEP, Grenoble, Décembre 1996.
- J Baudry P., « *Expérimenter et nier la mort* », In Cahiers Pédagogiques, « *Quand les élèves se mettent en danger* », n°411, février 2003.

- J Baudry P., « *La médiatisation des conduites à risque* », Actes du Colloque « *De l'événement externe aux remaniements internes* », Institut Français d'Analyse de Groupe et de Psychodrame, Paris, 2003.
- J Baudry P., « *Mouvements urbains* », Le Passant ordinaire, n°44, avril 2003.
- J Baudry P., « *Entre déviance et exploit : la question du risque* », In « *Mieux comprendre les conduites à risque* », Les Cahiers de Profession Banlieue, 2002.
- J Baym N.K., « *The emergence of the on-line community* », In Jones S.G., Edition Cybersociety 2.0 : *Revisiting computer-mediated communication and community*, Sage, Thousand oaks, 1998, p.35-68.
- J Beal B., « *Disqualifying the official : an exploration of social resistance through the subculture of skateboarding* », in *Sociology of sport journal*, 1995, p.252-267.
- J Beck U., *Le nouveau visage du cosmopolitisme*, In *Sciences Humaines* n°176, « *Comment devient-on délinquant ?* », Novembre 2006.
- J Berthaux D. et Berthaux-Wiame I, « *Le patrimoine et sa lignée : transmissions et mobilité sociale sur cinq générations* », *Life Stories/Récits de vie*, n°4, 1988, p.8-25
- J Berthaux D., *Familles et mobilité sociale : La méthode des généalogies sociales comparées*, Actes du colloque de Libouac, Juin 1992. p.290.
- J Bourdessol H., Gautier A., Guilbert P., Arwidson P., Baudier F., « *Pratique du roller et port du casque* », in *Epidémiologie des accidents de Roller en France (1997-1999)* BEH, 2001.
- J Bourdieu P. « *Pratiques sportives, pratiques sociales* », In Congrès de l'HISPA, Paris, 1978, repris In *Questions de sociologie, Comment être sportif*, Paris : Éditions de Minuit, 1980.
- J Brecht B., « *Sur la littérature de l'asphalte* », in *Les arts et la révolution*, Paris : L'Arche, 1970.
- J Bruckner P., « *Misère de la prospérité : la religion marchande et ses ennemis* », in *Arte*, mai 2002.
- J Camy J., Chantelat P., Adamkiewicz E., « *Sportifs en vue : les sportifs dans les rues de Lyon* », In *Les Annales de la recherche urbaine*, n°57-58, 1993, p. 157-164.
- J Calogirou C., Touché M., *Le skateboard : « une pratique urbaine sportive, ludique et de liberté »*, in *Au miroir du sport*, n°1226, Juillet-Aout 2000, p. 33-43.
- J Calogirou C., Touché M., « *Sport-passion dans la ville : le skateboard* », in *Terrain*, n°25, 1995.

- J Calogirou C., Touché M., « *Rêver sa ville : l'exemple des pratiquants de skateboard* », In Journal des anthropologues, 1995, p. 61-62.
- J Calogirou C., Touché M., *Des jeunes et la rue: les rapports physiques et sonores des skateurs aux espaces urbains*, In Espaces et société: les langages de la rue, 1997.
- J Caroux J., « *Figures urbaines du quotidien : le skate sauvage* », in Esprit n° 10, Paris, Octobre 1978, p.34.
- J Champagne P., « *La reproduction de l'identité* », in Les actes de la recherche en sciences sociales, n°65, novembre 1986, p.53.
- J Chapoulie J.M., *Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels*, Revue française de sociologie n°14, 1973.
- J Chartier R., Vigarello G., « *La trajectoire du sport, pratiques et spectacle* », In Le Débat, février, 19, 1982, p.35-58.
- J Choplin H., « *Les TIC au service des nouveaux dispositifs de formation* », Education permanente, n°152, 2002.
- J Coakley J., « *Sport and the mass media* », In Sport in society, Saint Louis, Mosby, 1990, p.277-301
- J Cournarie E., « *La transmission, trait d'union entre les générations passées et à venir* », Intervention à la seconde rencontre des Rendez-vous de L'âge, Besançon, 2004.
- J Collard L., « *Le risque calculé dans le défi sportif* », In L'Année sociologique, vol.52, n°2 : « *Sociologie du sport en France, aujourd'hui* », novembre 2002.
- J De Singly F., « *L'appropriation de l'héritage culturel* » in « *Famille et école* » Lien social et politique, Rioc, n°35, 1996, p.153-165
- J Defrance J., « *Le nouvel âge du sport* », Revue Esprit, Avril 1987.
- J Douglas M., Wildavsky A., *Risk and Culture*, Los Angeles: University of California Press, 1983
- J Dubar C., « *Formes identitaires et socialisation professionnelle* », in Revue Française de sociologie n°18, Paris, 1992, p.506.
- J Durand J., « *la représentation de la réalité économique et sociale au cinéma* », In Revue internationale de filmologie, Tome XI, n° 36-37, janvier-juin 1961, p.21-32.
- J Durandin et coll., « *l'enfant et la publicité télévisée, l'enfant prescripteur d'achat* », ATP du CNRS, n°3376, 1978-1981, laboratoire de psychologie, Université René-Descartes, Paris.

- J Elias N., « *Sport et violence* », In Actes de la Recherche en Sciences Sociales, décembre 1976, 5, p.2-21.
- J Fanca X., *Présentation de la fédération de roller skating*, in SMS, 2002, p.5-7.
- J Faure J.-M. « *Rapports de pouvoir et pratiques sportives* », in Anthropologie du sport, perspectives critiques, Actes du colloque international francophone Paris-Sorbonne, 19-20 avril 1991, Editions AFIRSE- Quel Corps ?, 1991, p.42-49.
- J Feldman A. & Schoenwald R., « *Development of a computer-based instructional system in pharmaco-kinetics: efficacy in clinical pharmacology teaching for senior medical students* », Journal of Clinical Pharmacology, vol. 29, 1989, p.158-161.
- J Fize M., *Le skateboard : Une nouvelle forme de sociabilité sportive d'adolescents en milieu urbain*, in : « Sport, relations sociales et action collective », Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1993, p.167.
- J Fletcher J., « *Effectiveness and cost of interactive videodisc instruction in defense training and education* », Washington: Institute for Defense Analysis, 1990.
- J Garnier P., *La socialisation en procès : conflits enjeux et dynamiques*, VEI Enjeux, n°120, Mars 2000.
- J Geney L., Renaud J.N., Vivier C., Loudcher J.F., Roux J., « *Champions du Tour à la une du Miroir des sports, 1919-1939* », In Histoire et sociétés, Revue européenne d'histoire sociale, n° 7, 3^{ème} trimestre 2003.
- J Gibout C., *Derrière le fun ou l'idéologie rampante des sports de glisse urbaine (l'exemple du roller)*, In Vivier C., Loudcher J.F., *Sport et Idéologie*, ouvrage collectif, Co-édition : Presses Universitaires de Franche-Comté - Presses Universitaires de Lausanne, 2004.
- J Goodger J.M., Gooder B.C., « *Excitement and Representation : toward a sociological explanation of the significance of sport in modern society* », Quest, 41, 1989, p.257-272.
- J Hastie PA., « *Models of videotape use in sports setting (modèles d'utilisation de l'enregistrement vidéo en sport)* », In Physical education review, Royaume uni, 1990, t. 13, n°2, p.101-107.
- J Haumont A., « *Le sport post-moderne dans les villes des Etats-Unis* », in Sport en ville, Les Annales de la Recherche Urbaine, n°79, Juin, 1998, p. 23-32.
- J Huston-Stein A., Fox S. et coll., « *the effects of action and violence in television programs on the social behaviour and imaginative play of pre-school children* », Journal of genetic psychology, n°138, 1981, p.183-191.

- J Jaccoud C., « *Action publique et nouvelles pratiques sportives. Roller et skate dans deux villes suisses* », Editions Centre international d'étude du sport, Université de Neuchâtel, 1998.
- J Jaccoud C., Pedrazzini Y., « *Glisser dans la ville. Les politiques sportives à l'épreuve des sports de rue* », Actes du colloque de Neuchâtel, 18-19 septembre 1997, Editions Centre international d'étude du sport, Université de Neuchâtel, 1998.
- J Jacques-Jouvenot D., Gillet M., Guigon S., « *Le patrimoine : fondement identitaire de la profession agricole* », In Sylvestre J.P. (dir.), *Agriculteurs ruraux et citadins, les mutations des campagnes françaises*, Edition Educagri, 2002, p.91 à 109.
- J Jacques-Jouvenot D., « *Transmettre un savoir ou hériter d'une place professionnelle : entre élection et méritocratie* », Besançon : Cahiers du travail social, 2004.
- J Jacques Jouvenot D. & Tripier P., « *Loin des mégapoles* », In Les cahiers du Genre, Couples et travail indépendant, n°37, Paris : L'harmattan, 2004.
- J Jacques-Jouvenot D. « *L'expérience professionnelle : une problématique du maître et de l'élève* », In l'expérience professionnelle et personnelle en questions, 24 et 25 mai 2005, Faculté des sciences de l'éducation et des sciences sociales, Université de Paris XII, Val de marne, ouvrage collectif à paraître, Paris : L'harmattan, 2007.
- J Jacques-Jouvenot D., Guigon S., Gillet M., « *Les représentations du risque sont-elles transmissibles dans la famille ?* » (article à paraître).
- J Jones D.B., « *Quantitative analysis of motion picture content* », In Public opinion quarterly, n° 6, 1942, p.411-428.
- J Kozub SA., Weigand DA., « *Utilisation d'un film vidéo pour l'entraînement afin d'améliorer l'acuité et le temps de réponse des linebackers en football américain* », in Journal of sports sciences, Etats-Unis, 1998, t.16, n°1, p.108.
- J Laberge S., « *Sports et activités physiques : modes d'aliénation et pratiques émancipatoires* », In Sociologie et sociétés, vol. XXVII, printemps, 1995, p.53-74.
- J Lacroix G., « *Le look fun et ses enjeux* », in Géopolitique du sport, actes du colloque, Besançon 23-24 Mars 1990, p.61.
- J Laine A., « *l'histoire de la vie, un processus de métaformation* », In Education Permanente n°100/101, 2000.
- J Laugier C., Cadopi M., « *Representational guidance of dance performance in adult novices: Effect of concrete/versus abstract movement* », In International Journal of Sport Psychology, 26, 1996, p.91-108.

- J Leray Christophe, « *Roller et urbanisme : mariage de raison non dénué de sentiments* », In sport et décision N°1, janvier-février-mars, Paris, 2002.
- J *Les pratiques sportives en France*, Ministère des sports et INSEP, 2000.
- J Loret A., « *L'avènement d'un «sport alternatif» : du geste mesuré au geste vécu* », in Lire & Savoir, n° spécial : « *Le sport à l'épreuve* », Paris : Gallimard, mars 1996, p. 10-19.
- J Marcoccia M., « *La normalisation des comportements communicatifs sur Internet : étude sociopragmatique de la netiquette* », In Guéguen N., Toblin L., *Communication, société et Internet*, Paris : L'Harmattan, 1998.
- J Maracoccia M., « *La Nétiquette : analyse sociopragmatique des règles de savoir-vivre sur Internet* », Cognito 13 : 5-14, 1999.
- J Marcoccia M., « *L'animation d'un espace numérique de discussion : l'exemple des forums usenet* », Document Numérique 5, 2001, p.15.
- J Marcoccia M., « *L'analyse conversationnelle des forums de discussion : questionnements méthodologiques* », In *Les discours de l'Internet : nouveaux corpus, nouveaux modèles ?*, Presse Sorbonne nouvelle, Les carnets du Cediscor 8, 2004, p.25.
- J Mangenot F., « *Communication écrite par forum Internet : un nouveau genre d'écrit universitaire ?* », Enjeux 54, Cedocef, Namur, 2002, p. 166-182.
- J Mauss M., « *Essai sur les variations saisonnières des sociétés Eskimos. Étude de morphologie sociale* », In L'année sociologique tome IX, 1904-1905, Réédition In Sociologie et anthropologie, PUF, Paris, 1993.
- J Mayol P., « *Les sept piliers de la culture jeune* », Le Monde de l'Éducation, Juillet-Août, 1997.
- J Miller G. & Gabbard C., « *Effects of visual aids on acquisition of selected tennis skills (Efficacité de l'aides visuelles sur l'acquisition de certaines techniques au tennis)* », In *Perceptual and motor skills*, Etats-Unis, 1988, t 67, n°2, p.603-606.
- J Moles J-B. M., Pruneau J., Pigeassou C., « *L'implication des nouvelles technologies dans le « sport télé » : l'apprentissage de l'éthique, l'opprobre pour l'injuste* », In *Loisir et société*, Volume 24, n°1, Presses de l'université du Québec, 2001, p.223-244.
- J Ohl F., « *l'efficacité symbolique de l'« authenticité » sur les marchés des biens sportifs* », in SFMS revue n°1, 2000.
- J Ohl F., « *Les usages sociaux des objets sportifs : le paraître «sportif» en ville* », In *Loisir et société/Leisure and Society*, vol. 24, n° 1, 2001, p. 111-136.

- J Ohl F., « *Les apparences sportives : comment des biens banalisés peuvent constituer des référents identitaires* », In *Anthropologie et société*, vol. 27, n° 2, 2003, p. 167-184.
- J Overbly L., *The use of imagery by dance teachers*. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 2, 1990, p.24-27.
- J Paquelin D. & Choplin H., « *Nouveaux médias et innovation pédagogique : l'hypothèse d'un dispositif transitionnel* », *Educational media international*, 38(2/9) (juin-septembre 2001), p. 165-174
- J Paradeise C., *Rhétorique professionnelle et expertise*, *Sociologie du travail* n°1-85, Gauthier-Villars, 1985.
- J Paradeise C., *Des savoirs aux compétences : qualification et régulation des marchés du travail*, *Sociologie du travail* n°1-87, Gauthier-Villars, 1987.
- J Pedrazzini Y., Jaccoud C. & Bigot E., « *Les sociabilités dans le sport auto-organisé : les « associations » de skaters à Lausanne* », in Jaccoud C., Tissot L., & Pedrazzini Y., *Sports en Suisse : traditions, transitions et transformations*, Lausanne : Antipodes, 2000, p. 215-235.
- J Peeck, J., « *The Role of Illustrations in Processing and Remembering Illustrated Text* », in Willows D. M. & Houghton H. A. (Eds), *The Psychology Of Illustration*, Volume 1 Basic Research, New York: Springer-Verlag, 1987.
- J Pégard O., « *Une pratique ludique urbaine : le skateboard sur la Place Vauquelin à Montréal* », In *Cahiers internationaux de sociologie*, Vol. CIV, 1998, p.185-202.
- J Pociello C., *Pratiques sportives et pratiques sociales, essai sur les déterminants socio-culturels et socio-politiques de l'émergence des sports modernes*, Congrès HISPA, Paris, 1978, p.289-295.
- J Philippe Julien, *INSEE Première N°840*, Mars 2002, p.2.
- J Rail G., « *Le sport et la condition post-moderne* », In *Sociologie et sociétés*, vol XXVII, n°1, Printemps 1995, p.139-150.
- J Rail G., « *Technologie post-moderne et culture : un regard sur le sport médiatisé* », In « *Sport... Le troisième millénaire : compte-rendu du symposium international, Québec, Canada, 21-25 mai 1990* », Les Presses de l'université de Laval, Sainte-Foy, Canada, 1991, p.732-739.
- J Ramonet I., *Sport et télévision*. In *Revue EPS*, 239, 1993, p.14.
- J Reneaud M., « *la vie sportive locale : les dirigeantes* », *Sport et changement social : actes des premières journées d'études*, 3 et 4 avril 1987, Bordeaux, maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, France, 1987, p.317-324.

- J Salomon G., « *Internalization of filmic schematic operations in interaction with learner's aptitudes* », *Journal of educational psychology*, vol.66, n°4, 1974, p.499-511.
- J Salomon G., « *effects of encouraging Israeli mothers to co-observe "sesame street" with their five year olds* », *Child development*, n°48, 1977, p.1146-1151.
- J Smoreda Z., *La parole à distance*, In *Sciences humaines* 159, avril 2005.
- J Tavan Chloé, *Le rôle des habitudes prises dans l'enfance*, INSEE Première, février 2003.
- J Vandenberghe F., *Introduction à la sociologie (cosmo) politique du risque d'Ulrich Beck*, In *Revue du MAUSS*, Paris : La Découverte, n°17, 2001.
- J Van Wieringen PCW., Emmen HH., Boostsma RJ., Hoogesteger M., Whiting HTA., « *The effect of video-feedback on the learning of the tennis service by intermediate players (effet du feedback video sur l'apprentissage du service au tennis chez des joueurs de niveau moyen)* », In *journal of Sports sciences*, Royaume-uni, 1998, t.7, n°2, p.153-162.
- J Vieille Marchiset G., « *La construction sociale des espaces sportifs ouverts dans la ville. Enjeux politiques et liens sociaux en question* », In *L'homme et la Société*, à paraître.
- J Vieille Marchiset G., Cretin S., *Les ambivalences des sports de rue dans les sociétés surmodernes. Le cas français en question*, In *Loisir et société, Society and leisure*, Québec, 29-2, 2006.
- J Vieille Marchiset G., « *Sports de rue et offres associatives des clubs sportifs. Divergences et perspectives* », In Callède J.P. (dir.), *Le club sportif à l'épreuve de l'économie et des politiques locales*, MSHA-UNCU, 2005.
- J Vulbeau A., « *Les tags, spectres de la jeunesse* », In *Annales de la recherche urbaine*, n°54, 1995.
- J Wacquant L., J.D., « *Corps et âme, notes ethnologiques d'un apprenti boxeur* », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°180, novembre 1989.
- J Wallon H., « *l'acte perceptif et le cinéma* », *revue internationale de filmologie*, t. IV, n°5, avril-juin 1953, p.97-110. Reproduit In *Lecture d'Henri Wallon*, Editions Sociales, Paris, 1976.
- J Walter, C.B. & Swinnen, S. *Adaptive tuning of interlimb attraction to facilitate bimanual decoupling*. In *Journal of Motor Behavior*, 24, 1992, p.95-104.

- J Weber M., « *Parenthèse théorique : le refus religieux du monde, ses orientations et ses degrés* », Enquête, 7, 1992, p.127-172.
- J Wheaton B., « *'Keeping it real': subcultural media and the discourses of authenticity in alternative sport* », In International review for the sociology of sport, Vol 38 n°2, 2003, p.155-176.
- J Woolley H., Johns R., *Skateboarding : « The city as a playground »*, in Journal of urban design, vol 6, n° 2, 2001, p. 211-230.
- J Young A., *Being the alternative in an alternative subculture: gender differences in the experiences of young women and men in skateboarding and snowboarding*, In Avante, Editions Gloucester, Canadian Association For Health, Physical Education, Recreation, Vol 10, n°3, 2004, p. 69-81.

D. Articles de magazines

- J Andrea A., « *Skater la ville, ou comment des jeunes s'approprient le paysage urbain* », in « *Exposition au musée des Arts et traditions populaires* », 1^{er} avril 1998.
- J Duriez I., « *Jeux de planches sur bitume* », in « *Modes de ville. Les skateurs s'approprient l'espace urbain* », L'humanité, Jeudi 17 Juin 1999, p. 19.
- J Guilloux M., *Comment vit-on en France*, in L'Humanité hebdo, 23 février 2003.
- J Jouan E., Skateboard Macadam roulettes, in Phosphore, n°85, 1988, p. 22-26.
- J « *Le consommateur n'est ni global ni local* », LSA, Janvier 2000, p.30.
- J « *Le magnétoscope, un instrument de travail de l'entraîneur contemporain* », In Revue de l'entraîneur, Vol. 3, n°17, Canada, 1980, p.15-23.
- J « *Le skateboard : un sport jeune avec des origines régionales* », Aquitaine sport pour tous, n°58, 1996, p.8.
- J Peralta S. & Biniak B., « *Pool riding symposium* », In *Skateboarder*, vol.3, n°1, Octobre 1976, p.74.
- J Petrella R., « *L'enseignement pris en otage. Cinq pièges tendus à l'éducation* », In *Le monde diplomatique*, 2000, p.6-7.
- J Quéval I., « *Notre fascination pour les champions est profondément ambivalente* », In *Le figaro*, 17 juin 2006.
- J Scheinfeigel M., « *Les lauriers du cinéma* », In *Cinergon* n°15 « *Ou va le cinéma ?* », 2003.
- J Serra I., « *Corporate death burger: Xtreme Games, providence, Rhode Island* », In *Trasher*, Vol. 16, n°11, Novembre 1996.
- J *Sport Première Magazine* n°179, septembre 1998.
- J Stevenson L., « *The father of the skateboard* », In *Brooke, concrete wave*, p.22.
- J Tain F., « *Rip Curl vise la bourse* », in *Sport finance & marketing*, n°71- Jeudi 24 janvier 2002, p.14.
- J « *The story of skateboarding* », *Skateboard!*, n°1, Octobre 1977, p.20.

E. Articles électroniques

- J Andrée O., journaliste pour le magazine Blast, « *La culture des jeunes* », production Arte, 2002.
- J Augustin J.P., « *Surf* », in encyclopédie Universalis 2000.
- J Barber Benjamin, sociologue, in « *La culture des jeunes* », une production Arte, 2002
- J Bouchet P & Meurgey B., « *Tribalité sportive et tourisme-loisir : de nouveaux enjeux marketing à l'échelon local* », in Revue n°2 Novembre 2000, www.infosport.org
- J Bourg J.F., économiste du sport de l'université de Limoges, « *Sport- Economie du sport* », in Encyclopédie Universalis 2000.
- J Héas S., Poutrain V., *Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet*, www.ethnographiques.org, Numéro 4 - novembre 2003 [en ligne]. <http://www.ethnographiques.org/2003/Heas,Poutrain.html> (consulté le 3/10/2006).
- J Jacques-Jouvenot D. & Schepens F., « *Etre à sa place : socio-anthropologie de la reproduction professionnelle* », savoir, travail, organisation, colloque international du laboratoire Printemps, 2004, AIS RC 52, Université de Versailles/ Saint-Quentin-en-Yvelines. http://www.printemps.uvsq.fr/com_jacq.htm
- J Montesissa Alberto, « *Les nouveaux sports sont individuels, émotionnels, et surtout dans la rue* », in Magazine de l'université de Lausanne n°21, octobre 2001. à consulter sur : http://www.unil.ch/spul/allez_savoir/as21/dossier6/index.html.
- J Mignon P., *Français, comment pratiquez-vous le sport ?*, in L'humanité Hebdo 2-3 novembre 2002. p.30.
- J Ohl F, *L'efficacité symbolique de l'authenticité sur les marchés des biens sportifs*, in www.infosport.org, 2000.
- J Pégard Olivier, Équipe « Corps et Culture ». Faculté des Sciences du Sport et de l'Éducation Physique. Université Montpellier I, « *Insolence des pratiques ludiques adolescentes et réponses institutionnelles. Un affrontement ritualisé.* » in <http://www.revues.org/corpsetculture/numero4/article3.html>.
- J Pinet Catherine, « *Surfez sur le portail de la glisse* », in le journal du Net, Mercredi 26 Avril 2000.
- J Pociello C, *Le sport entre mesure et démesure*, in www.infosport.org.
- J Pociello C., « *La culture sportive : pratiques, mythes, représentations* », encyclopédie Universalis 2000.

- J Schepens F, «Être à sa place : socio-anthropologie de la transmission des savoirs forestiers», In Ruralia, 2005. Disponible sur : <http://ruralia.revues.org/document1096.html>.
- J Soulé B., Corneloup J., « Jeunes et prises de risque sportives. Vers une approche sociologique contextualisée », Corps et Culture [En ligne], I - Thématiques : Formes du lien, mis en ligne le : 20 décembre 2004, Disponible sur : <http://corpsetculture.revues.org/document471.html>.
- J Stat Info, Jeunesse et sports, « La France sportive, résultats de l'enquête : pratiques sportives 2000 », n°01-01 Mars 2001.
- J Tribou G, *Le marché des articles de sport*, in www.infosport.org, 2000.

IX. Index

A

apprentissage..17, 18, 23, 25, 30, 31, 32, 44, 45, 46,
47, 55, 57, 65, 110, 139, 146, 162, 167, 169,
181, 189, 193, 194, 195, 196, 199, 200, 201,
205, 218, 219, 221, 223, 224, 225, 226, 227,
228, 229, 239, 241, 242, 261, 264, 265, 266,
270, 282, 311, 328, 331, 332, 333, 335, 339,
350, 351, 355, 362, 364, 377, 380, 423, 431,
441, 444

B

Becker ..10, 34, 45, 47, 50, 113, 114, 122, 144, 162,
199, 224, 272, 347, 450
Bourdieu..... 193, 201

C

capital.....156, 158, 160, 202, 220
communication..... 13, 14, 15, 17, 25, 27, 28, 29, 30,
31, 32, 34, 35, 38, 41, 43, 50, 51, 55, 57, 79, 97,
103, 104, 105, 109, 140, 160, 162, 194, 208,
221, 224, 225, 229, 230, 234, 254, 261, 271,
277, 298, 306, 310, 326, 329, 335, 338, 340,
342, 346, 348, 352, 353, 358, 409, 463, 497
Communication..... 513
contest29, 52, 62, 202, 207, 208, 209, 210, 323,
324, 393, 398, 399, 402, 406, 427, 430, 444,
456, 457
cosmopolite 327, 330
culture 8, 9, 10, 11, 60, 75, 201, 202, 247, 260, 264,
273, 310

D

Debray..... 19, 271, 287, 288
déviance10, 29, 34, 36, 47, 111, 114, 122, 131, 162,
189, 199, 224, 256, 260, 340, 347, 497
Durkheim 59

E

expérience8, 12, 48, 59, 151, 196, 197, 212, 265,
267, 270, 272, 282, 315, 329, 330, 331, 333,
334, 335, 336, 348, 349, 361, 388, 439, 441,
444, 495, 513
expert23, 24, 145, 168, 194, 195, 196, 222, 229,
265, 328

F

famille59, 87, 89, 109, 114, 119, 128, 131, 138,
144, 158, 163, 190, 197, 200, 209, 220, 221,
222, 223, 257, 261, 361, 377, 379, 383, 394,
408, 423, 439, 447

G

génération...8, 11, 12, 20, 21, 30, 93, 109, 121, 134,
146, 197, 275, 305, 351, 356, 382, 384, 447, 450
graffitis 247, 256
groupe 10, 13, 19, 20, 23, 31, 32, 37, 38, 42, 64, 77,
78, 100, 103, 108, 110, 113, 115, 121, 122, 123,

127, 128, 131, 144, 145, 152, 163, 164, 174,
176, 177, 180, 182, 183, 189, 198, 199, 200,
201, 202, 203, 204, 205, 206, 215, 223, 262,
267, 273, 274, 285, 293, 295, 315, 327, 329,
332, 333, 334, 335, 336, 338, 339, 377, 378,
384, 417, 419, 423, 431, 432, 441, 443, 447,
448, 449, 450

H

héritiers22, 163, 205

I

interaction 14, 15, 23, 24, 27, 29, 31, 49, 57, 131,
162, 163, 168, 190, 193, 200, 205, 206, 213,
223, 227, 246, 267, 307, 328, 335, 336, 342, 377
Internet13, 26, 27, 31, 38, 39, 40, 54, 55, 57, 67, 73,
79, 99, 101, 108, 138, 186, 207, 210, 213, 217,
220, 224, 225, 226, 228, 229, 230, 231, 232,
233, 235, 236, 237, 261, 266, 275, 282, 283,
287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 296, 299,
300, 301, 302, 303, 305, 306, 310, 311, 312,
313, 314, 315, 316, 319, 321, 322, 323, 325,
326, 338, 340, 341, 342, 354, 355, 356, 361,
362, 366, 372, 377, 378, 392, 395, 399, 400,
417, 431, 441, 451, 453, 455, 464, 497

J

Jacques-Jouvenot9, 22, 132, 144, 205, 350, 360,
361, 366

L

langage14, 24, 27, 40, 109, 110, 111, 112, 113, 114,
131, 133, 140, 155, 160, 170, 193, 196, 242,
291, 305, 307, 334, 339, 400, 451
lieux ...14, 17, 18, 19, 23, 24, 25, 31, 37, 42, 43, 47,
48, 49, 52, 53, 59, 60, 64, 65, 70, 78, 82, 86, 99,
103, 109, 112, 113, 117, 118, 119, 137, 139,
140, 150, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169,
170, 171, 172, 175, 179, 186, 188, 189, 190,
191, 193, 197, 198, 200, 201, 203, 207, 213,
218, 219, 223, 249, 250, 252, 256, 262, 275,
278, 285, 296, 307, 313, 326, 331, 335, 336,
338, 339, 340, 341, 346, 372, 377, 378, 379,
410, 423, 443, 445, 446, 448, 455, 490, 497, 506
Loret.....9, 11, 13, 59, 60, 119, 202

N

Nouvelles technologies de l'information et de la
communication.....1, 374, 513
NTIC..... 14, 15, 162, 206, 221, 224, 226, 228, 327,
329, 336, 342, 377, 513

O

Ohl 103

P

publicité ...53, 54, 98, 128, 214, 225, 240, 241, 251,
253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 479, 480,

482, 483, 487, 489, 491, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 503, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512	
R	
rébellion 12, 20, 54, 68, 102, 103, 108, 109, 111, 121, 131, 258, 296, 483	
réseau 14, 37, 40, 144, 152, 200, 203, 221, 232, 234, 236, 285, 287, 289, 295, 296, 310, 315, 406, 441, 451	
risque.. 9, 11, 20, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 150, 151, 155, 165, 207, 251, 256, 257, 258, 260, 279, 281, 296, 297, 338, 347, 351, 352, 359, 361, 364, 367, 461	
	S
	socialisation ... 19, 20, 107, 110, 111, 131, 191, 199, 200, 201, 206, 219, 223, 335, 336, 338, 339, 346, 349, 350, 359, 360
	Surmodernité..... 513
	T
	transmission 9, 34, 161, 162, 167, 168, 193, 197, 287, 310
	V
	Vieille-Marchiset 166

X. Glossaire

Termes	Explications
Contest	Compétition de skate organisée par des privés non affiliés à une Fédération et donc ne comptant pas pour des championnats officiels. En général les organisateurs sont des clubs, fabricants de vêtements ou d'équipements, & et des distributeurs.
Ollie	Mouvement de base du skate, il a été pour la première fois réalisé par Allan Gelfand en 1978. Son surnom était « Ollie » et on a donc donné son surnom au mouvement qu'il avait effectué. Cette figure consiste à élever sa planche en tapant avec son pied arrière sur le tail de la planche et en faisant un mouvement de U avec son pied avant situé sur le nose
Gap	Gros saut
Truck	Pièce directrice placée sous le skateboard
Skatepark	Park délimité et aménagé de modules permettant de pratiquer le skateboard.
Webmaster	Personne créant ou mettant à jour des sites Internet
Divx	Format audio-visuel permettant de compresser des films DVD sur un CD
Slide	Dérapiage
Session	Regroupement de pratiquants faisant une séance ensemble
Goofy	Pied droit à l'avant
Regular	Pied gauche à l'avant
Wall ride	Rouler contre un mur
Coping	Tube cylindrique placé à l'extrémité des rampes
Grind	Figure faisant frotter Pièce directrice arrière placée sous le skateboard sur le coping
Team	Equipe de skateurs amateurs ou professionnels (lorsqu'ils sont professionnels, la <i>team</i> symbolise les skateurs étant sponsorisés par la même marque)
Run	Moment de skate ininterrompu où le skateur enchaîne en général plusieurs figures
Road trip	Faire un voyage en découvrant de nouveaux lieux. En général se fait à plusieurs. Rappel le mythe des serveurs partant en « Van » découvrir de nouvelles vagues

Tricks	Figure
spot	Endroit skatable : place, trottoir, obstacle
freestyle	Style libre
Fakie	Rouler en arrière
Tail	Arrière du skate
Nose	Avant du skate
Shape	Forme de la planche
Grip ou Griptape	Antidérapant autocollant placé sur le dessus de la planche
Street style	Pratiquer le skate dans la rue
Rampe	Infrastructure dont la forme est un U
Pipeline	Grosse canalisation cylindrique (2 à 4 mètres) dans laquelle les skateurs pratiquent
Bank	Tremplin de bois destiné aux sauts
Skateshop	Magasin de skate
Wax	Cire utilisée par les skateurs pour mieux glisser

XI. Annexes

A. Les entretiens

Grille d'entretien des skateurs

L'objectif à travers cet entretien est de reconstituer votre apprentissage du skateboard, et de comprendre de quelles façons vous avez été sensibilisé à cette activité (copains, presse, t.v, interactions), et par quels réseaux vous avez été informé des valeurs et des techniques de cette activité.

1. La pratique :

Depuis quel âge pratiques-tu ?

Comment as-tu connu le skateboard ? Peux-tu me raconter de quelle façon tu as été sensibilisé à cette activité ? Qui t'a donné l'envie ? Était-ce des copains de classe, des amis d'enfance, des personnes rencontrées sur le skatepark, de la famille, des médias ?

Des personnes t'ont-elles appris les techniques ? Comment apprends-tu de nouvelles techniques ?

As-tu à ton tour, donner le goût à d'autres de pratiquer ?

Quels autres sports de glisse pratiques-tu ou as-tu pratiqué ?

2. Les modalités de pratique

As-tu été inscrit ou es-tu inscrit dans un club pour pratiquer ?

Dans quels lieux pratiques-tu principalement ? Combien de fois par semaine pratiques-tu ?

Avec qui pratiques-tu ? Comment les as-tu rencontré ? Quels sont les critères pour être intégré dans ce groupe ? Quelle est ta place dans ce groupe (niveau, âge, temps de pratique) ?

3. Les valeurs de la glisse et du skate

Quels individus incarnent selon toi le mieux l'esprit du skate et de la glisse ?

Quelles valeurs associes-tu au skateboard ?

Les marques sponsorisant les skateurs véhiculent-elles les valeurs du skate selon toi ? As-tu vu un changement dans cette activité depuis l'augmentation du secteur commercial ? Est-il bon ou néfaste selon toi ?

4. Les NTIC

Essaies-tu de te documenter sur le skate (revues, Vidéos, livres, Internet) ?

Comment te procures-tu ces magazines et revues ? (bureaux de tabac, commandes par Internet, amis, magasins).

Sont-ce des médias français ?

Apprends-tu des choses sur ces supports ? Si oui quoi : des techniques, des expressions, des lieux, des noms de professionnels ? Trouves-tu des informations utiles pour pratiquer ?

Avant de pratiquer, achetais-tu des revues sur le skate ?

Comprends-tu les explications dans les revues ? Parles-tu anglais ?

Les vidéos :

Combien de vidéos de skate possèdes-tu ? Combien de vidéos as-tu déjà vu ? Combien de fois par mois regardes-tu ces vidéos ? (0 ; 1 à 4 ; 5 à 9 ; 10 à 15 ; 15 à 20 ; plus de 20 fois)

Combien de temps de visionnage cela représente par mois ?

Que recherches-tu dans ces vidéos ? (Techniques/figures ; lieux de pratiques ; informations sur les *pros* ; musique)

Echanges-tu des vidéos avec des amis ?

D'où viennent ces vidéos ? Combien de vidéos as-tu déjà téléchargées, prêtées ou données, achetées ou louées ?

Internet :

Utilises-tu Internet pour te documenter, pour apprendre des figures ?

Peux-tu me montrer ou me dire les sites que tu utilises ?

A quel moment de la journée utilises-tu Internet ?

Es-tu seul ou êtes-vous en groupe ?

Fais-tu du *chat* avec d'autres skateurs ? Parlez-vous de skate ?

As-tu un blog ou un site perso ? As-tu déjà posté des commentaires sur des forums de skate ?

5. Emploi du temps

Peux-tu me dire comment s'organise ta semaine : les vidéos (temps passé devant & nombre de fois), la pratique, les RDV avec tes copains skateurs, le chat, Internet.

6. Les magasins

Où achètes-tu ton équipement ?

Comment as-tu choisi ce lieu ?

Les skateshops ont-ils selon toi un rôle dans la diffusion des valeurs et des techniques du skateboard ?

7. Les compétitions/ contests

Pratiques-tu des compétitions ?

Penses-tu que les compétitions reflètent l'esprit du skateboard ?

T'intéresses-tu aux résultats des compétitions ? De quelle manière t'informes-tu des résultats ?

8. Les équipements

Selon toi les équipements sont-ils suffisants sur Besançon ? Que manque-t-il selon toi ?

Passes-tu du temps sur ces infrastructures ?

Skates-tu dans d'autres skateparks ? Si oui pourquoi changes-tu de lieux (est-ce pour voir d'autres skateurs ?)

Est-ce selon toi un lieu pour voir des techniques que tu ne connais pas ?

9. Le cadre familial

Tes parents étaient-ils favorables à la pratique du skateboard ? Sont-ce des parents « souples » ?

Ont-ils pratiqué des sports de glisse ? Des sports en club ? Des sports en général ? (Demander également si des grands-parents, oncles, tantes, frères, sœurs sont des sportifs)

Ont-ils participé à des associations de type culturel ou sportif ? Avaient-ils un rôle actif ? Se sont-ils investis dans des causes politiques ou sociales ?

T'ont-ils aidé à pratiquer ? (Achat de l'équipement, déplacement sur les lieux de pratiques, abonnement à des revues)

D'autres personnes de ta famille t'ont-elles incité à pratiquer des sports de glisse ?

10. Renseignements personnels

Quel est ton âge ?

Ta profession ?

Ton niveau d'étude ?

Ton lieu d'habitation ? Rural, urbain, périurbain

La profession de tes parents ? Sont-ils allés à l'université ? Leur âge ?

Pratiques-tu d'autres sports ?

Exemples d'entretiens de skateurs interrogés en face-à-face

Guillaume, 27 ans, Skateur

€ **S : Quels sports de glisse pratiques-tu ou as-tu pratiqué ?**

G : Je pratique le snowboard, surf des mers et skateboard. Skateboard depuis 14 ans, le surf des mers depuis 9 ans, le snowboard depuis 10-11 ans, et puis un peu de bodyboard et de planche à voile .

€ **S : Comment as-tu connu ces activités ?**

G : En fait quand je suis arrivé sur Besançon, que j'étais petit, mon voisin avait un petit skateboard en bois, et tout de suite j'ai accroché, tout le temps je lui demandais pour lui emprunter, et puis moi au début, je ne connaissais rien à la pratique puisqu'en 89-90 il y avait des magazines mais je ne les connaissais pas. Donc au début on se mettait allongé sur nos planches, et puis on descendait les rues. Après j'ai eu une board à moi, et puis on a commencé à en faire de plus en plus.

Découverte du skate grâce à son voisin à Saint Ferjeux

€ **S : Tu habitais où ?**

G : J'habitais à l'époque à Saint-Ferjeux. Mais à Besançon ça s'est développé comme ça : il y a eu des skateurs à Planoise, des skateurs à Saint-Ferjeux et au centre-ville, au centre-ville on va retrouver ceux qui ont le plus influencé Besançon sur la pratique, parce qu'au square Saint-Amour on se réunissait et on avait les meilleurs bisontins qui étaient là. Alors on voyait quand on ne connaissait pas la pratique qu'ils arrivaient à sauter avec leur planche, on se disait qu'il y avait quelque chose, et que le skate c'est pas fermé, il y a des endroits où on peut faire des figures.

Rencontre des skateurs du centre ville, qui lui ont montré les figures

€ **S : Comment as-tu connu les pratiquants en ville ?**

G : En fait à Saint-Ferjeux on était deux ou trois, et on a commencé à aller au centre-ville, parce qu'on a vu qu'au square Saint-Amour il y avait des skateurs et à force de descendre on a créé des liens. Entre pratiquants du même niveau ou un peu près du même, quand on est jeune c'est assez facile pour parler, pour se rencontrer, le contact était facile. Et puis voilà on a commencé à parler de la pratique, à lire les bouquins, à voir les figures et puis à s'entraîner, parce qu'en fait même si on se réunissait entre copains au square Saint-Amour, parce que c'était vraiment le point de rendez-vous, mais c'était vraiment sérieux, on roulait pendant des heures sur nos planches quitte à nous lacérer les tibias à rentrer avec des bleus, c'était vraiment de l'entraînement.

A force de skater, ils ont créé des liens

Découverte des figures dans les magazines et entraînements dans le square Saint-Amour.

€ **S : Par les autres tu as réussi à progresser ?**

G : Oui, en fait à force de voir les autres et à force d'entraînement, d'apprentissage, en ayant les automatismes, on réussissait à progresser, c'est-à-dire à rentrer les figures, genre le olly air, toute la journée on tapait sur notre planche pour la faire monter, et puis qu'elle colle à notre pied, et petit à petit il y a d'autres figures qui s'enchaînaient, le olly flip, glisser avec la

Progression grâce à l'imitation des autres pratiquants, des vidéos, des magazines, et à l'entraînement

planche sous les rails. C'est en voyant les autres pratiquer, les vidéos, les magazines, et puis surtout avec beaucoup d'entraînement parce qu'il faut y passer énormément de temps, quitte à sécher les cours !

€ **S : Les magazines et les vidéos ont beaucoup apporté ?**

G : Oui, beaucoup parce qu'à l'époque, entre 89 et 95, il y a eu à Besançon la nuit de la glisse, qui se passait au Kursall, et le gros boum aussi, c'est quand on a vu les vidéos américaines, genre Street on fire, de Santa Cruz, Santa Cruz c'est une marque de skate, c'est eux qui ont fait cette vidéo, et puis on vu les ricains en faire, et puis c'était magique, il y avait vraiment une différence, déjà en rampe ils faisaient des trucs incroyables, ils arrivaient sur une borne de pompier, ils montaient dessus, ils tournaient, et puis ils descendaient les rues de San Francisco à fond. On voyait vraiment qu'il y avait une culture, c'est pas seulement un sport, c'est un mode de vie, une culture, une façon de penser, une façon de skater dans l'environnement de la ville, d'utiliser tout ce qui est trottoir, rail, mobilier urbain, de prendre des rails et de glisser sur des trucs, c'est les parties en acier sous la planche qui tiennent les roues, glisser sur des trottoirs qui ont une matière qui permet de glisser, prendre des rambardes d'escalier. Tout ça c'est vachement important, parce que c'est des figures de skate, le but c'est de les rentrer, tout ça c'est des figures où tu peux travailler sur le mobilier urbain.

€ **S : Et tu crois que cela a influencé ensuite la construction des équipements, comme le skate park ?**

G : Oui après tout ça, c'est les constructeurs qui ont vite vu que le skate ça se faisait sur des plans inclinés, des rampes. Il faut dire à la base que le skate, ça vient du surf des mers, au début en Californie dans les années 60, il y avait que des parcs en béton avec des bosses, les mecs ils avaient encore les cheveux longs, tout bronzés, tout tatoués, et ils s'amusaient à prendre ces courbes, et puis à faire comme en surf sur une vague, comme les longboards, il y avait des concours de vitesse, et puis vraiment c'était dans le style surf, alors les pratiquants ils adaptaient à la pratique, en fonction de la technique. Maintenant c'est devenu un sport très technique, on est allé à Lausanne au mois de juillet 2002 parce qu'il y a le grand prix de Lausanne, il y a tous les pros américains, et ils ont fait un park qui est adapté aux techniques d'aujourd'hui, c'est-à-dire des petits trottoirs, des plans inclinés, très très radical, mais en fait c'était des trucs de fou, c'était énorme, c'était une patinoire, et puis il y avait un plan incliné et au dessus de ça, il y avait une grosse borne en acier de 1 mètre, et les ricains ils arrivaient à enchaîner des figures incroyables, un pote qui bossait la bas, et qui est aller le jour du démontage du matériel, il a dit c'est impossible, enfin moi à mon niveau je peux rien faire, c'est trop trop dur, les mecs sont vraiment très forts. Les mecs ils passaient tout, c'est con j'aurais du t'emmener un transworld, il y avait des photos. (Pause de quelques minutes)

Progression grâce à l'apparition des vidéos américaines, et du modèle de skate Californien

Ces vidéos ont modifié la pratique et la technique, notamment en montrant de nouvelles figures

Les revues transmettent aussi ces modèles en relatant les compétitions

Su tu vas au square Saint- Amour aujourd'hui, il y a des barrières vertes c'est à cause de nous, au centre Saint- Pierre c'est pareil, il grillent les spots, par exemple à Montpellier, une ville au niveau du skate qui est incroyable, parce qu'il y a beaucoup de monde qui skate et beaucoup de filles, à Montpellier tout est grillé. Bordeaux, il y a quasiment rien, mais tu sais les skateurs dès qu'un spot est grillé ils cherchent d'autres spots. Comme tu vois au mois de septembre on est allé là où se construit la nouvelle fac de médecine à Minjoz et on est allé skater dans les trucs en construction, on est allé voir s'il y avait moyen de trouver des trucs, effectivement on a vu des petits trucs à skater, on a un peu marqué notre territoire en marquant les murs, tu vois il y a vachement de symbolique dans le skate, quand on va dans un nouvel endroit on est obligé de le baptiser.

€ **S : Où pratiques-tu principalement ?**

G : Maintenant je fais beaucoup de park, surtout à Dijon, c'est une salle chauffée, il y a une rampe, des plans inclinés, une piste circulaire pour les rollers, c'est pas mal.

€ **S : Avec qui pratiques-tu ?**

G : En général avec des potes de mon âge, un qui a 29 ans, l'autre qui a 25-26 ans, et puis d'autres plus jeunes, ils sont plus forts que moi, parce qu'ils viennent de la nouvelle génération, nous quand on est arrivé on n'avait pas les figures, alors que eux ils connaissent déjà toutes les figures de base.

€ **S : Comment les as-tu rencontré ?**

G : À force de les voir sur les skateparks et voir leurs progressions on a sympathisé.

€ **S : A combien pratiquez-vous ?**

G : 3 ou 4, c'est plus les réunions des années 90 au square Saint-Amour ou on était 15, il y avait des boards qui volaient partout.

€ **S : Tes parents étaient favorables à cette pratique ?**

G : Ouais, ouais.

€ **S : Tes parents ont pratiqué des sports de glisse ?**

G : Non, non !

€ **S : Et des sports en général ?**

G : oui, mon père a pratiqué du foot et du vélo, ma mère de la marche à pied.

€ **S : Et toi tu as fait du sport dans un club ?**

G : Oui, j'ai fait du tennis, du judo, du foot aux Rosemont, et pendant les vacances du tir à l'arc, kayak, j'ai fait beaucoup de sport avant de faire du skate.

€ **S : Comment expliques-tu ton goût pour le skate ?**

G : C'est pour l'ambiance, la compétitivité, toujours progresser, et puis faire des trucs dangereux, sauter des plus grosses marches.

€ **S : Les chutes ne t'ont jamais découragé ?**

G : Avant non, mais maintenant ça fait de plus en plus mal, j'ai de plus en plus de mal à récupérer, tu vois j'ai une barre dans la jambe, je me suis cassé le poignet il y a deux ans pendant une exhibition alors maintenant je suis un plus sur mes gardes,

Les politiques municipales empêchent ces sports de se développer en supprimant le mobilier urbain pouvant être détourné par les skateurs

Recherche de nouveaux lieux pour skater. Marquage du territoire grâce à des tags

La pratique se fait en groupe (3 ou 4), avec des amis de niveaux presque équivalents

Ses parents n'ont jamais pratiqué, mais ils n'étaient pas opposés à l'activité

Avant de faire du skate, Guillaume a pratiqué de nombreux sports en club

Avec l'âge, il devient difficile de pratiquer, car les chutes sont souvent graves. C'est la détermination qui maintient la pratique

quoiqu'en skate plus on a peur plus on prend ces distances, plus on se fait mal, c'est un sport qui montre aussi comment tu es déterminé, comment tu es confiant, si tu crois pas en toi tu vas pas en faire longtemps.

€ **S : Et tu penses que c'est l'âge qui fait arrêter à un moment donné le skate ?**

G : Je ne sais pas, il y a beaucoup de facteurs, il y a en a qui font une croix définitive dessus, qui vont avoir une vie de famille, qui vont avoir un enfant, tout dépend le contexte social de la personne et puis par rapport à son emploi.

€ **S : Tu crois que ces sports sont donc destinés essentiellement à la jeunesse ?**

G : Oui, oui, en plus tu vois dans les autres sports, on s'échauffe avant, nous souvent on n'en faisait pas, maintenant les skateurs ils s'étirent avant, ils font des échauffements tout doucement, alors que nous on démarrait tout de suite, et ce n'est pas bon pour le corps.

€ **S : Tu en as vu beaucoup qui se sont fait mal ?**

G : De toute façon à chaque fois qu'on skate on tombe, après il faut voir les blessures, moi j'ai vu des trucs pas très beaux, un pote qui s'est cassé les deux coudes devant moi, des chevilles énormes.

€ **S : A ton tour as-tu donné le goût à des jeunes de pratiquer ?**

G : Oui je pense parce qu'avec mes potes on est vachement ouverts et quand on voit un jeune skateur on lui demande s'il veut des renseignements, et quand ils nous regardent skater, ils sont motivés.

€ **S : Fais-tu partie de l'ASEB (association des sports extrêmes bisontins) ?**

G : Plus c'est année, parce que je ne savais pas ce que j'allais faire, mais l'année dernière j'y étais.

€ **S : C'est un peu paradoxal de voir que vous pratiquez désormais dans une association, non ?**

G : Non, il y a toujours eu des associations, mais plus ou moins bien gérées, et puis ça se cassait la gueule, là pendant 3, 4 années il y a eu un creux, il n'y a plus eu trop d'assoc, à l'époque il y a avait un magasin place du marché, c'était Swicht, et il y avait une association, c'était ABS (association Besançon skate) dont j'étais le secrétaire, le président et le trésorier c'était Patrick, le gérant du magasin, après il y a eu un creux, maintenant c'est l'ASEB qui a beaucoup de roller, alors ils se bougent beaucoup pour eux, il doivent être 80 licenciés.

€ **S : Quel est l'intérêt de cette association ?**

G : C'est de faire valoir les sports de glisse, en priorité maintenant le roller sur Besançon, l'année dernière ils ont organisé beaucoup de virées le mercredi et le vendredi, aussi pour le téléthon.

€ **S : Le but de cette association est donc d'organiser la pratique ?**

L'entrée dans la vie active est une des causes de l'abandon de la pratique

Le risque est omniprésent dans la pratique

Les skateurs expérimentés jouent un rôle sur les jeunes skateurs, notamment en les conseillant et en créant des associations pour le développement de leur sport

G : Oui et des coups on a eu des réunions pour bouger dehors, partir en groupe, comme en Suisse, des courses de descente. L'année dernière on était que trois skateurs, et on a demandé aux autres pourquoi ils ne voulaient pas venir, la raison est qu'ils ne voulaient pas donner de l'argent pour rien, parce que eux ils ont connu beaucoup d'assoc ou rien ne s'est passé, alors eux ce qu'ils veulent c'est avoir un skatepark et puis après bouger, mais c'est pas très compatible.

Les skateurs sont réticents face aux associations, notamment à cause du manque d'initiative

€ **S : Et tu penses que si un skatepark était créé par une assoc avec une cotisation tous les mois, ça pourrait marcher ?**

G : Oui, oui, je pense, mais il faudrait que quelqu'un s'occupe de ça, comme tu vois, à Dijon les personnes qui s'occupent du skatepark, c'est des personnes de la ville, donc ils ne connaissent pas la pratique mais ils font leur boulot, tu ne payes pas, tu ne rentres pas, c'est un des moyens qu'il faudrait trouver sur Besançon, mais au niveau des budgets ça coince. Nous maintenant on va à Dijon, on est adulte et autonome, des fois on amène les plus jeunes, par contre les petits de 10-15 ans ceux là on ne les connaît pas.

€ **S : As-tu beaucoup voyagé pour découvrir d'autres skateparks, voir même à l'étranger ?**

G : A l'étranger moi pas trop, mais quand j'étais jeune je partais en vacances avec mes parents et au Cap d'Agde je rencontrais des skateurs parce qu'il y a un skatepark, sinon, on a voyagé vers l'âge de 19 ans à Bâle, à Lausanne, en Allemagne, à Stuttgart, à Dijon.

Avec ses amis, Guillaume a un peu voyagé pour découvrir d'autres skateparks

Les valeurs de sports de glisse :

€ **S : Qui incarne selon toi le mieux l'esprit de ces sports ?**

G : C'est pas ceux que l'on a vu aux nuits de la glisse cette année, ils ne sont pas assez bons, c'est vraiment le haut niveau, ils incarnent l'esprit, et puis la façon de parler et de se comporter, genre Bam Margera, c'est un mec de la nouvelle génération, mais il fait des conneries genre Jack Kass sur MTV, c'est un fou, sinon Tony Hawks, c'est la crème, autrement sur Besançon, il y a eu Patrick Nuss, hyper connu sur Besançon qui a eu un super niveau en skate, donc lui il est porteur de cet esprit, et quand il vient au square skater, dès qu'il skatait à fond, tout le monde s'asseyait pour le regarder, il est porteur d'une espèce d'aura.

L'esprit de la glisse est incarné par le haut niveau, en particulier par ceux qui n'ont pas de limites. (Jack kass)

€ **S : Comment expliques-tu qu'il a un tel niveau ?**

G : Déjà il est hyper résistant, hyper souple, c'est un vrai chat, et en skate il est vraiment très très bon, même encore aujourd'hui, à Dijon il a fait des figures que les autres skateurs ne font pas, et les skateurs au bout de 10 minutes, ils ont compris. En fait, il a arrêté quelques années, parce qu'il voyage beaucoup mais dès qu'il a repris et il a retrouvé tout son niveau, il a toujours les pieds placés au bon endroit, les figures nickelées, tu vois il peut sauter ton meuble (environ 80 cm) !

€ **S : Tu penses que ce qui est véhiculé par les revues et les vidéos incarnent l'esprit de la glisse ?**

G : Ouais, ouais, je pense parce que les vidéos professionnelles c'est chaud, maintenant les mecs ils voient une vidéo ils vont essayer de faire pareil, l'évolution du snowboard aussi, tu vois avant c'était que du 360°, du 540°, maintenant ça part en désaxé, en vrille, je pense que chaque sport de glisse a son évolution technique liée au matériel, et puis aux pratiquants qui font évoluer le sport, rien que la retransmission des X-Games à la télé, ça a fait évoluer les sports de glisse à une puissance folle, la nuit de la glisse aussi, tu vois aux Etats-Unis il y a une chaîne qui ne passe que ça (EXTRÊME TV), tu vois rien que le surf avec Kelly Slater, 6 fois champion du monde, il est incroyable, moi je l'ai vu à Hossegor, à la Gravière, planter un canard dans une vague de 3 mètres, et puis il arrivait à prendre les vagues dans l'autre sens, tu vois il est régular, et il partait en goofy, les mecs c'est vraiment du haut niveau, c'est vraiment des sportifs, le surf il y en a vraiment qui ont marqué la mémoire, Jeff Hakmann, à 11 ans il surfait Sunset, c'est une vague de 10 mètres, tous des mecs, c'est des monstres, c'est grave, c'est un peu des surhommes. Il y a des *pros* qui sont restés sur Hossegor. (Pause téléphone)

Les jeunes s'inspirent énormément des vidéos professionnelles et des magazines, cela fait évoluer la pratique

€ **S : Avant de pratiquer tu achetais des revues ?**

G : Avant non, c'est quand j'ai commencé le skate que j'en ai acheté

€ **S : Et les marques tu penses qu'elles ont un rôle dans le développement ?**

G : Oui, oui, les marques faites par des grosses sociétés américaines en général c'est des skateurs, les pures marques c'est vraiment les skateurs qui font vendre le matos, qui mettent leur nom sur les chaussures, ils utilisent leur image, en général c'est des sports assez chers, surtout les fringues c'est abusé. Déjà pour les enfants quand ils veulent s'y mettre, ce n'est pas cool pour les parents qui doivent dépenser des sommes immenses.

Les professionnels sont des prescripteurs, ils font vendre les marques

€ **S : Et les vêtements ont de l'importance pour la pratique ?**

G : Oui, ça montre ton appartenance, même si on ne pratique pas et qu'on est habillé en baggie avec telle marque, on se dit lui il aime ça, il a l'esprit, pour les jeunes je parle, parce que après tu t'en fous un peu. Tu vois il y a beaucoup de gens qui ne pratiquent pas mais qui portent vachement de marques de skate. On en discutait avec Patou, il me disait : tu te rappelle il y a dix ans quand on voyait quelqu'un habillé comme un skateur tu pouvais être sûr qu'il skatait. Maintenant tout le monde s'habille comme ça, c'est devenu une mode.

Le look permet de signifier ses valeurs et son appartenance au skate, aux autres

€ **S : Tu trouves que les marques qui sponsorisent les jeunes ont les valeurs de la glisse ou c'est un phénomène commercial ?**

G : Il y a des problèmes liés aux marques, tu vois des fois il y a des skateurs qui ne veulent plus skater pour une marque parce

qu'ils n'aiment plus la mentalité, je ne sais pas où sont les vrais valeurs, je ne sais pas si on peut les lier à nos valeurs. Tu vois Quiksilver c'est la multinationale cotée en bourse, alors que Volkom c'est plus ciblé, les marques apportent le style si elles sont plus trash. Et puis aussi la T.V. les présentateurs qui mettent des marques, il y a avait à « Nulle Par Ailleurs » le présentateur qui mettait des trucs de glisse, des trucs *Volkom*.

€ **S : Tu penses que la culture médiatique a pu influencer les valeurs ?**

G : Oui peut-être, surtout l'état d'esprit, on porte souvent une seule marque parce qu'on sait qu'elle est fidèle au skate, tu vois je ne pense pas qu'un skateur va porter une marque de roller ou de BMX, et vice versa.

Les magasins

€ **S : Où achètes-tu ton équipement ?**

G : Souvent à des potes qui me revendent des trucs, parce que c'est assez cher, et eux ils ont des bons trucs, sinon le dernier truc que j'ai acheté c'est des t-shirt à Hossegor pendant les soldes, sinon ça fait longtemps que je n'ai pas acheté un truc dans des skateshops parce que c'est cher

€ **S : Tu crois que les magasins ont un rôle à jouer dans le développement de la pratique ?**

G : Oui je pense de par ce qu'ils ont en magasin, et puis comment ils reçoivent le public, ils reçoivent les skateurs, des fois c'est le lieu de rendez-vous, et puis on va voir ce qu'ils ont de nouveau. Nous on n'a pas besoin de conseil, par contre ceux qui arrivent ont besoin de conseils, il ne faut pas acheter n'importe quoi, il faut que ça soit adapté.

Les skateshops sont un lieu de rendez-vous pour les pratiquants, de plus ils conseillent les pratiquants dans l'achat de leur équipement.

Les compétitions :

€ **S : Comment as-tu eu envie de faire des compétitions ?**

G : J'en ai fait, mais je ne sais pas si je suis un compétiteur, ça m'a plus, mais le fait de ne pas en avoir assez fait, ça ne m'a pas donné l'envie de continuer, j'aurais du commencé plus tôt, à 16 ans, j'avais un bon niveau de pratique et j'aurais du me lancer dans la compétition, mais moi je voulais être tranquille, rentrer les figures qui m'intéressaient.

€ **S : Tu t'intéresses aux résultats des compétitions ?**

G : Pas trop non, je ne suis pas les championnats de France les trucs comme ça, j'achète de temps en temps les transworlds, tous les 3-4 mois, là je vais acheter le dernier parce que c'est le 20^{ème} anniversaire de transworld et il y a des supers photos, après je lis les compétitions qu'il y a eu. Je t'emmènerai une super vidéo de skate qui s'appelle Modus Operandi, c'est une vidéo faite par transworld qu'est super génial, c'est tous les meilleurs skateurs du moment et tu vas vraiment voir les marques, ceux qui font les modes vestimentaires, l'état d'esprit, et la vidéo est super jolie.

Guillaume ne s'intéresse pas trop aux résultats des compétitions, il se documente sur la revue transworld quelquefois pour connaître les meilleurs skateurs

L'équipement :

€ **S : L'équipement est-il selon toi suffisant sur Besançon ?**

G : Non, moi j'ai toujours dit de faire un truc couvert sur Besançon parce que avec le temps qu'on a, moi je l'aurais vu aux Près de Vaux, en tout cas près de la ville, avant il y en avait à Planoise, on se faisait jeter des pierres dessus, ils n'ont pas réfléchi, ils pensaient que c'était pour les quartiers comme le basket, alors que le skate il faut avoir un bon niveau social pour s'acheter des Boards et tout ça. (Téléphone)

g : Tiens regardes ce qu'on a fait l'année dernière, on a organisé le concours Best Trick à Micropolis pendant les fêtes de Noël, avant Noël, on a réussi à avoir de modules, nous on s'occupait de trouver des sponsors, et on a organisé le skatepark, on a fait venir Lallemand, il est super doué en roller, il a fait les X-games, c'est un international, on l'avait payé pour qu'il fasse une démo, ça a bien marché, on a fait une remise de prix, Manu de Slide Box nous a filé 5000 francs de matos pour donner aux compétiteurs. Il y avait tout : skate, BMX et roller, ils avaient une heure chacun, et ce qu'il y a de bien, c'est que lorsque que tu organises quelque chose les mecs sont vifs, ils sont à l'écoute. Tu vois les mecs ils sont venus de partout, regardes de Nancy, de Belfort, de Dole, de Dijon de Vesoul, de Pontarlier, moi j'ai réussi à avoir des entrées pour tout le monde, ça s'était le flyer d'entrée.

J **S : Tu crois que cela va se refaire ?**

G : Le problème c'est qu'il n'y a pas eu assez d'entrées, ils ont perdu de l'argent, pourtant il y a eu 3000 personnes, mais le problème c'est qu'ils avaient loué tout Micropolis, et nous on a donné trop d'entrées gratuites.

€ **S : Tu trouves que l'état d'esprit a changé depuis que les sports de glisse se sont ouverts à un public plus large ?**

G : Oui en roller, mais en skate c'est difficile, rien que l'appréhension de la board, et tu vas à une vitesse folle, donc c'est pas facile, surtout avec l'évolution technique.

Renseignements personnels :

€ **S : Ton âge ?**

G : 27

€ **S : Ta profession ?**

G : Vendeur

€ **S : Ton niveau d'étude ?**

G : Bac +3, filière staps

€ **S : Ton lieu d'habitation ?**

G : Saint-Ferjeux

€ **S : La profession de ton père ?**

G : documentaliste, il gère une maison d'étudiants

€ **S : La profession de ta mère ?**

G : Secrétaire au CLA

€ **S : Leurs âges ?**

G : 54, les deux.

Guillaume et quelques copains ont organisé sur Besançon une compétition, ils ont fait venir quelques *pros*

Guillaume a 27 ans, ces parents sont tous les deux fonctionnaires (ou assimilés). Il habite près du centre-ville

Entretien de Damien, skateur de Besançon, décembre 2005

Damien a connu et débuté le skate grâce à Marc, un ami d'enfance. Aujourd'hui il skate avec 4 copains presque tous les jours. Il a appris le nom des figures grâce à ses amis et aux magazines. Il télécharge et regarde régulièrement des vidéos pour se motiver et apprendre de nouvelles figures que font des pros.

La pratique

€ **S : depuis quel age pratiques-tu ?**

D : depuis la troisième, ça fait 6 ans

€ **S : comment as-tu commencé ?**

D : en fait c'est un ami qui faisait déjà du skate avant, et puis c'est lui qui m'a fait découvrir le sport et ça m'a tout de suite plus, tu vois ça ne m'est pas venu tout seul, c'est un ami d'enfance.

€ **S : où as-tu commencé à pratiquer ? au skatepark ?**

D : non, car au début il n'y avait pas de skatepark à Besançon, il y a 3 ou 4 années qu'il est fait. Au début c'était surtout au Square Saint Amour, centre Saint Pierre et place Pasteur, et le skatepark est arrivé après

€ **S : et vous êtes tous partis au skatepark**

D : on y est surtout allé parce qu'on n'avait pas trop le choix, le skate en ville ça a toujours été un problème, c'est pour ça qu'ils nous ont parqué à Chamars, le problème c'est que ce qu'il y a à Chamars ça ne correspond pas du tout à ce que font dans le skate, le skate c'est un sport de rue, et eux ils nous ont fait un truc vite fait, bâclé, pour ne plus qu'on fasse chier en ville, et puis nous on continue toujours en ville car c'est un sport de rue, nos origines sont là, on va au skatepark parce qu'on n'a pas le choix, les flics nous virent tout le temps, ils arrivent à deux ou trois voitures tout le temps, surtout place Pasteur c'est la seule qui reste car sur les autres places ils ont mis des systèmes antiskate. Autrement le reste les parkings sous-terrains et le parking de la mairie, mais c'est toujours le même problème, là c'est les gardiens qui nous virent, donc il y a un réel problème du skate en ville.

€ **S : et avec le nouveau skatepark tu penses que cela va s'arranger ?**

D : un peu, parce qu'on s'en est plus ou moins occupé, c'est des copains qui sont dans le skate depuis longtemps qui ont fait les plans, et nous on a participé, le problème c'est que tout le monde n'est pas d'accord, il y en a qui sont pour un skatepark qui mélange roller, bmx, et skate, et nous on voudrait un skatepark que skate, parce que les vélos ont déjà leurs pistes, et puis les rollers, le skatepark qu'il y a à Chamars en ce moment leur convient bien parce qu'il a plus de courbes, donc on aimerait bien que ça soit à notre tour d'avoir un truc à nous, qu'on soit pas tous mélangés, c'est un problème quand il y a skate roller et bmx en même temps, il y a trop de monde, en plus le vélo c'est super dangereux, ils ont vite fait d'arriver comme des bombes.

€ **S : lorsque tu as commencé le skate, avais-tu d'autres copains qui skataient ?**

D : en fait, il y avait à l'époque un magasin qui s'appelait Switch, et le type qui tenait le magasin qui était un proche et qui avait un super niveau, il a eu des expériences aux Etats-Unis, c'est lui qui nous a encore plus donné l'envie de faire du skate, il était plus vieux que nous, il avait trop d'expérience, il était allé aux Etats-Unis là où il y avait les meilleurs spots, on s'est retrouvé une bonne bande, et puis on est resté entre nous et on ne s'est plus quitté, et

Damien a commencé le skate en 3^{ème} grâce à un ami d'enfance qui lui a fait découvrir l'activité. Il a débuté au square saint amour et au centre saint pierre

Patou a beaucoup influencé les jeunes et a donné envie de pratiquer. Son expérience aux Etats-unis et son niveau font de lui un personnage

puis lui maintenant il arrête parce qu'il commence à avoir des problèmes de dos, il a 30 ans, et puis nous on continue.

€ **S : et puis lui, il vous a appris deux, trois trucs ?**

D : le skate c'est plus dans la tête, c'est vraiment si tu as envie, il y en a bien qui peuvent te donner des tuyaux, mais c'est pas en écoutant que tu réussis les figures, il faut vraiment le vouloir, il faut en faire souvent, et en plus de ça il y a les magazines, les vidéos de skate qui te motivent aussi dès que tu vois une bonne vidéo de skate, avec un mec bien fort, tout de suite tu vas essayé de faire comme eux.

€ **S : comment as-tu compris le placement des pieds ?**

D : le truc, c'est que je te dis c'est en regardant les vidéos des *pros*, tu te dis celui là il fait comme ça, moi aussi je vais essayer de faire comme ça, et après du skate il faut en bouffer.

€ **S : et toi c'est plus par les vidéos que par les autres sur les spots ?**

D : ben ouais, c'est par les deux, parce que tu as des copains, moi j'ai Quentin qui avait commencé le skate plutôt que nous, ça nous motivait et après on s'entraînait pour savoir nous aussi faire du skate, et puis quand tu es petit tu regardes les vidéos et tu te dis j'aimerais bien lui ressembler, les *pros* te motivent.

€ **S : c'est vrai que les vidéos sont bien en plus ?**

D : oui, c'est trop bien fait, ils ont un super matos, et puis le skate c'est un monde à part, c'est pas un sport où il y a des compétitions, il y a des *contests* mais ça n'a pas de valeur, les mecs s'en foutent, c'est juste pour vivre, mais même avec tous les sponsors qu'ils ont ils sont déjà tranquille, et quand tu vois des mecs comme ça, tu te dis c'est quoi leur vie, c'est faire du skate avec leurs pote, voyager, mais bon il faut oublier l'école.

€ **S : y a t'il des personnes qui t'ont appris des techniques dans ton entourage ?**

D : au début c'était Marc, mon pote d'enfance, c'est lui qui a commencé à m'apprendre des ollies, des trucs de base, et puis après avec le temps quand tu en fais tous les jours tu y arrives, c'est comme en tennis, tu t'entraînes tous les jours et au bout de 5 ans tu sais faire un coup droit et un revers super bien.

€ **S : il y a des nouvelles techniques que tu apprends maintenant ?**

D : oui, oui, on sera jamais au top, il y aura toujours des nouveaux trucs qui existeront, mais au moins les figures de bases il faut vraiment les posséder et après tu peux progresser, mais si on s'avait faire déjà toutes les figures qui existent dans le skate on serait déjà trop fort, il y a tellement de trucs à apprendre et c'est tellement dur, et après c'est des enchaînements, quand tu vois dans les vidéos, ils sont filmés, ils enchaînent 5 figures à la suite, c'est ce qu'on appelle des runs, le skate c'est un tout c'est pas seulement savoir faire une figure à l'arrêt, après il faut savoir faire les figures bien, vite, savoir en enchaîner 3 derrière.

€ **S : as-tu été inscrit dans un club de skate pendant un moment ?**

D : non, parce qu'il n'y a jamais eu vraiment un truc à Besançon, je suis arrivé dans le skate j'étais à Besançon et puis il n'y a jamais eu vraiment d'association qui fait qu'on a organisé des *contests*, on a fait des *contests* mais ce n'est pas avec un club.

€ **S : s'il y avait un club de skate qui tenait la route tu crois que tu te serais mis dedans ?**

Damien nie l'apprentissage par la proximité, selon lui, il faut juste s'entraîner et se motiver par des vidéos

Damien apprend le placement des pieds grâce à des vidéos de *pros*.

Selon damien, il est nécessaire de voir d'autres pratiquer sur les spots et sur des vidéos

Damien envie les *pros* qui voyagent toute l'année, mais est réaliste par rapport à l'école

Damien a appris les bases du skate grâce à Marc un copain d'enfance.

Damien essaie maintenant d'enchaîner plusieurs figures et s'inspirent des vidéos

D : tu sais les clubs de skate, ce n'est pas un truc qui se fait beaucoup, même dans d'autres pays, le skate c'est plus marginal, ce n'est pas un truc cadré, avec un entraîneur, c'est quelque chose que tu fais que pour toi.

€ **S : vous êtes combien à skater ensemble ?**

D : en fait au début on était beaucoup et au fur et à mesure il y en a plein qui ont arrêté, et puis maintenant on se retrouve vraiment à 4, à skater même par ce temps (il neige), le skate il y a tout le temps à apprendre, n'importe où ou tu vas, tu peux apprendre à faire du skate.

€ **S : et tu vas dans d'autres villes que Besançon ?**

D : oui, oui, on essaie d'aller dans d'autres villes, ou il y a plus de spots en ville, il y en a qui aiment bien les skateparks, mais moi je trouve que c'est un sport de rue qui se pratique dans la rue, tu vois des villes comme Lyon ou Paris il y a plus de structure en ville, plus de place pour faire du skate, et autrement *on va à Barcelone, c'est la ville du skate, il fait beau, il y a des spots partout, il y a tous les pros qui descendent là faire leurs vidéos, ça te motive à font, c'est une ambiance de skate.*

€ **S : tu y va quand ?**

D : on y va pendant les vacances, quand on a une semaine, on monte aussi deux trois jours à Paris, Quentin plus encore. Donc on essaie de bouger le plus possible de Besançon.

€ **S : et quand tu vas dans d'autres villes comme ça, que recherches-tu, le dépaysement, trouver d'autres spots ?**

D : c'est plus pour les spots, à Barcelone tu vois c'est vraiment la crème du skate, c'est impressionnant, tout le monde croit que les spots sont aux Etats-Unis, mais depuis une dizaine d'années ils ont restructuré le centre ville, maintenant il y a plein de spots, et tous les *pros* américains ont un appart sur Barcelone, en plus il fait beau toute l'année, les flics te font pas chier dans les rues, ça skate partout, tu vas sur un spot il y a 100 personnes, tu fais des rencontres, tu parles pas forcément la même langue que les gens, mais c'est sympa, tu vois des mecs qui sont 10 fois plus fort que toi et puis ça te motive, et t'es au soleil !

€ **S : combien de fois pratiques-tu par semaine en moyenne ?**

D : en fait quand il fait beau c'est quasiment tous les jours, et quand c'est en hiver on en fait 4 ou 5 jours dans la semaine, c'est assez soutenu, et puis après s'il y a vraiment du mauvais temps, on a un spot vers le boulevard qui est couvert, c'est un espèce de préau, on a mis des curbs et comme c'est couvert on y va, mais quand il neige et qu'il fait froid comme ça tu restes pas longtemps, mais c'est vrai que pendant la semaine on reste jamais sans faire du skate.

€ **S : qui sont selon toi les individus qui incarnent le mieux l'esprit du skate aujourd'hui ?**

D : au niveau mondial, *je pense que c'est les américains, parce que c'est eux qui ont amené le truc, qui ont sorti les premières vidéos, après il y a l'Europe qui se développe vachement, qui font des vidéos du genre puzzle, c'est une marque de vidéos qui est réservée aux européens, et puis autrement je te disais que les pros te motivaient vachement quand tu mattes les vidéos, mais aussi quand tu vas à Barcelone, tu rencontres des amateurs qui sont locaux et qui sont vraiment forts, tu vois le truc c'est ça que j'aime bien c'est qu'il y a des mecs qui sont vraiment pas connus alors qu'ils ont le niveau d'un *pro*, ils*

Damien ne souhaite pas adhérer à une association, selon lui le skate est quelque chose que l'on fait pour soi

Ils sont aujourd'hui 4 à skater ensemble, et ils essaient d'aller skater dans d'autres villes, notamment Barcelone, la ville référence du skate (la ou il y a les *pros* qui font leurs vidéos)

Damien s'entraîne presque tous les jours quand il fait beau, l'hiver il va dans un hangar désaffecté

Les *pros* américains, puis les européens incarnent le mieux l'esprit du skate. Damien fait toujours référence aux vidéos.

ont deux ou trois sponsors parce que on reconnaît qu'ils sont super fort et moi c'est ceux-là que je préfère, c'est des magiciens.

€ **S : que penses-tu de l'esprit commercial présent dans le skateboard, avec les sponsors ?**

D : il y en a beaucoup qui skatent pour le fric, mais en général c'est parce qu'ils ont atteint un niveau qui légitime leur revenu, mais après je trouve que l'industrie du skate reste super chère, pour celui qui n'a pas beaucoup d'argent et qui veut faire du skate c'est difficile, juste un plateau c'est 85 €, et ça te fait 3 semaines, après tu as les trucs, les roues, surtout en France on importe tout des Etats-Unis, il n'y a pas d'usines en France qui te sortent des planches pas chères, et en plus au Etats-Unis il y a des meilleurs bois... il y en a qui aimeraient skater plus mais ils arrêtent au niveau du budget parce que les parents ne peuvent pas suivre ou eux n'ont pas l'argent de poche.

€ **S : tu as beaucoup de copains qui ont arrêté à cause de ça ?**

D : oui j'en ai connu, aussi parce qu'ils ont d'autres passions à coté, et puis quand tu combines tout, de la musique, d'autres du badminton, après tu dois faire des choix et ils ont sucré le skate parce que ça coûte cher. Tu prends une paire de chaussures de skate à Slidebox c'est 100 €, ta paire tu la tue en deux semaines, c'est vraiment trop cher.

€ **S : et toi ça te limite parfois ?**

D : ben non, parce que moi j'ai que cette activité, et j'arrive à me débrouiller avec mon argent de poche, et avec mes boulots d'été,

€ **S : tu te prends du matériel cher ?**

D : moi j'essaie de prendre tout le temps au mieux parce que ça joue vachement sur ton skate, au niveau de la solidité du bois, le pop aussi, au bout d'une semaine ta planche ne va plus claquer, le bois va être mou, il se décolle, il faut mettre le prix

€ **S : tu investis aussi au niveau des fringues ?**

D : surtout dans les chaussures parce que ça s'abîme très vite, mais maintenant tu peux skater d'autres marques qui sont pas des marques de skate, tu peux skater une paire de reebok, du moment qu'elles ont une forme de chaussures de skate, qu'ils sont pointus au bout, qu'elles ont une bonne semelle, mais c'est vrai que tu investis beaucoup, surtout l'été quand tu skates beaucoup en 2 ou 3 semaines tu peux changer ta paire et en plus tu changes ton plateau !

€ **S : achètes tu des revues ou essaies tu de te documenter sur le skate par d'autres moyens ?**

D : oui il y a des magazines français beaucoup comme Sugar ou Trasher, dans ces revues tu as des portraits sur des gars français qui sont pas forcément connus, tu apprends rien sur le matos, car tu connais déjà les marques mais tu découvres que tel gars est fort on parle de lui et que dans 2 ans tout le monde va le connaître, et puis aussi au niveau des photos c'est intéressant des fois il y a des belles photos, tu essaies de voir si c'est dur ou pas.

€ **S : tu les analyses les photos ?**

D : oui, oui forcément, mais après des fois c'est déformé car ils ont des appareils spéciaux, le mieux c'est les fishies, ça grossit vachement et ça fait du noir autour, tu as l'impression que le gars est vachement haut alors que pas du tout. Autrement il y a le magazine américain qui est le meilleur de tous, c'est Transworld, bon il faut être fort en anglais pour traduire parce que c'est même de l'américain, mais bon il y a des rubriques où il y a des skateurs ou

Damien admet avoir un budget important pour le skate, il s'équipe régulièrement pour être au top
--

par exemple il y a ce qu'il aime faire le plus, sa bouffe préférée, après tout ce qui est vraiment les articles ça devient compliqué.

€ **S : donc toi tu achètes plus ces revues pour voir les skateurs eux-mêmes, leur vie ?**

D : oui, je me dis tiens je ne savais pas que lui aimait faire ça, qu'il aimait skater là, et c'est comme ça tu connais les gars, et puis tu as toujours deux trois marques nouvelles de boards que tu trouves sur les magazines.

€ **S : et puis les vidéos tu t'en sers pour quoi ?**

D : *les vidéos j'aime bien les regarder avant de skater, une bonne vidéo ça te motive, tu te dis j'aimerais bien faire cette figure, tu te dis tu vois une figure dans une vidéo, tu te dis que tu vas essayer de faire celle-là, tu vas t'acharner pendant trois heures juste derrière, ou même le soir quand tu vas pas skater, tu te mets une vidéo et tu analyses, tu te dis ça c'est dur, ça il le fait vraiment bien, ça il le fait mal, c'est un plaisir quand tu aimes vraiment ça d'analyser les vidéos, même quand tu vois des vidéos où les gars sont pas au top tu trouveras toujours des trucs bien.*

€ **S : Et tu utilises Internet ?**

D : oui pour aller sur des sites plus ou moins connus Girl ou Chocolat, et des fois tu as des vidéos et ils te disent si elles vont sortir, par exemple chez Girl tu vas sur le site et ils te disent dans 5 mois il y a une vidéo qui va sortir, qui est prévue, et après tu retournes régulièrement sur le site pour voir s'il y a des nouvelles images, et après Internet tu t'en sers aussi pour télécharger des vidéos, tu les fous sur DIVX et après tu te fais une vidéothèque parce que tu trouves tout sur Internet, tu vas dans les magasins tu vas les payer 30€ alors qu'une vidéo de skate ça dure quoi 20 min une demi heure, tu vas sur Internet, tu t'en fais plein pour pas cher, en plus c'est bien parce que tu as toutes les nouveautés par Internet et le skate ça n'arrête pas d'évoluer, tu vois depuis l'époque old school ça n'a plus rien à voir, il y a une évolution incroyable. Girl tu vois c'est le *team*, les skateurs qui skatent dedans sont mondialement connus, il ont une certaine notoriété dans le skate ils sont vraiment forts, et tu vas trouver aussi genre Thibault, c'est quelqu'un qui skate avec nous, il a eu sur Internet une vidéo qui vient d'Ottawak, c'est des mecs qui ont un magasin et qui ont sorti une vidéo, et les mecs sont hallucinants, donc après tu te dis il y a les *pros* et des mecs qui sont moins connus que tu découvres tout le temps.

€ **S : Et vous ça vous fait changer votre skate de voir d'autres styles ?**

D : *ah oui, tu changes, genre tu vois un gars que tu aimes vraiment bien, ça va être ton gars du moment, tu vas essayer de faire ses figures, c'est lui qui va te motiver*

€ **S : est-ce que tu as obtenu des noms de figures ou des expressions grâce à ses supports ?**

D : oui le nom de figures, c'est indispensable, parce qu'après quand tu regardes les magazines si tu ne connais pas le nom des figures tu ne peux pas comprendre les images, il faut connaître au moins le nom des figures

€ **S : et tu les obtiens où ces noms ?**

D : ils sont tout fait, tu apprends au fur et à mesure, il y en a qui les connaissait déjà qui nous les ont appris, dans les magazines aussi, il y a des photos avec des séquences et tu as dessous le nom de la figure, donc après tu la retiens et quand tu la vois tu es capable de dire ça ça s'appelle comme ça. Et puis après moi je te dis je les ai appris au fur et à mesure, au début je faisais

Damien achète des magazines pour voir les photos des *pros*, et leur vie : leurs goûts, les figures qu'ils font, les lieux où ils pratiquent, le meilleur magazine est selon Damien Transwolrd (mag américain)

Damien se motive grâce aux vidéos, il les analyse, et il essaie de reproduire les figures qu'il a vues

Damien va sur Internet pour télécharger des vidéos, et voir des sites de fabricants de planches, sur lesquels sont présentes des informations (comme la date de sortie de la prochaine vidéo)

Lorsque Damien aime un pro il change son skate pour lui ressembler

Il a appris le nom des figures grâce à d'autres skateurs et grâce aux magazines qui donnent les noms sous les photos

une figure je ne savais pas comment ça s'appelait et puis on m'a dit tiens tu as fait ça. Et puis maintenant je te dis à force de mater des vidéos et des magazines tu les connais toutes.

€ **S : as-tu déjà fait des *contests* ?**

D : pas beaucoup parce que dans la région, je trouve que c'est du skate festif, tu y vas l'ambiance c'est barbecue, bière, ça ne représente pas l'image du skate, pour certains le skate c'est boire, fumer, alors que fait le skate c'est à prendre au sérieux.

Les *contests* qu'on a fait c'est le teenage tour, c'est un *contest* qui tourne en France et le premier de chaque ville, va à Paris en finale, et là il y a un *team* qui vient des Etats-Unis pour faire une démonstration et si tu finis premier à ce *contest* tu es sponsorisé et tu es connu, de toute façon pour être connu il faut faire des *contests*, il n'y a jamais personne qui viendra à Besançon pour te repérer. Les *contests*, le plus important c'est le Teenage Tour à Dijon, autrement c'est des *contests* à Dole, Melinge, bon de toute façon l'esprit de compétition j'aime pas, en tout j'en ai fait 5, il y a aussi Baumes les Dames pour voir, mais je me rends compte que tu peux pas être jugé parce que les juges sont des gars de Baumes-Les-Dames, donc à part si tu es vraiment fort, tu gagneras pas, maintenant on me dit il y a un *contest* à Dole avec une board à gagner, j'y vais pas. Pour moi le skate, ce n'est pas la compétition, j'ai rien à prouver.

Selon Damien, le skate ce n'est pas un sport de compétition, il n'a rien à prouver. D'autre part il refuse les *contests* festifs où on « boit de la bière »

€ **S : et dans les *contests* tu as déjà pu voir des figures intéressantes qu tu ne connaissais pas ?**

D : dans la région, non, parce que Besançon on a plus de niveau qu'ailleurs, car on est déjà une grande ville, tu vois à Baumes-Les-Dames il y a rien. Il y en a plein de Besançon qui ont déjà gagné. Non et puis je te dis les *contests* dans la région ils mélangent tout, c'est à moitié des beuveries, il faut aller dans le sud de la France, la bas il y a des bons skateparks, et puis même à Paris.

€ **S : tu t'intéresses aux résultats des *contests* nationaux et internationaux ?**

D : au niveau national il n'y a pas de gros *contests*, c'est surtout aux Etats-Unis à Tampa, c'est des gros *contests*, ou autrement en Europe, il y a le Monster en Allemagne avec tous les *pros* new-yorkais qui viennent, ça c'est intéressant parce que c'est des vrais *contests*, tu as des Costons qui vont gagner, c'est cool à savoir, il y a aussi à Lausanne, le grand prix de skate à Lausanne, ça ça a disparu, on y était allé l'année dernière, c'était énorme, il n'y avait pas de courbes, c'était que du street à fond, c'était tous les *pros* des Etats-unis qui venaient, tu les vois d'habitude en vidéo et là tu les vois en vrai, tu leurs achètes leurs boards ou leurs chaussures, c'est cool, ça c'est des *contests* qui m'intéressent.

Damien s'intéresse surtout aux résultats des *contests* internationaux ou sont présents des américains

€ **S : est-ce que tes parents étaient favorables à ce que tu pratiques du skate ?**

D : oui, bon en ce moment avec mes études ils mettent un peu les hola, mais ils sont pas contre, parce que si je ne faisais pas du skate, qu'est-ce que je ferais, je serais chez moi, je serais un glandeur devant la télé, j'irais glander en ville, donc autant que je skate, j'ai toujours fait du sport depuis que je suis petit, j'ai fait du hockey sur glace pendant 13 ans, et ils n'ont jamais été contre le sport. Et puis le skate, ils me disent autant que tu fasses ça, et puis ils s'y

Ses parents sont favorables au skate, et sont contents qu'il pratique. Damien a toujours été sportif, il faisait avant du Hockey

intéressent aussi, tu vois quand je mate une vidéo et que mon père passe par là pour me dire de manger, je lui dit tiens regarde, et il va regarder avec moi, il est content, il sait que j'ai une bonne bande de potes, ils savent que je fais pas n'importe quoi, ils sont contents que je voyage pour faire du skate et puis voilà, donc ils sont vraiment favorables au skate.

€ **S : et eux ils pratiquaient une activité sportive de ce genre ?**

D : non, non, mon père faisait du tennis et du foot, mon frère a fait du hockey avec moi, sinon on fait du snowboard une fois par an, mais rien de plus.

€ **S : donc ce ne sont pas tes parents qui t'ont incité à faire ce sport ?**

D : non, je t'ai dis, s'il n'y avait pas eu mon copain d'enfance ça se trouve je n'aurais jamais fait du skate.

€ **S : tu as fait du hockey avant ?**

D : oui au BHC, mais le club est parti en couille il y a deux ans, et j'ai arrêté, mais je faisais déjà du skate pendant que je faisais du hockey. Mais ce n'est pas dit qu'un jour je ne reprenne pas le hockey si je change de ville ou que je trouve un club qui marche bien.

€ **S : c'est marrant que tu n'es pas fait du roller, c'est plus proche du hockey ?**

D : j'ai fait du roller, mais c'était du street hockey, mais je n'ai jamais fait du roller en street, Marc, mon pote d'enfance aurait pu être fait du roller j'aurais fait aussi du roller j'en sais rien.

€ **S : As-tu un frère ou une sœur qui font du skate ?**

D : non, je suis le seul de la famille

Ses parents ne sont pas très sportifs. Selon Damien c'est son copain d'enfance qui lui a donné l'idée de faire du skate

Damien admet qu'il aurait peut-être fait du roller si son copain Marc en faisait

Renseignements personnels :

€ **Ton âge :**

19

€ **Ta profession**

Etudiant à la fac en 1^{ère} année en géographie, mais ça ne me plait pas trop, alors je vais reprendre en socio en septembre.

€ **La profession de tes parents**

Assistante de direction et contrôleur de travaux

€ **Sont-ils allés à l'université ?**

Non, non

€ **L'âge de tes parents**

Mon père 48, et ma mère 46

Exemples d'entretiens d'individus investis dans l'univers du skateboard

Entretien de Ludovic, skateur & président de l'association ADSL skate à Thise (association des skateurs libres)

Ludovic a connu le skate au square Saint-Amour en voyant la « bande à Patou ». Il a essayé le skate avec un ami habitant à Thise avec lui. Ils ont eu du mal à apprendre des techniques jusqu'à ce qu'une personne de Thise (un ancien skateur) leurs apprenne des techniques. Ludovic a appris en regardant, en écoutant les conseils des autres, puis en essayant plusieurs fois. Ludovic sait les techniques qui sont à la mode grâce aux vidéos et aux magazines, il se procure des vidéos grâce à des amis et Internet. Il a créé une association de skate à Thise, et son site Internet qu'il rafraîchit régulièrement. Son site est surtout visité pour les news, les vidéos et les photos. Il aime faire des out (un skateur propose une figure et les autres doivent la reproduire sous peine d'être éliminé). Il le fait avec les enfants qui apprennent grâce à ça les techniques. Aujourd'hui il skate avec 8 personnes de techniques et de niveaux différents.

€ **S : depuis quel âge est-ce que tu pratiques ?**

L : j'ai commencé à l'âge de 16 ans

€ **S : comment as-tu commencé ?**

L : ben, en fait en allant en ville, square Saint-Amour, à l'époque c'était le spot à Besançon et il y avait la bande à Patou, il y avait Dani, il y avait quentin, et puis en fait je trouvais ça trop bien et puis on s'est dit on va en faire avec Nutella et puis quelque potes, et puis Noël est arrivé on a eu une « dake » chacun et puis on a commencé, donc au début on en faisait à Thise à fond, on en faisait les deux, on allait pas en ville, et puis on a progressé, après on a rencontré un plus vieux à Thise qui lui avait une voiture donc en fait il nous a promené à droite et à gauche et puis c'est là qu'on a commencé à progresser et être à fond dedans.

Ludovic a découvert le skate au square Saint-Amour avec la bande à Patou
--

€ **S : et vous avez appris que les deux au départ ?**

L : oui c'est ça, en autarcie

€ **S : comment avez-vous fait pour apprendre, vous avez vu quelques tricks sur Besançon et après vous avez essayé de les faire ?**

L : oui c'est ça, en fait au début on a bloqué sur le Ollie, savoir comment on décolle la planche, mais un bon bout de temps presque un an, et puis sinon on achetait deux ou trois mags mais on n'avait pas vraiment la technique, ça a vraiment explosé quand on a rencontré Jean-Luc Denoeux qui était plus fort et nous a expliqué plein de trucs, c'était un thisien qui avait arrêté et qui a repris avec nous.

Ils ont appris beaucoup avec Jean-Luc, un ancien skateur qui a repris avec eux

€ **S : il a quel âge ?**

L : il a trois ou quatre ans de plus que nous, il doit avoir 27 ou 28 ans.

€ **S : et après vous êtes partis en ville skater ?**

L : oui c'est ça

€ **S : sur Thise il n'y avait pas encore de skatepark ?**

L : non, il n'y avait rien, on skatait dans ma rue, on s'amusait à rouler à sauter, au début c'était plus un jeu.

€ **S : et le ollie vous aviez compris le système en regardant les autres ?**

L : oui, oui, c'est marrant parce que je me rappelle qu'Alex, il était toujours plus fort alors ça tirait les autres, si lui faisait le ollie plus haut que les autres on allait tous essayer, et puis après on essayait tous d'enchaîner.

€ **S : est-ce que des personnes t'ont appris des techniques après ?**

L : ah ben ouais, j'ai demandé et puis on t'explique, mais bon ça reste une explication c'est vraiment en regardant et puis après en essayant, et en essayant encore.

€ **S : combien de fois par semaine est-ce que tu t'entraînais lorsque tu en faisais le plus ?**

L : tous les soirs et puis le samedi

€ **S : et les autres c'était pareil**

L : oui pareil à fond dedans, on en voulait !

€ **S : et au bout de combien de temps avez-vous vu les premiers résultats ?**

L : je dirais au bout d'un an et demi à rentrer le ollie et puis une autre figure

€ **S : as-tu été inscrit dans un club au début ?**

L : non rien, j'aurais bien voulu une fois j'étais allé à la foire comtoise et il y avait l'Association Besac Skate qui avait installé en 1996 des modules, et avec Nutella on voulait s'inscrire dans l'assoc, et après on n'a pas eu d'infos et on a abandonné. Mais l'assoc ça aurait pu être un bon truc.

€ **S : et toi comment cela s'est passé pour monter l'assoc à Thise ?**

L ; au départ, on a monté l'ADSL avec Alex, on voulait vraiment avoir une dimension bisontine et puis ça n'a pas marché, on n'a pas vraiment été écouté, et puis c'est vachement dur de rassembler les jeunes dans une assoc, donc on a laissé tomber, et moi j'ai eu l'idée de me rabattre en local sur celui de Thise ou il y a déjà une structure qui existe qui est l'Avenir de Thise, et on a créé une section adhérente à l'assoc Avenir de Thise, donc on n'est pas une assoc a part entière, on est une section d'une grosse association. Donc au niveau de tout c'est plus facile, on a des subventions qui tombent tous les ans, on a une comptabilité plus souple, on n'est pas obligé de faire des réunions tous les 3 ou 4 mois, donc c'est quand même plus souple à gérer.

Avec un ami, il a créé une association de skate, puis face aux contraintes, ils se sont rattachés à l'association de Thise. Ludovic est aujourd'hui le président de cette section

€ **S : il n'y a pas de président ni de trésorier dans la section skate alors ?**

L : oui c'est juste des membres d'honneur.

€ **S : et l'association a été créée avant ou après le skatepark ?**

L : elle a été faite au moment de la création du skatepark

€ **S : et vous êtes pour quelque chose dans la création du skatepark ?**

L : oui, dès qu'on a commencé on a demandé un skatepark, le projet a été repoussé plusieurs fois, et puis jusqu'au jour où on a dit on se crée en section, et ça a du peser lourd, il y a eu aussi le fait qu'on skatait sur le parking qui est derrière les écoles, et en fait tous les voisins qui se sont plaint et qui ont demandé à la mairie qu'on nous fasse un endroit à l'extérieur, donc ça ça a bien joué.

€ **S : ils ont eu un beau budget pour une ville comme Thise ?**

L : oui mais ils ont eu des subventions de la région, du canton, du Doubs, toutes des subventions qu'ils ont eu à droite et à gauche.

€ **S : et l'association a pris de l'ampleur depuis ?**

L : oui on est 16 adhérents, dans le skate c'est une bonne association

€ **S : c'est mieux qu'à Besançon !**

L : mais à Besançon c'est un peu des clans je dirais, les clans se retrouvent entre eux, et les fédérés autour d'une structure c'est hyper difficile.

€ **S : moi je m'en suis rendu compte en interviewant la bande de jeunes, Quentin et compagnie.**

L : alors eux, ouais c'est un vrai petit clan

€ **S : vous faites des sorties avec l'assoc ?**

L : oui mais il nous faut des sous ! Si on a de l'argent on fait plein de choses, on loue un petit van et on part, on va en Allemagne, mais il faut de l'argent, alors pour le moment c'est en local, donc au mois de juillet on fait un petit *contest* entre nous, entre les membres adhérents, parce que sur le dernier *contest* on a eu plein de lots, donc on a fait une caisse noire entre guillemet, et on a gardé ça pour se faire un nouveau *contest*, mais cette fois c'est VIP, c'est que pour les membres et tout le monde va repartir avec un lot, c'est un peu une manière d'animer son assoc, et on va faire un barbecue.

€ **S : avec qui pratiques-tu maintenant ?**

L : avec des Thisiens, et des gens de Baume-Les-Dames pas mal, on a aussi des potes de Devecey, sinon en dehors on voit un peu tout le monde on se retrouve sur des spots, mais plus souvent on se croise, on reste peu ensemble, on a un skate qui est un peu différent.

€ **S : comment as-tu connu ceux de Baume-les-Dames ?**

L : avec le parc à Baume et puis c'est des potes du lycée

€ **S : comment apprends-tu les nouvelles techniques maintenant ?**

L : en essayant tout simplement

Aujourd'hui il pratique avec plusieurs bandes qu'il retrouve ponctuellement. Ces skateurs sont des amis du lycée et des personnes de Baumes et de Devecey

€ **S : vu ton niveau tu dois commencer à saturer un peu au niveau local ?**

L : ah non, quand je vois encore Quentin et Paolo ça donne vraiment des idées.

€ **S : donc tu fais comment c'est quand tu les vois dans des skateparks ou quand tu vas skater avec eux ?**

L : oui, je vois ce qu'ils rentrent, je me dis c'est sympa et je vais essayer, donc voilà et puis on essaye, mais il n'y a pas qu'eux, je vais aller à Pelousey et puis je vais voir un gars qui fait ça, tu te dis c'est marrant et je vais essayer aussi, je vais essayer de le refaire.

€ **S : et toi tu es plus oldschool ou newschool, parce que je t'ai vu au concours de ollie ?**

L : moi, je fais de tout et le concours de ollie j'ai rien lâché (Ludovic a gagné le concours de ollie lors du *contest* de Thise en juin 2005), Mais je suis plus en newschool, bien que j'ai un pote qui est oldschool qui nous sors des vieux trucs et qui nous met out à chaque fois. Ça a bien évolué, bien qu'il y a des périodes où les *tricks* reviennent à la mode.

€ **S : comment est-ce que tu vois qu'elles reviennent à la mode ?**

L : dans les vidéos ou dans les mags.

€ **S : et ça influence derrière ?**

L : ben a fond, c'est énorme, de toute façon si tu veux être au courant il faut regarder des vidéos ou lire des magazines, et puis aller sur Internet.

€ **S : toi tu regardes quoi comme magazines ?**

L : des américains : *Transworld*, *Trasher*, des français *Sugar*, *Freestyler*, et *Kingspin* qui est un nouveau magazine européen et puis voilà, sinon les vidéos un peu de tout, les vidéos des marques et les transworlds.

€ **S : tu fais un choix parmi ces vidéos ?**

L : en fait, le problème c'est de se procurer les vidéos sans trop payer ! Donc il faut avoir des connaissances qui en ont, ou sur Internet tu en trouves

€ **S : et ça marche bien les échanges ?**

L : oui t'as vite fait d'en avoir une centaine

Ludovic se donne des idées de figures en regardant Quentin et Paolo. Après les avoir regardés il essaie de refaire les mêmes figures

Selon lui, les techniques à la mode sont visibles dans les magazines, les vidéos, et Internet. Il regarde un peu de tout

Il se procure les vidéos sur internet ou grâce à des amis (il en a une centaine)

€ **S : sur quoi est-ce que tu les télécharges ?**

L : Mirc, koubirkerent, maintenant il y a Freenet aussi

€ **S : c'est compliqué ces logiciels là ?**

L : oui ça ressemble un peu au langage C, et ça fonctionne par le biais de forums et ça fonctionne par le biais de l'IRT, tu demandes à quelqu'un et c'est lui qui va te proposer, et il y a des forums qui sont spécialisés en tout, notamment en vidéos de skateboard et là tu peux trouver les dernières nouveautés.

€ **S : et il y a du monde sur ces forums ?**

L : il me semble que sur Mirc ils sont 800, c'est petit, mais dessus tu trouves tout

€ **S : et sur Internet tu vas sur quels sites ?**

L : moi en général je vais sur les sites des marques, et puis sinon les sites des magazines parce que tu peux lire en ligne des articles des magazines et il y a aussi des vidéos, tu vois sur le site de *Trasher*, tu peux voir des vidéos, pareil sur *Transworld*, quand tu vois un magazine si il y a un petit jeune que tu aimes bien tu peux retourner sur le site et voir ce qu'il a fait avant, donc là sur les sites ils archivent.

Ludovic va sur Internet pour voir des vidéos et avoir des informations sur des skateurs professionnelles qu'il aime bien

€ **S : c'est toi qui as fait le site de Thise ?**

L : oui

€ **S : et les vidéos c'est toi qui les fais ?**

L : non, c'est Jean-Luc, celui avec qui on a commencé à skater.

€ **S : il est fort ?**

L : oui au niveau du montage c'est pas mal ce qu'il fait, et il a de l'idée à chaque fois, mais par contre se sont des vidéos qui sont lentes et posées, et il y a aussi Lola qui fait des courts métrages, c'est une étudiante en histoire des arts et elle doit faire des films régulièrement, donc moi je la mets sur le site pour que ses copains puissent voir ses films et nous en même temps ça nous fait du trafic et des nouveautés

Ludovic a créé le site de l'association (site professionnel) et insère des vidéos de skate faite par ses amis, et montrant ses amis et lui. Il passe beaucoup de temps à faire ça

€ **S : c'est toi qui le rafraîchis, le site ?**

L : oui, je passe un temps incroyable dessus, au niveau des photos je passe a chaque fois 2 heures, 2 heures et demi, il faut les recompresser, les retailer, mais c'est bien parce que tu prends des gamins en photo au

skateparks à Thise et après ils sont tout content d'aller sur le site et de montrer à leur parent, et on est un peu plus crédible vis-à-vis des parents.

€ **S : tu as des visites sur le site ?**

L : oui, j'en ai 4 ou 5 tous les jours, là ce mois-ci j'en suis à 172, j'ai installé un mouchard et je peux savoir combien de personnes viennent, d'où est-ce qu'elles viennent, combien de temps elles restent.

€ **S : et d'où viennent-ils ?**

L : c'est surtout France, et après Belgique, Allemagne, Suisse, Etats-Unis, et Canada, Afrique non et Asie non

€ **S : Et tu peux voir le temps qu'il reste ?**

L : généralement c'est 30 secondes, et je peux voir aussi les pages qu'ils regardent, et c'est surtout les pages actu, les photos, et les vidéos, c'est les trois pages qui sont les plus visitées, donc derrière j'essaie de mettre à jour régulièrement, c'est vachement important

€ **S : comment as-tu eu l'idée de faire ce site ?**

L : c'est ma licence pro, j'ai fait mon stage à l'université et puis en même temps j'ai monté ce site qui me trottait dans la tête depuis un bout de temps, depuis qu'on avait fait l'assoc avec *Nut*, et en fait le site c'est un travail qui m'a permis d'apprendre énormément au niveau professionnel, maintenant je sais faire plein de trucs

€ **S : est-ce que tu essaies de te documenter sur le skate, est-ce qu'il y a des thèmes qui t'intéressent ?**

L : au niveau de la musique, ouais dans les vidéos c'est une mine d'or je trouve, dans les vidéos tu découvres plein plein de choses et après ça ressort plus tard sur TF1 ou M6, sinon au niveau de l'art avec Dd Tempeulton, celui qui Toy Machine, c'est un artiste reconnu, et moi je l'ai connu à travers le skate.

€ **S : et est-ce que tu apprends aussi des choses sur les pros ?**

L : ah oui ça te donne des influences, tu essaies de savoir où est-ce qu'ils vivent, où est-ce qu'ils sont ?

€ **S : et puis tu arrives à te documenter sur des spots ?**

Son site est surtout consulté pour les vidéos, les photos et les news

L : oui un peu, mais pas beaucoup, je suis allé que sur Paris, je ne suis pas allé sur Barcelone, je ne vais pas non plus à Hyères ou dans le sud, il faut des sous c'est comme tout.

€ **S : avant de pratiquer est-ce que tu achetais aussi des revues de skate ?**

L : oui, en fait moi je m'intéressais à fond au graphitti avant, je faisais aussi 2 ou 3 tags et j'achetais Ride On, et en fait c'était un magazine un peu hybride plus culture street : graph, hip-hop, et le skateboard, ça a été aussi quelque part une influence, ça m'a poussé à aller voir les gars qui skatait au square Saint-Amour.

€ **S : est-ce que tu trouves qu'il y a un lien entre la culture urbaine, un peu rebelle, et le skate ?**

L : oui bien-sûr.

€ **S : et tu te retrouves dans cette culture ?**

L : de moins en moins, parce que les tags quand j'étais gamin, je trouvais ça bien et maintenant avec l'âge je trouve que ça craint, ce n'est pas beau, c'est salir pour salir, pas comme les gars qui vont poser une belle fresque à la Rohdia, là c'est poussé.

€ **S : et ça tu aimes plus ?**

L : ah oui a fond, il y a plein de choses, le graphitti dans ce sens là c'est vraiment bien, il devrait le faire à Besançon, il faudrait qu'il y ait une association qui demande un mur pour pouvoir faire des graphes, d'ailleurs tu ne sais pas s'il y a une association de Graffitis sur Besançon ?

€ **S : non, je ne crois pas**

L : parce que moi en fait j'ai récupéré des grandes banderoles à la fac de la fête de la science, et c'est du tissu imprimé, et moi ce que j'aimerais faire, c'est le repeindre et le faire grapher au nom de notre assoc comme ça au moins quand on a un *contest* on a un peu de déco à nous en graphitti c'est sympa, donc voilà je suis à la recherche de grapheurs, et puis savoir ce qu'ils demandent, s'ils veulent de l'argent pour acheter des bombes ou s'ils seraient cools et qu'ils mettent seulement la signature de leurs trucs, enfin je ne sais pas.

€ **S : et à la Rohdia tu as déjà vu du monde ?**

Avant de faire du skate, il faisait des graffitis. Maintenant il trouve que cela est mal de tagger dans la rue, en revanche il admire les graffitis sur les murs de la Rohdia

L : c'est la faune là-bas, j'y suis allé un coup il y a une semaine ou deux, en fait on était à la recherche de spots et on s'est dit tiens on va aller à la Rohdia parce que le truc est couvert donc on a moyen de mettre un module, et il y a du monde là-dedans c'est incroyable, je ne sais pas si c'était un dimanche ou quoi, mais il y a du monde partout, même là où c'est muré, même un bâtiment où on est rentré il y avait des gars qui parlaient en allemand très fort, on s'est posé la question de ce que c'était mais on n'est pas allé voir, c'est carrément bizarre là-bas, il y avait des jeunes des Beaux Arts qui avaient tourné un court métrage d'ailleurs là-bas, mais c'est vraiment bizarre parce que tu vois aussi bien des gars qui traînent qu'un vieux qui promène son chien. J'ai des potes qui sont allés dans la grande salle des machines avec des gros trous sur 4 ou 5 étages, c'est vachement impressionnant, moi je serais toi j'irai faire un tour un jour, tu vas comme si tu allais au KGB, tu continues, tu vas arriver devant les barrières qui sont fermées avec des chaînes, tu prends comme si tu allais le long du Doubs, et il y a un petit sentier à gauche tu suis et après tu y es, tu rentres dans une espèce de cour, tu trouves une fenêtre et puis tu rentres faire un tour, bon tu y vas avec une barre ou à plusieurs au cas où il y a un taré, bon par contre il faut faire attention, c'est pourri partout, tu peux passer à travers quelque chose, c'est pourri, et c'est vraiment marrant parce qu'on voit qu'ils ont tout laissé en place avant de partir, par endroit il y a encore les bureaux qui sont là avec les papiers par terre, tout est cassé, par contre il y a de la ferraille à récupérer parce qu'il y a encore beaucoup de salles où les machines sont là, tout est rouillé

€ **S : tu connais beaucoup de skateurs qui vont là-bas ?**

L : a ma connaissance, non

€ **S : et l'hiver quand il y a de la neige vous allez où ?**

L : on va soit à Manpower, le spot sur le boulevard soit on va à l'usine qui est dans les anciens locaux de Lip à côté du bowling, aujourd'hui il y a la pépinière d'entreprise, il y a un parking souterrain et nous on va là-bas, mais le truc est fermé de plus en plus, sinon on avait un autre spot couvert, c'est l'église Saint-louis avenue de Montrapon, c'est à côté du square Coluche, mais ça manque un espace couvert sur Besançon, avec le nouveau skate park je ne sais pas s'ils vont mettre du goudron sous le pont,

Durant l'hiver, Ludovic va skater dans un hangar sur le boulevard
--

parce qu'en plus ils vont déplacer un peu le skatepark, parce que les modules sont trop près du pont, et il y a aussi une assoc de quartier qui s'est montée et qui dit que le skatepark va faire du bruit, donc je sais pas trop mais quand tu es en face de l'actuel skatepark tu n'entends rien, ou un petit clac de temps à autre, et en plus il y a le pont avec la route qui passe, donc c'est bruyant, bon c'est peut être des gens qui ont peur, ça fait peur parfois

€ **S : est-ce que ça te gêne parfois la vision que les gens ont du skate ? Est-ce que tu en as souffert ?**

L : oui, on a quand même une sale réputation, les gens ont peur, tu vois dans la rue, on les agresse avec le bruit, donc on ne peut pas aller sur la route, ni sur les trottoirs, donc on jongle entre les deux, et je pense que les gens se sentent un peu agressés : c'est des jeunes, ils sont habillés en large, pas toujours bien clean

€ **S : tu en joues un peu de ça justement ?**

L : oui c'est marrant, avec les petits vieux parfois tu sens qu'ils ont peur, et tu en joues un peu parfois, mais on est bien moins dangereux qu'un vélo par exemple, parce qu'un cycliste tu ne l'entends pas arriver, alors qu'un skate tu l'entends, et tu roules moins vite.

€ **S : et vous avez des assurances ?**

L : au niveau de l'association on a pris une assurance pour couvrir nos adhérents sur le skatepark, bon même s'il y a un accident un jour on peut dire que le gamin est inscrit dans l'assoc parce que c'est pas nominatif, on paie pour un nombre d'adhérents c'est de 1 à 50, donc on a de la marge, et derrière c'est bien pour les parents, au départ les gens disaient je veux bien adhérer à ton assoc mais en dehors tu me donnes quoi, les gens attendent quelque chose derrière, des sorties, des *contests*, donc déjà en premier on peut dire tu vas avoir une assurance, et après il faut essayer de faire vivre le truc.

€ **S : aujourd'hui avec qui est-ce que tu skates ? Est-ce que tu as une bande de copains ?**

L : oui, le noyau dur c'est moi, Jean-Luc, Nicolas Muloser de Baumes-Les-Dames, Jimmy, Jaco de Baume-Les-Dames, et son frère Zac, et sinon le petit Alex.

€ **S : et par rapport au niveau il y a de tout ?**

L : oui, il y a des bons et des mauvais, et tout le monde a un style différent donc c'est marrant il y a des trucs à piocher chez les uns et chez les autres, du style Juan il est plus oldschool, donc on va faire un out avec lui, il va nous faire un « impossible » laisse tomber, et moi je vais lui sortir un 3-6 flip, et lui il n'y arrive pas, tu vois on se pousse un peu tous les uns les autres.

Aujourd'hui, il skate avec 8 personnes qui ont des niveaux et des styles différents

€ **S : et derrière vous essayez ?**

L : oui, il faut c'est ça le but du jeu, c'est d'apprendre à l'autre à faire des figures, tu connais « un out skate », il y en a un qui lance une figure, et l'autre doit le faire, nous on le fait à la cool, parce qu'on a des règles qui sont différentes des bisontins, eux ils jouent ils font skate, ils lancent un *tricks* et tu as un essai pour le faire, tandis que nous on accorde 3 essais pour le faire, tu peux même donner un conseil à l'autre, tu vois c'est tes pieds qui vont pas, etc...

Les out permettent d'apprendre des techniques en jouant, Ludovic fait ça avec les enfants de Thise

€ **S : et vous le faites souvent ?**

L : oui, oui, on essaie, et c'est vachement bien, moi j'aime bien faire ça avec les gosses, pour jouer et puis pour leur apprendre des figures, moi je fais une figure et après les gamins essayent, au début ils ratent et au bout de 2 ou 3 fois ils y arrivent, c'est bien, ils ont réussi à faire un truc, c'est bien de leur apprendre avec le jeu.

€ **S : Et sur Besançon, ils le font en une fois tu dis ?**

L : oui ils lancent une figure, et tu as un essai pour le faire sinon tu te prends une lettre, soit tu joues à SKATE soit à OUT, donc par exemple je lance une figure, toi tu essaies de la faire et tu la rates, tu prends S, et ainsi de suite, quand tu as skate, tu as perdu, les ricains aussi ils font ça, il y a des tournois entre *pro*, tous les grands *pros* s'inscrivent et ils font un out avec un price money, c'est pas le même enjeu, et le niveau est vraiment différent.

€ **S : il existe des vidéos de ça ?**

L : oui, on en trouve

€ **S : et c'est récent comme pratique ?**

L : non, c'est quand-même vieux, mais les *contests* de out c'est récent, je t'en enverrais par MSN si tu veux, ou je demanderais à Juan, mais

Il est possible de faire des out sur le jeu tony Hawk

tu vois dans Tony Hawks le jeu, tu peux faire un Out avec Tony Hawks et tu dois essayer de refaire ce qu'il fait.

€ **S : et tu trouves que le jeu aide pour les techniques ?**

L : non, c'est marrant, mais ça reste un jeu, bien que Rodney Mullen, ça commence à ressembler au jeu Tony Hawks avec les techniques qu'il balance en vrai, c'est par très beau à regarder mais c'est incroyable à faire.

€ **S : as-tu déjà fait des *contests*, des championnats de France, ou des trucs comme ça ?**

L : non, non, les *contests* j'ai horreur de ça, tu as une pression, tu as plus de jambes, tout le monde te regardes, je perds tous mes moyens, je ne sais pas si c'est parce que je suis émotif, mais dès que l'on m'appelle au micro je ne suis plus à l'aise.

€ **S : pourtant pour le concours de ollie à Thise tu étais à l'aise ?**

L : oui mais le ollie c'est mon truc, et c'était plus intime, c'est moi qui organisait tout, je connaissais un peu tout le monde, le speaker, et je faisais vraiment ça pour me faire plaisir.

€ **S : et tu faisais d'autres sports avant ?**

L : oui, du vélo

€ **S : et tu faisais des compétitions ?**

L : non pareil, et j'ai arrêté parce que j'avais un problème au genou, je pédale et j'ai un pied de travers et ça m'abîme un genou, donc j'ai arrêté et je me suis mis au skate et maintenant ça va.

€ **S : est-ce que tu trouves que les compétitions ont leur place dans le skate ?**

L : oui, ce qu'il faudrait faire au niveau régional c'est de monter un réseau sur la région, essayer de faire un circuit régional, c'est-à-dire on change de skatepark tous les mois et on fait un *contest*, et dans le skate il n'y a pas ce genre de réseau, alors que dans le foot ça marche à fond.

€ **S : et toi tu y participerais à ce genre de *contest* ?**

L : non, mais je les organiserais

€ **S : est-ce que tu t'intéresses aux résultats des *contests*, et des championnats de France ?**

Ludovic n'aime pas faire des *contests*, il n'aime pas la pression et être vu par « tout le monde »

Il faisait avant du vélo, mais a arrêté après un mal de genou

L : oui un petit peu, je vois dans les magazines, ou dans les vidéos il va forcément y avoir une image, mais autrement je ne pourrais pas te dire qui est le champion de France.

€ **S : est-ce que tu trouves que les équipements sont suffisants sur Besançon ?**

L : non, il manque du street et c'est dommage, et dès que la municipalité se rend compte qu'un lieu est skaté, il le tue, à Besançon il n'y a vraiment plus rien.

€ **S : j'ai vu que vous aviez skaté à la CCI, vous pouvez skater là-bas.**

L : non, on se fait virer par le gardien, à chaque fois on fait mine de ne pas le reconnaître, mais lui maintenant je crois qu'il nous reconnaît, on lui dit nous on n'est pas d'ici, c'est vraiment d'ailleurs on est de Thise, mais la CCI c'est quand même un gros spot, il faut être chaud pour aller là-bas, il y en a que deux qui font les grosses marches, c'est Nutella et Mathieu Brose, ils sautent les 13 marches.....

€ **S : est-ce que tes parents étaient favorables à ce que tu fasses du skate ?**

L : oui, je crois parce qu'ils m'ont acheté une planche à Noël, donc ils ont participé au niveau de tout, quand tu skates tes chaussures s'usent à fond, il faut racheter des chaussures, et la maman fait plaisir et achète un t-shirt pour Noël, pour ton anniversaire, donc c'est vrai que mes parents m'ont bien aidé.

€ **S : et au niveau du budget aussi ils t'ont aidé ?**

L : j'avais tant de budget et après c'était à moi de gérer.

€ **S : ça suffisait ?**

L : non, mais ça suffit jamais, parce qu'en fait ta planche s'use donc tu diminues au niveau de tes performances, le skate c'est un sport de « bourge », c'est très cher.

€ **S : et toi tes parents sont des « bourges » justement ?**

L : non, non je garde une planche 3 ou 4 mois, parfois même 6 mois, jusqu'au bout, plus tu as de matos neuf et plus tu progresses.

Ces parents étaient favorables à la pratique, et ont financé ses équipements. Mais il n'a jamais été trop gâté
--

€ **S : Et maintenant que tu bosses tu t'achètes plus de planches ?**

L : si tu veux, j'ai toujours gardé cet esprit là, mes chaussures j'aime bien les trouser jusqu'au bout, et mes planches par contre je les changes un peu plus souvent, mais c'est vrai que quand on prend des habitudes on les garde, pareil au niveau de mes habits je ne m'achète rien à Slidebox, je vais à Carrefour, je m'achète des jeans à 15€ en promo.

€ **S : est-ce que tes parents sont d'une nature souple en générale ?**

L : moins quand j'étais plus jeune.

€ **S : tu faisais des conneries ?**

L : oui

€ **S : et ça passait ?**

L : non, ça ne passait pas, mais je me suis calmé

€ **S : est-ce que d'autres personnes dans ta famille on fait du skate ?**

L : non, non, bon j'ai juste un cousin qui fait du snowboard pendant l'hiver mais rien d'exceptionnel.

€ **S : et vous êtes une famille de sportifs ?**

L : mon père est sportif à fond, enfin il l'était parce qu'il a eu un accident en vélo, donc il s'est calmé un peu, mais sinon non

€ **S : est-ce qu'ils se sont investis dans une association ?**

L : oui mon père est membre d'une association de vélo à Thise.

€ **S : c'est lui qui t'a mis le pied à l'étrier pour rentrer dans l'assoc dans le skate ?**

L : non pas du tout, et même presque l'inverse à me dire dans quelle galère est-ce que tu te fous.

€ **S : parce que votre première assoc était indépendante.**

L : oui, mais c'était n'importe quoi, on n'avait pas de plan, on ne savait pas ce qu'on voulait faire, et puis c'est vrai qu'il faut travailler après, tu vois j'ai fait les cartes de membre j'ai presque passé une semaine dessus, pareil le site ça prend du temps, donc quand tu es encore à l'école c'est compliqué.

Seul son père a pratiqué du sport et a été dans une association de cyclisme. Au début son père a essayé de le décourager pour ne pas qu'il soit président de l'association
--

Renseignements personnels :

€ **S : ton âge ?**

L : 24 ans

€ **S : ta profession ?**

L : assistant de communication

€ **S : ton niveau d'étude ?**

L : Bac+3

€ **S : ton lieu d'habitation ?**

L : j'habite à Thise pour le moment

€ **S : la profession de tes parents ?**

L : mon père est fonctionnaire à la voirie de Besançon, ma mère est
auxiliaire de puériculture

**Entretien de Patrick, skateur, 29 ans, ancien gérant d'un magasin de
skate**

€ **S : Quels sports de glisse pratiques-tu ?**

P : Le skateboard, plus beaucoup maintenant, mais j'en fais
toujours ; le snowboard, et un peu de surf de temps en temps.

€ **S : Depuis quel âge pratiques-tu ces sports ?**

P : Ca fait 14 ans que je fais du skate, j'ai arrêté un peu parce que
je suis allé à l'armée, j'ai arrêté un an, et puis après j'étais plus
trop motivé, après j'en ai refait un peu, maintenant c'est plus
pour me dégourdir les jambes, de temps en temps je vais au
skatepark à Dijon, il est couvert, et personne ne me prend la tête,
et je peux me défouler un peu.

€ **S : Comment as-tu connu ces activités ?**

P : Le skate : j'avais acheté une planche en Angleterre, j'en
faisais un peu comme ça, mais elle était souvent de côté, et puis
un jour il y a un correspondant anglais qui est venu, et il savait
faire le holly, c'est un peu la base du skate, c'est pour faire
décoller la planche sans s'aider des mains et en fait ça m'a
impressionné, je me suis dit : je veux faire ça, et puis voilà j'en ai
fait, et on était toute une bande, on s'est entraîné les uns les
autres et je ne suis pas descendu du skate, et puis j'ai vu une
vidéo, il y avait les Nuits de la gisse à l'époque, c'était un peu un
truc novateur, c'était tous les sports fun à l'époque, et on n'en
voyait nulle part, nous on essayait de monter des trottoirs, et dans
la vidéo les mecs avec des olly, ils montaient des tables, moi
quand j'ai vu ça, j'ai dit mon Dieu !

Patrick touche à tous les
sports de glisse. Il
pratique le skate depuis
14 années.

C'est en voyageant en
Angleterre qu'il a
découvert le skate

« La nuit de la glisse »
lui a montré ce qu'il
était possible de faire
avec un skate

€ **S : Et après tu t'es entraîné pour les réussir ces figures ?**

P : Ce n'était pas un entraînement, à l'origine c'était plus un jeu, on est tous ensemble à faire du skate, on se posait même pas la question, et on le refaisait plein de fois jusqu'à y arriver.

Il s'est ensuite exercé avec des copains de quartier.

€ **S : Et dans la bande, il y avait un bon niveau ?**

P : Ouais dans l'ensemble il y avait un bon niveau, mais bon c'était toujours un peu la compétition, dès qu'il y en avait un qui réussissait un truc, obligatoirement il fallait que les autres y arrivent

€ **S : Avec qui tu pratiquais ?**

P : Avec 2, 3 copains de classe, mais c'était plus des amis de quartiers

€ **S : Que tu connaissais déjà avant la pratique ?**

P : Oui, voilà

€ **S : Et après tu as rencontré d'autres personnes sur des lieux de pratique ?**

P : A l'époque, il n'y avait rien, par contre il y avait un club, il y avait un magasin qui s'appelait Matos, c'est là où on pouvait se fournir et ils avaient construit deux, trois modules de skate donc on allait se retrouver là-bas, et on rencontrait des gens obligatoirement, et ils ont fait un club qui s'appelait Macadam surfeur, et dans le club on a rencontré des gens, ça s'est fait comme ça.

Par la suite, il a rencontré d'autres personnes dans un magasin spécialisé qui proposait quelques modules

€ **S : Il y avait une licence ?**

P : Oui, il y avait une licence, si on voulait faire des compétitions c'était obligatoire, s'était 200 francs à l'époque, maintenant ça doit être 300, voilà ça m'a permis de rencontrer pas mal de gens, même à Besançon c'est une petite ville mais il y avait déjà un peu de monde, il y avait le patron de Freestyler (magazine de snowboard et de skateboard), j'ai commencé le skate avec lui.

Une association s'était montée pour faire de la compétition. Elle permettait de faire des rencontres.

€ **S : Et toi tu n'as pas eu envie de te lancer comme lui dans le milieu professionnel de la glisse ?**

P : J'ai fait, j'ai fait !! pendant 4 ans j'ai fait des magasins, parce que mon projet de fin d'année en BTS, pour le diplôme c'était de faire des magasins, donc il y a avait l'analyse financière, et on a vu que c'était quand même viable, alors on a dit on se jette, j'étais avec un associé et on a fait ça, et on a fait jusqu'à 4 magasins, et on vendait du skate du roller et puis tout ce qui tourne autour, les fringues, les chaussures, on a fait après du BMX, ça s'appelait Switch, ça marchait pas mal, on pouvait se payer, mais on équilibrait tout juste, parce que tout est importé et les marges sont pas bien larges, il fallait jouer sur le volume et c'était pas évident, maintenant avec le boum, c'est un peu différent.

Patrick a ensuite ouvert un skateshop

€ **S : Dans quels lieux tu pratiquais ?**

P : Dans la rue, parce qu'il y a plusieurs disciplines, il y a le street, la rampe, le freestyle, on était direct en contact avec les passants, à Izenbart, au square Saint-Amour, les gens du coin, ils

Patrick a surtout pratiqué du street, au centre ville

ont un peu gueulé, mais il n'y avait rien, il n'y avait aucune infrastructure, aucun park.

€ **S : Est-ce qu'à ton tour tu as donné le goût à des jeunes de pratiquer, surtout grâce à ton magasin ?**

P : Je pense que ça c'est indirect, parce qu'ils vont acheter la panoplie, parce qu'ils ont envie de ressembler à telle personne qu'ils ont vu à la T.V. ou dans une vidéo. Mais après, à force de voir les magazines, il y en a beaucoup qui ont eu envie d'essayer, je pense que le mieux c'est d'aller en faire, et dans l'ensemble les adolescents, c'est les mieux rencardés, ils te sortent un magazine, et ils te disent je veux ça, tu les roules pas !

Selon lui, les jeunes s'informent grâce aux magazines et aux vidéos

€ **S : Qui incarne selon toi le mieux l'esprit de la glisse aujourd'hui ? C'est les professionnels ?**

P : Oui c'est les professionnels, parce qu'ils sont payés pour faire ça, c'est leur image qu'ils mettent en jeu, donc s'ils ont une bonne image, ils vendront plus. Mais en fait l'avantage du skate par rapport aux sports comme le basket, ou d'autres sports comme ça, c'est que ton idole tu peux aller skater avec, si tu habites par exemple à Paris, parce que tout est encore centralisé à Paris, ceux que tu vois dans les magazines, tu vas au Trocadéro, enfin ce n'est plus au Trocadéro maintenant, tu vas à Bercy, tu peux skater à côté d'eux, moi je peux faire du basket, je doute qu'un jour, je pourrais jouer avec Jordan. L'avantage c'est ça, celui qui habite à Los Angeles, par exemple. Moi je sais que juste après mon bac, j'étais à Paris, je suis allé vivre à San Francisco, parce que c'est un peu la Mecque du skate, et je voulais vivre mon rêve américain, et je suis parti là-bas, et ceux que je voyais dans les magazines étaient à côté de moi, il y avait la place en face qui s'appelait l'Embarcadéro, qui existe toujours, et il y avait tout ceux que je voyais dans les magazines, donc c'est ça l'avantage avec le skate, ça rapproche, il n'y a pas un fossé entre toi et les *pros*, ils sont plus abordables, tu peux parler avec eux, et ça c'est quelque chose que les adolescents aiment bien, c'est un peu authentique, c'est accessible, c'est pas des superstars.

Selon lui, les professionnels en skate représentent bien la discipline car ils sont proches des pratiquants

€ **S : Est-ce que tu achetais des revues pour te documenter quand tu as commencé la pratique ?**

P : Oui, mais en fait au départ, il n'y avait rien du tout, quand j'ai commencé, il y avait Surface mag, ou il y avait Bicross et Skate magazine, il y avait 3 pages de skate à chaque fois, je m'en foutais, mais ça valait le coût d'être lu, je m'étais fait un classeur, je découpais des trucs, c'était pas vraiment pour l'information, c'était plus pour avoir des photos, pour voir du skate, c'était ma passion, alors je voulais en voir plus.

En passionné, Patrick avait durant sa jeunesse un classeur avec des images de skate issues de magazines.

€ **S : Et au niveau des vidéos ?**

P : Il n'y avait pas grand-chose non plus, c'était vraiment le début, mais ça a évolué rapidement, ils ont vu qu'il y avait de l'argent à faire, et c'est comme ça que les marques y arrivent, si

elles sortent une bonne vidéo, c'est ça qui va faire la marque, après tous les jeunes vont s'identifier à ça, ils vont dire lui il a du style, je veux être comme lui, donc ils vont vouloir acheter la marque, d'ailleurs Quiksilver je crois qu'ils disaient qu'ils jouaient à 80% sur l'image, donc c'est super important pour les marques, autant mettre un peu plus d'argent dans les vidéos pour être sûr d'avoir une bonne image.

€ **S : Les revues et les vidéos que tu achetais étaient en anglais ?**

P : Oui, essentiellement, enfin au départ il y avait 2-3 magazines français et il n'y avait pas de magazines américains, parce qu'ils n'étaient pas importés, et ensuite ça a été le contraire parce qu'il y a eu une vague un peu creuse, et il n'y a eu plus rien et bizarrement ils importaient toujours des magazines américains et il n'y avait plus de magazines français, alors on continuait à lire des magazines mais américains, et j'étais un peu plus âgé alors je pouvais bouger à droite à gauche dans les boutiques spécialisées pour en trouver. Et les vidéos, c'était essentiellement américain, maintenant il y a à peu près 5 ans qu'il y a des marques françaises qui se sont développées et qui ont fait des vidéos.

€ **S : Et tu connais la répartition des ventes entre vidéos françaises et vidéos américaines ?**

P : Principalement les magazines sont français, Sugar ça devait être tiré à 20.000 exemplaires, c'est déjà pas mal, pour toute la France c'est bien, maintenant ça doit être plus. Mais la mode américaine de toute façon on ne peut pas y échapper c'est comme dans la musique, les ¾ des trucs que l'on va écouter c'est anglo-saxon, c'est un peu pareil dans le skate, il y a des marques de skate françaises mais elles n'ont pas l'image des marques américaines, les planches sont toutes aussi bien, mais l'image n'est pas là.

€ **S : Tu trouves que les marques qui sponsorisent maintenant les *riders* ont les valeurs des sports de glisse ?**

P : Il y en a, maintenant c'est vrai que des marques comme Nike, a essayé de se mettre dans le skate, parce que les chaussures ça représente un immense business, et il y a une source de profit impressionnante, ils ont essayé de se mettre là-dedans en faisant des chaussures de skate, et bizarrement ça n'a jamais vraiment marché. Donc là, ils ont refait une marque qui s'appelle Savière, ils essaient de ne pas dire que c'est Nike mais tout le monde le sait, et ils ont un peu de mal quand même je pense. Mais bon maintenant les valeurs, tu vois Quiksilver on est loin de la fabrication dans un garage, c'est du business qu'ils font et je pense qu'ils le font bien, après c'est du marketing et c'est ça qui prend le dessus, maintenant c'est le profit. Il y a du bon et du mauvais, le fait que des grosses marques s'intéressent au skate, c'est peut-être ça qui va pousser un jour le skate à être aux Jeux Olympiques, et à être reconnu comme sport et non comme un jeu, bon il a déjà été en démo aux Jeux Olympiques, mais je

Patrick souligne que la culture américaine et son image tiennent une place importante dans ce milieu

Patrick a une opinion mitigée sur le rôle du secteur commercial :
-néfaste : car il change les valeurs
-bon : car il donne à ce sport une notoriété et une visibilité qu'il ne pourrait pas avoir tout seul.

pense qu'il y a 20 ans tout le monde rigolait, il n'y avait pas de snowboard, maintenant c'est aux Jeux Olympiques, et ça devient au même niveau que le ski, et le skate ça pourrait devenir pareil. En fait il n'y avait pas eu vraiment d'évolution du sport depuis le tennis je crois, donc tout d'un coup il y a eu le surf des neiges, il y a eu du skate, du bicross, c'était un peu tous les nouveaux sports, et on en entend parler de plus en plus, et maintenant ça rentre dans les moeurs

€ **S : Tu aimerais que ces sports soient aujourd'hui aux Jeux Olympiques ?**

P : Ben ,c'est vrai que c'est des sports un peu rebelle, de la rue, donc c'est toujours délicat de le structurer, de mettre des interdits, maintenant ça ne peu être que bénéfique pour la reconnaissance du sport, mais c'est vrai qu'il y aura toujours des gens qui n'iront pas, donc ça ne sera pas représentatif, comme en freestyle, en snowboard, tous les meilleurs mondiaux n'y sont pas allé, donc c'est bien d'avoir ça mais c'est pas du tout représentatif.

€ **S : Et tu penses qu'en skate, ça fera pareil ?**

P : Même pire, parce qu'il y a tout un mouvement un peu punk, qui s'est développé, « je crache sur la société », donc ça devient délicat.

€ **S : Et il y en a beaucoup qui restent en marge des compétitions ?**

P : Non, mais ceux qui se mettent en marge de ça, c'est parce qu'ils ont une image comme ça et ils veulent la garder, et puis c'est ce qui fait vendre aussi, il y a 2-3 skateurs qui ont une attitude anarchiste, ils sont sponsorisés et ils véhiculent cette image, il sont un peu rebelles, un peu différents, donc s'ils commencent à faire des compétitions, ils perdraient tous leurs fans.

€ **S : Tu trouves que les skateshops ont un rôle aujourd'hui dans la diffusion des sports de glisse ?**

P : Obligatoirement, par leur pub déjà, tu vois Slide Box, ils font pas mal de pub au Pop-Hall, a mon avis ça aide toujours un peu le skate, et ils ont passé des vidéos dans le bar, c'est une bonne idée.

Les compétitions :

€ **S : Est-ce que tu as pratiqué des compétitions ?**

P : Oui, j'en ai toujours fait plus ou moins pour m'amuser, ce n'est pas que je ne voulais pas faire de compétitions, mais je n'aimais pas la pression.

€ **S : Tu en as fait quelques unes et tu as arrêté ?**

P : Non, mais en fait j'étais sponsorisé, donc on m'a envoyé un billet de train, j'ai pas trop eu le choix, donc j'y suis allé, dans l'ensemble j'étais pas mauvais, parce que j'étais allé à Grenoble aux championnats de France, j'avais fait 1^{er} le 1^{er} jour, devant tout le monde, personne ne me connaissait donc c'était sympa, mais bien sûr on n'avait pas d'hôtel, ni rien, c'était « à

Selon lui, les compétitions officielles ne sont pas représentatives car beaucoup veulent rester en marge

Les skateshops apportent de la visibilité à ces disciplines

Patrick a fait une compétition qui lui a été imposée par son sponsor.

l'arrache », donc on avait fait la fête toute la nuit, mes potes ne sont même pas venu skater le lendemain, moi j'y suis allé, je me suis dit on me paye le voyage, je voulais faire un effort, j'ai eu un peu de mal, et j'ai terminé 6^{ème}. Derrière j'ai eu des grosses propositions, un peu plus sérieux, mais j'étais encore en cours, et il fallait plus ou moins que je lâche mes études, et puis à l'époque c'était pas vraiment viable, bon si j'avais été aux Etats-Unis, si j'avais eu des propositions avec des gros contrats, j'aurais peut-être changé d'avis. Maintenant c'est carrément un boulot, j'ai acheté le bouquin de Tony Hawks, au début, il y a 20 ans, quand ils ont sorti sa planche, en royal ties, il touchait 5 fois plus que ses parents, donc il ne comprenait pas il disait j'ai 15 ans, et après ça devenait de pire en pire, il s'était acheté une maison, 2-3 voitures, et maintenant c'est la folie, mais bon ils l'ont mérité. Et il a réussi à faire passer une bonne image, et à faire bouger le truc.

€ **S : Tu t'intéresses encore aux résultats des compétitions ?**

P : Oui, oui, j'achète de temps en temps les magazines, je regarde les vidéos, je reste un petit peu au courant, et puis là je suis allé à Lausanne.

€ **S : Tu trouves que les vidéos représentent bien le skate ?**

P : C'est ce qui fait vivre le marché, s'il n'y avait pas de compétitions, il y aurait certainement moins de médias qui se déplaceraient sur les spots pour aller prendre des photos, et passer dans les magazines, donc obligatoirement ça aide le skate, les compétitions ça montre qu'on existe.

Selon lui, les compétitions font vivre le marché du skate

Les équipements :

€ **S : Tu trouves qu'il y a assez d'infrastructures aujourd'hui sur Besançon ?**

P : Non pour une ville comme Besançon, avec presque 150 000 habitants en comptant un peu autour, il y a quand-même le potentiel pour faire plus grand que 300 M², parce que c'est tout le temps plein dès qu'il fait beau.

La ville manque d'équipements

€ **S : Y a t'il eu une concertation qui a été faite ?**

P : Il y en a eu une, mais bon les avis divergent, et puis il faut que ça plaise aux rollers, aux skateurs, à ceux qui font du vélo, donc c'est pas évident, mais c'est déjà bien qu'il y ait eu ça, il y en avait eu un autre qui était à Planoise, ils n'avaient pas voulu acheter les modules, donc ils avaient fait faire par des handicapés, donc les modules étaient bien faits, mais ils étaient mal étudiés.

Ton cadre familial :

€ **S : Tes parents étaient favorables à ces sports ?**

P : Oui et non, moi j'ai eu la chance de ne pas trop me blesser, mais bon ils tiraient quand même un peu la tête là-dessus, mais c'était plus dur de concilier ça avec l'école qu'avec les parents, mais moi j'étais relativement autonome, et puis j'étais sur Paris

Ces parents ne se sont pas opposés à la pratique de ce sport.

chez ma sœur, donc je pouvais faire un peu ce que je voulais, donc ils étaient ni pour ni contre.

€ **S : Et tes parents ont pratiqué des sports de glisse ?**

P : Non, non pas du tout, mes parents ne sont pas sportifs.

€ **S : Et toi tu as pratiqué d'autres sports dans un club ?**

P : Pas vraiment non, j'ai fait un petit peu de tennis et de la boxe américaine pendant 2 ans et demi, je sais même pas pourquoi j'ai arrêté, je crois qu'il n'y avait plus de club, ou quelque chose comme ça.

€ **S : Et tes parents ont participé à des associations de type culturel, politique, sportif ?**

P : Non, non, mais moi j'ai été directeur de plusieurs clubs, dernièrement j'étais directeur d'ABS (Association Besançon Skate), j'avais fait ça pour pouvoir organiser des voyages, on en a fait un quinzaine, on a fait des sorties à Annecy, au skatepark qui est immense, il y avait 3 bus donc c'était important, c'était pas évident à gérer, après on a organisé à la neige, c'était tout avec ABS, on avait bien commencé cette association, on l'avait montée pour faire le salon de la jeunesse, et donc obligatoirement il fallait une association donc c'est ce qu'on avait fait, on avait acheté des assurances et on avait louer des mini rampes, on avait un article sur le journal, c'était à Micropolis, après il y a avait eu de la demande pour refaire des démos, mais nous on a organisé des sorties, mais c'est pas évident de gérer tout ça.

La Municipalité :

€ **S : Et la municipalité vous a aidés ?**

P : La municipalité, on a demandé, ils nous disaient toujours oui, oui pas de problème, mais on n'avait jamais rien, donc c'était pas toujours évident, donc on s'est mis à faire les choses dans notre coin et c'était pas forcément le meilleur truc à faire, mais on avait pas le choix, et puis c'est une hérésie de faire quelque chose et de compter que sur les aides, donc on a essayé de bouger du mieux qu'on le pouvait, on avait trouver un local on avait fait des modules dedans, c'était couvert, après ils ont détruit les trucs, le premier c'était à côté du lycée Saint Paul, ils ont détruit pour faire un parking, le deuxième c'était vers le Lidl, maintenant c'est une salle de sport, c'était sympa il n'y avait personne dedans, donc nous on y allait, on avait tout nettoyé, on avait fait un petit truc sympa, il n'y avait rien de professionnel, mais c'est ça qui était bon, et là il n'y avait aucun problème, alors que lorsqu'on descendait en ville, ça faisait du bruit et ça gênait les gens, là bas, c'était notre petit chez nous.

€ **S : Et la ville vous a déjà posé des problèmes pour circuler en ville avec vos skates ?**

P : Oui, oui !! en fait il y a un arrêté comme quoi le skate est interdit, même rouler c'est interdit, mais bon sur le code de la route on est des piétons donc c'est un peu ambigu, maintenant

Ses parents ne sont pas sportifs, et n'ont pas participé à une vie associative.

Patrick a été directeur d'une association de skateurs. Il a ainsi organisé des démonstrations et des sorties dans des skateparks

Devant l'immobilisme et les réticences de la ville, Patrick et des amis se sont accaparés un local pour pratiquer tranquillement

La municipalité essaie d'empêcher la pratique du skate en ville.

plusieurs fois on s'est fait arrêté, on nous demandait nos noms, il y a en a qui ont eu des amendes, mais c'est vrai qu'en France c'est quand même bien accepté par rapport aux Etats-Unis ou là tu as direct une amende et confiscation du matériel, là bas il y a des parks et tu dois y aller, et c'est pour ça que l'Embarcadéro c'est fini, la place a été fermée, des soirs les flics arrivaient en moto, ils en chopaient 2 ou 3 et ils ne rigolaient pas, tu sais là-bas c'est un peu la tolérance zéro.

Renseignements personnels :

€ **S : Quel est ton âge ?**

P : 29 ans

€ **S : Ta profession ?**

P : Commerçant

€ **S : Ton niveau d'étude ?**

P : BTS

€ **S : Ton lieu d'habitation ? Urbain, périurbain, rural**

P : urbain, au centre ville

€ **S : La profession de tes parents ?**

P : Commerçants

€ **S : Est-ce qu'ils sont allés à l'université ?**

P : Non

€ **S : Leur âge ?**

P : 60 ans

Patrick est commerçant comme ses parents.
--

Exemples d'entretiens de skateurs interrogés par Messenger

Zyler Fog, skateur de Liège

Zyler a deux sites Internet, il est webmaster depuis 2 ans. Il a commencé le skate avec un français classé au V7 Teenage Tour qu'il a connu lors d'un voyage à Barcelone. Il s'est ensuite retrouvé seul à pratiquer en Belgique et a eu du mal à progresser. Aujourd'hui, il fait surtout du skate dans la rue, sauf le week-end et les vacances où il part dans des skateparks. Maintenant il s'entraîne avec un groupe d'amis, selon lui on évolue beaucoup plus vite en groupe. Lorsqu'ils apprennent une nouvelle figure, ils se donnent des conseils entre eux

Zyler nous envoie par messenger toutes ses vidéos (notamment celles qui sont présentes sur son site), nous voyons de très bons skateurs qui sont ses amis. Certaines vidéos montrent des chutes impressionnantes. Son rêve est de faire un voyage avec plusieurs skateurs (road trip).

Il a appris le nom des figures grâce au jeu Tony Hawk, aux magazines et à ses amis. Il connaît les figures à la mode grâce aux vidéos.

€ sebastien dit :
salut!

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
lu

€ sebastien dit :
skateur ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
yes

€ sebastien dit :
où ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
Liege

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
Belgium

€ sebastien dit :
moi, je suis en france, frontalié avec la suisse !

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
www.pukepolice.com et www.bmx-skate-in-liege.be.tf mes deux sites

€ sebastien dit :
c'est toi qui les as fait ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ui

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
jsui webmasters

€ sebastien dit :
tu skates depuis longtemps

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
2ans bientôt

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
moi jcommence a avoir du mal la

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ac exams

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais bon bientôt vacs

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
barcelone

€ **sebastien dit :**

la mecque du skate

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
yeah ;

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
sur www.pukepolice.com/index2.htm ds la news

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
regarde la video

€ **sebastien dit :**

j'espere que c'est pas toi !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
no

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
un pote

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
les durs lois de ce sport

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
les chevilles en prennent un max

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
si t a le temps et un modem assez rapide c est notre longue video de la "team" :
<http://users.skynet.be/steiner/carnivalmovie.wmv>

€ **sebastien dit :**

dis je fais une étude sur les skateurs en france et en belgique, est-ce que ça te dirais de participer à une interview un coup ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ui hein

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ce serait meme un honneur de participer a kk chose qui puisse redorer l image du skate

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
jsais pas si tu remarques

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
mais dans les pub

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
le skate est partt précent en ce mmt

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
jsui choqué

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ds les clips musicaux aussi

€ **sebastien dit :**

ca nous échappe petit à petit

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
tu reconnais mon avatar ?

€ **sebastien dit :**

ouais

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
super histoire celle de ce park

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
jsais pas si tu a vu la video On Winter 2004

€ **sebastien dit :**

non

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**

il raconte tt l histoire du love park

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
c est super emouvant

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
d abord permis de skater puis les x games, puis intedi de skate puis apres une bataille en justice par un avocat skater

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
permi de skate

€ **sebastien dit :**
tu as le permis de skater toi

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
pk le skate est intedit en france ?

€ **sebastien dit :**
non, non heureusement

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
j ai mal compris cke tu as di ou c est toi qui a mal compris cke j ai di alors

€ **sebastien dit :**
non c'était une blague

€ **sebastien dit :**
tu skates où toi ?

€ **sebastien dit :**
street ou park ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
heu qd je susi chez moi a liege c est street sur une place

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
mais parfois jgo en park le week end en train

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
mais qd je suis en vacances c est park et street

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
je trouve que rouler que en park c est pouri car tt va super bien en park et jtrouve que alors une fois qu on est obligé de rouler ds la rue on est déstabilisé tandis que en street on s adapte bcp + facilement

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
tt cas meme en park jsui pas un fan des rampes et autres courbes

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
street park c est le must enfait

€ **sebastien dit :**
tu skates avec des potes ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ui

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
tt seul c est bien mais,moins bien

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
puis on évolue bcp + vite en groupe

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
et le skate c est pas qu un sport c est une facon de vivre une ambiance une mentalité

€ **sebastien dit :**
tu dis tu progresses plus vite à plusieurs, c'est parce qu'il y a des bons skateurs dans tes potes ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ui, mais même si ce n'était pas le cas, a partir du mmt ou on est plusieurs y a une plus grande motivation et puis deux tetes vales mieux qu'une

€ **sebastien dit :**

tu discutes souvent techniques avec tes potes ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
hum pas facil comme question

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
c est a dire que svt on essaye ensemble d apprendre un nouveau tricks et chacun di ce qu il pense " a tient jtrouve que ca va mieux comme ca etc" ou alors qd un cops arrive pas a faire un tricks qu on rentre bah on lui montre

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais juste parler technique ca représente pas grande chose car entre théorie et pratique ds le skate y a un monde

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
car chacun a ses propres techniques

€ sebastien dit :

c clair

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et c est ce qui crée le style enfait

€ sebastien dit :

comment t'as appris toi ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
jcrois que c est comme ds la vie on prend un peu a droite a gauche et on se crée sa propre personnalité , son propre style

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
bah enfait au tt début c est un pote francais qui avait été classé au v7 teenage tour qui m a donné envie c est avec lui que j ai commencé a rouler (trouver équilibre etc) et c est ac lui que j ai rentré mon premier ollie, ensuite au début ne connaissant personne j ai plus bcp progressé et j ai meme quasi arrêté, puis j ai repris quite a me prendre la "honte" (ce qui ne fut pas le cas) sur le spot de ma région et la tt es aller tres vite

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
rien que le fait de regarder les autres ont apprend bcp

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
regarder des videos aussi ca peut aider mais bon ds le skate des heures de théorie ne vallent pas lsec de pratique. Pour apprendre la seul solution c

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
c est essayer, tomber, recommencer

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
etc juska ce que ca rentre et au fur a mesure qu on progresse on décèle + facilement ses erreurs

€ sebastien dit :

et maintenant tu aides les autres !

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
évidement

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
enfait voila au tt début faut un peu d'aide car on voit pas ses erreurs, apres + on avance + c est du auto didacte, on repère ses erreurs et on les corrigent soit meme

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
(j ai du mal a faire des réponses brèves je trouve)

€ sebastien dit :

c pas évident quand ta quelque chose a dire de faire 3 mots

€ sebastien dit :

et ça fait longtemps que tu as ton site ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
alors www.bmx-skate-in-liege.be.tf ui plusieurs années (2 p e 3) et ca marche assez bien, ds liege on est assez connu et c est le lien de rencontre des riders de la région et via ce site on a oragné des ateliers afin de réparer un bowl de notre région, des barbecue etc...

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
l autres www.pukepolice.com c est un site que j ai créer pour un copain flamand que je vois tt le temps en vacances

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
c est surement un de mes best pots de ride :

€ **sebastien dit :**
et tu es dessus en photo, c'est qui les skateurs ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ui je suis dessus sur les deux sites mon pseudo c est steiner (St3!n3r) et les autres c est soit des potes riders de liege (bmx ou skate) pour www.bmx-skate-in-liege.be et sur www.pukepolice.com c est des amis d un de mes amis, mais on c est déjà organisé deux session tous ensemble ds un park on parlait anglais et ca allait

€ **sebastien dit :**
c'est chaud de parler anglais !

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
c est déjà plus simple que néerlandais

€ **sebastien dit :**
tu as quel age au fait ?

€ **sebastien dit :**
c clair

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
16 (17 le 30 mai et ui ca approche)

€ **sebastien dit :**
c clair

€ **sebastien dit :**
et tu as des vidéos ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ui

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
tt es sur les sites sauf celle la

€ **sebastien dit :**
et des vidéos de team

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
ui

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
<http://users.skynet.be/steiner/carnivalmovie.wmv>

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
(jla retrouve plus celle qui est pas sur le site

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
un kdo c est mon best pot de ride axel qui est sur pukepolice la video est pas encore online pn la garde por + tard

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
c est abusé ckil a faot

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
fait

Vous avez bien reçu le fichier C:\Documents and Settings\Sébastien\Mes documents\Mes fichiers reçus\crazy run.wmv envoyé par It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life....

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
(ah j ai retrouvé la video stu veux)

€ **sebastien dit :**

elles sont classe vos vidéos !

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... envoie :

Ouvrir(Alt.+P)

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
thx

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
crazy ruen

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
crazy run tu va etre p

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
il a trop abusé

€ sebastien dit :
c un pro ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
no

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
c est mon best pote de ride

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
Axel sur le site

€ sebastien dit :
il assure

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
i seek sponsor

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
(moi oci d ailleur ^^)

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais il roule depuis super longtemps

€ sebastien dit :
toi aussi t'assure sur le film du site, c'est bien en plus des vidéos, quand t'auras 40 ans, t'en rigolera

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
qd j aurai 40 ans jme dirai pk j ai si mal aux chevilles

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
bon je re ds kk mins jvai eat

€ sebastien dit :
et en regardant la vidéo tu sauras pourquoi

€ sebastien dit :
pareil a plus

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
y a une video sur le site ou mon coude se plie ds le movais sens

€ sebastien dit :
c lequel

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
heu

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
wait

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... envoie :

Ouvrir(Alt.+P)

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
tien y a que le bails la

Vous avez bien reçu le fichier C:\Documents and Settings\Sébastien\Mes documents\Mes fichiers reçus\steiner bail.wmv envoyé par It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life....

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
déjà mangé ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
Au fait ton interview elle va servir a quoi?

€ sebastien dit :
mon interview sert à mes cours, je suis a la fac, et je fais une étude sur l'apprentissage des techniques et de la culture skate?

€ sebastien dit :
par quels moyens les skateurs apprennent tous ces savoirs ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
bonne question

€ sebastien dit :
apparemment, il y a plusieurs choses: le groupe de copains, les *pros*, les meilleurs skateurs présents sur les lieux de pratiques, internet, les vidéos, les magazines, qu'est-ce t'en penses toi ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
atta j arrive 5sec

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ui donc

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
enfait cke je pense c est que c est le démarrage le + dur, apprendre le ollie et autres figures de bases apres c est plus auto didacte

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et pour apprendre les truc de bases tt es bon : potes, videos, forum internet, magaz etc mais tt ca si y a pas de pratiques ca sert a keud

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais je suis sur que on progresse bcp + vite ds un groupe que seul

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
a cause de la motivation etc

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
fin jme répete

€ sebastien dit :
c clair que la pratique en groupe est importante

€ sebastien dit :
vous êtes combien a pratiquer en même temps ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
cmt ca ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
sur le spot ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ca depend des jours

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
parfois jroule tt seul, parfois a 2 parfois a 10 prfois a 20

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
parfois + ^^

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
puis c est une grande famille on a kk ami proche mais on connais +- tt le monde

€ sebastien dit :
a ouais toi tu habites à Liège?

€ **sebastien dit :**
au centre ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
no a 20 min en bus du centre

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
donc qd j ai pas le temp de descendre jroule tt seul

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
sinon ds le centre sur la place ca varie de 2, 3 à + de 20 les grd jours

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
et en vacs a De Panne sur la cote belge c est un spot assez connu j y suis tt les vacs je connais tt le monde et la y a bcp de people

€ **sebastien dit :**
c'est loin de chez toi ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
la panne ? ui 2h30 en voiture mais j y suis a chak vacs depuis que j ai lan

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
noel , nouvel an, carnaval, paques, toussaint, aout

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
c est la que j ai connu mais potes flamand

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
et c est en espagne que j ai découvert le skate ac un pote francais qui avait été 1er au v7 teenage tour a Albi

€ **sebastien dit :**
ou ca a barcelone ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
no ds une résidence de la costa brava a 1h de barcelone

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
et on se voyait chack année (car mon grd pere avait un appart la)

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
et on est allé 2fois a barcelone la bas

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
je savais pas encore bien rouler a l époque mais now ca va je commence a gérer et j y retourne 15 jours en juillet

€ **sebastien dit :**
tu vas pieuter ou ?

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
bah ds l appart de mon grd pere on est a 100 km de barlonce

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
barcelone

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
et jtake le train

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
pi j aime bien cette ambiance de trip en "team" skate

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
mon reves c est de faire un tour ac des potes skaters

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
tour eu ou des states

€ **sebastien dit :**
faut te trouver un *team*, comme ça tu te le fait financer

€ **It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :**
vi

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais pas le niveau

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
enfin pas encore

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
jdevais etre sponso layback une new marque de streetwear Fr

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et j ai été repris et tout

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais depuis 1 moi j ai + de news du gars

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et sur le forum il passe plus ni rien

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
comme si c était dead

€ sebastien dit :
faut lui envoyer des petits films !

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
déjà fait

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
j ai été repris tu vois

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
j était ds la team et tout

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
i devai me send un t shirt

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
mais now plus rien

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
comme s il était mort

€ sebastien dit :
tu vas où quand tu skates à Barcelone ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
j ai été que deux fois et j ai fais MACBA et SANTZ

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et un autre petit spot

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
juste a coté de macba

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ac des banc en pierre

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
noir

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
sur une place

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ou jamie thomas fais un putain de nose manual nollie heel out

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ds la zero

€ sebastien dit :
c'est sur la vidéo que tu as découvert qu'il y avait ce spot la bas ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
no

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :

c est le gars francais qui connaissait

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et apres

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ma culture skateboardistique c est agrandie

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et j ai vu tt ces videos ac barcelone

€ sebastien dit :
y en a beaucoup de vidéos sur barcelone ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
bah j ai quasi jms vu une video pro ou y avé pas un truc a barcelone

€ sebastien dit :
comment tu sais que c'est a barcelone, tu reconnais des spots ou t'es allé ?

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
ui

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
puis barcelone c est super connu

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
connu

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
enfin ds le monde su skate

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
pi ds certaines video y a marqué par ex "Trip to barcelone"

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
puis on voit

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
et puis on se rencontre que ces spots on les a déjà vu 1000 fois avant ds d autres vide

€ It's better to be a coward for a minute, than to be dead for the rest of your life... dit :
jgo play online ++

€ sebastien dit :
a plus

2ème conversation:

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
Salut

€ sebastien dit :
salut mec

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
la forme ?

€ sebastien dit :
a donf

€ sebastien dit :
et toi

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
o fait jsais po si jtavé demandé (en tt cas m en rapel plus) t a trouvé mon mail ou?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
je study 4 exams

€ sebastien dit :
sur le site de p2s

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mdr

€ sebastien dit :

je t'ai dis que suis allé un *contest* ce week end

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
tu a choisi au hasard car y en a du peuple la dessus alors si t a ajouter tt le monde

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ah no

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
c était bien ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
tu participais ou alors juste regrdé ?

€ sebastien dit :
c'était régional mais il y avait vraiment du niveau, moi j'étais spectateur

€ sebastien dit :
ils ont fait un concours de ollie a la fin, le meilleur a passé 87 cm

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
du mmt que l ambiance est la si le niveau est la en +

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
87 nice

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
un pote passe 5 board encastrée en switch

€ sebastien dit :
ouais c'est impressionnant deja

€ sebastien dit :
tu as déjà essayé toi

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
moi j ai fait 4 board ds mon jeune temps

€ sebastien dit :
c'est bien

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
jles fait tjrs je suppose

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mais ca fait perpet que j ai plus essayé

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
jdevrais me reentraîne pour avoir un + gros ollie un de ces jours

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
et j passe 2 booard en flip et heelfli

€ sebastien dit :
tu t'es beaucoup entraîné ces temps si

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... envoie :

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
no ca fait perpet que j ai pas roulé

€ sebastien dit :
c'est quoi ca ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
d abbord a cause du temps et ensuite a cause des exams :

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
une video

€ sebastien dit :
une vidéo de toi ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ui

€ sebastien dit :

ta quoi comme connexion ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
adsm

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
adsl

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
(mais skynet ram)

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
+ que kk semaines et j'ai pouvoir rider tt les jours

€ sebastien dit :

tu vas skater beaucoup pdt l'été ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
lol jsui un acharné me

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
qd jsui en vacances je skate de 11h00 a 13h00 et de 14h00 a 18h30 tt les jours

€ sebastien dit :

ah ouais !

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
si y avé pas l'école

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
je progresserai 2x + vite

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
je progresse + en 1semaine de vacs qu'en 2 mois d'école

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
enfait durant l'école je maintient mon nivo mais je progresse quasi pas

€ sebastien dit :

et tu as des potes cet été pour skater avec toi ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
heu en Espagne pe mais c'est pas sur

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
et a la panne (en aout) ui plein

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
tt facon meme si j'roule tt seul j'men tape

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
j'trouverai bien un rider du dimanche qui parle fr ou un peu anglais

€ sebastien dit :

c'est quoi des dates de vacances en Espagne ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
heu j'y suis les 15 premiers jours de juillet

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
les 15 dernier jsui soit en Corse (no skate) si ma seour qui est en 3eme en vétérinaire a réussi, si elle a raté jsui chez moi

Vous avez bien reçu le fichier C:\Documents and Settings\Sébastien\Mes documents\Mes fichiers reçus\steinsess.avi envoyé par arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ...

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
et tt le mois d'aout a la panne un des meilleur spot belge

€ sebastien dit :

c'est toi sur le film ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ui

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
lol

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
sinon jte l aurai pas passé

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mais c était y a longtemps

€ sebastien dit :
ta deux trois tricks qui tuent !

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
si jlavé fait now j aurai mi un 36flip a la fin

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
i m a fallu trop de temps pour maitrisé 36flip et 3 board cassé

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mais now

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
jle met trop bien

€ sebastien dit :
et le reste tu t'entraines plus ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
c est a dire ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
quel reste ?

€ sebastien dit :
les autres ticks ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
tu veu dire est ce que je continue a faire les autres tricks et est ce que je continue a en apprendre d autre

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
evidement

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
nollie heelflip now

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ds les tricks de base jles ai tous quasi ds les flip trip

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
flip, heelflip, fakie flip, fakie heel, varial flip, varial heel, fakie varial flip, fakie varial heel, fs flip, bs flip, fs heel, bs heel, fakie fs flip, fakie bs flip, fakie fs heel, fakie bs heel, 36flip, fakie 36flip

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
me manque que hard flip et inward heelflip

€ sebastien dit :
comment tu connais tous ces noms de tricks !!!!!!!!!!!

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
c est tt les meme

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
c est super logique

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mais qd je dis fakie bs flip enfait c est half cab flip le vrai nom

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mais fakie bs flip c est + explicite

€ sebastien dit :
ou est-ce que tu as appris les noms ?

€ sebastien dit :
comment tu as fais pour les connaitre au début ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
boh ca vient tt seul jme rappel +vrmnt

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
a la base base y a le fameux jeux Tony Hawks pro skater sur playstation

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
mais bcp de tricks portent des faux noms

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
apres c est a force de rouler ac des autres gars

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
qui les connaissent

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
les magazines etc

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
pi on en apprend tt le temps des nouveaux

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
le skate evolue sans cesse c est incroyable

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
y a meme des tricks a la mode et d autre pas

€ sebastien dit :
et comment tu sais qu'ils sont a la mode ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
a force de regarder des videos

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
enfin cpo vrmt une mode comme si tt le monde était d accord et que tt le monde le savait mais

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
selon les périodes

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ds les videos y a le meme tricks qui revient tt le temps

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ds bcp de videos

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
et par des gars différent

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
=> il est a la mode

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
en ce mmt les cabalérial flip et les flip 360

€ sebastien dit :
qui c'est qui fait ca ?

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ds les pro un peu tt le monde : salabanzi en fait des beaux , chris cole oci, mais y en a plein plein plein

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
whats ?

€ sebastien dit :
c'est une vidéo des mecs qui ont fait le contest ce week end , celle la est marrante après je t'envoi du skate

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
envoie déjà car je vais bientôt partir

Le transfert de "Lola_512k.wmv" est terminé.

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
zarb comme video

Le transfert de "skate_Thise.wmv" est terminé.

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
ah ouais

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
y a du nivo

€ arn.0 :: > SteineR | Pas mal du tout la Zero - New Blood ... dit :
jvai leave me

Entretien d'« Enjoy » par Messenger

Skateur a Reims, il passe le brevet en fin d'année. Il ne pratique plus beaucoup mais a pratiqué pendant 5 ans. Il a appris le skate grâce à des copains qui ont commencé avant lui et grâce à son frère. Pendant une période ils allaient skater ensemble dans d'autres villes, mais depuis que certains travaillent ou sont en internat le groupe s'est dissout. Il pratiquait environ une heure par jour. Selon lui il faut voir la figure et ensuite beaucoup réfléchir au mouvement et au placement. Il prétend avoir 3 ou 4 vidéos qu'il ne regarde plus maintenant tellement il a pu les voir.

Il a appris le nom des figures grâce aux magazines de skate (selon lui plus instructif avant que maintenant, notamment à cause de la publicité) et au Jeu Tony Hawk, faute selon lui de ne pas avoir Internet à l'époque de son apprentissage.

€ sebastien dit :
salut, skateur ?

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
salut

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
oui jsuis un skater

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
pk ?

€ sebastien dit :
je t'ai vu sur le skate p2p

€ sebastien dit :
p2S

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
ok, sa fait longtemps ke j'y suis pas aller

€ sebastien dit :
moi, je suis pas une fois dessus

€ sebastien dit :
tu skates dans quelle ville ?

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
jskate a reims ou dans mon patell

€ sebastien dit :
tu fais des parks la bas

€ sebastien dit :
?

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
jfait du park ?

€ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
ue

☺ **sebastien dit :**

du skatepark ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais enfaite jfait plus trop de skate maintenant

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
de temps en temps

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais plus régulièrement comme une passion

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
c une vieille passion maintenant

☺ **sebastien dit :**

t'as plus temps ou plus envie ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
lé 2

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
jsuis en 3e, j'ai le brevet a la fin dl'anné alors voila

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais de temps en temps j'aide les petit du village, ceux qui commence, pis je skate un peu

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et puis, ma board est fichu, faut ke je m'en rachete une, mais bon c'est plus trop ma passion alors
j'hésite a investir, et j'ai d'otre projet okel il faut de l'argent

☺ **sebastien dit :**

tu as skaté longtemps ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
hum 5ans

☺ **sebastien dit :**

donc tu touches déjà un peu ?

☺ **sebastien dit :**

meme pas mal je pense ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mue sa va

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
j'etais pas un pro non-plus, mais j'avais de koi me faire plaisir en ville sur des gap ...

☺ **sebastien dit :**

tu as appris comment à skater toi ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
hum en groupe

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
avec mes potes, qui eux on commencer un peu avan moi

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
il mon donc donner l'envi de commencer

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et j'ai appris avec mon frere

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
pis on a fait un *team*

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mon frere a eu le permis

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
alors on partai un peu partou

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
exploré les coin perdu de la région

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
genre les coopérative viticole, qui offre de joli spot

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
puis maintenant, mes pote son en internat, mon frere a déménager ... on est un peut dissou

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
avec tout sa on a tous un peut abandonner le skate

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais les week end on y remet parfois

☺ **sebastien dit :**
c'est vrai quand tu skates seul tu es tout de suite moins motivé !

☺ **sebastien dit :**
et tu as des *pros* que tu aimes bien ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
non pas spécialement, pour moi tout les pro son des dieux

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais j'aime particulièrement koston

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
puis comme tout les skateur jpense, rodney mulen

☺ **sebastien dit :**
c clair

☺ **sebastien dit :**
tu as beaucoup de vidéos ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
non pa trop

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
j'en 3-4 par ci par la

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais jsais pas ou elle son ^^

☺ **sebastien dit :**
tu les regardes pas beaucoup alors ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
non ^^

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
je les ai regarder assé souvent pour ke maintenant je m'en souviene

☺ **sebastien dit :**
lol

☺ **sebastien dit :**
t'as appris des trucs dessus

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mue

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
pour me perfectionner

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**

mais o départ j'avais pas de vidéo

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
donc j'ais appri l'essentiel sans

☺ sebastien dit :
avec tes potes alors ?

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
ue

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
mais réfléchir sa aide bien en skate...

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
moi je réfléchi bcp a se qui ne va pas

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
o lieu de copier le mvt d'un otre

☺ sebastien dit :
et ça passe après ?

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
ouais, bien

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
j' imagine la figure o ralenti dans ma tete

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
et je m'entraîne o mvt séparémen kan sa va pas

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
et apres jfait tout d'un coup

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
biensur sa rentre pas comme sa

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
le plus dur, sa été le shov-it

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
j'arrivais pas a faire tourner ma planche pour kelle pour centre de rotation le milieu de ma board

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
a chaque foi le centre etait mon pop

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
puis j'arrivais pas a soté en meme temps

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
je m'y suis mit un journé

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
j'ais d'abord apris a faire un shov-it

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
ensuite le pop shiv-it

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
un peti temp apres

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
parce je me prenais toujours des savonette

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
puis j'avais pas bien d

☺ eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :
le différentiel de mes jambe

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mon pied de pop n'arrvais pas a faire tourné la board et popé en meme temps

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais jdit mon pied, mais tout se passe dans la tete

☺ **sebastien dit :**
c'est hyper dur à avoir le déclic dans la tete ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
trop ouais

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
fo forcer le cerveau a changé les habitude

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
c tres dur

☺ **sebastien dit :**
et tu bouffais beaucoup d'heure pas semaine avant ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ue pas mal

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
tout le soir j'en faisais une bonne heure

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
meme kan j'etais tout seul, mais aforce

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
jme suis lacé

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
puis sinon tout les week end

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
toute l'aprem

☺ **sebastien dit :**
et les genoux ça va ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ue

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
cet été, j'avais des probleme certain jour

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
je sentai ke mon genou résistai kan je le pliai completement

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
comme si mon genou etai sec ^^

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
c'etais l'ete, kan je passai mes jour a en faire

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
je suis assez chanceux sur les articulation

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
j'ais jamais trop fait attention o chaussure ke je portai

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et j'ais jamai u d'entorse

☺ **sebastien dit :**
ouais, mais c'est pas les chaussures qui t'empêche de te peter la cheville

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**

lui mon frere les serai toujours, et il a u 5entorse

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ouais, sa dépend, j pense qu'une chaussure serré, sa te laisse aucun chance, si tu tor ta chaussure, le pied se tor ossi

☺ **sebastien dit :**
c clair

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
moi défois jm'etais des gros model, les dvs cartridge je sais pas si tu voi mais elle son grosse

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et mon pied ne se tordais pas, c'etais la chaussure qui bougeait o tour de mon pied

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais je me suis quand meme fait mal kelke foi

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais j'ais jamais u de réelle entorse

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
la plus part du temps o bou de 2jours sa passait

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mince, aparement il on suprimé mon compte sur p2s

☺ **sebastien dit :**
moi, j'ai vu ton messenger il y a 3 semaines depuis je sais pas

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
j pense que sa fesais longtemps ke jl'avais poster

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais tu peut me dire ou tu a vu mon poste

☺ **sebastien dit :**
sur p2s mais je sais plus ou, il y avait plein de remarques faites par des skateurs sur un forum et il y a avait ton messenger, tu vois ou c'est ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
non jvoi pas ^^

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais jvais chercher

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
c bon jsuis rentré avec mon compte

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
sa gere

☺ **sebastien dit :**
tu connais bien le nom des tricks

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
désolé, jsuis occupé

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ouais jconnais bien

☺ **sebastien dit :**
t'as appris ou les noms ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
bah

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
jsai pas trop

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
les bookin surtou enfaite

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ahh

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
pis tonyhawk

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
le jeu

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
je jouai o 2 kan j'etais petit

☺ **sebastien dit :**
et ils disent le nom des tricks dedans ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ouais

☺ **sebastien dit :**
tu crois que beaucoup de skateurs apprennent comme ca le nom des tricks, tes potes ils ont appris comment ?

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
il on du aprendre grace o jeu et o mag

☺ **sebastien dit :**
ah ouais

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
comme moi

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et jpense que la pluspart l'aprenne comme sa

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et puis, il y a cinqu quand,j'avais pas internet, alors j'ais fait avec se que j'avais

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
eu ossi

☺ **sebastien dit :**
ouais avant c clair que c'était plus dur de se renseigner !!!!

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ouais

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais les mgazine etait bcp plus instructif que maintenant

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
now ya la moitié de pub

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
avant il expliqué les triks, partais ds une ville et présentai la *team*, les spot ...

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et puis, kan je commençais, a mon shop, il donnais des ride-on

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
gratuit

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
c'est un petit magazine, maintenant disponible en kiosque a 2€

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais c cool parce que les sugar j'en avais mar, et voila ride-on

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**

parle de music, vidz, team, spot, tricks

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
et ya juste 2pub et débu et 2pub a la fin

☺ **sebastien dit :**
c'est en français ride on

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ue

☺ **sebastien dit :**
parce qu'avant tu devais te taper pas mal de magazines ricains

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
non sa va, mais j'avais pas le choix ds le mag, c'était suger obligatoire

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
mais meme si c'est francais, ya pas mal de vocabulaire ricain

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
j'ai u un peut de mal a comprendre

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
maintenant, c'est la langue de tout mes jeune

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
=>les jeune ^^

☺ **sebastien dit :**
j'avais pigé

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
ok

☺ **sebastien dit :**
t'écoute quoi comme style de zik

☺ **eNjoY ||| Un vide qui ne se refermera jamais ... dit :**
de tout

B. Extrait de l'analyse transversale des entretiens

☞ La pratique :

Les sports de glisse pratiqués

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic	Quentin monfray
Skateboard depuis 14 ans, le surf des mers depuis 9 ans, le snowboard depuis 10-11 ans, et puis un peu de bodyboard et de planche à voile	le skate, le BMX, le roller, le skim-board, le surf des neiges, le snow, le snowskate	Ca fait 7 ans que je fais du skate sur Thise et sur Besançon	Ca fait 14 ans que je fais du skate, (.)le snowboard, et un peu de surf de temps en temps	le skateboard, le snowboard, et le surf des mers, et puis j'aimerais bien essayer d'autres sports, mais pour l'instant j'ai pas les moyens	Du roller, du skate et du snow, maintenant je ne fais que du skate, je faisais du roller quand j'étais petit	Roller hockey, snowboard	non on ne peut pas dire que je pratique, quand je vais à la neige avec ma famille je fais du snow mais j'en fais comme ça une fois par an	beaucoup, surf de mer, le fun board, la planche à voile, 4 ans de foot, 6 ans de tennis, 8 ans de hand, du snow, du ski, du long board pareil que le skate, du kite, un peu de wake board, du bmw, du vtt, je suis plus multi sport, touche à tout, par contre j'ai toujours fait du skate, j'ai jamais arrêté, le skate c'était quelque chose à part, après le surf des mers étant sur Strasbourg j'avais pas l'occasion sauf pendant les saisons	j'ai fait du foot, du basket	Non, seulement du vélo mais j'ai arrêté parce que j'avais mal à un genou	BMX depuis peu, roller et skate

L'échantillon choisi est composé d'individus ayant une expérience dans le skate. Sur 14 témoignages, 10 skateurs prétendent pratiquer d'autres sports de glisse.

Comment ont-ils découvert le skate ?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	thibault	ludovic	Quenti n monfra y	Meuh enjoy	baast	zyler	
mon voisin avait un petit skateboard en bois, et tout de suite j'ai accroché, tout le temps, je	le skate, c'est un pote qui m'a fait découvrir, il m'a dit « tiens j'ai une planche si tu veux essayer », j'ai testé ça m'a	Au départ avec un pote on « taggait » et on « graphait » et on s'est mis au skate, on a vu en	j'avais acheté une planche en Angleterre, j'en faisais un peu comme ça, mais elle était souvent de côté, et puis un jour il	j'ai habité dans un quartier, et puis un jour j'ai un copain qui est arrivé avec un skateboard	C'est mon frère qui en faisait, au début je lui premais ses	en fait c'est un ami qui faisait déjà du skate avant, et qui m'a fait découvrir le sport et ça m'a tout de suite plu	en fait c'est en voyant des vidéos, j'avais eu un jeu de skate et il y	j'ai commencé le skate tout seul, sans pote, c'est après qu'on s'est regroupé parce	j'étais tout jeune, je devais être en 6 ^{ème} , il y avait des jeunes du quartier qui en	oui, en fait moi je m'intéressais à fond au graphiti avant, je faisais aussi 2 ou 3 tags et j'achetais ride on, et en fait c'était un magazine un peu hybride plus culture street : graph, hip-hop, et le skateboard, ça a été	avant je faisais du roller, et c'était plus pratiqu e le skate	ils m'ont donc donné l'envie de commen cer •et j'ais appris avec	en fait au début moi c'était grace au jeux tony hawk 2 sur playstation que j'ai su qu'on pouvait	bah en fait, au tout début c'est un pote français qui avait été classé au v7 teenage tour qui

lui demandais pour lui emprunter, et puis moi au début, je ne connaissais rien à la pratique puisqu'en 89-90 il y avait des magazines mais je ne les connaissais pas.	plu, (.), il m'a guidé, il m'a fait voir des bouquins. c'était un copain de village, et puis après tu visites les parks, tu vois différents spots de street, tu vois différents parks dans les villes et après c'est ça qui te motive, après tu revois d'autres pots que tu retrouves dans d'autres parks (.). j'ai un cousin qui habite à Strasbourg, c'est lui qui m'a fait découvrir aussi, j'étais encore plus jeune, j'étais dans la rue assis sur un skate, c'était les tout petits skates.	passant au square Saint-Amour des skateurs, et puis on a commencé à s'y mettre, au début on voulait juste faire un ollie, décoller la planche, et puis on y a pris goût.	y a un correspondant anglais qui est venu, et il savait faire le holly, c'est un peu la base du skate, c'est pour faire décoller la planche sans s'aider des mains et en fait ça m'a impressionné, je me suis dit je veux faire ça, et puis voilà j'en ai fait. Avec 2, 3 copains de classe, mais c'était plus des amis de quartiers	et on a tous essayé, et depuis ça m'a pas lâché	skates.	en fait, il y avait à l'époque un magasin qui s'appelait switch, et le type qui tenait le magasin qui était un proche et qui avait un super niveau, il a eu des expériences aux Etats-Unis, c'est lui qui nous a encore plus donné l'envie de faire du skate. il était plus vieux que nous, il avait trop d'expérience, il était allé aux Etats-Unis là où il y avait les meilleurs spots, on s'est retrouvé une bonne bande, et puis on est resté entre nous et on ne s'est plus quitté	avait des vidéos dedans, ça m'a bien mis la pression et puis ça m'a motivé, et puis j'ai voulu essayer, donc j'ai acheté une planche et encore non, la première ça devait être dans un carrefour ou un truc comme ça quand j'ai commencé le skate, j'étais devant chez moi tout seul dans la rue, c'était plus un plaisir individuel, bon tu te trouves vite un pote, tu skates rarement seul.	qu'on avait un point commun : le skate. Mais moi quand j'ai commencé le skate, j'ai acheté ma première planche c'était dans un new way, et encore non, la première ça devait être dans un carrefour ou un truc comme ça quand j'ai commencé le skate, j'étais devant chez moi tout seul dans la rue, c'était plus un plaisir individuel, bon tu te trouves vite un pote, tu skates rarement seul.	faisaient, à Planoise a côté de l'ancien skatepark j'avais un copain en 4 ^{ème} , il faisait du skate, et puis je suis allé au skatepark avec lui, et puis je m'y suis mis.	aussi quelque part une influence, ça m'a poussé à aller voir les gars qui skataient au square Saint-Amour ben en fait en allant en ville, square Saint-Amour, à l'époque c'était le spot à Besançon et il y avait la bande à Patou, il y avait Dani, il y avait quentin, et puis en fait je trouvais ça trop bien et puis on s'est dit on va en faire avec Nutella et puis quelque pot, et puis Noël est arrivé on a eu une « dake » chacun et puis on a commencé, donc au début on en faisait à Thise à fond, on en faisait les deux, et on allait pas en ville, et puis on a progressé, après on a rencontré un plus vieux à Thise qui lui avait une voiture donc en fait il nous a promené à droite et à gauche et puis c'est là qu'on a commencé à progresser et être à fond dedans	pour me déplacer	mon frère Et puis on a fait un <i>team</i>	faire de figure et puis on m'a acheté un planche je savais à peine rouler et cette année il y avait plein de skate dans ma classe ça m'a motivé j'ai cherché sur internet et puis je me suis acheté une planche suivant les conseils de ceux de ma classe	m'a donné envie c'est avec lui que j'ai commencé à rouler (trouver l'équilibre etc) et c'est avec lui que j'ai rentré mon premier ollie, ensuite au début ne connaissait personne j'ai plus beaucoup progressé et j'ai même quasi arrêté, puis j'ai repris quite à me prendre la "honte" (ce qui ne fut pas le cas) sur le spot de ma région et là tout est allé très vite
---	---	--	--	---	---------	--	--	---	--	---	------------------	--	---	--

Nous pouvons constater que 10 skateurs ont découvert ce sport grâce à la connaissance d'un ami pratiquant déjà cette activité. Un seul a connu le skate grâce au réseau familial. Deux personnes ont connu cette activité grâce au jeu vidéo Tony Hawk et notamment grâce aux films passant dessus. Enfin, un seul prétend avoir connu cette activité tout seul en ayant acheté une planche en grande surface. Nous pouvons donc avancé pour notre échantillon que la rencontre avec une personne déjà pratiquante a été un phénomène déclencheur de la pratique.

Où ont-ils appris les bases et les techniques du skate ?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibaut	Ludovic	Quentin	Meuh	Bast	Zyler
au centre-ville on va retrouver ceux qui ont le plus influencé Besançon sur la pratique, parce qu'au square Saint-Amour on se réunissait et on avait les meilleurs bisontins qui étaient là. Alors on voyait quand on ne connaissait pas la pratique, qu'ils arrivaient à sauter avec leur planche. (...) à l'époque, entre 89 et 95, il y a eu à Besançon la nuit de la glisse, qui se passait au Kursall, et le gros boum aussi, c'est quand on a vu les vidéos américaines, genre Street on fire, de Santa Cruz, Santa Cruz c'est une marque	en fait à force de voir les autres et à force d'entraînement, d'apprentissage, en ayant les automatismes, on réussissait à progresser, c'est-à-dire à rentrer les figures, genre le olly air, toute la journée on tapait sur notre planche pour la faire monter, et puis qu'elle colle à notre pied, et c'est toi qui le trouves. (...) c'est dans les magazines il y a le nom de la figure en dessous, et puis on nous des fois au début on discutait vidéos, les magazines (mon copain) avait fait un peu de snow, donc il	il y a des petits trucs comme une astuce, mais c'est tout, on ne peut pas vraiment apprendre car c'est chacun qui doit ressentir, chacun est différent, il n'y a pas une façon de faire. Au départ on m'a expliqué qu'il fallait taper, mais après il faut un déclic et c'est toi qui le trouves. (...) c'est dans les magazines il y a le nom de la figure en dessous, et puis on nous des fois au début on discutait vidéos, les magazines (mon copain) avait fait un peu de snow, donc il	il y a un corresp ondant anglais qui est venu, et il savait faire le holly, c'est un peu la base du skate, c'est pour faire décoller la planche sans s'aider des mains et en fait ça m'a impressi onné, je me suis dit je veux faire ça, et puis tout seul parce qu'il n'y	tout simplement en regardant des vidéos, dans les magazines, et puis toujours celui qui était le plus fort dans le groupe, qui maîtrisait, ou qui était toujours en avant-garde, et puis j'ai appris tout seul parce qu'il n'y	c'est plus en regardant ton entourage, les vidéos, tu apprends des trucs de base, et puis après avec le temps quand tu en fais tous les jours tu y arrives, c'est comme en tennis, tu t'entraînes tous les jours et au bout de 5 ans tu sais faire un coup droit et un revers super bien il y a bien qui peuvent te donner des tuyaux, mais ce n'est pas en écoutant que tu réussies les	au début c'était Marc, mon pote d'enfance, c'est lui qui a commencé à m'apprendre des ollies, des trucs de base, et puis après je suis allé skatepar k, donc tu parles avec des skateurs il y en a qui donnent techniq ues et 2 ou 3 conseils , ça t'aide, au final c'est toi qui	au début tu apprends tout seul, tu galères un peu, les bases, et après je suis allé skatepar k, donc tu parles avec des skateurs il y en a qui donnent techniq ues et 2 ou 3 conseils , ça t'aide, au final c'est toi qui	moi les techniques du skate ? Ben grâce aux premières vidéos de l'époque, c'était new way, les vidéos po éperalta à l'époque, c'était avec des postes, on ridait, on skatait, les vidéos et les magazines de l'époque étaient si tu veux les seuls moyens que l'on avait pour nous informer sur le skate, les nouveautés, les nouvelles figures et tout ça. à l'époque, c'était tellement pointu comme sport, il y avait tellement peu de pratiquants, par ou c'est devenu un phénomène de mode, on n'avait pas cherchait, on	ben un peu tout le monde, tu regardes les autres et tu vas apprendre des trucs, en regardant les vidéos, ben oui c'est toujours bien les vidéos, tous les mouvements qu'ils font, tu peux voir exactement ent au ralenti comment ils font,	en fait au début on a bloqué sur le Ollie, savoir comment on décolle la planche, mais un bon bout de temps presque un an, et puis deux ou trois mags mais on n'avait pas vraiment la technique, ça a vraiment explosé quand on a rencontré Jean-Luc Denoux qui était plus fort et nous a expliqué plein de trucs, c'était un thïstien qui avait arrêté et qui a repris avec nous. c'est marrant parce que je me rappelle qu'alex, il était toujours plus fort alors ça tirait les autres, si lui faisait le ollie plus haut que les autres on allait tous	tout seul et puis sur Internet, mais au début c'est juste pour rouler. Le nom des figures, dans des jeux au début quand nous a expliqué noobs, sinon par le net, ou des pote avec de l'expérience,	bah au départ pour le ollie j'ai regardé sur Internet et puis maintenant j'arrive à faire un ollie 180 et pop show it et bon maintenant j'apprend un peu tout seul, j'ai des bons conseils quand je vais rider avec les autres parce qu'il n'y a pas beaucoup de monde qui skate près de chez moi	C'est-à-dire que souvent on essaye ensemble d'apprendre un nouveau tricks et chacun dit ce qu'il pense "an tient je trouve que ça va mieux comme ça etc" ou alors qd un cops arrive pas à faire un tricks qu on rentre bah on lui montre mais juste parler technique ça représente pas grand chose car entre théorie et pratique dans le skate, il y a un monde propre techniques créées le style en fait rien que le fait de regarder les autres on apprend	

de skate, c'est eux qui ont fait cette vidéo, et puis on a vu les rivaux en faire, et puis c'était magique, il y avait vraiment une différence, déjà en rampe il faisait des trucs incroyables, ils arrivaient sur une borne de pompiers, ils montaient dessus, ils tournaient, et puis ils descendaient les rues de San Francisco à fond. On voyait vraiment qu'il y avait une culture, c'est pas seulement un sport, c'est un mode de vie, une culture, une façon de penser, une façon de skater dans l'environnement de la ville, d'utiliser tout ce qui est trottoir, rail, mobilier urbain, de prendre des rails et de glisser sur des trucs, c'est les parties en acier sous la planche qui tiennent les roues, glisser sur des trottoirs qui ont une matière qui permet de	avait des notions d'équilibre, de sauts, de franchissement d'obstacles, et il m'a guidé, il m'a fait voir des bouquins (...) un jour on m'a dit tiens tu devrais faire ça, essayer, et après c'est en regardant, je m'achète des DVD de temps en temps, on se regarde ça avec des potes, on se motive on se met la pêche et après on va rider on se dit tiens ce truc là s'est faisable. (...) je connais des types qui ont appris en regardant et en lisant des bouquins comme des fous, qui ont analysé des vidéos en ralenti pour voir les positionnements, les équilibres, c'est vachement d'analyse, nous quand on regarde les vidéos entre potes, après on essaie, et on se critique, on dit tiens tu aurais pu réussir en faisant ça, ça te permet de connaître tes défauts, quand tu	j'en ai fait, et on était toute une bande, on s'est entraîné les uns les autres et je ne suis pas descendu du skate, et puis j'ai vu une vidéo, il y avait des nuits de la glisse à l'époque, c'était un peu un truc novateur, c'était tout les sports fun à l'époque, et on voyait nulle part, nous on essayait de monter des trottoirs, et dans la vidéo les mecs avec des	avait beaucoup de skateurs en 90, donc je pouvais voir un magasin droite, à gauche, et puis des vidéos, je me suis débrouillé comme je pouvais. (...) oui, parce que ce qu'il y a de bien avec les vidéos, c'est qu'on voit comme nt les pros mettent leurs pieds sur la planche, ce qui joue beaucoup pour la	(...) bon moi il y a peut-être mon frère figures, il fait vraiment le vouloir, il fait en faire souvent, et en plus de ça il y a les magazines, les vidéos de skate qui te motivent Paolo et Quentin c'est les deux plus forts, il y a des tricks que je n'arrive pas et ils peuvent m'aider, ils me donnent 2 ou 3 conseils et ça m'aide. oui ça m'a déjà aidé, il y a des figures que je demande comme j'ai Quentin qui avait commencé le skate plutôt que nous, ça nous motivait et après on s'entraînait ralenti	découvrait des films, des figures, c'était vraiment la découverte, qu'est-ce qu'on peut faire avec une planche, le flip n'existait pas, c'était des variantes, dans des magazines trucs old school qui ont découlé sur des figures du slam de l'époque du début du skate. S : et maintenant les jeunes qui viennent chez toi acheter des vidéos, tu crois qu'ils cherchent encore les mêmes choses, des techniques ? M : oui, ils cherchent encore des techniques, à débattre avec les zooms, bon je pense parce que nous on l'a fait pendant des années, ils sont encore au même truc, plus avec les magnétoscopes mais DVD et ou Internet ou ils téléchargent des vidéos sur Internet, ils les regardent, ils nouvelles figures, c'est devenu tellement inabordable pour certains par rapport au niveau que maintenant entre le débutant et le pratiquant haut	et puis c'est motivant tu vois des nouvelles figures dans des magazines, tu te dis je vais essayer, et après ça finit par rentrer oui tu vois les mecs qui font ça comme ça et en skatant avec lui aussi avec des vidéos.	essayer, et puis après on essayait tous d'enchaîner. j'ai demandé et puis on t'explique, mais bon ça reste une explication en c'est vraiment en regardant et puis après en essayant encore. je vois ce qu'ils rentrent, je me dis c'est sympa et je vais essayer, donc voilà et puis on essaye, mais il n'y a pas qu'eux, je Peulsey et puis je vais voir un gars qui fait ça, tu te dis c'est marrant et je vais essayer et essayer de le refaire. il faut c'est ça le but du jeu, c'est d'apprendre à l'autre à faire des figures, tu connais « un out skate », il y en a un qui lance une figure, et l'autre doit le faire, nous on le fait à la cool, parce qu'on a des règles qui sont différentes des bisontins, eux ils jouent ils font skate ils lancent un tricks et tu as un essai pour le faire, tandis que nous on accorde 3 essais	mais je vien de rencontrer quelqu'un qui en fait pas loin de chez moi et puis tu as les vidéos internet j'ai trouvé la technique du ollie et j'ai appris comment faire pour faire tourner la planche en flip le reste bha avec les conseil des potes, vidéos, forum internet, mag etc. mais tout ça si il n'y a pas de pratiques ça sert mais je suis sur qu'on progresse beaucoup plus vite dans un groupe que seul à cause de la motivation. Et puis on en apprend tout le temps des conseils nouveaux le skate évolue sans cesse c'est incroyable, il y a même des	beaucoup, regarder des vidéos aussi ça peut aider mais bon dans le skate des heures de théorie ne valent pas 1 seconde de pratique. Pour apprendre la seule solution c'est essayer, tomber, recommencer en fait ce que je pense c'est que c'est le démarage le plus dur, apprendre le ollie et autres figures de bases, après c'est plus auto didacte et pour apprendre les trucs de bases tout est bon : pots, vidéos, forum internet, mag etc. mais tout ça si il n'y a pas de pratiques ça sert mais je suis sur qu'on progresse beaucoup plus vite dans un groupe que seul à cause de la motivation. Et puis on en apprend tout le temps des conseils nouveaux le skate évolue sans cesse c'est incroyable, il y a même des
---	--	--	--	--	---	---	---	---	---

glisser, prendre des rambardes d'escalier. Tout ça c'est vachement important	pratiques tu ne t'en rends pas compte, c'est après quant tu es sur le film de tes potes que tu te dis cette position elle est mauvaise, il y a des trucs à régler.(.) c'est le petit Gauthier, il m'a appris plein de façons de skater, un jour il m'a fait rentrer un <u>tricks</u> que j'avais jamais fait et c'est grâce à lui, et j'étais trop reconnaissant, il m'a dit t'as juste à faire ça, tourne ta jambe.(.) <u>en</u> fait je regardais <u>beaucoup les</u> vidéos aussi bien <u>françaises</u> qu' <u>étrangères</u> , <u>une bonne partie</u> de <u>ricaines</u> parce que <u>le</u> <u>mouvement est</u> parti de là bas	olly, ils montaient des tables, moi quand j'ai vu ça, j'ai dit mon Dieu.	réussite de la figure, et c'est vrai qu'avec un magnétoscope tu mets sur pause, tu fais des arrêts d'image s, et puis tu regardes des heures heures comme ça, tu vois comme font, comme nt ça se passe, et ça aide beaucoup p	pour savoir nous aussi faire du skate, et puis quand tu es petit tu regardes les vidéos et tu te dis j'aimerais bien lui ressembler, les <u>pros</u> te motivent. <u>ah oui, tu changes</u> , <u>genre tu vois un gars que tu aimes vraiment bien, ça va être ton moment, tu vas essayer de faire ses figures. c'est lui qui va le motiver</u>	surtout grâce au vidéos, ça m'a pas vraiment aidé mais ça fait réfléchir un peu	niveau, il y a énormément de décalage par rapport à l'époque où entre le débutant et le pratiquant haut niveau, il n'y avait pas un énorme écart, il y avait un écart, parce que les gars étaient déjà bon à l'époque, mais c'était une question de taille, le côté technique si tu veux, il y a eu plein de périodes, ou le skate est devenu plus technique, il y a différentes évolutions, on est passé sur du petit <u>tricks</u> technique, après on est repassé sur du truc oldschool avec de l'amplitude, après on est repassé sur un mélange des deux, c'est tout le temps des phénomènes de mode en fonction de la tendance, il y a encore d'autres côtés encore plus techniques	pour le faire, tu peux même donner un conseil à l'autre, tu vois c'est tes pieds qui vont pas, etc....	e	<u>tricks</u> à la mode et d'autres pas, et comment tu sais qu'ils sont à la mode ? à force de regarder des vidéos enfin ce n'est pas vraiment une mode comme si tout le monde était d'accord et que tout le monde le savait mais selon les périodes dans les vidéos il y a le même <u>tricks</u> qui revient tout le temps dans beaucoup de vidéos et par des gars différents => il sont à la mode en ce moment les cabalerial flip et les flip 360 dans les <u>pro</u> un peu tout le monde : Salabanzi en fait des beaux , Chris Cole aussi, mais y en a plein plein...
--	---	--	---	--	---	--	--	---	--

Deux réseaux permettent la transmission des bases du skate : d'une part l'entourage essentiellement représenté par le groupe de pairs, et les autres skateurs présents sur les lieux de pratique ; d'autre part les médias, vidéos et revues spécialisées en majorité américaines qui sont visionnées par des skateurs.

Par ailleurs, nous pouvons constater une certaine négation de l'apprentissage grâce à des sources extérieures, beaucoup de skateurs se revendiquent autodidactes et considèrent leur entourage et les vidéos comme de simples éléments les motivant. Ce constat s'apparente à la *Transmission des savoirs de Delbos et Jorion* : « *les trucs du métier, personne te les dira. C'est l'expérience qui t'apprend, personne d'autre !* ».

Leur présence dans une association de skate

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic
il n'y a plus eu trop d'assoc, à l'époque il y a avait un magasin place du marché, c'était Swicht, et il y avait une association, c'était ABS (association Besançon skate) là, il y a un brevet d'état qui s'est créé pour le skate, et ça c'est bien, c'est ce qu'il faut faire, c'est bien pour apprendre à skater dans de bonnes conditions, pour ne pas vouloir progresser trop vite, en brûlant les étapes, en se faisant mal (...). il faut qu'il y ait au moins un club, une fédé qui donne une impulsion à ce mouvement là, il y a la fédération de roller skating auquel on peut se fédérer, mais c'est bien plus	moi je me suis fédéré, mais je suis resté même pas un an, donc c'est un peu dommage, en fait s'il y avait plus de structures encadrées et suivies, comme là, il y a un brevet d'état qui s'est créé pour le skate, et ça c'est bien, c'est ce qu'il faut faire, c'est bien pour apprendre à skater dans de bonnes conditions, pour ne pas vouloir progresser trop vite, en brûlant les étapes, en se faisant mal (...). il faut qu'il y ait au moins un club, une fédé qui donne une impulsion à ce mouvement là, il y a la fédération de roller skating auquel on peut se fédérer, mais c'est bien plus	Non, il y avait l'ASEB au départ avec mon pote on devait s'occuper de la partie skate dans l'association et puis c'est un peu tomber à l'eau (...). et puis il y a un mois, j'ai rappelé mon pote et je lui ai dit « viens on fait l'assoc que pour les skateurs », (il est désormais président de l'association ADSL@sk8 à Besançon)	Oui, il y avait une licence, si on voulait faire des compétitions c'était obligatoire, c'était 200 francs à l'époque, maintenant ça doit être 300, voilà ça m'a permis de rencontrer pas mal de gens, même à Besançon c'est une petite ville mais il y avait déjà un peu de monde, il y avait le patron de Freestyler (magazine de snowboard et de skateboard), j'ai commencé le skate avec lui. (...). moi j'ai été directeur de plusieurs clubs, dernièrement	j'ai été inscrit dans un club, d'ailleurs c'était assez sympa. C'était plutôt une association, pas un club, à l'époque c'était le père d'un gamin qui était passionné de skateboard, il était à Avanne, et il avait réussi à construire un module, un quarter, et on pouvait le mettre sur un remorque et on faisait tous les villages comme ça (...). à l'ASEB, je suis inscrit, et je fais partie de l'administration, je suis secrétaire de l'assoc, parce qu'en même temps, j'ai le projet de pouvoir être éducateur sportif	J'étais inscrit pendant un moment à la fédération parce que j'ai fait un contest de skate, et puis en ce moment je suis à l'ASEB, enfin c'est Manu de Slidebox qui m'a inscrit parce qu'il n'y avait pas de skateurs dans là l'assoc, et puis apparemment il y a des gars de Thise qui ont monté une association qui s'appelle l'ADSL, et là il faut absolument que je m'inscrive, là j'ai vraiment envie parce que ce sont des skateurs qui font ça, l'ASEB j'avais pas	non, parce qu'il n'y a jamais eu vraiment un truc à Besançon, je suis arrivé dans le skate j'étais à Besançon et puis il n'y a jamais eu vraiment d'association qui fait qu'on a organisé des <i>contests</i> , on a fait des <i>contests</i> mais c'est pas avec un club tu sais les clubs de skate, ce truc qui se fait beaucoup, même dans d'autres pays, le skate c'est plus marginal, ce n'est pas un truc cadré, avec un entraîneur,	non, je voulais le faire pendant un moment parce qu'ils voulaient des fonds pour le nouveau skatepark, et puis du coup le skatepark s'est fait et je ne me suis pas inscrit c'est sur que les skateurs sont difficilement fédérables, ça n'empêche pas que dans certaines villes des associations de skate se sont créées, se sont mobilisées, le problème c'est qu'il faut un leader d'opinion pour pouvoir gérer une association de skate comme ça, et moi n'étant pas de Besançon et ayant ouvert un magasin dans le skate, et n'étant plus pratiquant au jour le jour sur skatepark, le côté crédibilité est pas obligatoirement là, les gens disent lui il fait un skatepark pour vendre plus de skates, on l'a entendu, même des personnes qui s'occupent de ça à la mairie, moi ce que je voulais, c'était simplement un beau	je me suis investi dans une assoc de skate, j'en ai créé une, mais vu l'investissement des skateurs de Besançon, j'ai laissé tombé, c'est pas ma ville, je suis pas originaire d'ici, j'ai l'impression que je me mobilisais plus pour faire un park pour une ville que des gens qui habitent ici depuis des années et qui ne se bougent pas, à part dire c'est pas bien ça, il n'y a pas de dynamique	oui vite fait, Manu, le mec de Slide Box, le pauvre type, il nous a demandé de s'inscrire là-dedans, il nous avait dit ça va faire bouger les choses, mais que dal, ça sert à rien rassembler les jeunes dans une assoc, donc on a laissé tomber, et moi j'ai eu l'idée de me rabattre en local sur celui de Thise où il y a déjà une structure qui existe qui est l'avenir de Thise, et on a créé une section adhérente à l'assoc avenir de Thise, donc on n'est pas une assoc à part entière, on est une section d'une grosse association. Donc au niveau de tout c'est plus facile, on a des subventions qui tombent tous les ans, on a une	

	roller que skate, la part du skate est infime, on était à 2 skateurs parmi 40 personnes qui faisaient du roller, de la balade	j'étais directeur d'ABS (association Besançon skate)	trop envie parce qu'il y a que des rollers, et je n'aime pas que tout soit mélangé sports de glisse sports extrêmes, c'est différent	c'est quelque chose que tu fais que pour toi	park, pas pour vendre plus de planches.	comptabilité plus souple, on n'est pas obligé de faire des réunions tous les 3 ou 4 mois, donc c'est quand même plus souple à gérer. oui on est 16 adhérents, dans le skate c'est une bonne association
--	---	--	--	--	---	--

Contrairement au sens commun, les skateurs de Besançon aimeraient profiter d'une association représentant leur sport. Il semble que l'agrégation du skate et du roller dans une même association (ASEB : association des sports extrêmes bisontins) ne convient pas aux skateurs qui sont sous-représentés et peu satisfaits des initiatives. En revanche, l'association de skate de Thise (ADSL : association des skateurs libres) a montré que lorsque les skateurs trouvaient un intérêt à se fédérer, ils le faisaient avec beaucoup d'engagement. A titre d'exemple, l'association de Thise compte 16 licenciés alors que celle de Besançon compte 1 licencié (le créateur).

Les lieux de pratique :

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Thibault	Ludovic	Quentin monfray	Meuth enjoy	Skalpes	zyler
Si tu vas au square Saint-Amour aujourd'hui, il y a des barrières vertes c'est à cause de nous, au centre Saint-Pierre c'est pareil, il grille les spots, (-)on est allé là où se construit la médecine à Minjoz et on est allé skater dans les trucs en construction, on est allé voir s'il y avait moyen de trouver des trucs, effectivement on a vu des petits trucs	j'aime plutôt le street parce que j'aime bien les spots à l'arrache, tu trouves un spot pendant un quart d'heure tu essaies de le passer et après tu traces, parce que le park c'est trop retreint, trop étudié à la	On a du mettre un avant d'aller en ville, et puis on a commencé à y aller petit à petit, mais on n'avait pas d'auto donc on devait s'arranger avec les parents, et puis il y avait un autre thisien avec qui	Dans la rue, parce qu'il y a plusieurs disciplines, il y a le street, la rampe, le Freestyle, on était direct en contact avec les passants, à Izenbart, au square Saint-Amour, les gens du coin, ils ont un peu gueulé, mais il n'y avait rien, il n'y avait aucune infrastructure, aucun park.	je suis obligé de me déplacer à travers la France pour trouver les infrastructures à mon niveau, je suis pas super bon, mais j'ai un niveau qui me permet d'évoluer sur des infrastructures pas mal, ici je me fais grave chier. (-) c'était au quartier parce que je ne	En ce moment on va à Manpower, c'est dans la zone industrielle, on s'est fait un module, et c'est tranquille parce que c'est couvert, avant on était place Pasteur, il y a eu le square, la bibliothèque en face, un petit peu le	Au début c'était surtout au square Saint-Amour, centre Saint Pierre et place Pasteur, et le skatepark est arrivé après on y est surtout allé parce qu'on n'avait pas trop le choix, le skate en ville ça a toujours été un problème, c'est pour ça qu'ils nous ont parké à Chamars, le problème c'est que ce qu'il y a à Chamars ça ne correspond pas du tout à ce que l'on fait dans le skate, le skate c'est un sport de rue,	je change, des fois c'est au skatepark, on bouge un peu, on va aussi place pasteur, il y a une période on faisait sur le pont à Rivotte, l'hiver dernier c'était un entrepôt, ça change tout le temps. en ce moment je vais au parking du CLA, parce	au skatepark, encore place Pasteur si on ne se fait pas virer par les flics, et puis dans les parkings souterrains comme le CLA, à Manpower aussi on a un petit squat avec quelques modules.	on va soit à Manpower, le spot sur le boulevard soit on va à l'usine qui est dans les anciens locaux de Lip à coté du bowling, aujourd'hui il y a la première d'entreprise, il y a un parking souterrain et nous on va là-bas, mais le truc est fermé de	les park, le street y en a pas bcp chez nous	mon frère a eu le permis alors on partait un peu partout explorer les coins perdus de la région , genre les coopérative s viticoles, qui offrent de jolis spots	partout en France et Europe defoi	heu quand je suis chez moi à Liège c'est street sur une place mais parfois je go en park le week-end en train mais quand je suis en vacances c'est en park et street je trouve que rouler que en park c'est pourri car tout va super bien en park et je trouve que alors une fois qu'on est obligé de rouler dans la rue on est déstabilisé tandis que en street on s'adapte beaucoup

à skater, on a un peu marqué notre territoire en marquant les murs, tu vois il y a vachement de symbolique dans le skate, quand on va dans un nouvel endroit on est obligé de le baptiser. (.)Maintenant je fais beaucoup de park, surtout à Dijon, c'est une salle chauffée, il y a une rampe, des plans inclinés, une piste circulaire pour les rollers, c'est pas mal.	pratique et c'est dommage, nous on fait du street et ça se voit à la façon de pratiquer, à mon avis la façon de pratiquer va avec la personnalité du skateur, si le type a envie de flyer il va se taper des purs sauts, ça dépend de la mentalité du skateur, et puis d'où il vient et ce qu'il a fait	on a skaté, il avait 3 ans de plus que nous et il avait une auto donc on a pas mal bougé	pouvais pas aller plus loin, maintenant que je travaille et que j'ai un salaire, je passe pas mal d'argent là dedans, pour aller un peu partout en France pour essayer les skateparks de France, j'ai fait tout ce qui est là côté ouest, la Côte d'Azur, Paris, Lyon, la Suisse, l'Allemagne	skatepark, parce que ça fait un endroit où tu peux pratiquer sans te faire virer, sauf que tu ne peux pas y aller le soir parce qu'il n'y a pas d'éclairage	et eux ils nous ont fait un truc vite fait bâcler pour ne plus qu'on fasse chier en ville, et puis nous on continue toujours en ville car c'est un sport de rue, nos origines sont là, on va au skatepark parce qu'on n'a pas le choix, les filles nous virent tout le temps, ils arrivent à deux ou trois voitures tout le temps, surtout place Pasteur c'est la seule qui reste car sur les autres places ils ont mis des systèmes antiskate. Autrement le reste les parkings sous-terrains et le parking de la mairie, mais c'est toujours le même problème, là c'est les gardiens qui nous virent, donc il y a un réel problème du skate en ville.	que ça passe et on ne se fait pas trop jeter, le week-end on va dans une entreprise sur le boulevard qui s'appelle Manpower, là autour c'est couvert, on a mis un truc pour skater, donc pour le moment c'est là jusqu'au jour où il n'y aura plus rien, et on ira ailleurs.	plus en plus, sinon on avait un autre spot couvert, c'est l'église Saint-louis avenue de Montrapon, c'est à côté du square Coluche, mais ça manque un espace couvert sur Besançon			plus facilement t cas même en park je suis pas un fan des rampes et autres courbes street park c'est le must en fait et tout le mois d'août a la Panne, un des meilleur spot belge
--	---	--	---	---	--	--	---	--	--	---

Deux époques peuvent être discernées dans cette analyse. Tout d'abord, lors des prémices du skate bisonnin dans les années 80, il n'existait pas de skatepark, les skateurs ridaient dans des lieux hautement symboliques au centre-ville. Ensuite, la création du skatepark ainsi que l'antiskate des places du centre-ville a contraint les skateurs à se diriger vers cette installation municipale. Remarquons tout de même que de nombreux lieux, notamment des hangars désaffectés et des parkings souterrains font également office de lieux de pratique. Ces lieux (tel que Manpower sur le boulevard) ont été cités parfois par 5 skateurs. Ce qui prouve qu'il existe des regroupements dans d'autres lieux que le skatepark. Enfin nous pouvons également remarquer que notre échantillon voyage et pratique quasi systématiquement dans d'autres villes pour les vacances ou lors de « sorties ».

Avec qui pratiquent-ils ?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Thibault	Ludovic	Meuh enjoy	Bast	zyler
<p>En fait à Saint férjeux on était deux ou trois, et on a commencé à aller au centre-ville, parce qu'on a vu qu'au square Saint-Amour il y avait des skateurs et à force de descendre on a créé des liens. Entre pratiquants du même niveau ou à peu près du même, quand on est jeune c'est assez facile pour parler, pour se rencontrer, le contact était facile.(.) En général avec des potes de mon âge, un qui a 29 ans, l'autre qui a 25-26 ans, et puis d'autres plus jeunes, ils sont plus forts que moi, parce qu'ils viennent de la nouvelle génération, nous quand on est arrivés on n'avait pas les figures, alors qu'eux ils connaissent déjà toutes les figures de base. (.) À force de les voir sur les skateparks et voir leurs progressions on a sympathisé (.) 3 ou 4, c'est plus les réunions des années 90 au square Saint-Amour où on était 15, il y avait des boards qui volaient partout.</p>	<p>avec les gens que je rencontrais, tu sais des fois tu te balades dans la rue avec ton skate, tu rencontres un skateur tu lui fais un petit signe, tu discutes 5 minutes, « tiens tu connais quoi comme spot ? Vient on y va » on se motive, on skate ensemble, on compare notre façon de skate, on échange notre point de vue, mais on est de vue, nous on est pas : « tiens je rentre tel type de tricks, donc je suis plus fort que toi », pour moi, il n'y a pas d'effet de niveau, ça c'est important. (.) c'est à force de zoner, forcément ça fait du boucan, donc tu as des skateurs qui disent tiens il doit y avoir un gears qui en fait là, donc tu te fais plus ou moins repérer</p>	<p>Sur tout avec des gens de Thise, parce que comme on venait de Thise, les bisontins ne nous ont pas intégré dans leur groupe, des jours ça allait, on skatait avec eux, et puis d'autres jours ils ne nous regardaient pas, ils étaient un peu bizarres, bon c'était certains bisontins, maintenant ils ne skatent plus trop. (.) maintenant c'est toujours des gens de Thise, et en plus quelques personnes de Besançon et d'autres de Deluz.</p>	<p>Avec 2, 3 copains de classe, mais c'était plus des amis de quartiers ils ont fait un club qui s'appelait Macadam surfer, et dans le club on a rencontré des gens, ça s'est fait comme ça.</p>	<p>maintenant, pas mal de skateurs sur Besançon me connaissent, donc il suffit que j'aille au skatepark et voilà, et même si on ne se connaît pas on discute, mais moi je suis le plus vieux, alors quand je vois quelqu'un qui a à peu près mon âge, d'entrée de jeu je lui demande d'où il vient, et puis on se lie d'amitié, et je skate avec eux, c'est ce qui m'a permis de me déplacer plus loin, parce que ce qu'il y a de bien à Besançon c'est qu'il y a le CLA, et on voit débarquer des skateurs du bout du monde, j'ai fait connaissance d'un Finlandais, d'un Canadien, d'un Américain, ils m'ont invité mais pour l'instant je peux pas, j'ai pas le moyens, mais je garde les contacts pour bouger.</p>	<p>Oui en fait, il y avait tous mes copains, et puis c'était facile parce que je les connaissais déjà avant de pratiquer grâce à mon frère. (.) Depuis que je fais du skate, quasiment tous mes amis sont des skateurs, c'est énorme, ça prend beaucoup de temps quand tu es passionné, et on parle tout le temps de ça car on a tous le même point commun, après j'ai eu des potes de classe, mais c'est surtout des skateurs.</p>	<p>en fait au début on était beaucoup et au fur et à mesure il y en a plein qui ont arrêté, et puis maintenant on se retrouve vraiment à 4, à skater même par ce temps (il neige), le skate il y a tout le temps à apprendre, n'importe où ou tu vas, tu peux apprendre à faire du skate.</p>	<p>au début, j'ai skaté avec une personne et on avait à peu près le même niveau, donc il y en avait un qui apprenait un truc il l'expliquait à l'autre, et puis du coup mon copain a arrêté le skate parce qu'il s'est fait une cheville, et il ne s'en est jamais remis, et à cette époque je commençais à connaître Paolo et puis du coup j'ai été avec Paolo et puis Quentin, Damien, et puis je skate avec eux tout le temps.</p>	<p>on est toujours les mêmes, 3 ou 4. 5 fois par semaine, on essaie d'en faire tous les jours <u>ben je ne sais pas, on même skate, je m'inspirais de lui et il s'inspirait de moi et après on a fait connaissance, et depuis c'est la grande amitié</u></p>	<p>avec des Thisiens, et des gens de Baume-Les-Dames pas Dames mal, on a aussi des potes de Devecey, sinon en dehors on voit un peu tout le monde on se retrouve sur des spots, mais plus souvent on se croise, on reste peu ensemble, on a un skate qui est un peu différent. le noyau dur c'est moi, Jean-Luc, Nicolas Muloser de Baumes-Les-Dames, Jimmy, Jaco de Baume-Les Dames, Les Dames, Zac, et sinon le petit Alex.</p>	<p>En groupe avec mes potes, qui eux ont commencé un peu avant moi et j'ai appris avec mon frère puis on a fait un <u>team</u></p>	<p>parce qu'il a pas bop de monde qui skate près de chez moi mais je viens de rencontrer quelqu'un qui en fait pas loin de chez moi bha il y a les plus expérimentés et des autres plus à mon niveau et on se donne chacun des conseils</p>	<p>je skate avec des potes à partir du moment où on est plusieurs il y a une plus grande motivation et puis deux têtes valent mieux qu'une on s'est déjà organisé deux session tous ensemble dans un park on parlait anglais et ça allait parfois je roule tout seul, parfois à 2 parfois à 10 parfois à 20 puis c'est une grande famille on a quelques amis proches, on connaît plus ou moins tout le monde</p>

A l'unanimité, les skateurs interrogés pratiquent en groupe. Il s'agit d'une part de rencontres informelles, et d'autre part de rendez-vous sur les lieux de pratique.

Nous pouvons constater que les skateurs de notre échantillon pratiquent soit avec des individus rencontrés sur le lieu de pratique, dans ce sens le skate permet de créer des sociabilités, soit avec des individus connus dans d'autres circonstances (voisins, camarades de classe, frère).

L'intensité de pratique ?

Damien	François	Thibault	Ludovic	Quentin M	Meth enjoy	Bast	Skapes	zyler
en fait quand il fait beau c'est quasiment tous les jours, et quand c'est en hiver on en fait 4 ou 5 jours dans la semaine, c'est assez soutenu, et puis après s'il y a vraiment du mauvais temps, on a un spot vers le boulevard qui est couvert, c'est un espèce de préau, on a mis des curbs et comme c'est couvert on y va, mais quand il neige et qu'il fait froid comme ça tu restes pas longtemps, mais c'est vrai que dependant la semaine on reste jamais sans faire du skate.	je skate à la moindre occasion dès qu'il fait beau et que j'ai le temps je skate, donc par exemple en été ça va être tous les jours, par contre après il suffit que tu fasses mal quelque part, et tu dois arrêté un moment, ou par des temps comme ça (il neige), ou quand tu rentres le soir et il fait déjà bien nuit, mais si je peux je skate tout le temps.	je ne sais pas 5 fois par semaine, on essaie d'en faire tous les jours. j'essaie de skate à fond, c'est la meilleure période, il fait bon, il fait nuit tard.	tous les soirs et puis le samedi oui pareil a fond dedans, on en voulait	Bah ça dépend : 5h30 à 6 h ou 4h30 ça dépend	mais en fait, je ne fait plus trop de skate maintenant c'est une vieille passion maintenant. avant, tous les soirs j'en faisais une bonne heure puis sinon tous les week-end	dès que j'ai du temps libre et qu'il fait beau j'essaie, mais quand je suis tout seul c'est souvent 30 minutes puis 20 puis 30. des petites sessions quand c'est avec des potes, c'est toute l'après midi et souvent le week end : 13h +/-	ça va faire 16 ans que je skate	Quand je suis en vacances je skate de 11h00 à 13h00 et de 14h00 à 18h30 tous les jours si il n'y avait pas l'école je progresserais 2 fois plus vite je progresse plus en 1 semaine de vacances qu'en 2 mois d'école

Les skateurs de notre échantillon ont une intensité de pratique élevée (environ 7 heures par semaine). Sur Besançon, cette pratique est d'avantage constatée l'été car l'absence d'infrastructures couvertes empêche les skateurs de pratiquer par mauvais temps. Cette singularité doit être signalée et apparaît comme spécifique aux villes du nord ne disposant pas de skatepark couvert.

D'autre part, cette activité est essentiellement pratiquée le soir et le week-end. En effet, les skateurs sont majoritairement des étudiants qui pratiquent après leur journée d'école.

Ont-ils donné l'envie à d'autres de pratiquer, ou les ont-ils aidé à pratiquer?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	François	Manu	Thibault	Ludovic	Quentin monfray	Bast	Zyler
Oui je pense parce qu'avec mes potes on est vachement ouverts et quand on voit un jeune skateur on lui demande s'il veut des enseignements, et quand ils nous regardent skater, ils sont motivés.	j'ai toujours essayé, dès que j'ai pu discuter avec un jeune, de lui dire des trucs, ce n'était pas des critiques, ce n'était pas pour faire le grand frère, le prof, c'est simplement pour lui dire tiens la position elle est bonne, mais il manque ça pour bien te positionner et slider plus longtemps.	Je ne sais pas si j'ai incité parce qu'au début c'est assez dur, voire même chiant, tu as l'impression de rien faire, par contre j'essaie de le développer.	Je pense que ça c'est indirect, parce qu'ils vont acheter la panoplie parce qu'ils ont envie de ressembler à telles personnes qu'ils ont vu à la T.V. ou dans une vidéo. Mais après, à force de voir les magazines, il y en a beaucoup qui ont eu envie d'essayer, je pense que le mieux c'est d'aller en faire, l'ensemble les adolescents, c'est les mieux rencardés, ils te sortent un magazine, et ils te disent je veux ça, tu ne les roules pas !	ça fait 2 ans que je fais promouvoir ce sport là à Besançon, ça fait 2 ans que je me bats pour justement ramener le plus de gens possible et j'espère que j'aurais le plus longtemps possible envie de ramener le plus possible à venir pratiquer du skate, parce que dans le skate, il n'y a pas que le skatepark, il y a aussi descendre une pente. Et puis j'essaie d'attirer le plus de femmes possible, parce que ça manque de femmes, et puis là je suis content parce que j'ai motivé 4 filles à en faire	<u>Non, je ne pense pas directement, car il faut vraiment se motiver soi-même, c'est vachement individualist</u> e, tu en fais tout seul si tu es motivé, une fois que tu as compris les bases après c'est tous des dérivés, une fois que tu sais monter une marche tu vas essayer en 180, bon tu as bien du le voir quelque part, mais c'est à toi d'essayer ensuite, tu peux après essayer de la monter en flip 180, etc, il y a juste leolly et après c'est tous des dérivés	oui, je ne sais pas si on peut dire apprendre, mais ça m'ai arrivé plein de fois d'aider des gamins du skatepark ou des autres gens qui me demandaient comment ça se faisait, tu donnes 2 ou 3 conseils, ça sert ou pas, bon après le placement des pieds, les épaules, à quoi il faut penser pendant que l'on fait la figure	pas sur Besançon, mais c'est sur quand tu faisais du skate tu aidais les jeunes, tu leurs apprenais des nouvelles figures, il y a deux types de personnes, celles qui skatent dans leur coin et dans leur monde et qui envoient chier tout le monde, et il y a les personnes qui sont ouvertes, moi je fais plus partie des personnes qui sont ouvertes, du côté art de vivre, à l'écoute des gens, qui aiment se regrouper dans ce genre de milieu, que le côté pratique, après c'est une question de mentalité. oui c'est ce qu'il y a de mieux, socialement tu es en groupe, c'est ce qui te permet d'évoluer le plus rapidement, parce que tu partages ton savoir avec d'autres personnes	ben oui, genre Quentin, il y a des techniques qu'il arrive moins bien à faire, je lui dis tu devrais mieux faire comme ça.	oui, oui, on essaie, et c'est vachement bien, moi j'aime bien faire ça avec les gosses, pour jouer et puis pour leur apprendre des figures, moi je fais une figure et après les gamins essayent, ils ratent et au bout de 2 ou 3 fois ils y arrivent, c'est bien, ils ont réussi à faire un truc, c'est bien de leur apprendre avec le jeu.	Même au plus expérimenté je donne des fois des petits conseils s moi j'apprends un peu à mon voisin qui comme nce	Même au plus expérimenté je donne des fois des petits conseils s moi j'apprends un peu à mon voisin qui comme nce	Je suis webmasters quand un copain n'arrive pas à faire un <i>tricks</i> qu'on rentre bah on lui montre alors. www.bmx-skate.be.tf ui plusieurs années (2 p e 3) et ça marche assez bien, dans Liège on est assez connu et c'est le lieu de rencontre des <i>riders</i> de la région et via ce site on a organisé des ateliers afin de réparer un bowl de notre région, des barbecues etc... l'autre www.pukepolice.com c'est un site que j'ai créé pour un copain flamand que je vois tout le temps en vacances

11 skateurs sur 14 essayent de développer cette activité, soit d'une manière officielle en s'investissant dans un club, soit d'une manière informelle en conseillant des pratiquants sur les gestes à adopter pour optimiser leurs figures.

✂ Les valeurs de la glisse

Les individus qui incarnent le mieux l'esprit du skate :

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Thibault	Quentin monfray	Meuh enjoy
C'est pas ceux que l'on a vu aux nuits de la glisse cette année, ils ne sont pas assez bons, c'est vraiment le haut niveau, ils incarnent l'esprit, et puis la façon de parler et de se comporter, genre Bob Marghera, c'est un mec de la nouvelle génération, mais il fait des conneries genre Jack Kass sur MTV, c'est un fou, sinon Tony Hawks, c'est la crème, autrement sur Besançon, il y a eu Patrick Nuss, hyper connu sur Besançon qui a eu un super niveau en skate, donc lui il est porteur de cet esprit, et quand il vient au square comme le skater, dès qu'il skatait à fond, tout le monde s'asseyait pour le	tu as toujours les légendes vivantes, Tony Hawks, Cabaléro, tu as des types comme Meulens qui sont trop respectables, après tu as des Français, qui ont commencé comme toi par la rue, qui se sont dit tiens on peut rencontrer des gens, on peut créer des assoc, et après ils se créent leur marque, leur façon de concevoir leur skate, ils voyagent, et quand il vient au square comme le skater, dès qu'il skatait à fond, tout le monde s'asseyait pour le	Les pros c'est ce qu'on voit le plus, c'est l'image du skate, j'ai une préférence pour les punks, je n'aime pas trop le rap, je suis plus côté Californie plutôt que New York, New York c'est plus rap, les bisontins sont plus plus Zéro ou Becker.	C'est les professionnels, parce qu'ils sont payés pour faire ça, c'est leur image qu'ils mettent en jeu, donc s'ils ont une bonne image, ils vendront plus. Mais en fait l'avantage du skate par rapport aux sports comme le basket, ou d'autres sports comme ça, c'est que ton idole tu peux aller skater avec, si tu habites par exemple à Paris, (.) ceux que tu vois dans les magazines, (.) tu vas à Bercy, tu peux skater à côté d'eux, moi je peux faire du basket, je doute qu'un jour, je pourrais jouer avec Jordan. L'avantage c'est ça, celui qui habite à Los Angeles, par exemple. Moi je sais que juste après mon bac, j'étais à Paris, je suis allé vivre à San Francisco, parce que c'est un peu la Mecque du skate, et je voulais vivre mon rêve américain, et je suis parti là-bas, et ceux que je voyais dans les magazines étaient à côté de moi, il y avait la place en face qui s'appelait l'Embarcadéro, qui existe toujours, et il y avait tout ceux que je voyais dans les magazines, donc c'est ça l'avantage avec le skate, ça rapproche, il n'y a pas un fossé entre toi et les pros, ils sont plus abordables, tu peux parler avec eux, et ça c'est quelque	je dirais que les professionnels vont plus vers un côté commercial, argent, et qu'il y a le côté état d'esprit du skateboardeur qui est plus hippie, le van, la planche dans le coffre, et puis trace la route, mais bon étant donné que ça commence à attirer de l'argent, les jeunes d'aujourd'hui sont motivés par l'argent aussi, mais il faut savoir qu'en France, il doit y en avoir une trentaine qui gagnent leur vie à ça, et puis il faut vraiment sortir du lot, et être un extraterrestre, mais sinon je vois pas vraiment un personnage qui pourrait vraiment représenter la glisse, bon il y a des gens qui sont très très forts, comme Tony Hawks, qui ont inventé des figures monstrueuses, à la rigueur je dirais Ron Lenden, c'est un professionnel de skateboard, lui il est resté assez simple, et assez esprit du skateur, il lui faut 3 fois rien pour s'amuser, bon comme tout le monde il fait son business pour vivre, mais il est resté assez esprit comme moi je l'aime. Bon je changerais	Moi je pense à un pro, c'est Anthony Paparado, c'est celui que je préfère car il fait vraiment tout ce que j'aime, et à chaque fois c'est à New York ou à Philadelphie, c'est que des spots qui roulent mal, et toutes les photos qu'on voit de lui sont biens, il s'habille comme j'aime m'habiller, il skate comme j'aime à Besançon je dirais Thibaut Dankin, son surnom c'est Paolom, lui il skate super bien.	je pense que c'est les américains, parce que c'est eux qui ont amené le truc, qui ont sorti les premières vidéos, après il y a l'Europe qui se développe vachement, qui font des vidéos du genre Puzzle, c'est une marque de vidéos qui est réservée aux européens, et puis autrement je te disais que les pros te motivent vachement quand tu mates les	moi, si je devais citer un pro aujourd'hui, je pense que ce serait Stevee Williams, il voit le skate vraiment hip-hop, moi c'est aussi comme ça que le vois, et puis c'est vraiment quelqu'un c'est un pro qui n'est pas pareil que les autres, après on peut voir le skate de façon plus hards-core, plus punk, il y en a qui sont à fond la dedans, ça veut pas dire que ce n'est pas des vrais skateurs, mais ils voient le skate différemment.	c'est plus un mouvement, un groupe de personnes, c'est plus des skateurs de san francisco la liberté, tu as personnel dans ton dos pour le dire fait ça, ça, c'est un sport vraiment libre.	Rodrigo teixera car il a un bon style, rentre des trics de barjo	pour moi tout les pros sont des dieux mais j'aime particulièrement koston puis comme tous les skateurs je pense, Rodney Mulen

regarder, il est porteur d'une espèce d'aura.	européen.	chose que les adolescents aiment bien, c'est un peu authentique, c'est accessible, c'est pas des superstars.	peut-être d'avis si j'étais skateur professionnel, je ne peux pas juger comme ça.	vidéos, mais aussi quand tu vas à Barcelone		
---	-----------	--	---	---	--	--

A l'unanimité, les professionnels sont les individus qui incarnent le mieux l'esprit du skate. Néanmoins, nous pouvons remarquer des divergences quant aux professionnels représentant le mieux l'esprit du skate, (Quentin pense plus à des skateurs new-yorkais alors qu'Alexandre préfère ceux provenant de Californie, il s'agit ici d'une différence culturelle et technique entre les deux Etats). D'autres choisissent leurs représentants par rapport à leur personnalité et à leur mode de vie.

Nous pouvons remarquer qu'il s'agit ici de professionnels faisant des *contests* sponsorisés par des marques, et non pas des compétiteurs dans un cadre fédéral.

L'utilisation des médias pour se documenter :

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic	Quentin monfray	Meuh enjoy	zyler
maintenant les mecs ils voient une vidéo ils vont essayer de faire pareil, l'évolution du snowboard aussi, tu vois avant c'était que du 360°, du 540°, maintenant ça part en désaxé, en vrille, je pense que chaque sport de glisse a son évolution technique liée au matériel, et puis aux pratiquants qui font évoluer le sport, rien que la retransmission	oui toujours, je prends des magazines français, des fois je prends des Big Brother, Freestylers, des trucs ricains ou tu as des <i>tricks</i> différents, après tu as des marques différentes que tu ne peux pas trouver en France et ça c'est bien.	j'ai un pote qui en achète (des revues) 5 tous les mois, donc je n'en achète pas, et en plus ça coûte cher, il achète des magazines américains et français, et puis encore il ne les achète pas tous. (.) on les télécharge (les vidéos) sur Internet, c'est un pote, toujours le même, qui a l'ADSL, c'était ma passion, sinon avant on achetait	en fait au départ, il n'y avait rien du tout, quand j'ai commencé, il y avait Surface mag, ou il y avait Bicross et Skate magazine, il y avait 3 pages de skate à chaque fois, je m'en foutais, mais ça valait le coût d'être lu, je m'étais fait un classeur, je découpais des trucs, c'était pas vraiment pour l'information, c'était plus pour avoir des photos, pour voir du skate, c'était ma passion, alors je voulais en voir plus. (.)	je suis abonné à 2 revues de skateboard, parce que je me suis rendu compte que ça me coûtait moins cher et que j'avais droit à des cadeaux, et pour ce qui est des vidéos, j'en achète une tous les 6 mois, et puis le reste, c'est des copains qui me font des copies, parce que je peux pas en acheter tout	C'est dans les revues, pas dans les <i>contests</i> car il n'en fait pas, mais c'est surtout avec la vidéo et la marque, Alienwarksh op et Emerica, marques, je crois que c'est le même patron, et ils ont sorti une vidéo et c'est vraiment ce que je préfère, c'est photo synthèse, tu	oui il y a des magazines français beaucoup comme Sugar ou Trasher, dans ces revues tu as des portraits sur des gars français qui ne sont pas forcément connus, tu apprends rien sur le matos, car tu connais déjà les marques mais tu découvres comment ça marchait, et en regardant et en mettant	des séquences, des photos de tel gars qui a fait tel <i>tricks</i> sur tel spot, voir des images, même des interviews quand c'est j'aime bien, savoir ce qu'il pense de ce qu'il fait ou ça m'a déjà aidé, il y a des figures que je me demandais comment ça marchait, et en regardant	moi les techniques du skate ? Ben grâce aux premières vidéos de l'époque, c'était New Way, les vidéos Po éperalta à l'époque, c'était avec des potes, on ridaît, on skatait, les vidéos et les magazines de l'époque étaient si tu veux les seuls moyens que l'on	en vidéo tu as le temps de voir au ralenti le mouvement de comprendre comment ça s'enchaîne, ben oui c'est toujours bien les vidéos, tu vois tous les mouvements qu'ils font, tu peux voir exactement au ralenti comment ils font, et puis c'est motivant tu vois des nouvelles figures dans des	a me servir de trick tips et de rencontres du monde papoter, et s'échanger des techniques le nom des figures bah dans des jeux quand on est noobs, sinon par le net, j'ai appris l'essent	je les ai regardé assez souvent pour que mainte nant je m'en souvien ne pour me parfaire mais au départ je n'avais pas de vidéo donc j'ai appris l'essent	et j'ai vu toutes ces vidéos sur barcelone ou il y avait un truc à barcelone ou Jamie Thomas fait un putain de nose manual nollie heel out sur une place, et puis dans certaines vidéos il y a marqué par exemple "Trip to barcelone". ou est-ce que tu as appris les noms ? a la base y a le fameux jeu Tony Hawks pro skater sur playstation	

des X-Games à la télé, ça a fait évoluer les sports de glisse a une puissance folle, la nuit de la glisse aussi, tu vois aux Etats-Unis il y a une chaîne qui ne passe que ça (EXTRÊME TV) (.) c'est quand j'ai commencé le skate que j'en ai acheté (des revues)	des vidéos, pas trop mais quand même quelques unes par an, on se regroupait, on se mettait ensemble et puis après on les copiait.	au départ il y avait 2-3 magazines français et il n'y avait pas de magazines américains, parce qu'ils n'étaient pas importés, et ensuite ça été le contraire parce qu'il y a eu une vague un peu creuse, et il n'y a eu plus rien et bizarrement ils importaient toujours des magazines américains et il n'y avait plus de magazines français, alors on continuait à lire des magazines mais américains, et j'étais un peu plus âgé alors je pouvais bouger à droite à gauche dans les boutiques spécialisées pour en trouver. Et les vidéos, c'était essentiellement américain, maintenant il y a à peu près 5 ans qu'il y a des marques françaises qui se sont développées et qui ont fait des vidéos.	le temps, mais j'ai quand une bonne petite collection, et puis je suis abonné à un journal de skate. (.) je suis abonné à une revue américaine qui s'appelle Skateboardin'g, et maintenant les magazines français ça pousse grave, il y en a 5 en France, sans compter les revues qui regroupent l'Europe, de ce côté-là, revues et vidéos, ils font bien leur boulot pour promouvoir le sport	ne peux pas l'acheter, tu as de la musique un peu expérimental e, tu as Mister Deep. (.) j'achète Shagar qui est français, Kingspbing qui est européen, et Transworld qui est américain, et sur Internet je vais souvent sur Alienwarksh op pour voir les nouvelles et les interviews, de temps en temps, je vais voir d'autres sites qu'on m'a parlé, celui de Lakai, pour revenir sur la question d'avant les skateurs qui me plaisent, c'est surtout ceux qui viennent de la côte Est des Etats-Unis, de New-York, souvent sur	ans tout le monde va le connaître, et niveau des photos c'est intéressant des fois il y a des belles photos, tu essaies de voir si c'est les vidéos j'aime bien les regarder avant de skate, je regarde une vidéo, ça motive le skate les vidéos c'est quelque chose de très important. oui, il y en a que je privilégie, il y en a dont je connais l'esprit de la marque, je sais qu'il y a des skateurs que j'aime vraiment, donc celle-là il faut absolument que je les vois, après d'autres si je tombe dessus je vais les regarder mais je sais que je vais être un peu déçu parce que ça ne me correspond pas vraiment,	au ralenti surtout grâce au vidéos, ça m'a pas vraiment aidé mais ça fait réfléchir un peu oui, tout le temps, presque à chaque fois avant d'aller skater, je regarde une vidéo, ça motive le skate les vidéos c'est quelque chose de très important. oui, il y en a que je privilégie, il y en a dont je connais l'esprit de la marque, je sais qu'il y a des skateurs que j'aime vraiment, donc celle-là il faut absolument que je les vois, après d'autres si je tombe dessus je vais les regarder mais je sais que je vais être un peu déçu parce que ça ne me correspond pas vraiment,	avait pour nous informer sur le skate, les nouveautés, les nouvelles figures et tout ça. ils cherchent encore des techniques, à décoriquer avec les zooms, bon je pense parce que nous on l'a fait pendant des années, ils sont encore au même truc, plus avec les magnétoscopes mais avec les lecteurs DVD et ou Internet ou ils téléchargent des vidéos sur Internet, ils regardent, ils regardent les nouvelles figures,	magazines, tu te dis je vais essayer, et après ça finit par rentrer sur IRC, je sais pas si tu connais, c'est un réseau où il y a plein de skateurs, et ils échangent des vidéos entre eux il y a de tout, il y a aussi un forum, il y a des serveurs avec des vidéos dessus, tu peux aussi télécharger chez les gens, il y a toutes les nouveautés, oui, la j'ai acheté une planche et une paire de chaussures, les planches j'essaie de les acheter sur Internet, les chaussures je vais parfois moi j'aime bien les magazines français, au moins on comprend tout	toute façon si tu veux être au courant il faut regarder des vidéos ou lire des magazines, et puis aller sur Internet. des américains : Transworld, Trasher, des français Sugar, Freestyle, et Kingspin qui est un nouveau magazine européen et puis voilà, sinon les vidéos un peu de tout, les vidéos des marques et les transworlds. oui ça ressemble un peu au langage C, et ça fonctionne par le biais de forum et ça fonctionne par le biais de l'IRC, tu demandes à quelqu'un et c'est lui qui va te proposer, et il y a des forums qui sont spécialisés en tout, notamment en vidéos de skateboard et là tu peux trouver les dernières nouveautés. moi en général je vais sur les sites des marques, et puis sinon les sites des magazines parce que tu peux lire	ent des pieds, nouveau trick ou la quand la motive y est pas, tu mates une pte vidéo, après tu es chaud patate	iel sans le nom des figures : les booqui ns surtout en fait et puis le jeu tony hawk mais les magazin es étaient beaucou up plus instruct if que mainte nant avant ils expliqu aient vraiment une mode comme si tout le monde était d'accord et que tout le monde le savait mais selon les périodes dans les vidéos il y a le même tric-ks qui revient tout le temps spots ... et puis, quand je comme nçais, a mode mon shop, il donnait	mais beaucoup de tricks portent des faux noms après c'est à force de rouler avec des autres gars qui les connaissent les magazines etc... puis on apprend tout le temps des nouveaux, sans cesse c'est incroyable il y a même des tricks a la mode et d'autres pas et comment tu sais qu'ils sont à la mode ? A force de regarder des vidéos enfin c'est pas vraiment une mode comme si tout le monde était d'accord et que tout le monde le savait mais selon les périodes dans les vidéos il y a le même tric-ks qui revient tout le temps spots ... et puis, quand je comme différents nçais, a mode mon shop, il donnait
---	---	--	--	---	---	---	---	--	--	--	---	--

				les photos au lieu d'avoir un coffret, tu as un vieux bâtiment, après c'est ce que je préfère parce qu'ici c'est un peu ça, il n'y a rien, il n'y pas vraiment d'endroit ou tout le monde se retrouve, c'est que des « monospots », tu viens, tu fais une figure et tu t'en vas, je pense que là bas c'est pareil, même si je ne suis jamais allé, mais dans les vidéos c'est ce qu'on voit	vas sur le site et ils te disent dans 5 mois il y a une vidéo qui va sortir, qui est prévue, et après tu retournes régulièrement sur le site pour voir s'il y a des nouvelles images, et après Internet tu t'en sers aussi pour télécharger des vidéos, tu les fous sur DIVX et après tu te fais une vidéothèque	mais ça ça dépend des marques. les magazines américains j'en achète quand je sais qu'il y a un pro qui est dedans, tandis qu'un magazine français je vais l'acheter quand, parce que déjà ils sont moins chers et puis je peux l'acheter sans même regarder ce qu'il y a dedans, tandis qu'un magazine américain je regarde ce qu'il y a dedans avant	c'est histoire de savoir un peu l'actualité, voir les gens qu'il y a dedans voir ce qu'ils disent, s'ils ne sont pas trop con, des trucs comme ça. <u>le nom des figures c'est dans les magazines.</u> <u>tu les lis une fois et après tu les sais.</u> <u>quand c'est quelque chose qui t'intéresse tu t'en souviens c'est pas comme l'école. tu lis un truc tu t'en souviens toute ta vie.</u> <u>même les photos.</u>	en ligne des articles des magazines et il y a aussi des vidéos, tu vois sur le site de Trasher, tu peux voir des vidéos, pareil sur Transworld, quand tu vois un magazine s'il y a un petit jeune que tu aimes bien tu peux retourner sur le site et voir ce qu'il a fait avant, donc là sur les sites, ils archivent.	des ride-on c'est un petit magazi ne, mainte nant disponi ble en kiosque a 2€ il parle de musiqu e, vidz, team, spot, tricks mais même si c'est francai s, il y a pas mal de vocabu laire ricain	flip et les flip 360 dans les pros un peu tout le monde : Salabanzi en fait des beaux, Chris Cole aussi, mais il y en a plein plein...
--	--	--	--	---	--	---	--	--	--	--

Nous pouvons constater que notre échantillon s'informe régulièrement sur leur activité grâce à divers médias (revues, vidéos, Internet). D'autre part, ceux-ci alternent leur documentation entre des médias français, européens et américains. Les informations recherchées dans ces médias sont : la vie des pros (leurs voyages, leurs habitudes, leurs goûts, leurs passions), des images de skate sur lesquelles sont montrés le placement des pieds et sont expliquées les figures. Certains cherchent également sur Internet des magasins en ligne afin d'acheter leurs équipements. Récemment (par le développement du haut débit certainement) et surtout chez les jeunes skateurs, j'ai pu remarquer qu'Internet était devenu le média le plus utilisé. Sur ce support, les skateurs participent à des forums, trouvent des informations grâce aux sites, et surtout téléchargent des vidéos de skate gratuitement mais illégalement sur des sites du type MIRC.

La perception du secteur commercial :

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Zyler
les marques faites par des grosses sociétés américaines en général c'est des skateurs, les pures marques c'est vraiment les skateurs qui font vendre le matos, qui mettent leur nom sur les chaussures, ils en général c'est des sports assez chers, surtout les fringues c'est abusé (. . .) il y a des problèmes liés aux marques, tu vois des fois il y a des skateurs qui ne veulent plus skater pour une marque parce qu'ils n'aiment plus la mentalité, je ne sais pas où sont les vrais valeurs, je ne sais pas si on peut les lier à nos valeurs. Tu vois Quiksilver c'est la multinationale cotée en bourse, alors que Volkom c'est plus ciblé, les marques apportent le style si elles sont plus trash	je ne sais pas trop, parce qu'ils donnent vraiment une ligne de conduite, telle marque c'est tel truc, il n'y a que Volkom, je sais pas pourquoi, ils sont à la fois commerciaux, parce qu'ils organisent plein de trucs, ils organisent plein de plein de <i>contests</i> , ils sponsorisent trop de types, des amateurs, des <i>pros</i> , des filles, c'est trop bon, ça le fait, c'est la seule marque qui me vient à l'esprit, qui est la plus représentative de la culture, qui colle vraiment, qui est assimilable dans toute la culture glisse	Peut-être « girl », parce que déjà ils ont un gros <i>team</i> , ils sont pleins, il y a un peu de tout, il y en a qui était dans les vidéos en 1992 et qui sont encore dans l'équipe, bon ils ne skatent plus, mais ils y sont toujours, et puis il y a de nouvelles recrues, ils sont complets, sinon il y a « Flip », c'est une marque ou il n'y a pas d'américain s, c'est tous des européens mais qui sont aux Etats-Unis.	Il y en a, maintenant c'est vrai que des marques comme Nike, ont essayé de se mettre dans le skate, parce que les chaussures ça représente un <i>imense</i> business, et il y a une source de profit impressionnante, ils ont essayé de se mettre là-dedans en faisant des chaussures de skate, et bizarrement ça n'a jamais vraiment marché. Donc là, ils ont refait une marque qui s'appelle Savière, ils essayent de ne pas dire que c'est Nike mais tout le monde le sait, et ils ont un peu de mal quand même je pense	depuis qu'il y a le commercial, que des gens ont sauté dessus pour monter des boîtes, ils se sont rendu compte qu'il y avait de l'argent à sa faire, bon c'est bien parce qu'il y en a qui arrivent à vivre avec ça, mais je trouve qu'il y a l'état d'esprit qui se perd, on est passé à se faire de l'argent par rapport à ça et à gogo, il y a beaucoup de <i>gamins</i> qui espèrent gagner leur vie avec ça, mais c'est pas la réalité, et il y a des <i>gamins</i> qui vont prendre des claques.	Ca dépend quelles marques, les marques que je choisis oui, parce qu'à la base c'est des skateurs qui ont fait Lakaï, c'est vraiment des légendes, et ils représentent vraiment l'esprit du skate car c'est des skateurs hyper renommés, après ça dépend des marques, quand tu vois World Industry ça fait beaucoup plus business, c'est pour les gosses, avec des dessins comme une flamme, en général le skate est assez sélectif, parce qu'une marque qui ne vient pas du tout du skate à beaucoup de mal, par exemple Nike a essayé de s'infiltrer, ils ont du utiliser une autre marque c'est Savière, c'est la même technologie, Savière ça marche pas trop mal parce qu'ils ont une bonne équipe de <i>riders</i> , Nike il commence à rentrer mais il ont vraiment du mal comparé à « Es » ou « Ethnies » qui ont été faites par un vieux skateur.	il y en a beaucoup qui skatent pour le fric, mais en général c'est parce qu'ils ont atteint un niveau qui légitime leur revenu, mais après je trouve que l'industrie du skate reste super chère, pour celui qui n'a pas beaucoup d'argent c'est difficile, juste un plateau c'est 85 €, et ça te fait 3 semaines, après tu as les trucks, les roues, surtout en France on importe tout des Etats-Unis, il n'y a pas d'usines en France qui te sortent des planches pas chères, et en plus au Etats-Unis il y a des meilleurs bois... il y en a qui aimeraient skater plus mais ils arrêtent au niveau du budget parce que les parents ne peuvent pas suivre ou eux n'ont pas l'argent de poche	il y en a trop, si ça continue comme ça dans quelques années ça va être comme le foot, il y a trop de marketing autour, et puis ils se foutent de notre gueule, comme en France la V7 c'est un <i>sympa</i> , et tous les gens n'ont pas envie de faire du foot, ou du tennis, et ils parlent sur des sports plus individua listes comme le skate, le roller.	il y a un phénomène ne d'image et un phénomène de mode qui s'est développ é par rapport à ça, c'est des <i>marketin</i> g et puis c'est un sport qui est <i>sympa</i> , et tous les gens n'ont pas envie de faire du foot, ou du tennis, et ils parlent sur des sports plus individua listes comme le skate, le roller.	c'est vachement commercial, trop commercial, c'est trop médiatisé, c'est plus ce que c'était avant, mais c'est bien qu'il y ait des sponsors, ça permet à des skateurs de vivre	Je ne sais pas si tu remarques mais dans les skate est partout présent en ce moment je suis choqué dans les clips musicaux aussi

Les skateurs interrogés sont assez lucides face au développement du secteur commercial et possèdent un esprit critique à l'égard des marques voulant faire de cette activité un « Business ». Par ailleurs, l'origine de la marque semble déterminante pour son acceptation par les skateurs. Ce constat valide notre étude accomplie en maîtrise sur les fabricants de surfwear et les déterminants de l'achat chez les « jeunes glisseurs ».

☞ Les magasins :

Les lieux et les modalités d'achats :

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Quentin	François	Thibault	Ludovic	Meuth enjoy
Souvent à des potes qui me revendent des trucs, parce que c'est assez cher, et eux ils ont des bons trucs, sinon le dernier truc que j'ai acheté c'est des t-shirt à Hossegor pendant les soldes, sinon ça fait longtemps que j'ai pas acheté un truc dans des skateshops parce que c'est cher	Là où je trouve la bonne affaire, j'essaie plein de types de board, des françaises, des ricaines, des espagnoles, il y a des marques qui sont difficiles à avoir, justement parce qu'il y a ce manque de commerce, tu les vois dans les pubs, mais tu as énormément de mal à te les procurer, des fois on se les échange.	Moi personnellement, j'achète des planches d'occasion à des bisontins qui sont riches, ou j'achète des planches américaines sans dessin. (..)A Slide Box, ou avant on commandait aux Etats-Unis quand le dollar était moins haut, j'ai déjà commandé 6 planches c'est vachement moins cher	Chez Slide Box, pour être honnête c'est le seul distributeur sur Besançon, et ce que je reproche, c'est qu'il met les prix qu'il veut parce que c'est le leader, et quand ils te vendent quelque chose tu as toujours une grosse addition	dès que ma planche est un peu foutue ou à pris l'eau je la change donc j'y vais souvent, et puis des fois je change la forme, donc je la change tous les mois ou toutes les 3 semaines, j'achète des Powell, ça coûte moins cher parce que j'ai un SlideBox parce qu'il me fait des prix, et il me file de temps en temps une paire de chausures donc je suis bien content de l'avoir. (..)bon autrement je vais dans d'autres magasins comme à Lausanne, c'est la solderie et tu peux trouver des trucs pas cher.	à Slide Box ça m'arrive par internet, les roues, enfin ça m'ait déjà arrivé, mais pas souvent, parce que ça peu arrivé que ta planche s'abîme un peu plus vite que tu avais prévu et puis il faut attendre le matos tandis qu'à slide c'est un peu plus cher mais c'est plus simple. de toute façon c'est le même prix si tu commandes en France ou chez Slide Box	il y en a plein qui vont en magasin, mais moi je ne vais pas acheté chez l'autre la bas, il n'y a pas moyen. plus sur Internet, en moins cher, parce que le dollar est intéressant, et puis tu trouves des magasins en ligne qui font des frais de port pas très cher, c'est la que tu vois qu'ici ils se prennent une sacrée marge.	si tu veux, j'ai toujours gardé cet esprit là, (étudiant) mes chausures j'aime bien les trouver jusqu'au bout, et mes planches par contre je les change un peu plus souvent, mais c'est vrai que quand on prend des habitudes on les garde, pareil au niveau de mes habits je ne m'achète rien à Slidebox, je vais à Carrefour, je m'achète des jeans à 15€ en promo	et puis, ma board est fichue, faut que je m'en rachète une, mais bon c'est plus trop ma passion alors j'hésite à investir, et j'ai d'autre projet auquel il faut de l'argent

Nous pouvons remarquer que le prix de l'équipement est récurrent dans tous les entretiens. Certains skateurs semblent ainsi se rabattre sur des équipements d'occasion appartenant à des amis ayant des moyens financiers plus élevés. Cette spécificité induit donc une dépendance entre les skateurs voulant vendre leurs planches utilisées et les autres skateurs recherchant des planches bon marché dans un souci d'économie. Ce lien économique peut être une cause de sociabilité.

Nous remarquons que les skateurs qui ont une intensité élevée de pratique s'équipent régulièrement, et skatent avec des plateaux toujours en bon état ce qui leur permet une pratique de bonne qualité.

☞ Les compétitions :

Ont-ils pratiqué des compétitions ?

Guillaume	Maxime	Alexandr	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic
<p>J'en ai fait, mais je ne sais pas si je suis un compétiteur, ça m'a plu, mais le fait de ne pas en avoir assez fait, ça ne m'a pas donné l'envie de continuer, j'aurais du commencé plus tôt, à 16 ans, j'avais un bon niveau de pratique et j'aurais du me lancer dans la compétition, mais moi je voulais être tranquille, rentrer les figures qui m'intéressaient</p>	<p>oui, j'ai fait une fois un contest, mais bon c'était local, il y avait des petits lots offerts, il y avait un peu de musique, ils appréciaient la technique, la fluidité, la façon d'enchainer, c'était construit qu'avec des modules fait comme ça (.).tu vois plein de types qui viennent d'endroits différents, avec des niveaux différents, il y en a qui venait de Valencienne pour rider et c'était trop bien</p>	<p>Oui, j'en ai gagné une à Baumes, et une autre fois j'ai été premier ex-écho, j'ai aussi fini 5^{ème} à Dole, en avait à Pontarlier mais je n'aimais pas car il y avait tous les bisontins qui étaient là-bas, et tout seul ça allait, mais avec leurs potes ils se foutaient de tout le monde</p>	<p>Oui, j'en ai fait plus ou moins pour m'amuser, ce n'est pas que je ne voulais pas faire de compétitions, mais je n'aimais pas la pression. j'étais sponsorisé, donc on m'a envoyé un billet de train, j'ai pas trop eu le choix, donc j'y suis allé, dans l'ensemble je n'étais pas mauvais, parce que j'étais allé à Grenoble aux championnats de France, j'avais fait l'1^{er} jour, devant tout le monde, personne ne me connaissait donc c'était sympa, mais bien sûr on n'avait pas d'hôtel, ni rien, c'était « à l'arrache », donc on avait fait la fête toute la nuit, mes potes ne sont même pas venu skater le lendemain, moi j'y suis allé, je me suis dit on me paye le voyage, je voulais faire un effort, j'ai eu un peu de mal, et j'ai terminé 6^{ème}. Derrière j'ai eu des grosses propositions, un peu plus sérieux, mais</p>	<p>non, j'en ai jamais fait, parce que d'une part à l'époque je n'avais pas les moyens pour me déplacer, et du moment où j'ai repris vraiment à fond j'étais trop vieux, mais bon je vais tenter ma chance quand même au championnat de France cette année, juste pour le fun, juste pour y aller et dire aux gars je vous emmerde, et juste pour participer à une compétition une fois dans ma vie</p>	<p>Oui j'en ai déjà fait, il n'y en pas énormément dans la région, je dirais cool les compétitions, il faut les prendre comme ça. (.).J'ai fait une fois à Nancy une étape des championnats de France, et puis autrement j'ai fait le Teenage Tour, c'est un truc organisé par V7, c'est tout pour les gosses, c'est jusqu'à 17 ans, ils font des étapes partout dans la France, et puis les 3 premiers sont qualifiés pour aller à Paris et le premier</p>	<p>pas beaucoup parce que dans la région, je trouve que c'est du skate festif, tu y vas l'ambiance c'est barbeue, bière, ça ne représente pas l'image du skate, pour certain le skate c'est boire, fumer, alors que fait le skate c'est à prendre au sérieux, Les contests qu'on a fait c'est le Teenage Tour, c'est un contest qui tourne en France et le premier de chaque ville, va à Paris en finale, et là il y a un team qui vient des États-Unis pour faire une démonstration et si tu finis premier à ce contest tu es sponsorisé et tu es connu, de toute façon pour être connu il faut faire des contests, il n'y a jamais personne qui viendra à Besançon pour te repérer. Les contests, le plus important c'est le teenage tour à Dijon, autrement c'est des contests à dole, Melinge, bon de toute façon l'esprit de compétition j'aime pas, en tout j'en ai fait 5, il y a aussi Baumes-Les-Dames pour voir, mais je me rend compte que tu peux pas être jugé parce que les juges sont des gars de Baumes les Dames, donc à part si tu es vraiment fort, tu</p>	<p>la première année j'en ai pas vraiment fait, mais de vrais contests, j'en ai fait l'année dernière à Baumes-Les-Dames et puis un à Dole, mais c'est pareil, j'avais pas vraiment bien skaté et puis à Besançon on n'est pas trop habitué à skater des parks ça peu être sympa, c'est cool un contest, il faut voir si le park est bien, et si celui qui organise est bien, mais oui en général c'est bien.</p>	<p>en tant que pratiquant, non jamais si tu veux c'est vraiment un sport atypique le skate, donc le côté compétition c'est pas vraiment en phase avec un art de vivre, il y a deux clientèles, les gens qui sont orientés contests qui ont envie de progresser, d'être crédibilisés par un niveau et un classement, et il y a des gens qui sont vraiment plus atypiques, et c'est</p>	<p>Oui mais j'apprécie pas beaucoup, tu dois faire du skate pendant une minute, montrer le meilleur de toi, c'est pas le plus représentatif de ton skate, et puis c'est sur des skateparks, et à Besançon comme on n'a pas un bon skatepark on n'est pas très fort, tu te retrouves avec des rampes et des plans inclinés et tu découvres à Dole, à Lons-Le-Saunier, j'ai fait le Teenage</p>	<p>non, non, les contests j'ai horreur de ça, tu as une pression, tu as plus de jambes, tout le monde te regarde, je perds tous mes moyens, je ne sais pas si c'est parce que je suis émotif, mais dès que l'on m'appelle au micro je ne suis plus à l'aise. S : pour tant pour le concours de ollie à Thise tu étais à l'aise ? L : oui mais le ollie plus intime, c'est moi qui organisait tout, je connaissais un peu tout le monde, le speaker, et je faisais vraiment ça pour me faire plaisir.</p>

				qui m'intéressent.	bien voir ça place.	
--	--	--	--	--------------------	---------------------	--

Nous avons pu constater que les skateurs se renseignent sur les résultats des compétitions et des *contests*. Certes, il existe des disparités quant aux types d'événement appréciés (championnats de France, *contests* américains, *contests* européens), mais nous retrouvons des similitudes quant aux façons de s'informer : revues, vidéos.

∉ Les équipements :

Que pensent-ils des équipements sur Besançon ?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic
j'ai toujours dit de faire un truc couvert sur Besançon parce qu'avec le temps qu'on a, moi je l'aurais vu aux Près-de-Vaux, en tout cas près de la ville, avant il y en avait à Planoise, on se faisait jeter des pierres dessus, réfléchis, ils pensaient que c'était pour les quartiers comme le basket, alors que le skate il faut avoir un bon niveau social pour s'acheter des	non franchement c'est mal représentés, pourtant la municipalité a les moyens de faire ça, en fait ce qu'ils ne comprennent pas c'est que ça peut être un atout médiatique pour eux, il peut y avoir des retombées sur ça et ça serait encore plus valorisant pour l'image de la ville, et ça ils ne comprennent pas, Besançon c'est dans d'autres sports c'est bien.	déjà agrandir le vieux skatepark ou le déplacer, apparemment ils voulaient le déplacer, et surtout le faire autrement, à Chamars c'est tout petit, il n'y a pas d'élan, ils auraient pu placer des plans inclinés de sorte que ça face de l'élan, mieux disposer les modules, refaire ce qu'ils ont détruit en ville, parce que nous ce qu'on skatait ce n'était pas pour rien, donc il faudrait qu'ils refassent un	Non pour une ville comme Besançon, avec presque 150 000 habitants en comptant un peu autour, il y a quand même le potentiel pour faire plus grand que 300 M ² , parce que c'est tout le temps plein dès qu'il fait beau.	les équipements sur Besançon sont quasiment nuls, il n'y a rien, il y a un skate park qui a été construit il y a 5 ans, et puis comme on est dans un pays froid où il y a des intempéries et des différences de températures énormes, ils ont beaucoup souffert, et du coup, la mini-rampe qu'on avait qui coûtait 200.000 Firs, ils l'ont démonté (...) sinon il reste 2-3 petits	Non pas du tout, c'est vraiment lamentable, le skatepark est vraiment pourri, il était déjà pourri à la base, ils ont fait des modules n'importe comment, ils les ont mis n'importe comment et puis maintenant il est vraiment pourri parce qu'il n'y a plus rien, le flat il roule mal donc on ne peut même pas faire du flat là bas, tu vas place Pasteur c'est mieux, c'est tout lisse si tu tombes, tu glisses sur 20 mètres, tu ne te fais pas mal, c'est lamentable pour une ville comme Besançon, surtout quand tu vois l'argent qu'ils mettent pour des statues comme au tunnel avec des statues à 1 million, s'ils	on y est surtout allé parce qu'on n'avait pas trop le choix, le skate en ville ça a toujours été un problème, c'est pour ça qu'ils nous ont parqué à Chamars, le problème c'est que ce qu'il y a à Chamars ça ne correspond pas du tout à ce que l'on fait dans le skate, le skate c'est un sport de rue, et eux ils nous ont fait un truc vite fait bâclé pour ne plus qu'on fasse chier en ville, et puis nous on continue toujours en ville car c'est un sport de rue, nos origines sont là, on	à un park, ce n'est pas un park, il n'a pas été étudié, il a été fait n'importe comment, là maintenant ils sont en train d'en refaire un, et si vraiment il est comme ils disent, il va être bien, sinon c'est pas une ville géniale pour	Moi ce que je trouve, c'est que les gens sont vraiment trop individualiste, et c'est dommage parce que s'il y avait eu possibilité de réunir tout le monde et d'avoir du poids, on aurait pu avoir des belles choses, après les municipalités ont leurs objectifs, les skate à la base c'est un sport de rue donc c'est un sport qui utilise le mobilier urbain et donc c'est par le parcage, c'est un sport de liberté, c'est comme si le foot allait jouer dans la rue, maintenant le skate c'est vrai que dans la rue c'est dangereux et ils sont obligés de structurer	non, non vu la ville que c'est, même à Dole qui est une ville beaucoup plus petite, leur skatepark est 10 fois mieux, nous on a une vieille cage à poule, bon ils doivent nous refaire un truc, mais tant que ce n'est pas fait on n'est jamais trop sûr, c'est hallucinant, en plus ils ont interdit le skateboard en ville, tu peux avoir des amandes, Quentin s'en ait déjà pris.	non, il manque du street et c'est dommage, et dès que la municipalité se rend compte qu'un lieu est skaté, il le tue, à Besançon il n'y a vraiment plus rien. S : j'ai vu que vous aviez skaté à la CCI, vous pouvez skater là-bas. L : non, on se fait virer par le gardien, à chaque fois on fait mine de ne pas le reconnaître, mais lui maintenant je crois qu'il nous reconnaît, on

Boards et tout ça	équivalent, à chaque fois ils font un skatepark mais ce n'est pas vraiment ce que nous on skate, donc on a continué à aller skater ailleurs, surtout maintenant il n'y a plus rien à y faire, donc on va ailleurs.	modules qui font peine et c'est dommage qu'une ville comme Besançon qui porte l'esprit sportif, sorti des sports comme le foot, le basket, ne veut rien faire, ils sont en retard par rapport à Dole, ou à Baumes-les-dames qui ont une infrastructure monstrueuse par rapport à la ville et aux pratiquants qu'il y a sur place	avaient mis une plaque de Besançon avec une horloge en dessous ça aurait été aussi beau (..) Pareil avec la place Pasteur, je trouve ça dégueulasse, on était plus que deux à skater dessus, on respectait on n'allait jamais après 10 heures du soir, je comprends que le bruit ça puisse faire chier mais nous on essayait de ne pas gêner, je sais que moi je n'ai jamais skater après 10 heures, je trouve ça dégueulasse pour le coût et maintenant je me pose moins de questions, c'est un peu con, mais les gens sont cons ! Moi je ne suis pas débile, moi aussi quand il y a du bruit je suis fou, mais nous sans déconner on en faisait jamais après 10 heures.	va au skatepark parce qu'on n'a pas le choix, les filles nous virent tout le temps, ils arrivent à deux ou trois voitures tout le temps, surtout la seule qui reste car sur les autres places ils ont mis des systèmes antiskate. Autrement le reste des parkings sous-terrains et le parking de la mairie, mais c'est toujours le même problème, là c'est les gardiens qui nous virent, donc il y a un réel problème du skate en ville.	skater	le développement. Plus il y a des infrastructures plus il y a moyen de développer des sports, donc oui c'est un frein de ne pas avoir d'équipements. Moi j'ai vu dans d'autres villes où j'ai participé à la création de skatepark, et c'est vrai que ça aide, tu as un espace qui est créé où tu peux organiser des compétitions, faire venir du monde, tu as une structure	lui dit nous est pas d'ici, c'est vraiment d'ailleurs on est de Thise, mais la CCI c'est quand même un gros spot, il faut être chaud pour aller là-bas, il y en a que deux qui font les grosses marches, c'est Nutella et Mathieu Brose, ils sautent les 13 marches..... ...
-------------------	--	--	---	--	--------	--	---

L'ensemble des skateurs déplore un manque d'équipement sur Besançon. La politique sportive de la ville est la première visée lorsque les skateurs revendiquent un skatepark plus grand, plus équipé et plus fonctionnel pour leur agglomération.

∅ Le cadre familial :

Leurs parents étaient-ils favorables à la pratique du skate ?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quantin	Damien	François	Thibault	Ludovic
NSP	non, ils disaient que j'étais un gamin, ils ne m'ont	Ils ne m'ont jamais rien dit pour ce sport,	Oui et non, moi j'ai eu la chance de ne pas trop me blesser, mais bon ils tiraient quand	mes parents ont vu ça d'un mauvais œil, parce que c'est un sport assez casse-cou, et je ne veux pas citer toutes les	Oui, parce que mon frère en avait fait avant, lui ils l'ont prévenu, mais	ils sont pas contre, parce que si je ne faisais pas du skate, qu'est-ce que je ferais, je serais chez moi, je serais un glandeur devant la télé,	oui, mais encore maintenant, bon ils me disent que ça	ils s'en foutent, ils trouvent que j'en	oui, je crois parce qu'ils m'ont acheté une planche à Noël, donc ils ont participé au niveau de tout, quand tu skates tes chaussures

pas soutenu, ils m'ont dit que si je voulais m'acheter mon équipement je devais me démerder, après ça occasionnait des problèmes de santé donc c'est normal aussi, en plus déjà au rugby je me blessais alors ils avaient un peu peur.	seulement que je devais travailler au lieu de skater, mais sinon ils étaient plutôt d'accord, surtout maintenant que je fais une assoc, et puis vu que ça fais 7 ans ils préfèrent que je fasses ça plutôt que des conneries.	même un peu la tête là-dessus, mais c'était plus dur de concilier ça avec l'école qu'avec les parents, mais moi j'étais relativement autonome, et puis j'étais sur Paris chez ma sœur, donc je pouvais faire un peu ce que je voulais, donc ils étaient ni pour ni contre.	fractures et les cicatrices que j'ai eu parce qu'il y en a trop, c'est un sport moment ou tu es en snowboard ou en skate sur un saut de 2 mètres et que tu te laches, si tu te réceptionnes mal ça casse, en deux ans, j'en suis à 3 entorses à la cheville. Même maintenant que je suis majeur, ils aiment me voir pratiquer, mais ils ont toujours peur.	ça se passe relativement bien, enfin ils nous appellent quand même les « masochistes » parce que tous les 3 mois tu as une entorse à la cheville qui dure 15 jours, c'est vrai que tu te fais souvent mal, ne serait-ce qu'avec la planche qui rebondit dans les tibias.	j'irais glander en ville, donc autant que je skate, j'ai toujours fait du sport depuis que je suis petit, j'ai fait du hockey sur glace pendant 13 ans, et ils n'ont jamais été contre le sport. Et puis le skate, ils me disent autant que tu fasses ça, et puis ils s'y intéressent aussi, tu vois quand je mate une vidéo et que mon père passe par là pour me dire de manger, je lui dit tiens regarde, et il va regarder avec moi, il est content, il sait que j'ai une bonne bande de potes, ils savent que je fais pas n'importe quoi, ils sont contents que je voyage pour faire du skate et puis voilà, donc ils sont vraiment favorables au skate	me coûte cher, ils me laissent le choix, ils savent que ça peut arriver que je me fasse vraiment mal, mais ils s'opposent pas vraiment, et puis ils sont contents que j'ai quelque chose qui me tient à cœur	fais un peu trop à leur goût ils ne savent pas ce que ça coûte, je ne leur dit pas	s'usent à fond, il faut racheter des chaussures, et la maman fait plaisir et achète un t-shirt pour Noël, pour ton anniversaire, donc c'est vrai que mes parents m'ont bien aidé.
--	---	--	--	--	---	--	--	---

Nous pouvons remarquer que les parents ont essentiellement une réticence face aux risques de cette activité. Néanmoins aucun parent n'a empêché de pratiquer, ils ont d'ailleurs aidé leurs enfants en leur achetant des équipements.

Leurs parents ont-ils pratiqué des sports ?

Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic
nsp	oui	non	non	oui	oui	oui	oui	NSP	non	oui
	mon père à fait du patin à glace, mais après il a arrêté à cause de son dos, sinon on faisait du tennis ensemble ou du VTT (..)mon père il faisait de la moto, il a fait l'enduro du Touquet	Non mon père, son truc c'est plus l'astrologie et les études, et ma mère rien de spécial, donc ils sont loin du skate	Non, non pas du tout, mes parents ne sont pas sportifs	mon père était un grand footballeur, il a fait partie de l'équipe d'Algérie en foot, il a fait les jeux méditerranéens, ma mère elle n'est pas du tout sportive	Ils font du ski, et des randonnées en montagne, mais c'est pas des sportifs qui font du sport pour faire du sport, ils sont capables de se balader pendant toute une journée sur un gros dénivelé, ça ne les dérange pas, après ils ne vont pas aller courir tous les jours, par contre ils vont tous les jours au boulot à vélo donc c'est pas des loques.	mon père faisait du tennis et du foot, mon frère a fait du hockey avec moi, sinon on fait du snowboard une fois par an, mais rien de plus	mon père a fait du foot, ils ont fait un peu de sport quand ils étaient jeune mais ça s'arrête là. ma mère, elle a fait un peu d'escalade, je ne suis pas sûr, mais il me semble qu'elle m'en a déjà parlé			mon père est sportif à fond, enfin il l'était parce qu'il a eu un accident en vélo, donc il s'est calmé un peu, mon père est membre d'une association de vélo à Thise.

Notre échantillon ne nous permet pas d'établir le profil sportif des parents. Néanmoins, nous pouvons souligner que 6 pères de skateurs sur 11 ont effectué des sports, dont 2 des sports à risque (moto, VTT/ ski, randonnées). Par ailleurs, nous pouvons constater que 3 pères sur 11 ont pratiqué un sport au sein d'une fédération sportive.

L'investissement des parents dans la sphère associative :

Guillaume NSP	Maxime oui	Alexandre oui	Patrick non	Yoann oui	Quentin oui	Damien NSP	François non	Manu NSP	Thibault non	Ludovic oui
	mon père était <u>vice président de ce moto club</u>	Oui mon père pas mal, il est <u>trésorier d'une association à Thise</u> pour la Sainte vierge, c'est une statue qui est en haut, et puis il était <u>trésorier d'un parti politique</u> , et puis il est dans plein d'associations, en <u>astronomie</u> , au <u>club alpin</u> français il emmenait des gens en <u>randonnée</u> .	Non, non, mais moi j'ai été <u>directeur de plusieurs clubs</u>	mon père oui, il fait <u>partie de l'association de foot de Valentin</u> , et il joue encore au foot en tant que <u>vétéran</u> , il s'est pas mal investi dans le foot	Mon père oui avec le <u>grand canal</u> , il était <u>président</u> , il organisait les <u>manifs</u> avec d'autres amis, et maintenant leur association continue dans le développement durable, c'est un peu <u>écologie</u> , mais mon père vote pas forcément pour les <u>écolos</u> , ça n'a rien à voir avec les partis politiques c'est plus des convictions, en plus il y a des choses qui le <u>gênent</u> chez les verts, c'est plus pour la <u>qualité de vie</u> c'est super important				non	mon père est membre d'une association de vélo à Thise. (Ludovic est président de l'ADSL skate)

Qu'il s'agisse d'associations sportives, culturelles ou politiques, les pères des skateurs sont ou ont été investis dans des associations (5 sur 11). A contrario, nous pouvons remarquer que les mères n'ont pas d'activité sportive et associative en dehors de la sphère familiale.

Renseignements personnels :

	Guillaume	Maxime	Alexandre	Patrick	Yoann	Quentin	Damien	François	Manu	Thibault	Ludovic	Meuth enjoy	Bast	zyler
Age	27	22	22	29	27	18	19	17	30	20	24	15	15	17
Profession	Vendeur	Agent de maintenance	Ouilleur	Commerçant	Agent de salubrité	Étudiant	Étudiant fac de socio	Lycéen	Resp magasin skate	Intérimaire chez quik	Assistant de communication	collège		
Niveau d'étude	Bac+3 STAPS	Bac+2 BTS action co	Bac+2	Bac+2 BTS	Bac	Bac+1 math	Bac+1	lère	BAC	Bac	BAC + 3	3 ^{ème} brevet	Option latin-science (collège Belgique)	
Lieu d'habitation	Urbain Saint ferjeux	Urbain : La butte	Besançon originaire de Thise	Besançon centre	Planoise	Besançon centre	Besançon Rue de dole	Proche centre ville	Centre ville	Planoise chateaufarine	Thise	Reims	20km de bruxelle, ^à tubize (Belgique)	Liège Belgique
Profession du père	Documentaliste (fonctionnaire)	Audit de qualité	Fonctionnaire EDF	Commerçant	Gérant d'entreprise	Professeur à l'université	Contrôleur de travaux	Informaticien	Enseignant	Informaticien à la mairie	Fonctionnaire voirie de Besançon			
universitaire	oui	non	oui	non	non	oui	non	oui	oui	oui				
Profession de la mère	Secrétaire (fonctionnaire)	Institutrice fonctionnaire	Fonctionnaire CAF	Commerçant	Agent de fabrication	Professeur à l'université	Assistante de direction	institutrice	Enseignante	Assistante sociale	Auxiliaire de puéricultrice			
universitaire	non	oui	non	non	non	oui	non	oui	oui	oui				
Age du père	54	53	50	60	46	50	48	49	65	45				
Age de la mère	54	47	45	60	43	50	46	40	65	45				

La moyenne d'âge de notre échantillon est de 21,5 ans, avec un âge minimum de 15 ans et un âge maximum de 30 ans. Ces personnes occupent des postes très divers. Nous pouvons remarquer un niveau d'étude élevé, avec en moyenne un Bac +1. D'autre part nous pouvons constater que presque l'ensemble des skateurs réside en ville, nous pouvons donc avancer l'idée de ségrégation spatiale.

La profession des parents nous montre qu'ils sont en majorité fonctionnaires (14 sur 22), 2 exercent une profession libérale. Nous pouvons constater une surreprésentation d'individus issus de catégories socio-professionnelles élevées.

Par ailleurs, 55% (11 parents sur 20) ont fréquenté les bancs de l'université, ce qui semble élevé face à un âge moyen de 51 ans.

C. Les Sites Internet à vocation commerciale

L'exemple du site Agoride

50 pages présentant chacune une figure sont disponibles de la même façon sur le site

Agoride Avec Agoride et Zogood
Gagnez 2 tickets Tournoi et 2 jours de TV.

Accueil Nouveaux Articles Photos Témoignages Vidéo Livres Sports Culture Santé Énergie

Le saut

Une figure simple. Et pourtant pour certains passer ses vacances qui font rêver les amateurs de sports, la nuit, dans leur grand hôtel. Lespides et Boud.

Le saut, c'est le principe de s'élever par l'air, sur un toit spécifique. Il combine les éléments de neige et de glace. Comme pour une caractéristique par exemple. La construction de châteaux et d'actes. Mais il ne peut être que possible le phénomène après avoir de votre fils pour une autre. Il est difficile d'en réaliser une répétition possible en ce qui concerne le respect du site au milieu, avec un mouvement ordonné, du début jusqu'à l'impact du journal. Mais en question, on se trouve toujours de côté - souvent qu'il est plus agréable de sentir un milieu que d'être obligé d'insérer une mauvaise posture dans le photogramme lors d'une seule répétition, organisée par de jeunes parents qui réalisent la discipline de leurs enfants filles. Qu'ils se rassurent, une grande jeunesse. Si le président Carlo Rossi et l'entraîneur libèrent dans leur collection d'atmosphère, ils n'ont jamais été punis.

Faire un bon ski dans les jambes. Même si à l'été, avec des petits James Thomas, nous sommes.

En, Renato Zella et Megan Falson de sont tous deux des démonstrations de saut possible de ce mouvement. Ce qui signifie de la présence de la piste de saut sur la piste de l'Église, la première tentative d'un autre saut, l'année.

Megan Falson, 19 ans, une sauteuse qui est actuellement en compétition, que l'on appelle un skiff. C'est-à-dire qu'il a une saut possible est un saut de saut naturel de la branche. C'est une technique, surtout quand c'est lui qui le fait. Renato Zella, 19 ans, est à lui, parfaitement l'expérience de l'atterrissage dans l'air droit plus haut, en direct sur le décollage par le vent sur le plateau de l'Église.

Nouveaux articles

- Skate - Event - 04.03.2005
Swatch Scooby Scooby
Comment se comporter au 347 ? Et tout cela sur le site Agoride.com. Ça va...
- Skate - 10.12.2004
Fly-kick Skis
Il n'y a pas de problème, il est temps de passer à autre chose.
- Skate - 04.03.2004
Scooby Scooby
Le skate parfait avec l'écran.
- Skate - 03.03.2004
Skooby Scooby
Mouvement de base de la planche à roulettes. Après le skate bien sûr.
- Skate - 10.03.2004
Fly-kick Scooby
Quand la glisse tourne, tourne, tourne, et on s'en va.

Rubrique Sport
Catégorie Glisse.

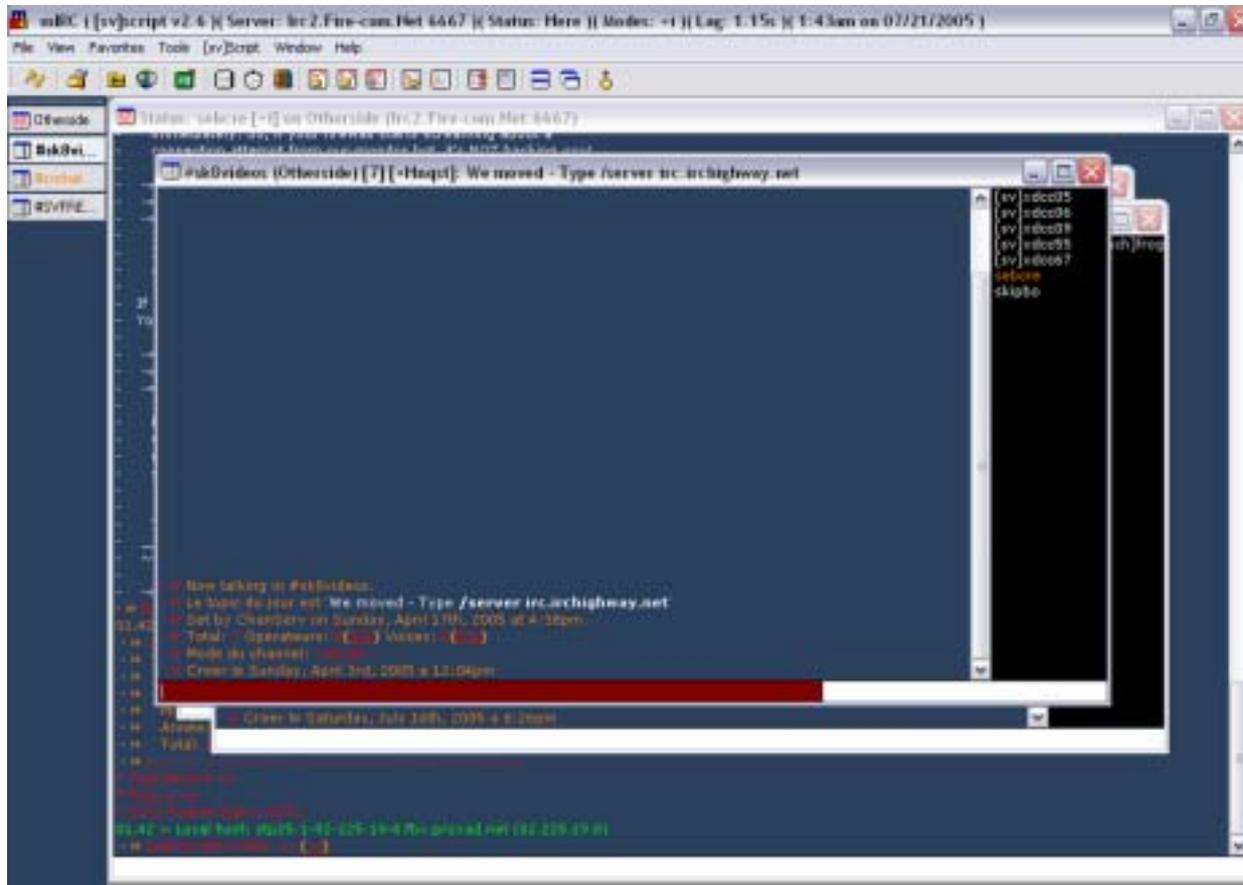
Tirer de l'équilibre, passer à l'horizontal.

Poser le pied au centre sur la partie la plus visible de la planche à saut, c'est-à-dire le socle.
Soyez prêt à se décoller avec un équilibre général au centre. Les jambes doivent être en mouvement glissées.

Quand le moment de s'élever devient imminent, appuyez fortement sur le socle, tout en relevant dans ce geste ample la jambe arrière. Vient le bon droit.

D. Les systèmes de téléchargement « peer to peer »

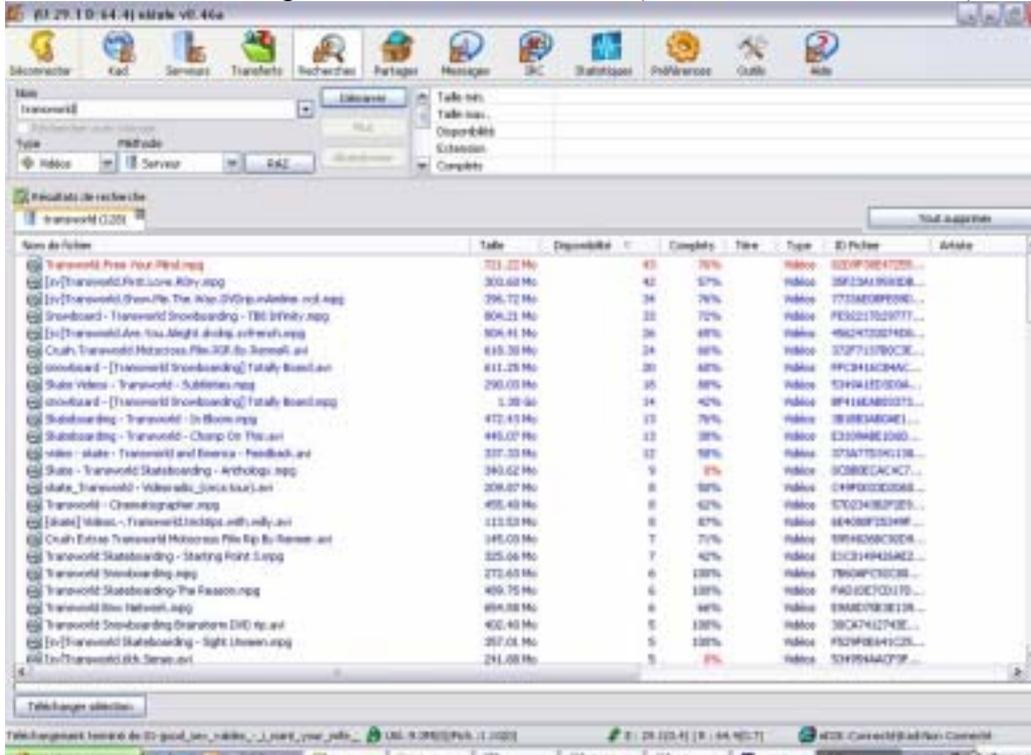
Exemple avec le logiciel Mirc



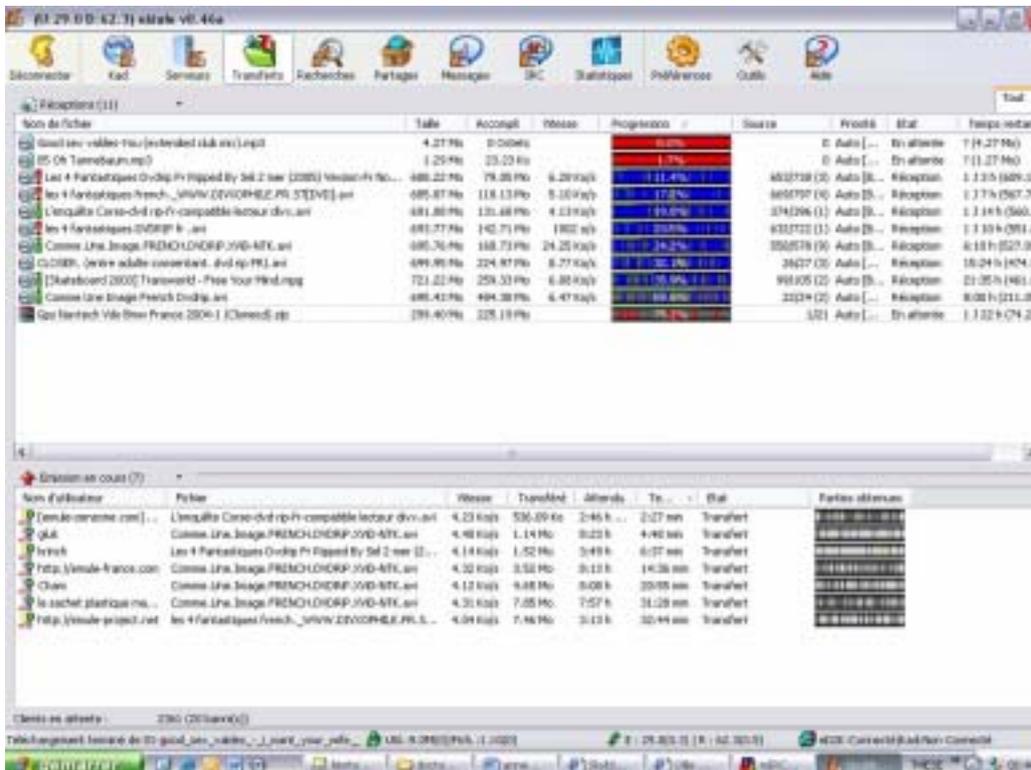
Nous pouvons voir sur cette page le forum sur lequel les skateurs peuvent demander des vidéos. Ce système se rapprochant des commandes MS-DOS, nécessite une initiation pour pouvoir être utilisé.

Exemple avec le logiciel Emule

Page de recherche de fichiers (ici une vidéo Transworld)

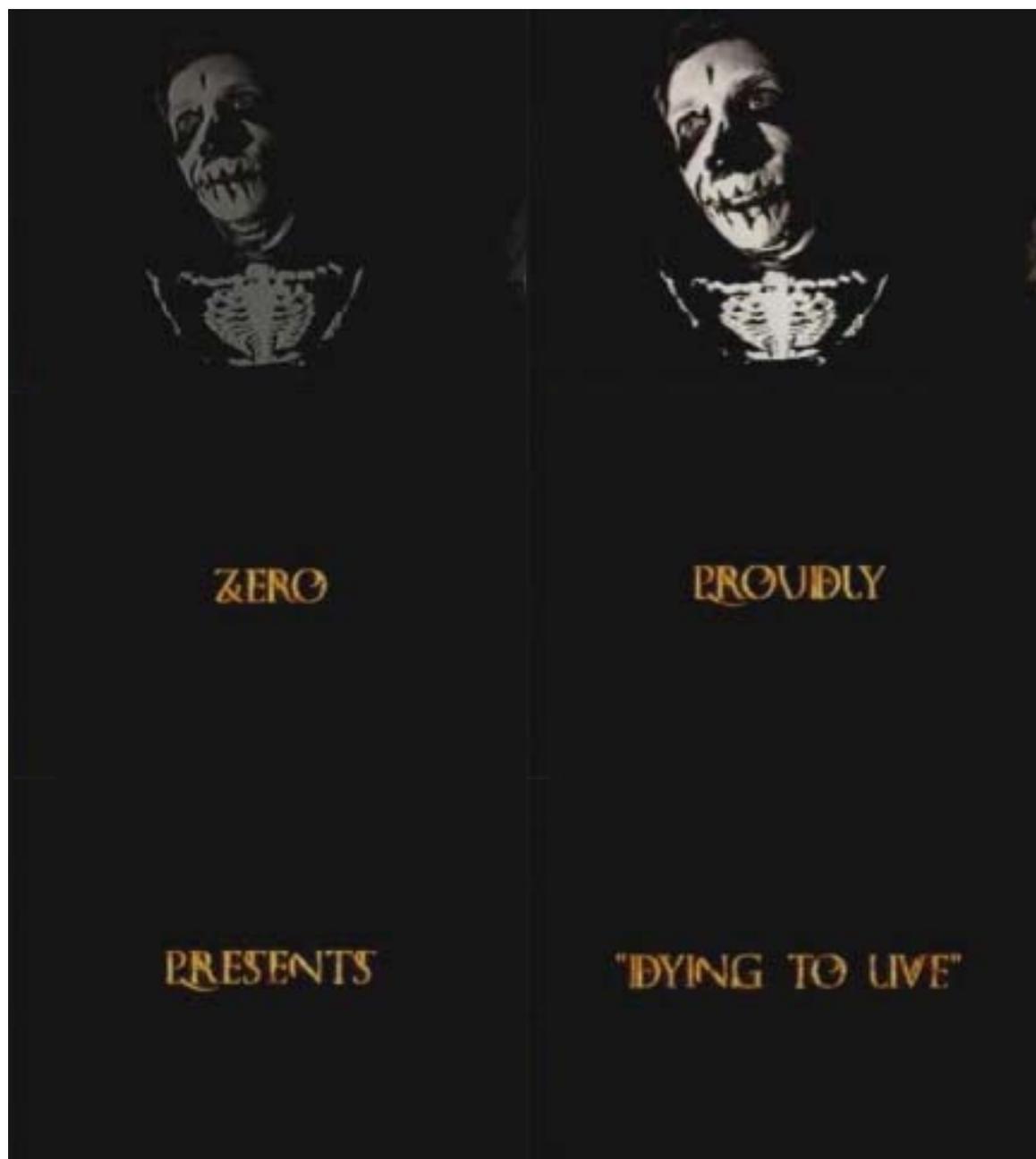


Page de consultation des transferts



E. Les vidéos de skate

Bande annonce du film de skate « Dying to live »



Séquence montrant un professionnel réalisant un saut



Jamie Thomas réalisant un saut de grande amplitude.





**Professionnel faisant une figure, nous pouvons voir qu'il skate à Barcelone
(Macha) place observée durant notre étude ethnographique**



Séquences de chutes présentes dans le film



Suite à sa chute, le skateur a
cassé sa planche





Ces scènes de chutes parfois chocantes, sont régulièrement visibles à la fin des vidéos de skate, et représentent jusu'à 20% du temps total du film.

F. Le contenu des magazines

Présentation d'une technique par un professionnel avec texte en anglais

Magazine Transworld skateboarding Janvier 2003. P. 122



Explication du Backside blunt slide transfert

Magazine Sugar. Juillet/aout 2003. (P. 32)



**BACKSIDE BLUNT
SLIDE TRANSFERT**

En langage skateboardistique, le terme "Transfert" signifie passer d'un côté à l'autre d'un obstacle, celui-ci pouvant exister sous la forme d'un module ou tout autre objet urbain (en l'occurrence ici c'est un dos d'âne anti-gitans...). Ce que l'on nomme le blunt slide transfert est l'action de passer de l'autre côté d'une barre ou d'un murlet en glissant sur le tail. Une fois le tail posé, le nose se retrouve inévitablement à la même hauteur que son homologue arrière, et le blunt slide, dans ce cas précis, se transforme en tail-slide. Mais ce n'est pas grave ! La différence réside dans l'approche de l'obstacle et de la façon dont vous l'attaquez. Démonstration.

- 1 Le ledge est du côté de vos talons, ce sera en backside (littéralement « dans le dos »). Appréciez la distance qu'il va falloir parcourir pour atteindre le spot tout en gardant un œil vers l'avant.
- 2 Tapez un frontside ollie de 90 degrés en direction du ledge (ou de la barre).
- 3 Une fois posé, le plus grand risque que vous courrez est de partir en arrière, alors pensez à bien centrer votre poids à la verticale de votre board mais un peu plus sur le tail, pour que votre pied avant serve uniquement de contre-poids.
- 4 Poser votre tail délicatement sur le bord et caliez-vous à l'aide du truck arrière. Le buste a gardé le même axe depuis le début si tout va bien !
- 5 Dépliez la jambe arrière et poussez dessus, histoire de glisser un peu. Ce geste prépare également le replaquage.
- 6 En tournant les épaules, votre bassin et tout le reste doivent suivre et vous amener vers la victoire ! Et si vous avez trop pivoté, essayez de ressortir en fakie !

Exemples de photos présentes sur les magazines de skate

Photos extraites du magazine américain : « *Transworld Skateboarding* »
Octobre 2001 et Janvier 2003

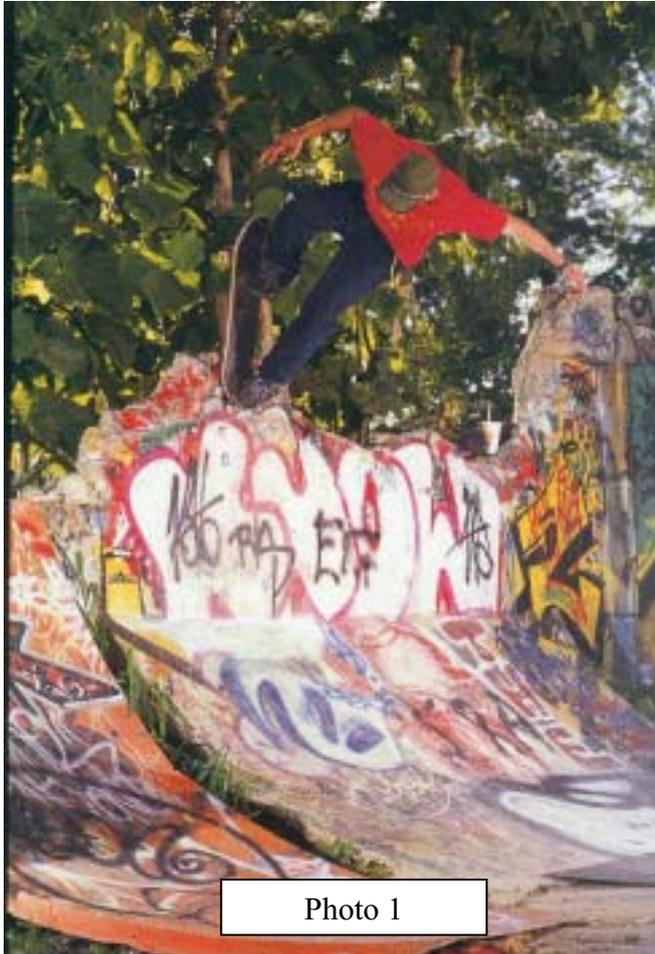


Photo 1



Photo 2

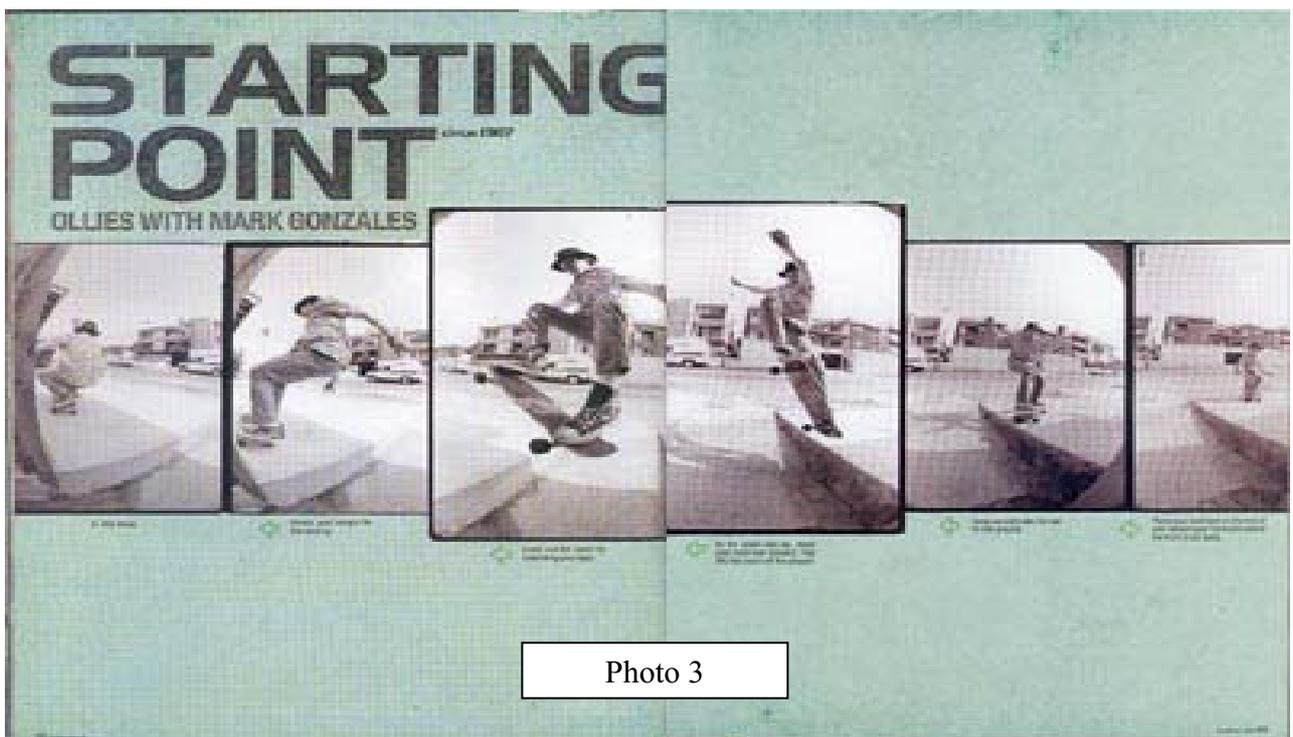
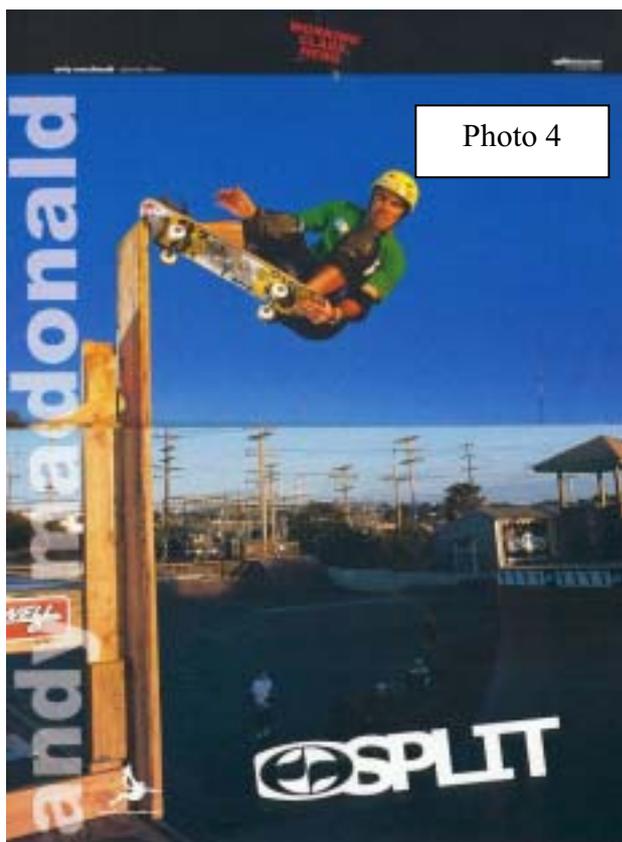


Photo 3



Les photos 1 et 2 servent à illustrer le magazine. Nous pouvons remarquer que la photo 2 dispose de nombreux renseignements : le nom du skateur faisant la figure (Dave Swift), le nom de la figure (Backside ollie), le lieu (Clairemont, California).

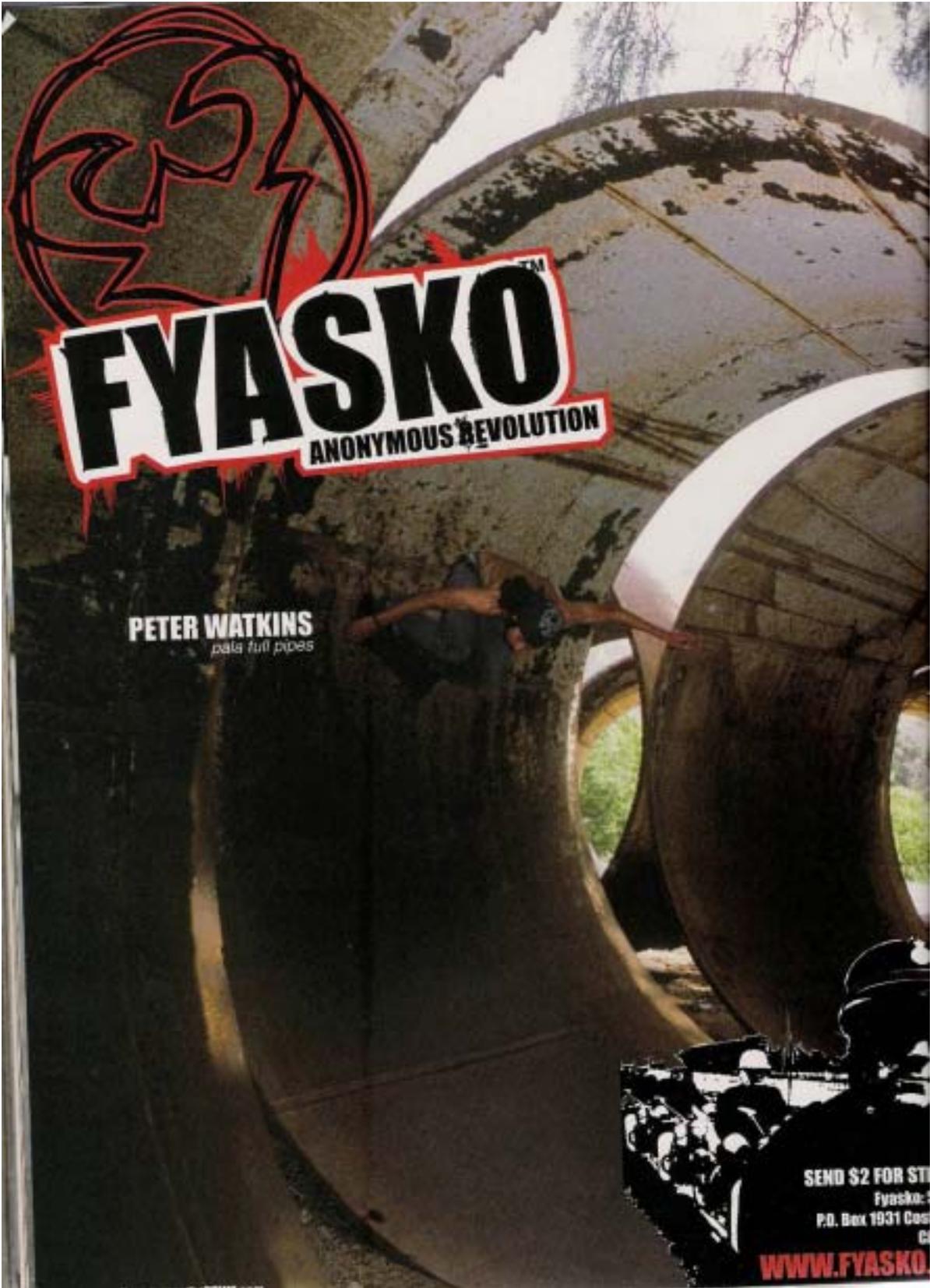
La photo 3 est éducative. Elle présente les différentes phases à respecter pour réussir un *ollie* (base du skate permettant d'élever sa planche et donc de franchir un obstacle). Notons que la démonstration nous est faite par un ancien professionnel (Mark Gonzalès).

Enfin, la photo 4 est une publicité pour un fabricant de vêtements (Split). La photo 5, produite par la marque Zéro (fabricant de vêtements et d'équipements anglais) annonce une nouvelle vidéo de skate : « Dying to live ». Nous pouvons remarquer que sur cette dernière, la photo et le titre ne font pas référence au skate, mais plutôt à la mort. Ces publicités étant tellement abondantes sur les magazines de skate, nous allons présenter dans la partie suivante une analyse de leur contenu.

G. Les publicités dans les magazines de skate

Exemples :

The advertisement is a vertical layout. On the left, the words "SPEED METAL" are written in large, bold, red, slanted letters. In the upper right, a skateboarder is shown in mid-air, performing a trick on a dark ramp with a metal handrail. The name "Corey Duffel" is printed above the skateboarder, and a circled number "13" is in the top right corner. Below the ramp, there are five circular logos for different bearing types: "SPEED METAL - ARMY", "SPEED METAL - ARMY", "SPEED METAL - ARMY", "SPEED METAL - ARMY", and "SPEED METAL - ARMY". A large circular logo with a skull in the center and the text "SPEED METAL ARMY" and "DEATH TO FALSE METAL" is positioned to the right of the bearings. At the bottom, the text "'Kick Ass Bearings'" is written in a red, distressed font. Below that, a small skull logo is followed by the text "JOIN THE ARMY!". At the very bottom, the contact information is provided: "SPEED METAL ARMY PO BOX 26049 SANTA ANA CA 92799 SEND \$2 FOR STICKERS, INFO & DEATH TO FALSE METAL!".



Analyse iconographique des publicités présentes dans les magazines de skate

Objectifs :

Cette étude souhaite révéler de quelle manière les publicités visibles dans les magazines sont organisées, et quels messages les commanditaires véhiculent à travers ce support. En identifiant différents aspects composant les images, nous pourrions comprendre les valeurs présentes dans les publicités.

Méthodologie :

Ø L'échantillon :

Notre étude a été effectuée sur 3 magazines de l'année 2003 : Transworld skateboarding, Sugar, Freestyler. Le premier provient des Etats-Unis, et est rédigé uniquement en anglais ; les deux autres sont publiés dans l'hexagone, et écrits en Français.

Ø Le choix de l'échantillon :

Le choix de ces revues a été dicté d'une part grâce à une enquête menée sur 10 skateurs bisontins durant l'année 2002 et 2003. Il s'est révélé en effet que ces magazines étaient récurrents dans nos entretiens et qu'ils semblaient être les principaux magazines lus par notre échantillon. D'autre part, ils ont été choisis pour leur présence dans les linéaires des bureaux de tabacs bisontins.

96 publicités ont ainsi été analysées. Cinquante publicités proviennent du magazine américain, et 46 répartis entre les deux magazines français (ce choix est justifié d'abord par l'omniprésence du magazine Transworld dans nos entretiens, et d'autre part à cause de sa taille surdimensionnée par rapport aux magazines français : 400 pages illustrées contre 100 pour un magazine français).

Ø La grille d'analyse :

Notre grille a été établie grâce au logiciel de statistiques Sphinx. Nous nous sommes d'une part inspiré de Laurent Gervereau pour établir notre grille d'analyse iconographique; d'autre part, nous l'avons complexifiée et adaptée aux particularités de notre objet d'étude qui recouvre de nombreux aspects singuliers.

La grille est composée de 60 questions de faits⁷³⁴. Nous insistons sur cet aspect pour signaler que notre étude souhaite exclure toute opinion et toute prise de décision personnelle. En effet, notre travail a été uniquement d'observer les différents détails présent sur les images et de les recenser ensuite dans le logiciel, le but étant d'éviter un écueil important : un manque de réflexivité.

Ø **Le questionnaire est composé de 3 parties : (présentation succincte des thèmes)**

- ∄ Les commanditaires : leur rôle, leur localisation, leur message
- ∄ La publicité : son emplacement, son architecture, la place du logo et de la marque, ses couleurs, les détails présents, les allusions à la mort et à la rébellion.
- ∄ Les images de skate : ce qu'elles montrent, de quelles façons les photos ont été prises, le type de figures réalisées.

Questionnaire réalisé avec le logiciel Sphinx

Enquête faite sur des magazines de l'année 2003

Magazines : Transworld, Freestyler, Sugar.

Echantillon de 100 publicités

⁷³⁴ Questionnaire sphinx visible en annexe

1. Numéro de l'image étudiée ?

2. Nom de l'émetteur (de la vidéo ou du magazine)

3. Nom du commanditeur (la marque)

4. Fonction du commanditeur de l'image

- 1.fabricant de vêtements 2.fabricant d'équipements
 3.organisateur d'événements 4.illustrateur de revues
 5.Association de sports de glisse 6.fabricant de vidéo
 7.Magasin

5. La fonction du commanditeur est signalée ?

- 1.oui 2.non

6. Y-a-t'il un rappel de la marque ?

- 1.slogan 2.logo
 3.aucun

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).
La question n'est pertinente que si fonction Parmi "fabricant de vêtements ; fabricant d'équipements"*

7. Epoque de production de l'image ?

- 1.actuelle (de 0 à 3 ans) 2.proche (de 3 à 8 ans)
 3.éloignée (+ de 8 ans) 4.indéfinissable

8. Caractéristiques du support

- 1.vignette 2.pleine page à droite
 3.pleine page à gauche 4.double page
 5.jaquette de film

9. nombre d'images sur la page ?

10. dans quel mode est l'image ?

- 1.portrait 2.paysage

11. Localisation du commanditeur

- 1.France 2.Europe
 3.Etats-unis 4.Australie
 5.autre

12. Si 'autre', précisez :

13. Type de médias diffusant l'image ?

- 01.revue spécialisée en rapport avec l'activité sur la photo 02.revue de glisse généraliste
 03.revue d'un autre sport de glisse 04.revue sportive généraliste
 05.revue généraliste 06.vidéo en rapport avec l'activité décrite
 07.vidéo de glisse 08.flyer-carte postale
 09.affiche 10.PLV
 11.autre

14. Si 'autre', précisez :

15. Visibilité escomptée par le support ?

- 1.petite diffusion (action ponctuelle locale) 2.moyenne diffusion (régionale)
 3.grande diffusion (nationale) 4.diffusion mondiale

16. Cible visée ?

- 1.pratiquants de l'activité proposée 2.sportifs
 3.jeunes 4.grand public
 5.collectivités

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

17. Sports présentés par l'image ?

- 1.skate 2.BMX
 3.Roller 4.Surf
 5.Snowboard 6.ski
 7.kite surf 8.aucun

18. Nombre de couleurs

19. Effets sur l'image ?

- 1.Saturé 2.noir et blanc
 3.réhaus de couleurs 4.assombri
 5.éclairci 6.filtre flou
 7.éclairage de la scène 8.soufflerie (trainés de vitesse pour signaler la mobilité)

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

20. Couleurs principales ?

- 01.rouge 02.orange
 03.jaune 04.bleu
 05.vert 06.violet
 07.gris 08.marron
 09.noir 10.blanc

Ordonnez 3 réponses.

21. Quel est le ton général de l'image?

1. ton chaud 2. ton froid

22. De quelle façon la photo a été prise ?

01. plongée (par le haut) 02. contre plongée (par le bas)
 03. de face 04. par dessus
 05. par dessous 06. de dos
 07. plan d'ensemble 08. plan moyen
 09. plan rapproché 10. plan serré (gros plan)
 11. très gros plan 12. vue aérienne
 13. rafale (décomposition du mouvement)

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

23. Quelles sont les lignes directrices ?

1. horizontale 2. verticale
 3. diagonale ascendante 4. diagonale descendante
 5. structure géométrique 6. aucune

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

24. A quelle moment de la journée la photo a été prise ?

1. jour 2. couché du soleil
 3. nuit

25. Le volume principal est occupé par:

01. ciel 02. paysage urbain
 03. rider 04. visage du rider
 05. Spot, équipement, module 06. fond noir
 07. fond travaillé 08. logo
 09. texte 10. nature
 11. eau

26. Conséquence du volume:

1. omniprésence du rider 2. vue du paysage
 3. effet de profondeur

27. Détails présents sur l'image ?

01. rider 02. objet de pratique
 03. surface de pratique 04. palmier
 05. bâtiments 06. océan
 07. montagne 08. arrière plan flou
 09. graffitis 10. spectateurs
 11. nom de la marque 12. nom du rider
 13. slogan 14. logo de la marque
 15. texte explicatif 16. dialogues (voix off)
 17. palmiers du rider 18. nom de la figure
 19. année de création de la marque 20. incrustation d'un produit de la marque
 21. noms des riders de la team 22. adresse de la marque
 23. adresse internet

Vous pouvez cocher plusieurs cases (22 au maximum).

28. Rapport texte-image?

1. pas de texte ou insignifiant 2. texte 1/4 - image 3/4
 3. texte 1/3 - image 2/3 4. texte 1/2 - image 1/2

29. quel est le nom de la figure?

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "nom de la figure"

30. Dans quelle langue est le texte de l'image ?

1. français 2. anglais

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "texte explicatif"

31. Le texte est-il en rapport avec l'image ?

1. oui 2. non

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "texte explicatif"

32. Le texte fait-il allusion à de la rébellion?

1. oui 2. non

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "texte explicatif"

33. Le rider est-il séparé de son objet ?

1. oui 2. non
 3. pas d'objet

34. Peut-on voir les inscriptions de sa planche ?

1. oui 2. non
 3. pas de planche

35. Peut-on voir la marque de sa planche?

1. oui 2. non
 3. PAS DE PLANCHE

36. Ou est placé le logo ?

1. haut à gauche 2. haut à droite
 3. bas à gauche 4. bas à droite
 5. centre

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "logo de la marque"

37. quelle est la taille du logo (en cm²)?

38. ou est placé la marque

1. haut à gauche 2. haut à droite
 3. bas à gauche 4. bas à droite
 5. centre

39. dans quelle langue est le slogan de la marque

1. français 2. anglais

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "slogan"

40. quel est le slogan de la marque?

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "slogan"

41. Le slogan fait-il référence à de la rébellion?

- 1.oui 2.non

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "slogan"

42. Dans quel lieu semble se situer l'action ?

- 1.Côte est (New York) 2.côte ouest (Californie)
 3.Europe 4.France
 5.Australie 6.non renseigné
 7.autre

43. Si 'autre', précisez :

44. Où se situe la scène ?

- 1.en intérieur 2.à l'extérieur

45. Le rider sur l'image est un homme ou une femme ?

- 1.homme 2.femme
 3.supposé homme 4.supposé femme
 5.non définissable

46. quelles émotions sont visibles sur son visage ?

- 1.peur 2.joie
 3.concentration 4.fierté
 5.aucune

47. Dans quelle situation est le rider ?

- 1.il s'envole 2.il plane
 3.il atterrit 4.il roule
 5.il est statique 6.il glisse
 7.il pose pour la photo 8.mouvement complet
 9.autre

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "rider"

48. Si 'autre', précisez :

49. Le danger est-il matérialisé par un panneau, un objet ou un dessin ?

- 1.non 2.oui

50. Si 'oui', précisez :

51. Fait-on allusion à la mort par un objet ou un dessin ?

- 1.non 2.oui

52. Si 'oui', précisez :

53. Ya t-il des signes de rébellion chez le rider?

- 1.apparence 2.attitude
 3.aucun

54. S'agit-il d'une figure techniquement difficile ?

- 1.oui 2.non
 3.PAS DE FIGURE

55. sagit-il d'une figure de grande amplitude ?

- 1.oui 2.non
 3.PAS DE FIGURE

56. Ya t'il une rotation de la planche ?

- 1.oui 2.non
 3.non visible

57. dans quel mode sont éditées les images ?

- 1.portrait 2.paysage

La question n'est pertinente que si DÉTAILS PRÉSENT SUR L'IMAGE ? = "slogan"

58. nombre d'image l

- 01.17 02.12
 03.11 04.10
 05.9 06.8
 07.7 08.5
 09.4 10.3
 11.2 12.1
 13.0

59. Mise en classes de la variable numérique 'nombre d'image'

- 1.moins de 2 2.de 2 à 6
 3.de 6 à 10 4.10 et plus

60. Mise en classes de la variable numérique 'taille logo'

- 1.moins de 20 2.de 20 à 40
 3.de 40 à 80 4.de 80 à 120
 5.de 120 à 160 6.de 160 à 200
 7.200 et plus

61. type de magazine

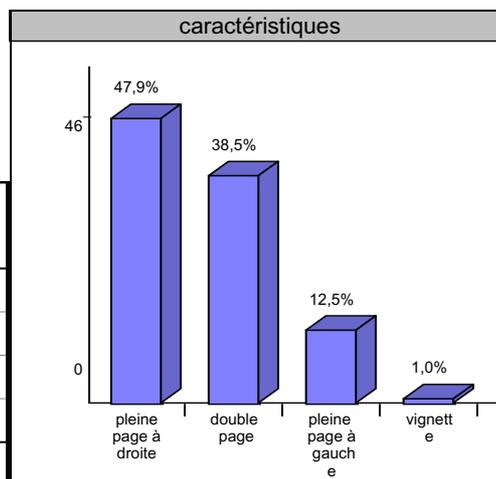
- 1.transworld 2.sugar
 3.freestyler

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Présentation et analyse des résultats :

Ø Emplacement des annonceurs dans les magazines:

caractéristiques	Nb. cit.	Fréq.
pleine page à droite	46	47,9%
double page	37	38,5%
pleine page à gauche	12	12,5%
vignette	1	1,0%
TOTAL OBS.	96	100%



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 55,25$, ddl = 3, $1-p = >99,99\%$.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Nous pouvons constater que la moitié des publicités utilisent la page de droite. Cet emplacement est selon beaucoup de spécialistes de l'édition, l'emplacement le plus visible. Ensuite les annonceurs utilisent dans 38,5% des cas une double page pour communiquer. Ce format rend la publicité inévitable par les lecteurs, mais induit un prix conséquent pour être présent. Enfin, ils ne sont que 12,5% à se contenter de la page de gauche.

Prix des publicités au 1^{er} janvier 2002 dans les magazines de skate :

Magazine Sugar (éditions Riva)	Magazine Freestyler (éditions Nivéales)
2 ^{ème} de couverture : 2750 € (18.000 Frs)	2 ^{ème} de couverture : 4117 € (27.000Frs)
3 ^{ème} de couverture : 2440 € (16.000 Frs)	3 ^{ème} de couverture : 3812 € (25.000 Frs)
4 ^{ème} de couverture : 3050 € (20.000 Frs)	4 ^{ème} de couverture : 4574 € (30.000 Frs)
En quadri :	En quadri :
Double page : 3800 € (25.000 Frs)	Page : 3042 € (20.000 Frs)
Page : 2250 € (15.000 Frs)	Demi-page : 1883 € (12.350 Frs)
Demi-page : 1350 € (8.500 Frs)	Quart de page : 1130 € (7.400 Frs)
Quart de page : 600 € (4.000 Frs)	

Ø L'origine des commanditaires :

localisation	Nb. cit.	Fréq.
Etats-unis	62	64,6%
France	24	25,0%
Australie	5	5,2%
Europe	4	4,2%
Non- réponse	1	1,0%
TOTAL OBS.	96	100%

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 136,40$, ddl = 4, 1-p = >99,99%.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Nous pouvons constater que les annonceurs provenant des Etats-Unis sont largement majoritaires dans notre échantillon (64,6%).

VARIABLE_61 localisation	trans world	sugar	freest yler	TOTAL
Non- réponse	0,0%	0,0%	3,4%	1,0%
France	0,0%	57,9%	44,8%	25,0%
Europe	2,0%	5,3%	6,9%	4,2%
Etats-unis	96,0%	36,8%	24,1%	64,6%
Australie	2,0%	0,0%	20,7%	5,2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 57,58$, ddl = 8, 1-p = >99,99%.
Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif théorique est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif réel. Attention, 10 (66.7%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Le χ^2 est calculé sur le tableau des citations (effectifs marginaux égaux à la somme des effectifs lignes/colonnes).
Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 96 observations.

En croisant « l'origine des annonceurs » et « les 3 magazines », nous remarquons encore une forte présence des annonceurs provenant des Etats-Unis et ce, même dans les magazines français. Néanmoins, nous pouvons souligner qu'ils sont plus discrets dans les magazines Sugar et Freestyler (respectivement 36,8% et 24,1%). **Ces chiffres nous montrent que les marques américaines occupent une place incontournable dans le marché des vêtements et des équipements de skate. Notons que Sugar et Freestyler comptent environ 30% d'annonceurs américains alors qu'ils sont destinés uniquement à public français.**

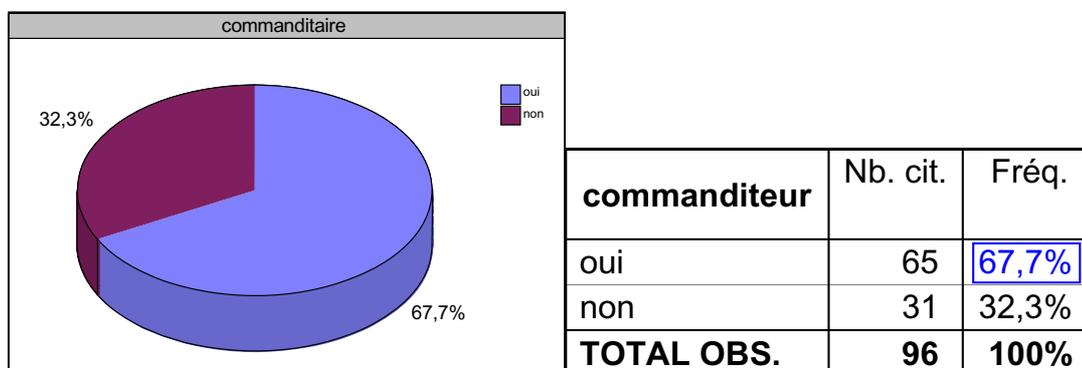
Ø **La fonction des commanditaires présents dans les magazines :**

fonction	Nb. cit.	Fréq.
fabricant de vêtements	50	52,1%
fabricant d'équipements	38	39,6%
organisateur d'événements	2	2,1%
illustrateur de revues	0	0,0%
Association de sports de glisse	0	0,0%
fabricant de vidéo	4	4,2%
Magasin	2	2,1%
TOTAL OBS.	96	100%

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 193,33$, ddl = 6, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

En premier lieu, notons que les publicités sont essentiellement commanditées par des fabricants de vêtements et d'équipements (planche, roues). Ces deux types de fabricants représentent en effet 91,7% des publicités analysées. Le reste (8,4%) est réparti entre des fabricants de vidéo, des organisateurs d'événements et des skateshops.

Ø Le signalement de la fonction des commanditaires :



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 12,04$, ddl = 1, 1-p = 99,95%.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Dans 67,7% des cas, les commanditaires indiquent leur activité (fabricants de vêtements, d'équipements). Plus paradoxal, certains annonceurs ne signalent pas leur fonction. Nous pouvons présumer qu'il ne s'agit pas d'un oubli, mais d'un luxe que certaines marques peuvent se permettre grâce à leur notoriété et à leur présence dans les lieux de vente spécialisés (skateshops). Par ailleurs, elles peuvent être connues par les skateurs puisque celles-ci peuvent être visibles sur d'autres pratiquants.

Ainsi, les marques se contentent parfois d'apposer leur logo ou leur slogan pour signaler leur présence.

Ø **Le rappel de la marque :**

marque	Nb. cit.	Fréq.
logo	87	90,6%
slogan	36	37,5%
Non- réponse	8	8,3%
aucun	1	1,0%
TOTAL OBS.	96	

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 138,61$, ddl = 4, 1-p = >99,99%.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum).

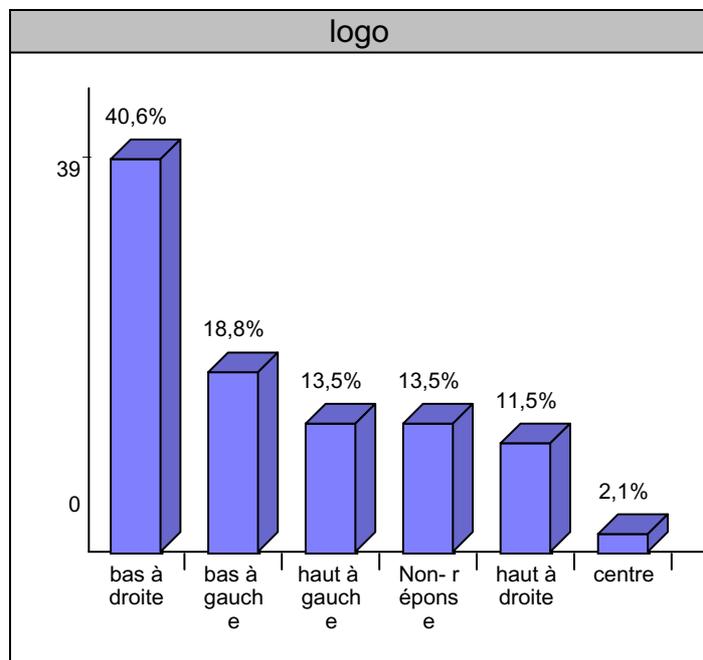
Le logo est l'élément essentiel des marques. Présent dans 90% des cas, il a pour but de représenter une entreprise grâce à un dessin. Notons qu'il est rarement évocateur, les entreprises se contentent généralement de composer leur logo en apposant une police singulière à la marque et en présentant un dessin abstrait. Les marques semblent donc être sûres que les skateurs connaissent leur marque et pourront l'identifier ultérieurement.

Remarque : dans le surf, les marques utilisent des slogans évocateurs en rappelant l'océan (présence de vagues : Quiksilver, Billabong, Rip Curl).

Le slogan est présent dans 37,5% des publicités. Généralement, il sert à exprimer la vision et les valeurs de la marque.

Ø **Les logos :**

€ Leur localisation :



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 48,25$, $ddl = 5$, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Les logos sont présents en bas à droite dans 40,8% de notre échantillon, il crée ainsi un effet de signature. Cet emplacement est choisi, car une fois encore, il est le lieu le plus visible pour les lecteurs. Les autres logos sont répartis de façon presque équitable dans les autres emplacements.

€ Leur taille :

taille logo_C	Nb. cit.	Fréq.
moins de 20	65	67,7%
de 20 à 40	12	12,5%
de 40 à 80	11	11,5%
de 80 à 120	6	6,3%
de 120 à 160	1	1,0%
de 160 à 200	0	0,0%
200 et plus	1	1,0%
TOTAL OBS.	96	100%

Minimum=0, Maximum=260
Moyenne=24,81

La question est à réponse unique sur une échelle.
Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (moins de 20) à 7 (200 et plus).

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 234,17$, $ddl = 6$, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité..

La taille moyenne des logos est de $24,81\text{cm}^2$. La majorité (67,7%) fait moins de 20cm^2 . Ainsi, nous pouvons constater que les marques restent relativement discrètes et que le logo n'est pas un élément essentiel sur les publicités.

Ø Les slogans :

Nous avons vu qu'ils sont présents dans 37,5% des publicités de notre échantillon.

Nous allons désormais étudier leurs caractéristiques :

€ La langue :

langue slogan	Nb. cit.	Fréq.
français	1	2,6%
anglais	38	97,4%
TOTAL CIT.	39	100%

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 35,10$, ddl = 1, 1-p = >99,99%.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
Le tableau est construit sur 96 observations.
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

Nous avons étudié autant de publicités provenant des magazines américains que des magazines français. **Néanmoins, nous pouvons constater, que même dans les magazines français, les slogans restent en anglais. Cette singularité oblige les skateurs à pratiquer cette langue. Notons aussi, que malgré la présence de 25 marques françaises, une seule communique grâce à un slogan français.** Il semble donc que langue anglaise soit incontournable dans les magazines de skate.

€ Les messages :

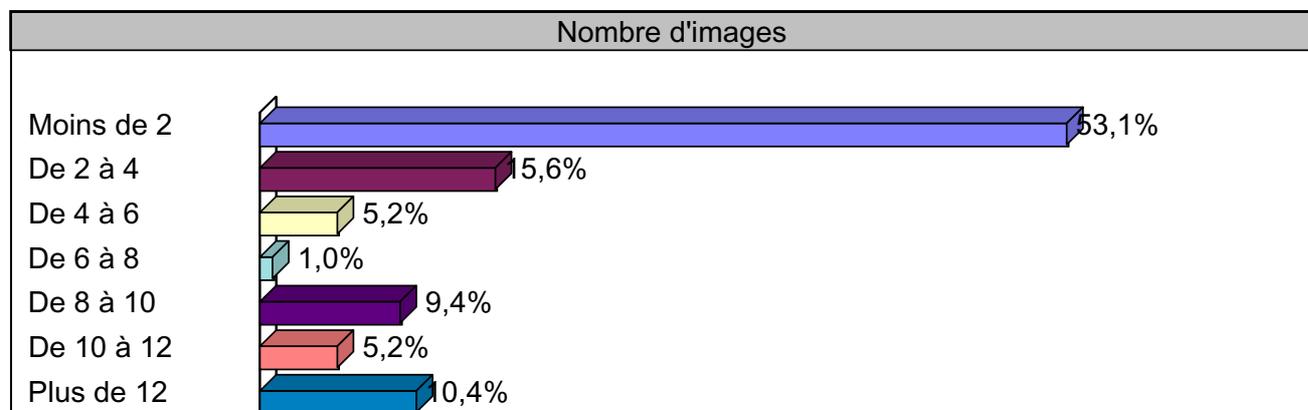
Voici l'ensemble des slogans répertoriés dans notre échantillon :

3	clothing for any environment	habits pour toutes les situations
5	progressive destruction	destruction progressive
6	the toy machine bloodsucking ask not what your company can do for you ask what you can do for your company.	la vampirique "toy machine" ne te demande pas ce que ta compagnie peut faire pour toi mais te demande ce que tu peux faire pour ta compagnie
9	DIGITALLY MASTERED	Maitrise digitale
10	THIS SHIT'S GOT POP	cette merde est devenue pop
11	WHELL DYNAMICS	la dynamique des roues
15	A NEW DISCOVERY	une nouvelle découverte
19	KICK ASS BEARINGS	ces roulements te bottent le cul

22	DYING TO LIVE	Mourir pour vivre
25	FREEDOM OF CHOICE	Liberté de choix
27	WHEN YOU HAVE QUIETED YOUR MIND ENOUGH AND TRANSCENDED YOUR EGO ENOUGH YOU CAN HEAR HOW IT REALY IS	quand tu as suffisamment calmé ton esprit et que tu as suffisamment dépassé ton ego tu peux alors entendre comment c'est réellement
28	MASTER URETHANE	Uréthane de maître
29	FORM FOLLOWS FUNCTION	la forme suit la fonction
30	A CHOCOLATE CINEMATIC EXPERIENCE IS COMING	une expérience cinématographique chocolatee est entrain d'arrivée
35	SKATEBOARDS AND APPAREL	skateboard et vêtement
40	SEARCH THE HORIZON	Rechercher l'horizon
41	ALTERING WHATS PURE	Changer ce qui est pur
50	DROP IN ULTIMATE TO THE SKATEBOARDING CHALLENGE	Passez voir nec plus ultra au défi du skate
51	ENJOY LEARNING	Apprécier d'apprendre
52	AEON ALTERNATIVE SKATEBOARDERS	Des skateurs alternatifs éternels
55	TRICKS EVOLVE, SPOTS CHANGE, TRENDS FADE, BUT... SKATEBOARDING IS FOREVER	Les figures évoluent, les spots changent, les tendances s'effacent, mais...le skate reste (est la pour toujours)
65	THIS SHIT'S GOT POP	Cette merde est devenue pop
68	NOMADSKATEBOARDS	Le skate nomade
70	EXCLUSIVELY INDIVIDUAL NON DISCRIMINATORY	Exclusivement individuel et non discriminatoire
71	BUILT TO RESIST	Construit pour resister
75	THE ORIGINAL SKATE SHOE	La chaussure de skate original
76	SKATEBOARDING IS DIFFERENT	Skater est different
78	SKATEBOARDING FEVER FOREVER	La fièvre du skate pour toujours
79	ANTISOCIAL	Antisocial
80	FOOTWEAR/ BUILT FOR RIDING	Chaussure construite pour <i>rider</i>
81	POWER ONLY TIRES THOSE WHO DON'T EXERCISE IT	Le pouvoir fatigue seulement ceux qui ne l'exercent pas
87	THE SHOES WE SKATE	Les chaussures avec lesquelles on skate
88	THE ZOO YORK INSTITUTE UNBREAKABLE	L'institution "zoo york" est incassable

Ainsi sur ces 39 publicités, 8 font référence à des attributs techniques (20,5%), 31 font référence à des attributs psychologiques (79%).

Ø Le nombre d'images de skate dans les publicités :

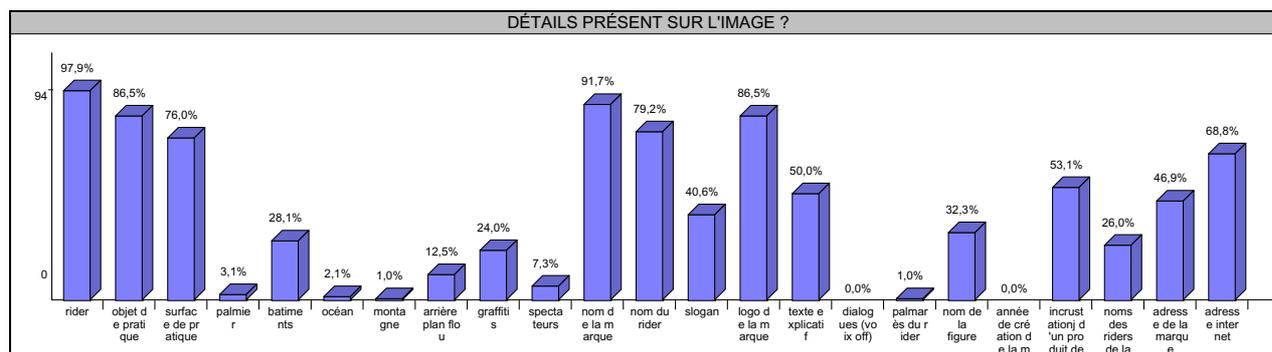


La question est à réponse ouverte numérique. Les observations sont regroupées en 7 classes d'égale amplitude. La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 126,98$, $ddl = 6$, $1-p = >99,99\%$. Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Nous pouvons constater que dans la moitié des publicités, moins de 2 images de skate sont présentées. A contrario, **nous pouvons remarquer que dans la moitié des publicités, 2 images de skate au moins sont présentées. Notons que dans ¼ des cas, les publicités ont plus de 8 images de skate.**

Ces particularités sont dues à l'organisation des publicités. Nous avons remarqué en effet que dans 24% des cas les publicités décomposent les mouvements des skateurs en proposant plusieurs images juxtaposées qui illustrent l'ensemble de la figure. Cette disposition peut apparaître comme un outil didactique pour les skateurs qui souhaitent apprendre les techniques (nous traiterons plus en détails cette singularité dans la partie analysant le contenu des images).

Ø Les détails présents dans les publicités :



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 623,60$, ddl = 23, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (22 au maximum).

Tout d'abord, dans 98% des cas un *rider* est présent dans l'image. Par ailleurs, **nous pouvons remarquer que son nom nous est signalé dans 79% des cas, et le nom des autres skateurs présents dans l'équipe de la marque dans 26% des cas.** Les skateurs semblent ainsi être essentiels dans la communication des entreprises, **nous pouvons signaler que seulement dans 1% de notre échantillon leurs palmarès sont affichés. Les résultats sportifs ne sont donc pas des éléments mis en valeur dans les publicités de skate.**

Des skates sont visibles dans 86,5% des cas. Etant l'objet de pratique il devrait être présent dans 100% des cas.

Dans 76% des publicités nous pouvons voir la surface de pratique, c'est à dire le module, la marche, ou l'obstacle. Nous pouvons ainsi apprécier l'ampleur de la figure mais aussi les lieux de pratique. Cet angle de vue fournit des indications importantes aux skateurs qui peuvent se représenter le module, la prise d'élan, et l'organisation du site.

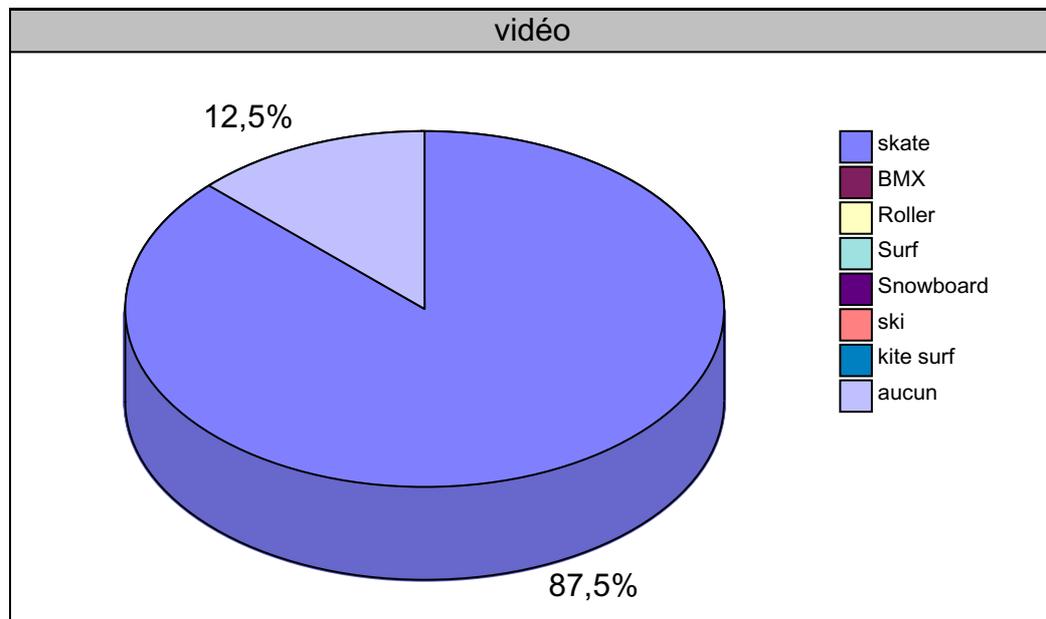
Dans 24% des publicités, nous pouvons voir des graffitis. Cet élément, est un indicateur de la déviance rencontrée dans les zones urbaines. Grâce aux graffitis, ces images se chargent d'un aspect singulier, voire contre-culturel.

Dans 50% de notre échantillon, un texte explicatif est inséré dans la publicité, nous verrons ultérieurement la place et les thèmes de ceux-ci.

D'un point de vue commercial, les marques se mettent en valeur grâce de nombreux détails : leur nom présent dans 92% des cas, leur slogan dans 46%, leur logo dans 86,5%, l'incrustation d'un produit de la marque dans 53%, leur adresse dans 47%, leur site Internet dans 70%. En plus des images de skate, les marques s'affichent aussi en montrant leurs produits, mais elles offrent aussi la possibilité d'approfondir la connaissance des lecteurs en proposant soit leur adresse soit de consulter leur site web.

Le contenu des images :

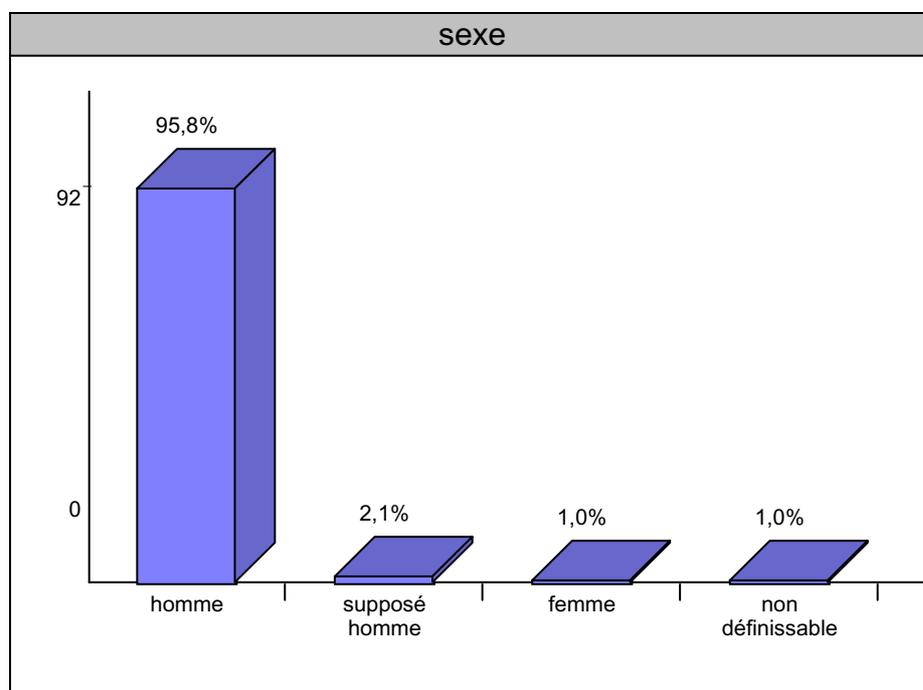
Ø Les sports présentés :



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 504,00$, ddl = 7, 1-p = >99,99%.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

S'agissant de revues spécialisées dans le skate, le sport principalement présenté est logiquement le skate. **Plus étonnant, dans 12,5% des publicités aucun sport n'est montré.** A la place, des *riders* sont mis en valeur en posant avec des attitudes singulières.

Ø **Le sexe des personnes présentes dans les publicités :**



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 256,92$, ddl = 3, 1-p = >99,99%.

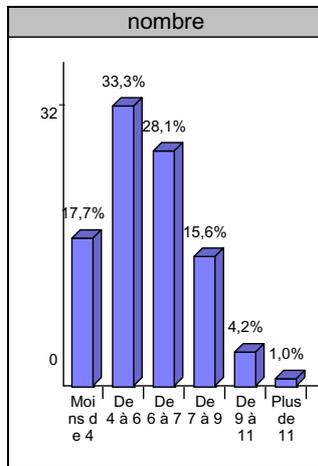
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Les magazines de skate sont essentiellement destinés à un public masculin. **Les publicitaires travaillent ainsi pour conquérir cette clientèle en communiquant dans 95,6% des cas sur des *riders* de sexe masculin.** Dans 2,2% des cas, l'image ne permet pas de savoir le sexe, et dans 1 cas, il s'agit d'une femme (notons que cette publicité est faite par une marque australienne de surf (billabong, et le surf est une discipline qui tend à se féminiser).

Le sexe féminin est exclu des publicités de skate. Deux raisons peuvent être avancées : d'une part, il y a peu de pratiquantes, d'autre part les lecteurs sont essentiellement de sexe masculin.

Ø Les couleurs :

€ Le nombre :



La moitié des publicités ont moins de 6 couleurs, 79,2% ont moins de 7 couleurs.

€ Les couleurs principales:

couleurs1	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
rouge	4	4,2%	10	10,4%	16	16,7%	30	31,3%
orange	0	0,0%	2	2,1%	2	2,1%	4	4,2%
jaune	8	8,3%	3	3,1%	8	8,3%	19	19,8%
bleu	17	17,7%	12	12,5%	10	10,4%	39	40,6%
vert	8	8,3%	5	5,2%	4	4,2%	17	17,7%
violet	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,0%
gris	26	27,1%	17	17,7%	8	8,3%	51	53,1%
marron	8	8,3%	9	9,4%	4	4,2%	21	21,9%
noir	19	19,8%	19	19,8%	13	13,5%	51	53,1%
blanc	5	5,2%	19	19,8%	30	31,3%	54	56,3%
TOTAL OBS.	96		96		96		96	

La question est à 3 réponses multiples ordonnées.

Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 118,82$, ddl = 10, 1-p = >99,99%.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).

Nous pouvons remarquer que les trois couleurs les plus fréquentes sont le blanc, le noir et le gris. Deux raisons peuvent être avancées : d'une part, les images montrent essentiellement un paysage urbain, (avec le béton gris, les routes noires, et des

immeubles blancs) ; d'autre part, de nombreuses images sont prises en noir et blanc. Le bleu est aussi une couleur fréquente (4,6% des cas) car le ciel est très présent dans les images.

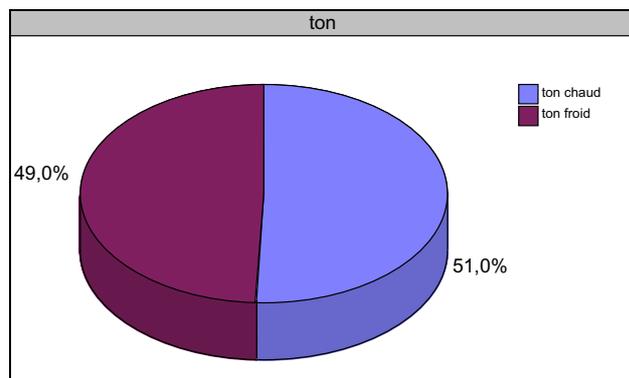
∄ Les effets sur les images :

couleurs	Nb. cit.	Fréq.
rehaut de couleurs	46	47,9%
éclairage de la scène	34	35,4%
noir et blanc	32	33,3%
Saturé	21	21,9%
assombri	10	10,4%
filtre flou	1	1,0%
éclairci	1	1,0%
soufflerie (trainés de vitesse pour signaler la mobilité)	1	1,0%
TOTAL OBS.	96	

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 119,21$, ddl = 8, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

Nous avons pu constater que les photos subissent de nombreuses retouches pour obtenir un aspect plus austère. Ainsi, elles sont 33% à être prises en noir et blanc, et 10% à être assombries, ensuite elles sont 21,9% à être saturées (les photos sont en surexposition ce qui annulent les ombres). Par ailleurs, les images ont dans la moitié des cas (47,9%) un rehaut de couleurs positionné essentiellement sur le skateur et sur sa planche ce qui met en valeur l'action, il vient s'ajouter à cet effet un éclairage de la scène dans 35,4% ce qui poursuit cette volonté de mise en valeur de l'action et du skateur.

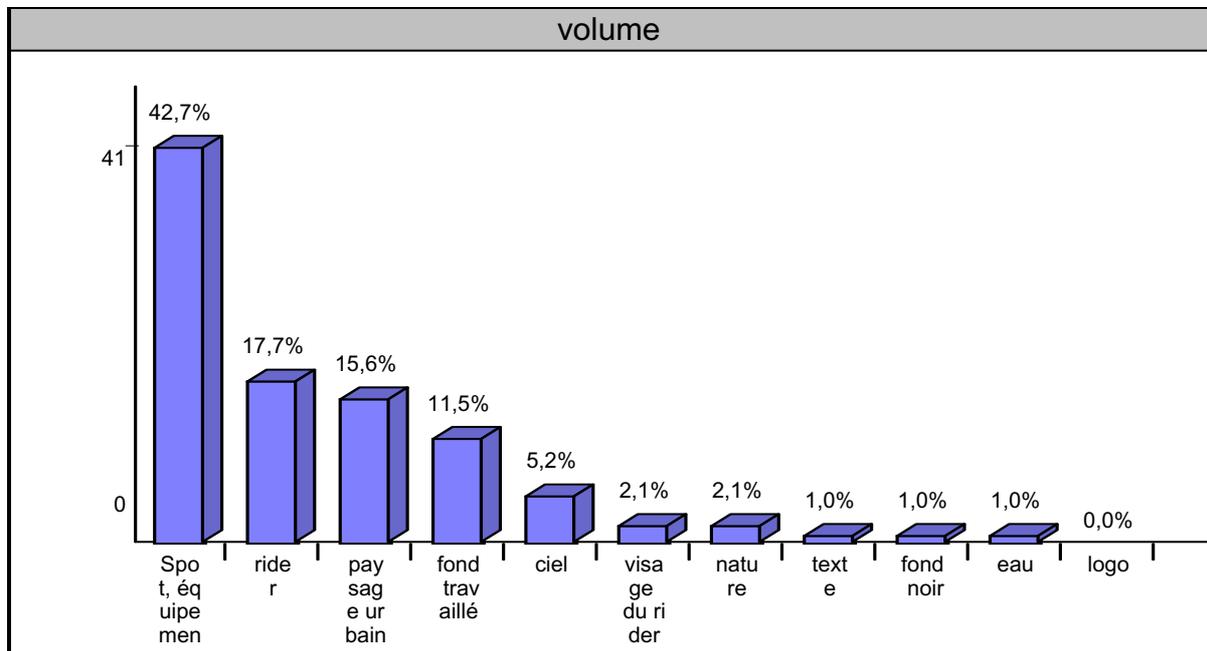
∄ Le ton des images :



La différence avec la répartition de référence n'est pas significative. $\chi^2 = 0,04$, ddl = 1, $1-p = 16,17\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Conséquence directe des photos en noir et blanc, des nombreuses retouches, et des arrière-plans urbains, les photos ont dans 49% des cas un ton froid.

Ø **Les détails occupant le volume principal :**



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 173,50$, ddl = 10, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Le volume principal des images est occupé dans 42,7 par le spot, ou le module. Le rider est ensuite dans 17,7% des cas le détail qui occupe le volume principal. Ces 2 éléments semblent essentiels pour apprécier une figure. Notons que le paysage urbain illustre le volume principal des images dans 15,6% des cas.

Ø **De quelles façons la photo a été prise :**

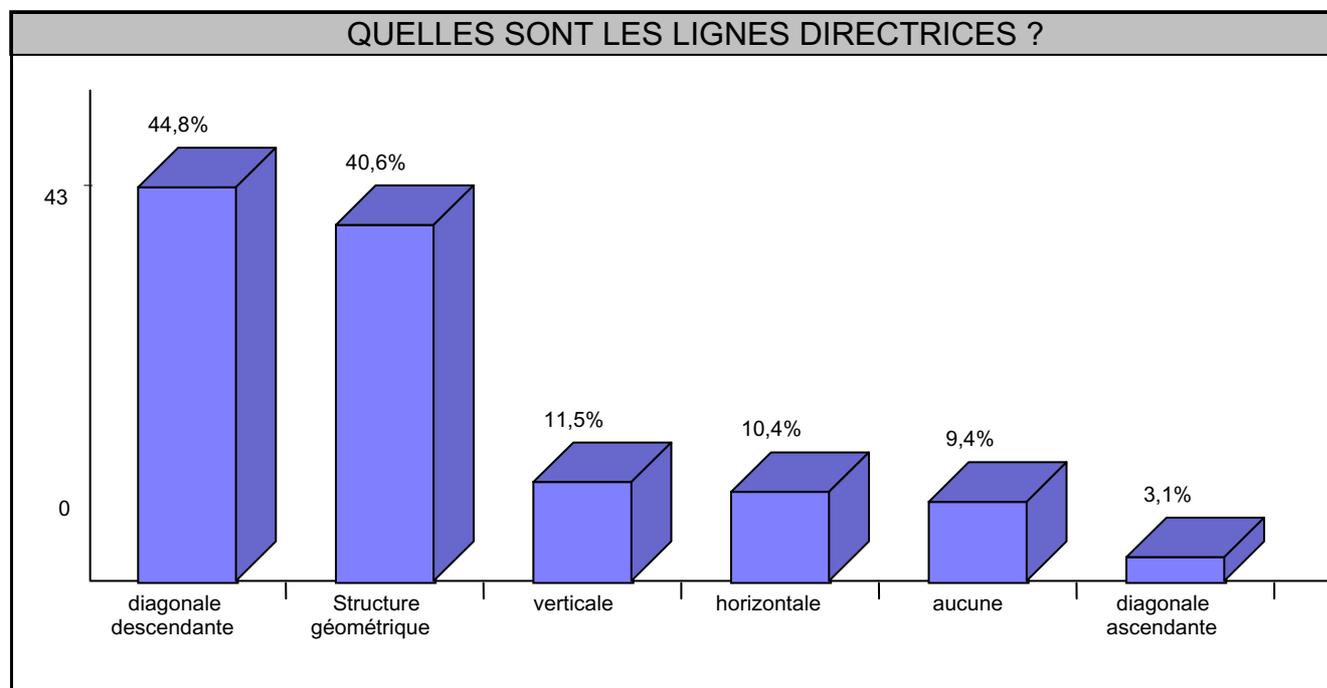
photo	Nb. cit.	Fréq.
contre plongée (par le bas)	52	54,2%
plan moyen	39	40,6%
plan rapproché	34	35,4%
de face	27	28,1%
rafale (décomposition du mouvement)	23	24,0%
de dos	10	10,4%
plan d'ensemble	8	8,3%
plan serré (gros plan)	5	5,2%
plongée (par le haut)	4	4,2%
vue aérienne	3	3,1%
par dessous	2	2,1%
très gros plan	1	1,0%
par dessus	0	0,0%
TOTAL OBS.	96	

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 220,63$, $ddl = 13$, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

Notons d'abord un aspect important des images : celles-ci sont prises dans 54,2% des cas en contre plongée, (alors qu'elles ne sont que 4,2% en plongée, 10,4% de dos, 2,1% par-dessous, et 3,1% en vue aérienne) cet angle de vue donne un effet de profondeur aux images et accentue la hauteur du saut. **Ensuite, nous pouvons remarquer que les images sont prises de près (40% en plan moyen, et 35% en plan rapproché)** ce qui permet d'être proche des *riders* et donc d'apprécier la manipulation de la planche avec les pieds.

Par ailleurs, dans ¼ de notre échantillon les publicités de skate proposent une rafale d'images. Comme nous l'avons souligné précédemment cette technique de prise donne aux publicités un aspect didactique en décomposant le mouvement.

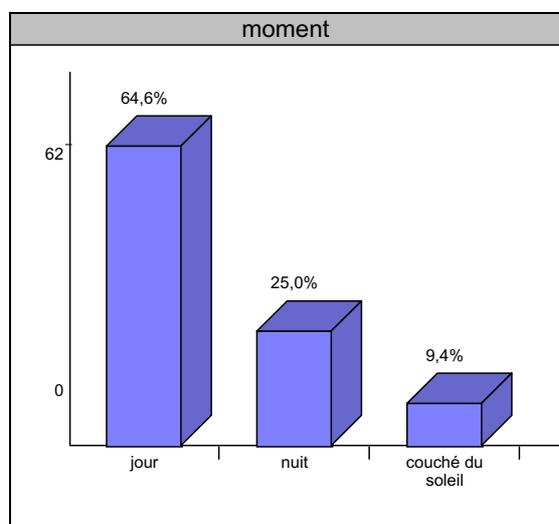
Ø **Les lignes directrices :**



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 77,05$, ddl = 6, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum).

Dans la moitié des cas, les images sont traversées par une diagonale descendante, il s'agit en général d'une rambarde ou de marches que le skateur ride, cette ligne donne à l'image un aspect spectaculaire en accentuant le dénivelé. Ensuite nous pouvons constater une présence importante de structure géométrique (40,6%), notamment des escaliers, des piscines et des bâtiments. Nous retrouvons dans 11,5% de notre échantillon des lignes verticales donnant aux figures un aspect extrême, et dans 10,4% des cas, des lignes horizontales essentiellement assurées par le sol.

Ø Le moment de la journée :



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 47,14$, $ddl = 2$, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.

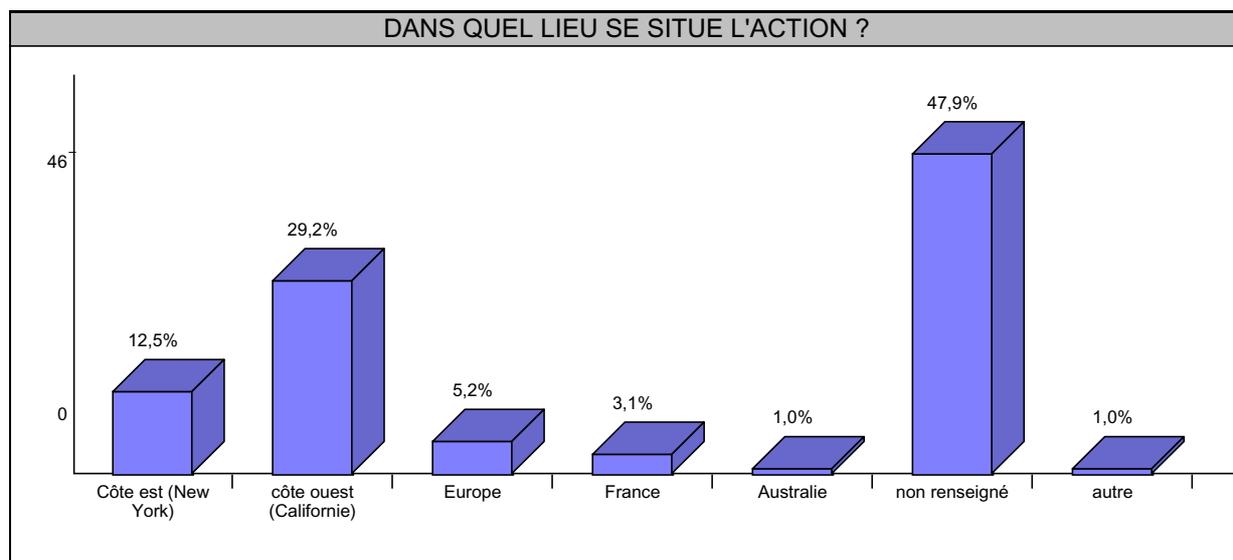
Les photos sont prises en majorité la journée. Nous pouvons noter que dans $\frac{1}{4}$ des cas elles sont prises la nuit, dans ce cas, les photographes utilisent des projecteurs ce qui permet d'éclairer uniquement le skateur et le met ainsi en valeur par rapport au reste du cadre.

Ø Où se situe la scène :

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 58,26$, $ddl = 1$, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.

Nous pouvons remarquer que les images de skate sont prises dans 90% des cas à l'extérieur. Notons que sur 96 publicités, seules 4 montrent un skatepark (4,15%). Les publicités véhiculent des images de skateurs se déplaçant librement dans l'espace urbain en ridant les obstacles. Nous retrouvons une valeur essentielle de la glisse : la liberté.

Ø Les lieux skatés :



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 128,58$, ddl = 6, 1-p = >99,99%.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Dans 31,7% de notre échantillon, la scène se situe aux Etats-Unis, les publicités nous informent sur les lieux grâce à des détails (qui ne semblent pas être mis par hasard : pancarte de la rue, de la place, monument connu, etc..) ou en nous informant grâce à un texte explicatif. La France n'est signalée que dans 3,1% des cas, l'Europe dans 5,2%. Par ailleurs, dans 47,9% des publicités le lieu n'est pas révélé et peu d'indication peuvent permettre son identification.

Ø **La situation des *riders* sur les publicités :**

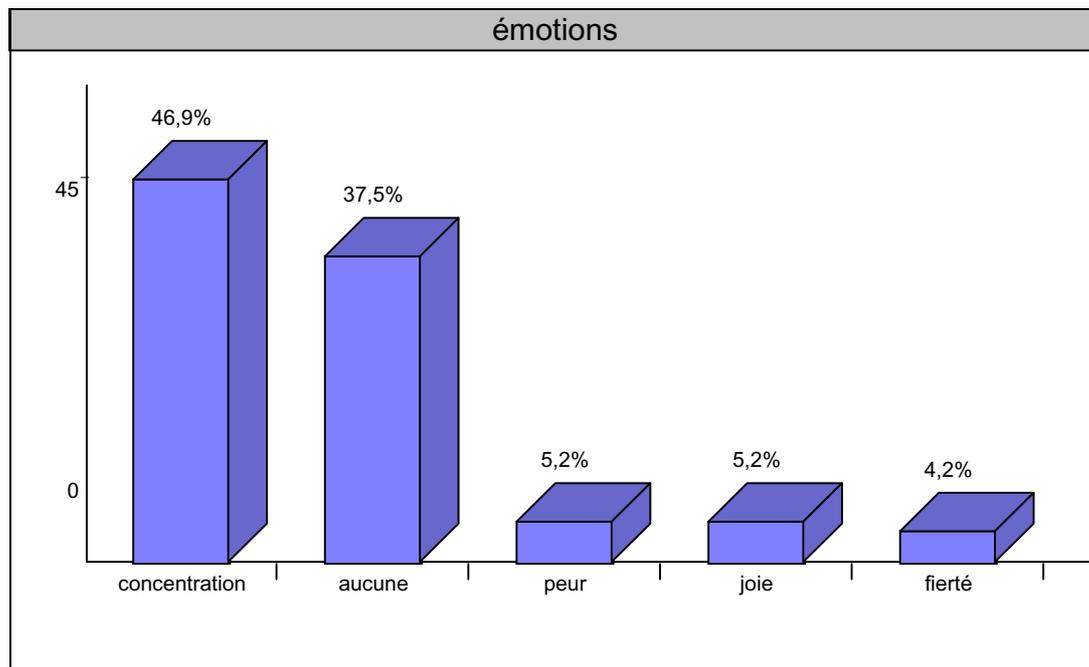
rider	Nb. cit.	Fréq.
il glisse	25	26,0%
il plane	23	24,0%
mouvement complet	23	24,0%
il pose pour la photo	13	13,5%
il s'envole	3	3,1%
il est statique	2	2,1%
il roule	2	2,1%
il atterrit	2	2,1%
autre	1	1,0%
TOTAL OBS.	96	

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 85,43$, ddl = 8, 1-p = >99,99%.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.

Sur les photos, les *riders* sont le plus souvent en action, il glisse sur une rambarde ou sur un muret (26%), il plane au dessus d'un obstacle (24%). Dans 24% des cas, des photos sont juxtaposées et nous permettent d'apprécier l'ensemble du mouvement.

Dans 13,5% de notre échantillon, les publicités montrent un *rider* qui pose pour la photo. Dans ce cas, le *rider* apparaît comme un représentant de la marque. Sa présence personifie la marque, et symbolise aux lecteurs l'appartenance de l'entreprise au milieu de la glisse.

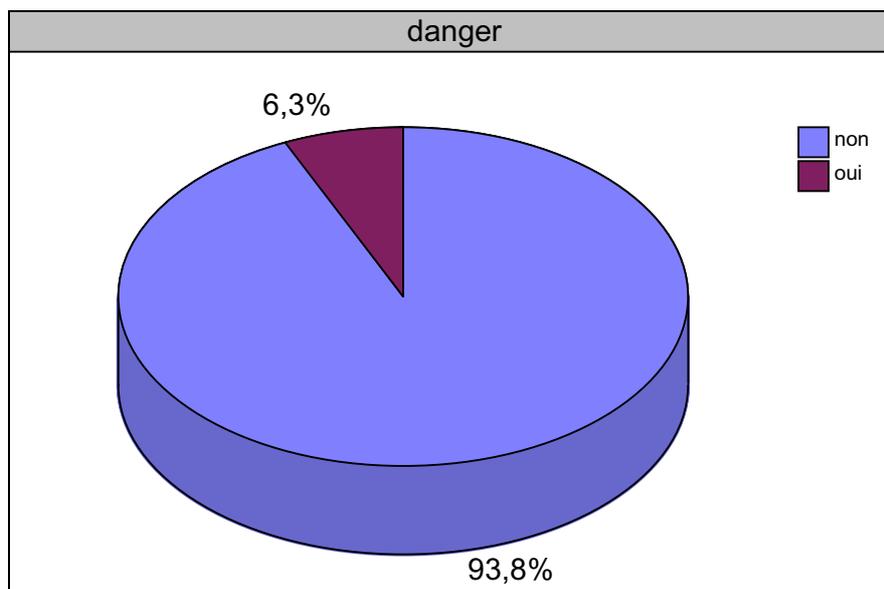
Ø **Les émotions visibles sur les visages des *riders* :**



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 83,26$, $ddl = 4$, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.

Remarquons tout d'abord que les publicités sont prises dans la moitié des cas en contre-plongée, ainsi il est fréquent de ne pas voir les visages des *riders* (dans 37,5% des cas). Dans 46,9% de notre échantillon, les *riders* apparaissent concentrés. Ce chiffre est explicable par l'étude sur « l'amplitude et la technique des figures » qui nous montre que dans 60% des cas, il s'agit d'une figure difficile, et dans 57% d'une figure de grande amplitude. Le contexte légitime donc les émotions sur leur visage.

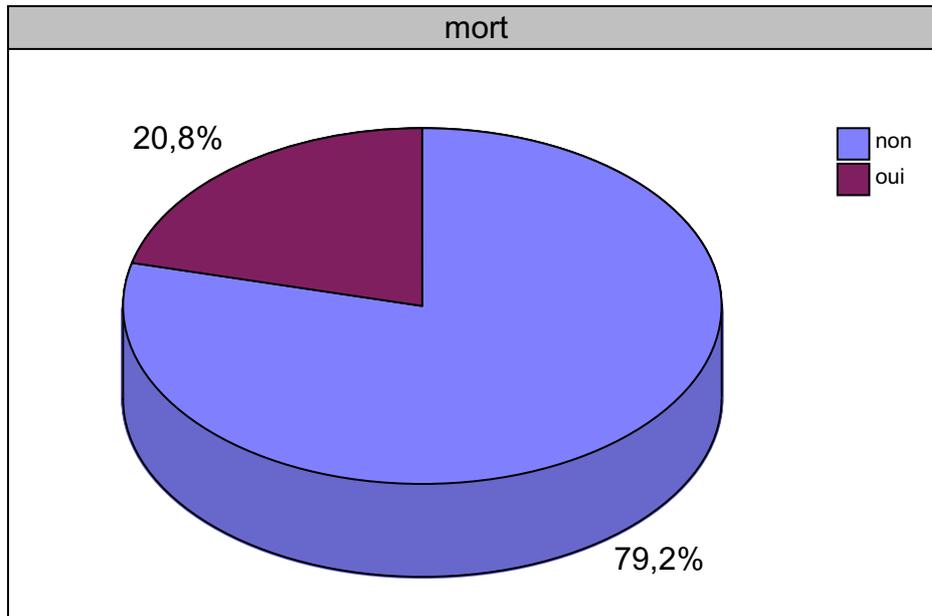
Ø **La symbolisation du danger :**



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 73,50$, ddl = 1, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Le danger est très rarement signalé dans les images de skate. Seules quelques allusions sont visibles dans les publicités comme par exemple : un panneau « no wading » et un panneau « apocalypse ». D'autre part, nous pouvons retrouver des attitudes évocatrices ou des vêtements montrant le danger (des coudières, un casque).

Ø **Les allusions à la mort :**



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 32,67$, ddl = 1, $1-p = >99,99\%$.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

Paradoxalement, nous rencontrons plus d'allusions à la mort que de rappel du danger dans les publicités de skate. De nombreuses marques évoquent en effet la mort et donnent un aspect « trah » à leurs messages (1 sur 5). Voici quelques exemples des allusions à la mort rencontrées :

N° de la publicité	Allusions à la mort
6	tête de mort
7	sang
14	tête de mort
16	Tête de mort
17	SANG
19	Tête de mort
22	Tête de mort
26	tête de mort
28	ARMURE DE GUERRE
31	tête de mort
36	ARMURE DE GUERRE
38	FEU tête de mort
42	boucher - chauve-souris

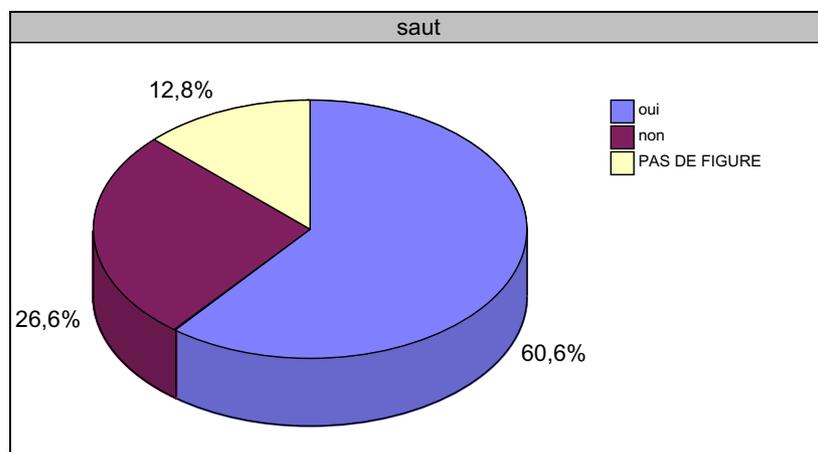
46	CROIX
47	Tête de mort sur la planche
61	DIABLE FEU
71	voiture avec une photo de jésus, et une explosion nucléaire
74	T-shirt: SKATE OR DIE
80	MONUMENT AUX MORTS
93	SANG DIABLE

La présence de ces détails est réellement questionnable. Nous pouvons nous demander ce que recherchent les annonceurs en faisant référence à de tels symboles. Il serait intéressant de savoir s'ils communiquent sur ces sujets pour donner à leurs marques des valeurs singulières, ou s'il s'agit véritablement d'un état d'esprit qu'il communique inconsciemment et qui correspond à leur conception du skate.

Mélangés à des tons froids, ces publicités transmettent une image très dure du skate.

Les sauts effectués :

Ø S'agit-il d'une figure techniquement difficile ?



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 34,23$, ddl = 2, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.

Dans 60,6% des cas, les images de skate présentent des techniques difficiles. On comprend ainsi pourquoi les publicités utilisent des *riders* professionnels, ils sont utilisés pour leur talent et leur niveau technique.

Ø S'agit-il d'une figure de grande amplitude ?

amplitude	Nb. cit.	Fréq.
oui	55	57,3%
non	27	28,1%
PAS DE FIGURE	12	12,5%
TOTAL OBS.	96	

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 30,40$, ddl = 2, $1-p = >99,99\%$.
Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.
La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.

57,3% des publicités montrent des figures de grande amplitude. Nous pouvons remarquer qu'il s'agit en effet de figure impressionnante. Cependant, il est difficile de savoir si cela est du à la hauteur ou à l'angle de vue qui peut accentuer le vide.

RESUME :

Notre étude sur la transmission des savoirs du skateboard révèle la place des échanges de proximité entre les skateurs au regard des messages hérités des médias. L'interaction locale entre ceux qui savent et ceux qui désirent apprendre, et notamment entre les experts et les débutants, sur des espaces dédiés ou réappropriés, doit cohabiter avec ces savoirs planétaires que les médias diffusent. Ce « *cosmopolitisme banal* » vécu à différents niveaux et intensité selon les skateurs, exprime le caractère surmoderne de ces pratiques, et invite à dépasser le « *nationalisme méthodologique* », par l'étude approfondie des NTIC et de leurs usages.

Ainsi, notre méthodologie basée sur des techniques polymorphes (entretiens semi directifs, entretiens de skateurs commentant des vidéos, études ethnographiques, analyses de vidéos, sites Internet, magazines spécialisés) met en exergue chez les skateurs de Besançon et de Thise une dualité d'apprentissage. Ceux-ci profitent d'une part, des interactions au niveau local en s'organisant socialement en binôme, en groupe ; et d'autre part, utilisent les différents didacticiels présents sur les magazines, vidéos et sites Internet de skateboard, ou détournent de leur usage premier ces supports pour acquérir des techniques, valeurs et références culturelles. Ces pratiques rendues possibles par l'usage des nouvelles technologies nous mettent face à un paradoxe : afin d'obtenir les techniques et valeurs afférentes au skateboard, et notamment l'esprit rebelle, qui est encore à ce jour le « *principe supérieur commun* » de cette activité, les skateurs entrent dans un conformisme relatif en adoptant une démarche consumériste par l'utilisation des NTIC.

MOTS CLEFS : TRANSMISSION- COMMUNICATION- NTIC- NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION- SKATEBOARD- SKATE- GLISSE- APPRENTISSAGE- EXPERIENCE- SAVOIR- SURMODERNITE

***THE TRANSMISSION OF KNOWLEDGE OF SKATEBOARDING CONFRONTED TO
THE NEW INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES***

SUMMARY :

Our study concerning the transmission of skateboard knowledge reveals the role of close contacts between skaters as concerns messages received from the media. Local interaction between those who know and those who want to learn, notably between experts and beginners in places that are designed for that purpose or that are used in that way, must co-exist with the planetary messages that are broadcast by the media. This "ordinary cosmopolitanism" is experienced at various levels and intensities by different skaters and expresses the "neo-modern" character of such practices; it represents an invitation to go beyond "methodological nationalism" through an in-depth study of new information and communication technologies and their uses.

Our methodology is thus founded on polymorphic techniques (semi-directed interviews, interviews with skaters commenting on videos, ethnographic studies, video analysis, Internet sites, specialized magazines) and brings to light a dual learning process for skaters in Besançon and Thise: firstly, these skaters take advantage of local interactions and organize themselves in pairs or groups; secondly, they use various educational software programmes available in skateboard magazines, videos and Internet sites; or modify such media for their own use in the acquisition of techniques and values associated with skateboarding. This is notably true as concerns the rebel spirit, which is today the "shared superior principle" of this activity: skaters thus act in relative conformity through the adoption of a consumerist approach through their use of new information and communication technologies

KEY WORDS: TRANSMISSION- COMMUNICATION- NICT - NEW INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES - SKATEBOARD- SKATE- BOARD SPORTS- LEARNING- EXPERIENCE- KNOWLEDGE- NEO-MODERNITY