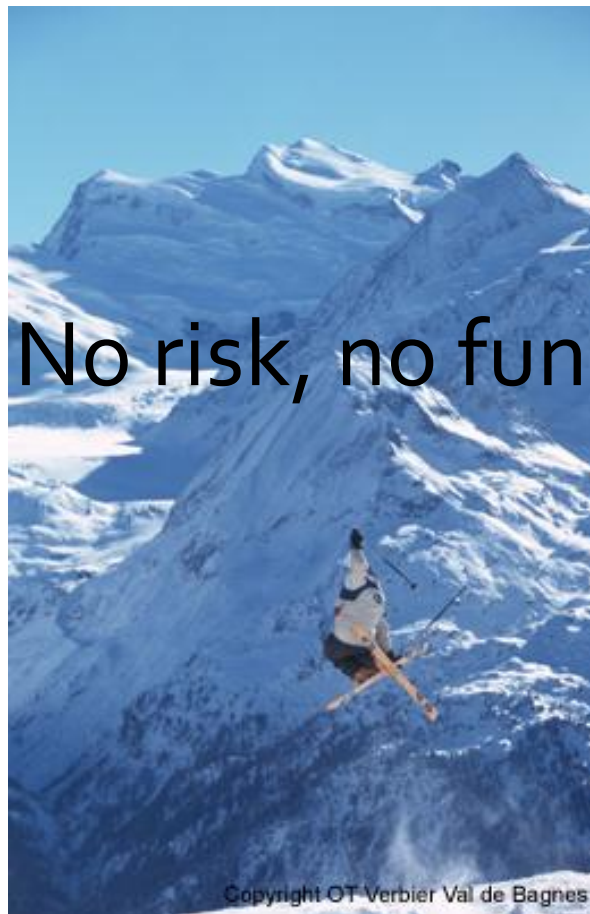


**HEVS**  
HAUTE ECOLE SANTE-SOCIAL VALAIS  
GRAVELONE 5  
1951 SION

**« Mémoire de fin d'étude pour l'obtention du diplôme HES  
d'éducatrice sociale »**

**« No risk, no fun »**



Copyright OT Verbier Val de Bagnes

Annie Terrettaz

Juin 2008

**« Les opinions émises dans ce travail n’engagent que leur auteur »**

## **Résumé**

Cette recherche a pour thème la pratique de conduites à risque durant l'adolescence. Son but est de comprendre les raisons qui poussent les jeunes à mettre leur vie en danger.

Les conduites à risque peuvent avoir des formes très diverses. Il peut s'agir de fugues ou de tentatives de suicide, etc. Ici, seules la pratique de sports extrêmes et la consommation de produits psychotropes seront analysées.

La pratique de conduites à risque s'explique de diverses manières. Toutefois, ce travail se concentre, tout particulièrement, sur la socialisation pour expliquer ce phénomène. En effet, durant la période de l'adolescence, le jeune va entrer dans un nouveau processus de socialisation. Il ne va plus seulement être influencé par ses parents, mais également par de nombreux agents extérieurs. Il va remettre en question les valeurs et les règles acquises dans sa famille afin de se forger sa propre identité.

Cette recherche démontre en quoi ces influences extérieures vont pousser le jeune à pratiquer des conduites à risque. Il s'agit, ici, du groupe de pairs et de la culture de masse.

## **Mots clés**

Prise de risques – consommation – sport – adolescence – consommation de masse – socialisation

## **Remerciements**

Je remercie toutes les personnes qui ont rendu possible l'élaboration de ce travail. Un grand merci tout particulièrement à :

- Toutes les personnes qui ont participé à un entretien ou qui ont répondu au questionnaire pour le temps qu'elles m'ont accordé.
- Téléverbier SA qui m'a permis d'utiliser son domaine skiable comme terrain de recherche.
- Gabriel Bender, directeur de mémoire.
- Caroline, Cécile, Mélanie et Yvelise, lectrices.
- Florent pour son aide.
- Xavier, mes amis, ma famille pour leurs encouragements.

## TABLE DES MATIERES

<b>A. INTRODUCTION .....</b>	<b>7</b>
<b>B. CONCEPTS THEORIQUES.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Risque et conduites à risque: .....</b>	<b>10</b>
1.1 Définition du risque.....	10
1.2 Types de risques .....	11
1.3 Conduites à risque.....	11
1.4 Pourquoi pratiquer des conduites à risque ?.....	12
1.5 Classification des risques dans les jeux sportifs .....	15
<b>2. Socialisation des adolescents .....</b>	<b>17</b>
2.1 Introduction .....	17
2.2 Socialisation .....	18
2.3 Mécanismes de la socialisation .....	20
2.4 Agents de socialisation .....	21
<b>3. Culture de masse .....</b>	<b>25</b>
3.1 Culture .....	25
3.2 Sous-culture.....	27
3.3 Culture de masse.....	29
3.4 Consommation de masse .....	30
3.5 Médias et sport .....	31
<b>C. HYPOTHESES DE RECHERCHE .....</b>	<b>34</b>
1. L'hypothèse 1 : les jeunes ont des conduites à risque parce qu'ils sont jeunes .....	34
2. L'hypothèse 2 : les jeunes sont sous influence .....	35
<b>D. METHODOLOGIE .....</b>	<b>37</b>
1. Terrain de recherche .....	37
2. Choix de la population .....	37
3. Méthode de recueil de données .....	37
4. Construction du questionnaire .....	38
5. Construction du canevas d'entretien.....	39
6. Déroulement des entretiens.....	40
7. Tableaux récapitulatifs des interviews .....	40
<b>E. ANALYSE .....</b>	<b>42</b>

<b>1. Risquer sa jeunesse .....</b>	<b>42</b>
1.1 Image du risque.....	42
1.2 Sports à risque .....	46
1.3 Attitude.....	48
<b>2. Consommer .....</b>	<b>51</b>
2.1 Alcool.....	51
2.2 Tabac.....	53
2.3 Cannabis .....	54
2.4 Cocaïne.....	56
2.5 Ecstasy.....	57
<b>3. Influencer les jeunes: les séduire/les manipuler .....</b>	<b>60</b>
3.1 Du groupe de pairs à la sous-culture jeune .....	60
3.2 Publicité ciblée sur la jeunesse .....	63
3.3 Contrôle parental et des connaissances .....	67
<b>F. SYNTHESE.....</b>	<b>69</b>
<b>G. CONCLUSION .....</b>	<b>74</b>
<b>1. Réflexion personnelle .....</b>	<b>74</b>
1.1 Limites de la recherche .....	74
1.2 Difficultés rencontrées.....	75
1.3 Compétences et apprentissages .....	75
<b>2. De la réflexion aux perspectives professionnelles .....</b>	<b>76</b>
<b>H. BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>78</b>
<b>I. ANNEXES .....</b>	<b>82</b>

## A. INTRODUCTION

En lisant les journaux, j'ai constaté que la sécurité sur les pistes de ski inquiète de plus en plus, tant les professionnels de la montagne que le grand public. Chacun essaye de trouver la solution qui va réduire le nombre d'accidents et diminuer l'insécurité. Trouver la mesure adéquate n'est pas facile. En effet, le public est très large et réussir à satisfaire toutes les parties semble difficile. Mais alors quelle est la meilleure solution ? Rendre le port du casque obligatoire ? Limiter la vitesse sur les pistes ? Effectuer des alcootests sur les pistes ? Attribuer un permis de skier ?

Le danger sur les pistes peut avoir plusieurs origines. Il peut s'agir de dangers dus aux conditions météorologiques, au terrain ou encore au matériel. Toutefois, dans de nombreux cas, les autres skieurs sont le principal danger. Parmi eux, il y a une catégorie pour qui toutes ces mesures n'y changeront rien. Il s'agit des adolescents. Une partie d'entre eux a une pratique risquée du ski. Ils consomment des produits psychotropes sur les pistes, pratiquent le hors piste dans de mauvaises conditions, skient à une vitesse non maîtrisable ou sautent des barres rocheuses. Ces jeunes ne peuvent pas entendre parler de prévention. Il s'agit, alors, pour les autorités compétentes de tenter de réduire les risques. Divers projets qui visent à informer les jeunes sur les dangers de la montagne sont en cours.

Afin de pouvoir agir de manière adéquate auprès de ces jeunes, il est important de comprendre pourquoi ils se comportent de cette manière. Cette interrogation m'est apparue en observant les jeunes sur les pistes de ski. Toutefois, le phénomène de prise de risques est applicable à bien d'autres domaines tels que la conduite de voitures à vitesse excessive ou encore des rapports sexuels non protégés. Lors de mes stages, j'ai également été confrontée à la question de la prise de risques notamment en ce qui concerne une consommation excessive de produits psychotropes. Il est donc essentiel pour moi d'essayer de comprendre ce phénomène à travers cette recherche. Dans tous les cas, la même question se pose : pourquoi ?

Le choix de cibler cette recherche sur la prise de risques sur les pistes est né de mes expériences professionnelles et personnelles et répond à un besoin de comprendre ce phénomène. En effet, en tant que skieuse de longue date et jeune professeur à l'école de ski, j'ai été souvent le témoin de comportements à risque sur les pistes. Ma formation d'éducatrice ainsi que mes expériences dans ce domaine m'ont permis d'avoir un autre regard sur ces jeunes. Il s'agit de comprendre ce qui se cache derrière ces prises de risques.

La construction de la question de recherche n'a pas pour autant été simple. En effet, réduire le champ de recherche s'est avéré difficile. Après maintes modifications, la question suivante a été retenue :

**Comment expliquer les conduites à risque des jeunes ?**

Au cours de mes lectures exploratoires, j'ai pu constater que la prise de risques pouvait s'expliquer de différentes manières. J'ai décidé de cibler mes recherches sur l'influence du groupe de pairs et de la socialisation ainsi que sur la culture de masse.

Afin de répondre à la question de départ, j'ai effectué des recherches théoriques sur les thèmes suivants :

- Le risque
- La socialisation
- La culture de masse

Suite à mes lectures, une hypothèse générale a émergé et a conduit à deux hypothèses de base qui ont servi de guide à la recherche. Elles se partagent également en sous hypothèses qui seront présentées dans un chapitre ultérieurement.

- Hypothèse générale :  
Les jeunes ont des conduites à risque, car c'est un moyen de socialisation.
- Première hypothèse :  
Les jeunes ont des conduites à risque, parce qu'ils sont jeunes.
- Deuxième hypothèse :  
Les jeunes sont sous influence.

Afin de vérifier les hypothèses de recherche, j'ai choisi deux méthodes de recueil des données. Il s'agit du questionnaire et de l'entretien semi directif. Le questionnaire a été distribué sur les pistes de ski de Verbier. Il a permis de sélectionner huit personnes qui ont participé à un entretien.

Cette recherche va permettre de :

- Comprendre ce qui pousse les jeunes à avoir des conduites à risque.
- Déterminer le rôle de la socialisation dans la prise de risques.
- Déterminer le rôle de la culture de masse, notamment de la publicité dans la prise de risques.
- Comparer les différentes prises de risques selon l'âge et le sexe.
- Comparer les consommations de divers produits psychotropes entre les jeunes sportifs et les autres.
- Analyser l'influence de la publicité sur le comportement du jeune.

L'analyse des données se présente en trois parties :

1. Les jeunes et leur image du risque, les sports à risque ainsi que l'attitude des jeunes. L'analyse se base ici principalement sur le questionnaire et les statistiques du BPA (bureau de prévention des accidents).
2. Une comparaison de la consommation de divers produits psychotropes entre les jeunes suisses en général et les jeunes interrogés à Verbier. Elle se base sur les résultats du questionnaire ainsi que sur les statistiques de l'ISPA (institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies).
3. L'influence du groupe de pairs, de la publicité et des parents sur le jeune.

Cette analyse a permis d'infirmer ou de confirmer les hypothèses de recherche ainsi que d'effacer certains stéréotypes.

Ce travail se conclut par une réflexion personnelle tant sur les difficultés rencontrées que sur les compétences acquises. Il s'agit également de mettre en lumière les limites de la recherche ainsi que des perspectives professionnelles.

## B. CONCEPTS THEORIQUES

### 1. Le risque et les conduites à risque

Les adolescents ont parfois des conduites incompréhensibles pour les adultes. Comment expliquer que son fils ou sa fille fume des joints, qu'il pratique le hors-piste dès qu'il en a l'occasion ou qu'il conduise à une vitesse excessive. Beaucoup de parents considèrent que ce genre de comportement est induit par l'inconscience de leurs enfants. Afin de mieux comprendre les raisons qui poussent les adolescents à se mettre en danger par des pratiques risquées, il est essentiel de définir ce qu'est le risque et une conduite à risque. Ces informations vont permettre d'avoir une vision plus globale du risque.

#### 1.1 Définition du risque

Le Petit Larousse illustré (1998) définit le risque comme :

- Danger, inconvénient plus ou moins probable auquel on est exposé
- Préjudice, sinistre éventuel que les compagnies d'assurance garantissent moyennant le paiement d'une prime

Il est important, ici, de retenir la notion de probabilité. Effectivement, la prise de risques crée un danger potentiel qui peut conduire à un accident. Ce dernier dépend de l'intensité du risque, car plus la prise de risques est grande, plus la probabilité d'avoir un accident augmente.

L'étymologie du mot risque donne également un éclairage intéressant. Il permet d'en voir les racines et d'ainsi faire des liens symboliques avec la définition de la prise de risques.

Le mot risque vient du latin « resecare » qui signifie recouper, séparer. Il s'agit de se séparer de ce qui est connu, du cadre de sécurité.

Le mot risque a également une racine grecque : « rhizhiklon » qui signifie racine. Il s'agit d'un rattachement au risque originel. Le sujet interpelle ses propres ressources, ses capacités physiques et psychiques pour affronter le danger encouru.<sup>1</sup>

L'étymologie du mot risque représente très bien le comportement des adolescents. Effectivement, d'une manière symbolique, l'adolescent souhaite quitter la sécurité du monde de l'enfance pour entrer dans un monde inconnu où il va devoir affronter le danger en testant ses propres ressources. Il s'agit d'entrer dans la vie d'adulte.

---

<sup>1</sup> MICHEL, G. La prise de risque à l'adolescence : Pratique sportive et usage de psychotrope. Masson, 2001. p. 5

## 1.2 Types de risques

Il existe deux types de risques (en lien avec la pratique sportive) ainsi que deux formes de risques.<sup>2</sup>

- Le premier type est directement lié au sportif, à sa maladresse, son imprudence, sa négligence (météo, matériels).
- Le second dépend des conditions extérieures et des forces de la nature.

En ce qui concerne les formes du risque, on distingue :

- Le risque à court terme : la sanction est immédiate en cas d'erreur ou de mauvaise appréciation. Il n'y a pas de droit à l'erreur. (Ex : overdose, accident de ski)
- Le risque à long terme : le danger apparaît à cause de la répétition, notamment dans l'usage de substances et la pratique intensive du sport. (Ex : cirrhose, usure du cartilage du genou pour les skieurs)

## 1.3 Conduites à risque

La prise de risques et la conduite à risque peuvent être définies comme une participation active de l'individu dans un comportement pouvant être dangereux.<sup>3</sup>

Cela signifie que l'adolescent est conscient qu'il a un comportement dangereux. Il agit donc en connaissance de cause.

Ces comportements dangereux peuvent avoir des formes très diverses :

- Consommation de substances psycho-actives telles que le tabac, l'alcool, le cannabis, etc.
- Rapports sexuels non protégés qui impliquent un risque de transmission de maladie ou de grossesse non désirée.
- Fugues.
- Conduites à des vitesses excessives (vélo, voiture).
- Tentatives de suicide.
- Pratique de sports à risque (ski).

---

<sup>2</sup> MICHEL, G. La prise de risque à l'adolescence : Pratique sportive et usage de psychotrope. Masson, 2001. op. cit. p. 39

<sup>3</sup> Ibid p. 7

#### 1.4 Pourquoi pratiquer des conduites à risque ?

La pratique de conduites à risque peut être expliquée de différentes manières.<sup>4</sup>

- Un processus de socialisation

Le comportement à risque des jeunes est un processus de socialisation nécessaire pour développer des modèles d'orientation individuelle. Ainsi, la recherche d'activités à risque serait personnalisante et individualisante pour le jeune. Cet aspect sera développé dans le prochain chapitre.

- Un rite de passage

Le jeune cherche à s'éloigner des modèles parentaux et est ainsi confronté à des rites de passage imposés par ses pairs. La prise de risques est considérée comme un rite de passage qui conduit à la sociabilité. Le rite de passage est une action exigée par un groupe afin d'y adhérer.

- Un moyen d'être reconnu

La reconnaissance de soi passe par un tiers. Il peut s'agir soit d'un tiers réel comme un pair, soit d'un tiers symbolique comme un chronomètre. Grâce à ceux-ci, il peut prouver autour de lui sa valeur. Ce type d'affirmation de soi est allocentrique, c'est-à-dire tourné vers l'extérieur. Ce tiers est nécessaire pour que le jeune soit reconnu.

- Une remise en question des normes et des comportements d'adultes

En effet, un jeune doit répondre à un certain nombre d'exigences imposées par ses pairs qui ont une grande influence sur lui. Ainsi, en s'identifiant à son groupe de pairs l'adolescent cherche à s'éloigner des règles érigées par les adultes. Donc ce qui est considéré comme une absence de règles est en fait un passage indispensable dans la vie du jeune adulte. Il s'agit uniquement d'une remise en question des normes et des comportements d'adultes. La prise de risques n'est donc pas un comportement déviant.

- Un moyen de combler un manque, de réguler ses émotions

La pratique d'un sport à risque sert souvent à combler un manque, mais il peut, également, s'agir d'un moyen de régulation émotionnelle. En effet, à l'adolescence, on observe une intensification des pulsions dans le corps ce qui provoque chez le jeune un sentiment de tensions intérieures. Ce phénomène peut expliquer l'exacerbation des comportements à risque, car le jeune cherche à évacuer ses tensions. Il est donc envisageable que les sensations produites par les conduites à risque aident à évacuer l'excès d'excitation pulsionnelle. Les conduites à risque peuvent être considérées comme un moyen de

---

<sup>4</sup> MICHEL, G. La prise de risque à l'adolescence : Pratique sportive et usage de psychotrope. Masson, 2001. op cit p. 23, 31, 43

régulation. Elles régulent les stimuli externes et les excitations internes qui nuisent à la construction du sentiment d'identité.

- Un moyen d'oublier les contraintes, de maîtriser les exigences

Les jeunes sont à la recherche d'expériences intensives et immédiates qui permettent d'oublier les contraintes de la vie quotidienne ainsi que sa monotonie. Le comportement à risque du jeune peut, également, être perçu comme une stratégie servant à maîtriser les exigences auxquelles il doit répondre. Ces comportements entraînent souvent des risques pour la santé. Toutefois, ces risques ne sont pas pris gratuitement : le jeune, dans la plupart des cas, ne cherche pas à s'infliger des blessures.

- Un jeu symbolique

L'adolescent teste son courage en affrontant le danger. Ce comportement brise symboliquement les barrières de l'enfance. De cette façon, le jeune fait partie intégrante de son groupe de pairs.

La prise de risques est un jeu symbolique avec la mort dont l'enjeu est la vie. « Le jeune interroge métaphoriquement la mort en passant avec elle un contrat symbolique le justifiant d'exister. »<sup>5</sup>

Il a besoin de tester la valeur de son existence afin de lui trouver un sens. Grâce à des activités physiques à risque, le jeune s'approche de la mort. De cette façon, il se rassure sur son droit à exister.

- Une recherche de sensation

Les adolescents ont une perception du risque différente de celle des adultes. L'âge joue un rôle important dans la perception. Les adolescents éprouvent de grandes difficultés à prendre en compte les conséquences négatives d'un comportement ou d'une activité. Ils ont tendance à sous-estimer les risques engendrés par leur comportement. Il s'agit d'une forme de déni permettant de légitimer leur conduite. De plus, le fait de nier les risques pourrait dépendre de la personnalité du jeune. Celui-ci recherche perpétuellement des stimulations. Il est donc inutile de faire de la prévention pour ce type de jeune car le risque a sur eux un pouvoir attractif. Le danger de l'activité est une source d'excitation et de stimulation. La recherche de sensations a un rôle prépondérant dans de nombreuses conduites à risque.

D'autres attitudes peuvent pousser à la prise de risques. Il s'agit, ici, de comportements analysés dans un contexte bien précis qui est celui de la pratique du ski et d'autres activités en montagne.<sup>6</sup>

- L'habitude est le premier piège à éviter. En effet, dans certaine situation les actions passées prennent le dessus sur le présent. Elles empêchent la personne de réfléchir et de prendre en compte tous les éléments de la situation présente. Bien que l'activité reste la même, le danger change.

---

<sup>5</sup> LE BRETON, D. Passion du risque. 2000. p. 82 et 105

<sup>6</sup> DUCLOS, A. "Avalanches et prise de décision: les raccourcis qui tuent"

- L'obstination est le fait de rester cohérent avec sa première idée. Le danger réside dans le fait de ne pas vouloir revoir la situation, de ne pas tenir compte de possibles nouveaux dangers.
- Le désir de séduction est un comportement qui consiste à avoir une activité dangereuse en toute connaissance de cause, parce qu'elle va permettre de se faire remarquer. Il arrive que les hommes, en présence de femmes, osent un esprit de compétition plus important. L'étude de M. Duclos montre qu'en cas d'accident, les groupes mixtes avaient pris plus de risques que les autres groupes. Toutefois, cette tendance peut être complètement inversée dans le cas où la femme joue le rôle de régulateur et empêche le groupe de se mettre en danger. Les femmes ont une probabilité plus faible d'être emportées par une avalanche. Elles évitent de participer à des sorties où la probabilité d'avalanche est forte.
- L'influence de l'expert est également un danger. En effet, dans un groupe, il y a toujours quelqu'un qui prend le rôle du leader. Celui-ci va prendre les décisions importantes. Son aura va conduire le groupe à lui attribuer des compétences qu'il n'a pas forcément. C'est là que réside le danger.
- Le positionnement social a aussi un rôle à jouer dans la prise de risques. Effectivement, celui-ci peut influencer la confiance en soi. Plus les personnes qui composent un groupe ont confiance en elle, plus le groupe prendra de risques. Les skieurs qui s'exhibent sous les télécabines ont une grande confiance en eux. Ils veulent être vus.
- La sensation de rareté est aussi une cause de prise de risques. En effet, le jeune veut saisir l'opportunité qui s'offre à lui, car elle est éphémère. Il a un risque de la perdre. Afin de saisir cette opportunité, il prendra plus de risques.

### 1.5 Classification des risques dans les jeux sportifs

Les jeux sportifs peuvent se classer en trois catégories selon l'estimation des conséquences de ce sport. Il s'agit d'estimer leur dangerosité.<sup>7</sup>

- Les sports qui entraînent un risque corporel comme, par exemple, les sports de neige (ex : ski)
- Les sports qui peuvent entraîner des lésions corporelles mais dont la probabilité d'avoir un accident n'est pas trop élevée.
- Les sports dont le risque corporel est très faible et presque nul.

---

<sup>7</sup> COLLARD, L... Sports, enjeux et accidents. p. 72

Ce chapitre a permis de comprendre ce qui peut pousser un jeune à mettre sa vie en danger. Pour en arriver là, il a fallu repérer les types de risques ainsi que les formes très diverses qu'il peut prendre. Plusieurs pistes de compréhensions se sont dégagées. La plus pertinente étant la socialisation, elle va faire l'objet du chapitre suivant.



## **2. Socialisation des adolescents**

Pour comprendre toutes les subtilités de ces comportements à risque, il est nécessaire d'expliquer clairement le rôle de la socialisation. En effet, durant la période de l'adolescence, le jeune est confronté à une quantité de changements. Il découvre notamment de nouvelles influences qui peuvent avoir des conséquences sur sa manière d'agir et de penser.

### **2.1 Introduction**

« L'adolescence est la période de la vie humaine comprise entre l'enfance et l'âge adulte. Les transformations physiques, biologiques et psycho-affectives s'opèrent au cours de cette phase de transition et commencent, en moyenne, à 13 ans chez les garçons et souvent plus tôt chez les filles. Dans l'un et l'autre sexe, apparaît la capacité de reproduction. L'adolescence est l'ensemble des transformations psychologiques qui accompagnent la puberté ; transformations du comportement, de la façon de penser et de raisonner. »<sup>8</sup>

Il était important de commencer par définir la période de l'adolescence. Il s'agit de la population cible de cette recherche. La socialisation de l'adolescent est tout particulièrement intéressante.

Cette définition parle d'une période de transition et de changements. Dans ces changements, une transformation du comportement s'opère et peut se manifester par la pratique de conduites à risque. L'adolescent modifie également sa façon de penser et de raisonner. Il remet en question les valeurs inculquées par ses parents, teste les limites de la société ainsi que ses propres limites.

« La formation de l'identité commence là où cesse l'utilité de l'identification. Elle surgit de la répudiation sélective et de l'assimilation mutuelle des identifications de l'enfance ainsi que l'absorption dans une nouvelle configuration qui, à son tour, dépend du processus grâce auquel une société [...] identifie un jeune individu en le reconnaissant comme quelqu'un à devenir ce qu'il est et qui, étant ce qu'il est, est considéré comme accepté. »<sup>9</sup>

En d'autres termes, la construction de l'identité propre commence au moment où l'adolescent ne ressent plus le besoin de ressembler à ses pairs. L'adolescent est ainsi reconnu comme quelqu'un en devenir.

L'identité est un concept très vaste qui permet à chaque individu de définir qui il est. L'identité comprend deux grandes facettes: il s'agit de l'identité sociale et de l'identité individuelle. L'identité sociale est celle qui est semblable à celle des autres individus. Il s'agit de la partie de la personnalité qui concerne les modes de penser, de sentir et d'agir. Tandis

---

<sup>8</sup> Unité académique de la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation de l'Université de Genève. (tecfa)

<sup>9</sup> ERIKSON, E. Adolescence et crise. 1972. p. 167

que l'identité individuelle est propre à chacun. Cette définition ne peut pas se limiter à une série de caractéristiques définissant l'individu.

En effet, l'identité se modifie sans cesse. Certains aspects importants à un moment donné de notre vie peuvent paraître sans importance quelques années plus tard. L'identité s'inscrit dans un processus d'évolution qui est en lien avec les expériences de vie de chacun.

La notion d'identité comprend deux aspects: la première idée sous-entend que l'homme se perçoit comme une personne unique, tandis que la deuxième idée met en évidence le besoin de s'identifier à un groupe et d'être valorisé afin de donner de la valeur à son existence.<sup>10</sup>

Ces deux aspects de l'identité sont appelés des pôles. Il existe le pôle individuel c'est-à-dire l'individu et le pôle social qui comprend le groupe et la société.<sup>11</sup>

Le pôle individuel comprend l'ensemble de nos caractéristiques personnelles, telles que notre caractère, nos expériences et tous les événements qui forment notre propre histoire. Ce pôle met en évidence les différences entre les personnes.

En ce qui concerne le pôle social, il comprend les similitudes entre les personnes provenant du même milieu, du même groupe d'amis ou culturel. Il s'appuie sur le sentiment d'appartenance qui naît d'expériences communes entre les membres du groupe.

La construction de l'identité durant l'adolescence est particulièrement intéressante. En voici quelques spécificités.<sup>12</sup>

Tout d'abord, il est important d'indiquer que la notion d'adolescence est très récente. Elle est née avec l'industrialisation et n'existe, encore à l'heure actuelle, que dans les pays industrialisés. C'est en rendant l'école obligatoire, que cette période de transition entre l'enfance et l'âge adulte a vu le jour. Cette période marque une rupture avec le monde de l'enfance et se manifeste, notamment, par des changements biologiques et intellectuels qui amènent l'adolescent à s'identifier à sa nouvelle image.

Sur le plan social, l'adolescent a de nouveaux repères. Il n'utilise plus ses parents comme cadre de référence, mais ses amis. L'adolescent remet en question toutes les valeurs transmises par ses parents et est à la recherche de ses propres croyances. Cette recherche l'amène à redéfinir son identité.

## 2.2 Socialisation

La socialisation se définit comme « le processus par lequel la personne humaine apprend et intériorise les éléments socioculturels de son milieu, les intègre à la structure de sa

---

<sup>10</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 87-88

<sup>11</sup> Ibid, p. 92-93

<sup>12</sup> Ibid, p. 89-90

personnalité sous l'influence d'expériences et d'agents sociaux significatifs et par là s'adapte à l'environnement social où elle doit vivre »<sup>13</sup>

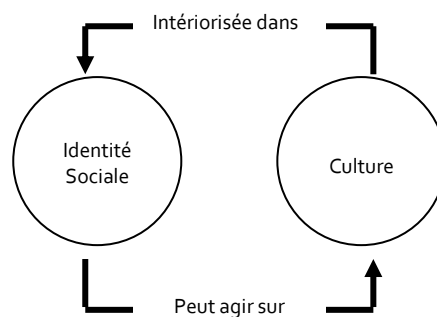
La socialisation permet à chaque personne d'acquérir les compétences nécessaires pour vivre de manière adéquate dans la société. En effet, chaque individu doit intégrer un certain nombre de règles qui caractérisent le milieu dans lequel il évolue.

De plus, la socialisation permet à l'individu de former son identité sociale. Comme déjà mentionné précédemment, il s'agit de mettre en évidence chez l'individu ce qu'il a de commun avec les autres. Il peut s'agir de manière de penser ou d'agir.

Pour finir, la socialisation permet à l'individu d'intégrer les règles, les coutumes et la culture du monde dans lequel il vit. Il s'agit pour lui d'en faire un véritable mode de vie et de pensée. Le fait de partager les mêmes normes que d'autres personnes renforce le sentiment d'appartenance à un groupe.

A l'image de l'identité, la socialisation est un processus qui n'est jamais terminé. Le processus de socialisation est un infini d'interactions entre l'identité sociale et la culture. En effet, l'identité sociale peut agir sur la culture qui est elle-même intériorisée dans l'identité sociale (voir figure 1).<sup>14</sup>

**Figure 1 :**



En d'autres termes, la socialisation est un processus qui permet à un individu d'assimiler les influences de l'univers social, c'est-à-dire sa culture. En évoluant dans ce milieu, il peut les intérioriser pour qu'elles deviennent personnelles. L'individu assimile des règles et les remet en question afin qu'elles répondent à son identité sociale et individuelle.

<sup>13</sup> Ibid, p. 149

<sup>14</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 148

### 2.3 Mécanismes de la socialisation

Il y a deux courants opposés qui expliquent les mécanismes de socialisation. D'un côté, il existe des spécialistes qui pensent la socialisation comme un processus passif. En effet, ils la perçoivent comme une contrainte exercée par les autres membres de la société qui oblige chaque personne à respecter les normes et à entrer dans le moule.

De l'autre côté, d'autres sociologues pensent que l'homme est actif dans le processus de socialisation. Non seulement l'homme assimile les règles, mais il interagit également en apportant ses propres expériences. La socialisation est alors vue comme un processus adaptatif.<sup>15</sup>

Chaque individu doit intégrer les normes de la société afin de pouvoir y naviguer le plus adéquatement possible. Pour cela, il a besoin d'assimiler ces normes. Il existe différentes formes d'apprentissage.<sup>16</sup>

#### ➤ L'apprentissage par renforcement

Cette méthode consiste à conditionner l'enfant pour qu'il se conduise bien. Le renforcement correspond à une récompense ou à une punition, variant selon le comportement de l'enfant. Les parents donneront une récompense à leur enfant, s'il a agi de la façon qui lui était demandée. Il s'agit là d'un renforcement positif. Au contraire, s'il n'a pas respecté une règle, il va être puni. Il s'agit alors d'un renforcement négatif. Au travers de ces renforcements, l'enfant apprend quelles conduites sont acceptées et lesquelles ne le sont pas.

#### ➤ L'apprentissage par conditionnement

L'apprentissage par conditionnement est directement lié au contexte dans lequel nous vivons. En fonction du milieu socioculturel d'origine, un certain nombre d'habitudes deviennent naturelles, de l'ordre du réflexe. Par exemple, en ce qui concerne les habitudes alimentaires, il est normal en occident de manger du bœuf, mais par contre l'idée de manger du chien évoque un sentiment de dégoût. Ces habitudes répétées à l'extrême correspondent à l'apprentissage par conditionnement.

#### ➤ L'apprentissage par observation

Il s'agit pour l'enfant d'observer les pratiques des adultes et ensuite de les imiter et les reproduire. La communication est un élément essentiel de la socialisation. Certains apprentissages ne peuvent pas s'effectuer dans l'abstrait, car ils nécessitent la présence de l'affectif autour duquel s'établit la communication.

#### ➤ L'apprentissage par interaction avec autrui

L'enfant apprend les règles de la société dans laquelle il vit grâce aux interactions qu'il a avec les autres enfants. C'est surtout par le biais des jeux de rôle tels que jouer à la maman,

---

<sup>15</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 152

<sup>16</sup> Ibid, p. 152-153-154

etc. qu'il peut reproduire une micro société et établir des règles de vie proches de celles de la réalité. C'est grâce à ces interactions avec ses pairs que l'enfant peut acquérir la base des règles de la société.

## 2.4 Agents de socialisation

Durant son existence, l'être humain est influencé par un grand nombre de facteurs, notamment, sa famille, l'école, ses pairs, les médias ainsi que d'autres éléments qui ne seront pas développés ici, car ils ne concernent pas directement cette recherche.

Avant de parler des différents agents de socialisation, il faut spécifier que l'environnement de chaque individu se compose de quatre structures.<sup>17</sup>

La première structure, le microsystème, se compose de la famille, de l'école et des groupes d'amis.

La seconde structure ou mésosystème correspond au réseau de la famille. Il peut, par exemple, s'agir des relations entre la famille et l'école.

La troisième structure, l'exosystème, comprend l'ensemble des institutions. Elle est en lien avec l'individu de manière indirecte. A titre d'exemples, citons la commission scolaire ou la commune.

Quatrième et dernière structure, appelée macrosystème, correspond au contexte culturel.

Dans cette recherche, l'influence de la famille, des pairs, de l'école et des médias sur l'individu est centrale. Effectivement, il est important de connaître l'importance du microsystème sur le jeune ainsi que son degré d'influence. Toutefois, il ne faut pas négliger la place importante de la culture et du macrosystème dans le processus de socialisation.

### 2.4.1 La famille

Le milieu familial est le premier endroit où l'enfant forme sa personnalité et dans lequel il acquiert les règles de base, les croyances et les coutumes de la société dans laquelle il vit. C'est également grâce à sa famille que l'enfant peut s'inscrire socialement. Elle joue donc un rôle essentiel dans le processus de socialisation de l'enfant et assure une fonction protectrice et initiatrice de la vie sociale.

La famille peut, toutefois, jouer un rôle désavantageux dans la vie de l'enfant. En effet, si les parents vivent dans l'exclusion sociale, ils vont transmettre à leurs enfants des bases pouvant être considérées comme mauvaises. Le milieu professionnel des parents influence également les transmissions de valeurs à leurs enfants.

### 2.4.2 Les pairs

---

<sup>17</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 161

Dans notre société, l'intégration à un groupe de pairs se fait de plus en plus tôt. En effet, de plus en plus de femmes travaillent et leurs enfants vont à la garderie. Cela leur permet de se confronter aux autres enfants. Au contact du groupe de pairs, ils apprennent la coopération, se lancent des défis et apprennent à s'intégrer à un groupe. Les relations avec les pairs permettent à l'enfant de se comparer à eux. L'enfant apprend à se connaître à travers ses pairs.

Durant la période de l'adolescence, l'influence des pairs devient très importante au détriment de celle des adultes. En effet, les groupes de pairs ont plusieurs fonctions.<sup>18</sup>

- Les interactions entre pairs déterminent les interactions sociales du futur adulte.
- L'adolescent cherche à se désengager de sa famille. Il peut donc se réfugier dans son groupe de pairs qui est un milieu de vie privilégié et nécessaire au bon développement.
- Le groupe de pairs est un milieu sûr.
- L'adolescent aurait besoin d'un double de lui-même qui soit confronté au même moment aux mêmes problèmes d'identification.
- Le groupe de pairs offre un cadre aux expérimentations nouvelles.
- Le groupe de pairs apporte un soutien affectif en cas de difficultés.
- Les activités de groupe contribuent à la construction d'une identité personnelle.
- Les activités de groupe constituent une manière d'exister et de se faire une place dans la société.

#### 2.4.3 Les médias

De nos jours, de nombreux médias interviennent dans la socialisation de l'enfant. La télévision et internet occupent la place la plus importante. Les médias sont une source de stéréotypes qui montrent une image peu réaliste de la société. C'est également un diffuseur de violence. L'enfant est donc influencé par toutes les images qu'il perçoit autour de lui. Ces influences peuvent être négatives sur l'enfant, car il ne différencie plus la réalité de la fiction.

Les médias vont de plus en plus loin pour attirer les jeunes. Effectivement, de nombreux magazines leur sont destinés. Mais cela ne s'arrête pas là. Depuis quelques mois, une vague de journaux gratuits nous envahit. Leur gratuité permet son accès à tous et principalement aux jeunes qui n'ont pas les moyens d'acheter des journaux. La Suisse Romande est principalement concernée par le *Matin Bleu* et le *20 Minutes*. Ces journaux dont les informations sont approximatives existent prioritairement comme moyen publicitaire.

---

<sup>18</sup> LEHALLE, H. Psychologie des adolescents. 1995. p 120 à 130

WEBPAGE Mardi 16 janvier 2007

## Devenez les reporters mobiles de «20 minutes»

**Vous êtes le témoin d'un événement riche en émotions? Ayez le bon réflexe et vous improvisant reporter mobile pour «20 minutes».**

Vous êtes confronté à un fait divers ou à un événement insolite. Saisissez tout de suite votre téléphone mobile et écrivez-nous un texto accompagné si possible de photos ou même de vidéos. L'information sera immédiatement reprise et traitée par notre rédaction en ligne. Les reporters mobiles les plus perspicaces seront même récompensés pour leur contribution. Si un cliché est retenu pour l'édition imprimée de «20 minutes», son auteur se verra attribuer 100 fr pour une publication à l'échelle nationale. Seuls contrairement les reporters mobiles doivent impérativement mentionner le mot-clé REPORTEUR, quel que soit leur mode d'envoi. «20 minutes» s'engage à leur droit de vendre les photos ou vidéos, son auteur se verra dans ce cas attribuer la moitié de la somme. Avant toute publication, notre rédaction vérifiera la véracité de l'information. A ce titre, si vous nous contactez par e-mail ou par l'intermédiaire de notre site Web, n'oubliez pas de nous faire part de votre numéro de téléphone.

[www.reportermobile20min.ch](http://www.reportermobile20min.ch)

**UTILE**

**SMS au 1000 Info mobile**  
Envoyez le message 1000INFORM avec votre texte au numéro 1000 00 00 00

**MMS au 1000 Info photo et image**  
Clients Comenius et Suncom  
Envoyez votre photo ou image au numéro 1000 00 00 00

**Client Orange**  
Envoyez votre MMS avec le mot-clé REPORTEUR au numéro 079 079 00 00

**Par e-mail à :**  
[reportermobile20min.ch](mailto:reportermobile20min.ch)  
Bonne, heureuse, vidéo  
Envoyez votre photo, votre vidéo, image ou vidéo à notre service de téléchargement. Votre contenu a été transmis à :

Pourquoi ne pas devenir vous aussi un reporter mobile?

La publicité occupe également une place importante dans la socialisation de l'enfant et de l'adolescent.

« La publicité est un dispositif global d'intégration de la logique économique au tissu social, un dispositif technologique, mais aussi une opération du langage et un mode particulier d'abstraction et de détournement de la réalité. »<sup>19</sup>

La publicité est un moyen de détourner la réalité. Elle s'appuie sur des mises en scène de moments signifiants de la vie pour assurer son insertion dans la société. Elle utilise l'émotion, le ludique, le divertissement ou la mise en scène de personnages, afin que le consommateur puisse s'identifier à une personne. De cette façon, la publicité influence plus ou moins le consommateur, car elle joue, pour la plupart des personnes, un rôle dans leur façon de se comporter.

La fonction de la publicité est de socialiser la logique marchande en la présentant autrement. En d'autres termes, il s'agit de la rendre accessible par tous. De cette façon, la publicité peut être définie comme la socialisation du pouvoir économique. Il s'agit vraiment d'introduire l'économie dans la vie quotidienne de chacun. D'ailleurs, la fonction commerciale de la publicité est moins importante que sa fonction sociale. La publicité fonde son droit d'exister comme n'importe quel acteur social. En effet, la publicité a réussi à se rendre indispensable. Elle justifie sa légitimité en jouant un rôle de partenaire social. Elle s'est imposée dans beaucoup de projets comme les événements sportifs. Il est maintenant difficile de s'imaginer un événement sportif sans des affiches publicitaires partout. Il n'est, toutefois, pas possible de revenir en arrière.

La publicité cherche à être reconnue comme une production culturelle. Pour cela, elle veut s'intégrer à la vie sociale et à la culture. Le simple fait de critiquer la publicité correspond à adhérer à son statut de production culturelle. Afin de s'intégrer, la publicité se déploie partout. Elle n'est plus seulement sur les écrans de télévision ou de cinéma, mais également sur les enceintes de sports tels que des stades, dans les magazines, dans les journaux, dans la rue, etc. Dans le cas des pistes de ski de Verbier, quelques marques ont le monopole de la publicité. Il s'agit d'une marque de voiture, de boissons, de bière et de vêtements. Elles sont présentes sur les bus de la station, sur les cabines. Pour une d'entre elle, un chalet a été construit à son effigie au milieu du domaine skiable.

<sup>19</sup> RENAUD, N. La bonne publicité est la pire. Revue Hors champs.



Il n'est plus possible de nier que la publicité a un grand pouvoir qui est omniprésent. Ce pouvoir n'est pas au goût de tous. Il faut, toutefois, signaler que sans les publicités, une multitude de festivals, de manifestations sportives ou culturelles disparaîtraient.

L'influence des médias ne concerne pas seulement les enfants et les adolescents mais également les adultes.

L'adolescent évolue dans un environnement très diversifié. Il est sans cesse en contact avec de nouvelles informations. Ce système rend le processus de socialisation très complexe. En effet, l'adolescent a acquis, durant l'enfance, un certain nombre de règles, mais aussi une culture transmise par ses parents. Il arrive à une étape de sa vie qui l'oblige à faire ses propres choix. Il remet tout en question lorsqu'il découvre que certains copains pensent différemment. Cela fait partie de sa construction. Durant cette période, le jeune est vulnérable et peut se laisser influencer. La publicité saisit cette opportunité et exploite au maximum cette vulnérabilité pour son profit.

### **3. Culture de masse**

Avant de s'intéresser à la culture de masse et ses influences, il est important de comprendre le fonctionnement des différentes cultures. Le chapitre précédent a montré le lien très étroit qu'il existe entre la culture et le processus de socialisation. En effet, l'identité sociale peut agir sur la culture et inversement. L'identité sociale est le lien avec le milieu de vie. Celui-ci peut agir sur la culture qui est elle-même intériorisée dans l'identité sociale. Il n'est donc pas possible de les dissocier. Les publicitaires et autres médias l'ont bien compris et l'utilisent en touchant les personnes dans leur identité. Ils tiennent compte également des différences interculturelles. Certains spots publicitaires vont toucher une tranche de la population bien précise et d'autres vont cibler un autre public, chaque publicité est destinée à un public cible. Par exemple, toutes les publicités pour des jouets à l'approche de Noël sont bien la preuve que les publicitaires utilisent notre culture pour faire des affaires. Ils se servent de fêtes religieuses pour en faire des objets de marketing. Ces publicités sont destinées aux enfants et elles créent un besoin qui est immédiatement assouvi grâce aux cadeaux à Noël.

De ce fait, il est essentiel de comprendre pourquoi la culture joue un rôle si important.

#### **3.1 Culture**

La culture se définit « comme un système complexe de connaissances, de croyances, d'arts, de lois, de morales, de mœurs, de coutumes et de toutes les autres capacités et habitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société. »<sup>20</sup>

En effet, durant sa vie l'homme acquiert une façon de penser et d'agir qui est propre au milieu dans lequel il vit. La culture est transmise par la famille et par le système éducatif en général. Elle influence directement la personne, car elle agit sur sa perception du monde et joue un rôle de filtre.

Grâce à la culture, les individus peuvent s'identifier à un groupe partageant les mêmes valeurs. L'individu apprend également à reconnaître des cultures différentes. Toutefois, toutes les cultures ont quelque chose en commun.

Il est également important de souligner qu'en parlant de culture, la référence est la collectivité et non pas l'individu.

La culture se compose d'un certain nombre d'éléments qui la caractérisent. En voici quelques-uns :

- « Les valeurs sont un ensemble de représentations de ce qui est le plus désirable par un individu ou une collectivité. Ces représentations se manifestent dans des idéaux collectifs. » <sup>21</sup> Les valeurs servent d'outil à l'individu pour évaluer ses actions. Elles

---

<sup>20</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 87-88

<sup>21</sup> Ibid, p. 427

évoluent avec le temps et les générations. Une valeur dominante à un certain moment de la vie peut ne plus l'être à un autre.

- « Les idéologies sont un ensemble de représentations cohérentes caractéristiques d'une époque et d'une société, expliquant l'attitude de l'homme envers la société et conduisant à une action conforme à ces croyances. »<sup>22</sup> L'individu adhère à un certain nombre d'idées qui sont influencées par la société dans laquelle il vit. L'idéologie est, tout d'abord, un ensemble de valeurs qui sont cohérentes entre elles, mais également un guide des comportements des individus. Et enfin, il s'agit d'un système cohérent de valeurs qui permet à des individus de s'identifier à lui.
- Le langage permet aux individus de communiquer entre eux, mais le vocabulaire utilisé peut également permettre de différencier les cultures. En effet, selon le milieu social, un terme paraîtra familier ou non.
- « Les symboles sont la représentation d'une chose abstraite par une chose concrète. »<sup>23</sup> En d'autres termes, les symboles sont des signes qui permettent de comprendre le monde. Le symbole peut être représenté par un animal, un mot, une couleur, un geste, etc. Par exemple, dans notre société, la colombe est le symbole de la paix.
- « Les traditions sont un ensemble de valeurs, coutumes, conservées et transmises d'une génération à l'autre. »<sup>24</sup> En parlant de traditions, l'élément important est la transmission intergénérationnelle. La tradition représente ce qu'il reste lorsqu'un individu apprend à penser par lui-même. Les valeurs peuvent changer mais la tradition plus difficilement.
- Les rites sont, dans le domaine qui nous intéresse, des règles qui peuvent s'appliquer par exemple au mécanisme de communication. Il s'agit de gestes ou de paroles qui doivent s'appliquer dans un contexte précis, par exemple, des règles de politesse, des façons de se tenir, etc.

La culture exerce plusieurs fonctions, <sup>25</sup>elle permet notamment :

- A ses membres de communiquer entre eux.
- Aux individus de prévoir certains comportements d'autres individus. En effet, la culture joue un rôle d'instinct. Dans certaines situations, les membres d'une même culture agiront de la même façon.
- De favoriser la cohésion sociale dans un groupe qui partage la même culture.

---

<sup>22</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 420

<sup>23</sup> Ibid, p. 426

<sup>24</sup> Ibid, p. 427

<sup>25</sup> Ibid, p. 132

- A l'individu de s'adapter à son environnement, aux autres cultures, en lui offrant des solutions.

En découvrant les fonctions de la culture, le lien entre celle-ci et la consommation de masse devient évident. En effet, comme mentionné ci-dessus, la culture permet de prévoir certains comportements et cela a été bien intégré par les médias et les publicitaires. En touchant certaines valeurs, idéologies ou traditions, ils parviennent à attirer l'attention des consommateurs sur leurs produits. Ce qui est parfaitement illustré par le phénomène de Noël.

### 3.2 Sous-culture

La sous-culture se définit par « un ensemble de traits culturels propres à un groupe social, qui ne remet pas en cause les valeurs fondamentales de la culture dominante de la société, elle n'en est qu'une variante. »<sup>26</sup>

Il existe différentes sous-cultures, comme celles des classes sociales, des milieux géographiques, des classes d'âges, etc. Chez les adolescents, il existe également différentes sous-cultures. Elles sont, souvent, en lien avec le style de musique écouté, la tenue vestimentaire portée ou le sport pratiqué. Ce sont des signes qui vont marquer leur appartenance à un groupe.

Le sport en tant qu'activité de loisirs représente une très grande diversité culturelle. La culture est prise ici au sens large, c'est-à-dire comme le reflet des manières d'agir et de penser d'un groupe. Le sport a une multitude de sens, selon les contextes culturels, les individus et les groupes qui le pratiquent.<sup>27</sup>

Les groupes de sportifs intéressants pour cette étude sont les skieurs. Depuis quelques années, les pistes ont vu arriver de nouvelles pratiques telles que le snowboard. Les surfeurs ont des comportements de marquage physique: ils se rendent plus souvent dans les mêmes stations, s'approprient des portions de piste et modifient l'espace. Ils ont ce comportement d'appropriation, car ils cherchent à se faire reconnaître, à s'inscrire socialement.

Les nouvelles pratiques sont également marquées par l'arrivée des freeriders<sup>28</sup>, qui se distinguent des autres skieurs par des pratiques transgressives. Ils ont des valeurs et des rites qui les démarquent des skieurs. Les freeriders ont un rapport étroit avec la montagne, la vénèrent et la défendent. Ils ont des pratiques qui semblent risquées et dangereuses, mais ils les ressentent comme des sensations plaisantes, sensuelles, prudentes et respectueuses. Les freeriders forment une communauté qui valorise le partage et la convivialité. Ils arborent un code vestimentaire particulier.

---

<sup>26</sup> A. Meunier, professeur de sciences économiques et sociales

<sup>27</sup> C., ROYER, 2005, in loisir et société

<sup>28</sup> Voir définition p. 54-55

Il existe différentes sous-cultures telles que les rockers, les rappeurs, etc. Chaque individu s'identifie à sa culture en arborant une tenue vestimentaire particulière qui le démarque des autres. Toutes ces sous-cultures sont la revendication d'une identité.



### 3.3 Culture de masse

La culture de masse représente toute la production de masse diffusée par les médias. Il s'agit de l'ensemble des produits culturels fabriqués de façon uniforme avec des procédés industriels standards et diffusés à une grande échelle. Un exemple marquant est la diffusion de la musique. En effet, les médias émettent de la musique et le style de vie qui l'accompagne à travers le monde entier. Des centaines de milliers de personnes voire des dizaines de millions s'identifient à un groupe et partagent le même style de vie, indépendamment de l'endroit où ils vivent. Des adeptes du rock sont présents sur tous les continents.

La culture de masse est parvenue à s'intégrer à la culture en général: elle est le reflet de notre société. Les grandes industries produisent de ce fait des objets culturels en masse. Au départ, lorsque le terme de culture de masse apparaît, il est principalement transmis par les médias, mais à l'heure actuelle, l'industrie du tourisme et des loisirs sont également des canaux utilisés.

La culture est elle aussi influencée par l'économie et sa production de masse. Celle-ci est régie par deux impératifs. Tout d'abord, il faut inonder les consommateurs de publicités, afin de les convaincre qu'ils ont besoin de tel objet. Et enfin, il faut leur permettre d'obtenir des crédits pour qu'ils puissent s'offrir, tout de suite, ce qui leur fait plaisir. Il s'agit pour les publicitaires de créer un besoin.

Les médias jouent un rôle de diffuseur des idéologies dans la société. Ils peuvent être utilisés pour faire de la propagande et pour divertir. Quoi qu'il en soit, lorsque les médias transmettent de l'information, celle-ci est souvent déformée et éloignée de la réalité.

La culture de masse s'intéresse de très près au sport et au phénomène de la violence qui se propage partout. Le sport est un vecteur très rentable pour les publicitaires.

Il est difficile de dire si tous les individus sont influencés de la même manière par la culture de masse. Toutefois, il devrait exister des différences selon la culture de base.<sup>29</sup>

### 3.4 Consommation de masse

La consommation de masse devient une expression courante dès les années 60. Elle comprend deux phénomènes, l'un économique et l'autre social. En effet, des individus qui jusque-là n'avaient pas accès aux consommations de biens et de services peuvent y accéder. De plus, la consommation est vue comme un signe d'identification et d'identité sociale. A partir de ces années, la consommation de masse ne va faire qu'augmenter. Ce phénomène s'explique par la diminution du prix de certains biens et l'augmentation des revenus. La consommation est différente selon les pays. Elle permet de caractériser les cultures et les groupes sociaux.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> CAMPEAU, R. (et al.). Individu et société : introduction à la sociologie, op. cit. p. 192

<sup>30</sup> ETIENNE, J. (et al.) Dictionnaire de sociologie : les notions, les mécanismes, les auteurs.p.68

### 3.5 Médias et sport

Comme déjà vu précédemment, le sport est un monde attractif pour les médias. En effet, la fin du XIXe siècle voit naître plusieurs journaux sportifs. Le directeur du journal "L'Auto" Henri Desgranges va créer le tour de France de cyclisme afin d'accroître les ventes de son journal. Ce journal rebaptisé "L'équipe" crée la première coupe d'Europe de football, car ses ventes ne sont pas assez conséquentes en milieu de semaine. Dès lors, les matchs auront lieu le mercredi soir. A partir de ce moment, les médias prennent place dans les gradins. Aujourd'hui, les médias ont non seulement une place, mais ils déterminent tout. Par exemple, les matchs de la fameuse coupe d'Europe commencent à une certaine heure à la convenance des chaînes de télévision qui les diffusent. Les courses de ski sont interrompues à plusieurs reprises pour permettre la diffusion de pages de publicités. De plus, la transmission des événements sportifs par la télévision apporte une immense publicité à tous les annonceurs que ce soit par des panneaux, sur les maillots des sportifs ou encore leurs chaussures. Personne ne voudrait renoncer à cette publicité diffusée à travers le monde.<sup>31</sup>

Ce ne sont pas seulement les journaux spécialisés dans le sport qui diffusent les informations. En effet, en Valais, le quotidien le plus lu est le Nouvelliste et lui-même consacre plus du quart de ses pages au sport.

En voulant augmenter les ventes de son journal que Henri Desgranges sans le savoir allait créer une médiatisation incroyable du sport. Cette médiatisation contribua à voir naître un financement de l'état pour ses sportifs qui engendrent de la publicité pour le pays. Un autre mode de financement va également voir le jour. Il s'agit du parrainage ou sponsoring. Dans le parrainage, la marque est associée à un événement sportif auquel il est réellement possible de participer et non à un récit fictif. De ce fait, une relation est créée entre la marque et le public.

En Valais, il existe également de grandes manifestations sportives qui portent le nom d'une marque. Marque et manifestation ne peuvent être dissociées l'une de l'autre. Dans la station de Verbier, chaque année est organisé le Carlsberg high five. Il s'agit d'une compétition de ski comprenant cinq épreuves et ouverte à tout le monde. Afin d'attirer les participants, des professionnels du ski alpin et du freeride sont invités à la course.

Verbier voit également défiler les meilleurs freeriders du monde lors de "l'O'NEIL Xtrême by powerade", une manifestation mondialement diffusée et sponsorisée par deux grandes marques. Le Valais connaît aussi l'OMEGA European Masters de golf à Crans-Montana.

Ces quelques exemples montrent bien l'importance des marques dans la réussite de la manifestation. Elles définissent quel type de clients va y participer.

---

<sup>31</sup> DE VIRIEU, F.- H. La Médiacratie. p. 50-63



De nos jours, les médias jouent un rôle capital dans la société. Sans eux, bon nombre de manifestations sportives ne verraient pas le jour, mais il n'y aurait pas non plus la création de besoins inutiles et la propagation d'une vision souvent faussée des événements. La présence et le bienfait des médias sont donc controversés.

Il est encore plus difficile pour un adolescent de rester réaliste face au sensationnel qui lui est présenté. Comme vu précédemment, l'adolescent est dans une période de remise en question. Il cherche d'autres voies que celles proposées par ses parents. Il trouve, notamment, chez ses pairs d'autres façons de penser. En effet, le jeune tente d'intégrer un groupe afin d'y forger son identité. Ceci fait partie intégrante du processus de socialisation. A l'intérieur de celui-ci, l'adolescent est parfois amené à avoir des comportements qui le mettent en danger. Il peut s'agir de rites de passage, mais également d'un moyen pour le jeune de couper le cordon qui l'unit à ses parents. La socialisation et la prise de risques durant l'adolescence sont donc intimement liées.

Les médias sont un ensemble d'influences supplémentaire qui vient s'ajouter à celle du groupe. Tandis que le groupe s'identifie à un style, à une sous-culture ; les publicitaires connaissent parfaitement le monde des adolescents et savent en jouer. Ils leur montrent des pratiques extrêmes du sport comme, par exemple, des films de freeriders qui se trouvent sur de superbes pentes enneigées. Les jeunes se croient alors capables d'en faire autant. Ils ne voient pas les précautions qui sont prises par les skieurs professionnels, entourés par une équipe de professionnels prête à intervenir. Ce sont les médias qui véhiculent une image de la montagne accessible à n'importe qui et dans n'importe quelle condition.

Le jeune ne mesure pas l'ampleur des risques qu'il prend, car sa perception du risque est différente de celle de l'adulte. Il est influencé par le groupe, car il souhaite être reconnu au sein de celui-ci. Il recherche des sensations fortes que les publicités lui servent sur un plateau.



## C. HYPOTHESES DE RECHERCHE

La littérature explique de diverses manières la pratique de conduites à risque. Elle met notamment en évidence le lien très étroit qu'il existe entre cette pratique et l'adolescence. Durant cette période, la socialisation est un élément incontournable. En effet, à cette période, l'adolescent tente d'entrer en relation avec ses pairs et d'adhérer à un groupe. Il semble intéressant de voir comment les conduites à risque entrent dans ce processus. L'hypothèse générale est donc la suivante :

**Les jeunes ont des conduites à risque car c'est un moyen de socialisation.**

### 1. L'hypothèse 1

Les jeunes ont des conduites à risque parce qu'ils sont jeunes.

Le simple fait d'être jeune implique la pratique de conduites à risque. En effet, comme déjà vu précédemment, les jeunes ont des conduites à risque, car c'est un moyen pour eux d'entrer en relation avec leurs pairs. Ces pratiques peuvent jouer un rôle de rite de passage et permettent au jeune d'adhérer à un groupe et d'y être reconnu. A l'intérieur de celui-ci, l'adolescent peut ainsi remettre en question les normes imposées par les adultes. Cette remise en question peut se manifester par des conduites à risque. Cette première hypothèse conduit à isoler deux comportements en particulier.

Il s'agit, d'une part, de la vitesse et d'autre part de la consommation de produits. Cela conduit à élaborer des hypothèses plus précises.

- La recherche de la vitesse (glisse) et de l'émotion du vide (saut) sont des conduites à risque.

Dans le contexte de la pratique du ski, il s'agit de vitesse et de sensation de vide. A l'adolescence, le jeune a besoin de réguler ses émotions et la pratique de conduites à risque peut en être un moyen. Grâce à celles-ci, l'excès de tensions peut être évacué. De plus, l'adolescent qui a une perception du risque différente de celle de l'adulte recherche de nouvelles sensations. En effet, le jeune est perpétuellement à la recherche de stimulations. Cette recherche de sensations joue un rôle très important dans les conduites à risque. La recherche de la vitesse et de l'émotion du vide est un risque à court terme. En effet, en cas d'erreur, la sanction est immédiate. Ce risque est entièrement lié au sportif, à sa maladresse, à son imprudence ou à sa négligence.

- La consommation de produits est une conduite à risque.

La consommation de produits psychotropes est une conduite à risque. En effet, une personne sous l'emprise de substances voit ses perceptions se modifier. Elles peuvent être augmentées ou diminuées. Dans ce contexte, une activité telle que le ski pourrait être plus risquée. La consommation de produit peut être un risque à court ou long terme. Il s'agit d'un risque à court terme si la sanction est immédiate, comme dans le cas d'une overdose. Et il

s'agit d'un risque à long terme, si le danger apparaît à cause de la répétition, comme pour la dépendance. Dans cette recherche, les deux cas peuvent être présents. Toutefois, le risque à court terme est plus pris en compte.

- L'association de la recherche de vitesse, de vide et de la consommation de produits augmente les risques.

Additionner deux comportements jugés dangereux augmenterait le risque. Durant l'adolescence, le jeune teste son courage en faisant face au danger. Il s'agit ici d'un double danger. Cela le rend-t-il doublement courageux ? Ce comportement est une façon de briser symboliquement le lien qui l'unit à l'enfance. En effet, la prise de risques est un jeu symbolique avec la mort. Le jeune teste son droit d'exister, afin de trouver un sens à sa vie. Le résultat de ce jeu sera la vie ou la mort.

## **2. L'hypothèse 2**

Les jeunes sont sous influence.

Comme déjà vu précédemment, divers éléments extérieurs influencent les jeunes comme la famille, les pairs, l'école, les médias, la culture, etc. En effet, tous ces éléments entrent dans le processus de socialisation de l'enfant et de l'adolescent. Ces agents de socialisation ont chacun un rôle différent dans le processus. Cette recherche va s'intéresser à quelques-uns d'entre eux. Ceci conduit à la formulation d'autres hypothèses.

- La sous-culture influence les usages et les comportements.

Les sous-cultures se forment très souvent autour d'intérêts communs, comme la musique ou la pratique d'un sport. Il peut s'agir également de similitudes dans la manière de la pratiquer. En effet, la pratique du ski peut se faire de plusieurs manières. Il peut s'agir de différences de tenues vestimentaires, de matériels ou de styles. Chaque sous-culture a ses propres manières d'agir et de penser. Cela influence ses membres et les différencie des autres groupes.

- La consommation de masse (télévision, publicité) favorise certains comportements.

La société de consommation influence certains comportements des jeunes. Elle peut, notamment, influencer la pratique d'un sport ou la consommation de substances. En effet, un grand nombre de manifestations sportives sont sponsorisées par des marques de boissons alcoolisées. La publicité crée donc un lien très particulier entre le sport et la consommation. A travers des images ou des vidéos, une certaine pratique du ski à risque est exposée. Les jeunes s'identifient à des freeriders professionnels et les imitent. Le risque réside dans ce phénomène.

- Le groupe de pairs influence le comportement du jeune.

Le groupe de pairs influence le comportement de l'adolescent de plusieurs façons. Tout d'abord, le jeune essaie d'entrer dans un groupe. Cela peut le mener à accepter des rites de passage qui peuvent être considérés comme des conduites à risque. Ensuite, une fois intégré dans le groupe, l'adolescent a besoin de remettre en cause les normes des adultes, mais également de pouvoir s'identifier au groupe. L'adolescent change de comportement en présence de ses pairs, car ce ne sont plus les normes des adultes qui régissent son comportement mais les règles des pairs. Ce qui explique pourquoi les adultes pensent que les adolescents ne respectent aucune règle. De ce fait, le groupe de pairs permet d'entraîner le jeune à ses futures interactions sociales d'adulte. Le groupe est un milieu sûr dans lequel le jeune peut expérimenter de nouvelles choses. Il lui offre un refuge et un lieu de soutien. C'est également un endroit où le jeune peut trouver des personnes qui vivent les mêmes problèmes d'identification que lui.

- Le contrôle des parents et des connaissances réduit le risque.

Le contrôle qu'exercent les parents ou les connaissances réduit les risques induits par la pratique de sports à risque associée à la consommation de substances. La présence de personnes connues sur les pistes diminue la pratique de comportements à risque. La famille est le lieu où l'adolescent apprend les règles de base, les croyances et les coutumes de la société dans laquelle il vit. Elle joue un rôle protecteur, mais également le rôle de celui qui sanctionne.

## D. METHODOLOGIE

### **1. Terrain de recherche**

Les pistes de ski de Verbier sont le terrain choisi pour réaliser cette recherche. Mon choix s'est porté sur cette station pour plusieurs raisons.

J'ai choisi Verbier pour son accessibilité. En effet, j'habite la région et travaille, durant l'hiver, dans une école de ski. Cela me permet d'avoir des contacts avec des professionnels du ski et de la sécurité des pistes.

De plus, la station accueille jusqu'à 40'000 nuitées durant la saison d'hiver. Un large éventail de personnes est disponible pour réaliser des observations et des questionnaires. La station est, notamment, fréquentée par un grand nombre de jeunes.

Il existe différents types de sportifs qui peuvent être classés dans diverses catégories. Tout d'abord, le classement peut être effectué en fonction du sport pratiqué (snowboard, ski, télémark...), également selon la façon de l'exercer (freeride, freestyle, alpin), mais également par classe d'âge, de sexe ou de lieu de domicile. Il est aussi possible de déterminer la fréquence à laquelle la personne vient dans la station ainsi que sa connaissance des pistes de ski.

Verbier organise plusieurs manifestations sportives sponsorisées par des marques. Certaines d'entre elles ont donné leur nom à la manifestation. La place de la publicité peut ainsi être observée facilement.

### **2. Choix de la population**

Cette recherche est basée sur les adolescents et les jeunes adultes (jusqu'à 24 ans). J'ai choisi la période de l'adolescence, car c'est un moment charnière de la vie durant lequel beaucoup de changements s'opèrent. En effet, le jeune passe de l'enfance à l'âge adulte. Ce processus est accompagné d'une phase de socialisation où le jeune est confronté à des rites afin de pouvoir adhérer au groupe de pairs.

De plus, le jeune est en pleine quête de sa propre identité. Pour cela, il tire des enseignements de son environnement. Il va conserver certains éléments de son éducation et en rejeter d'autres.

C'est durant cette période de la vie que l'individu prend le plus de risques directement en lien avec sa vie. Par conséquent, de nombreuses pratiques à risque peuvent être observées.

### **3. Méthode de recueil de données**

Plusieurs techniques ont été utilisées pour récolter les données.

- Le questionnaire a, tout d'abord, été utilisé afin d'obtenir un échantillon diversifié. Pour cela, il a été distribué et récolté à l'arrivée des installations aux Ruinettes, station intermédiaire entre Verbier et le sommet des pistes. Toutes les personnes arrivant sur le domaine de Verbier (depuis Verbier et Le Châble) passent obligatoirement par là. Cet endroit stratégique a permis de faire remplir cent questionnaires en moins de deux heures. Ils ont été récoltés le samedi 24 mars 2007 lors de l'X-trème de Verbier, une compétition de freeride. Pour réaliser cette distribution sur le domaine skiable, j'ai dû obtenir l'autorisation de Téléverbier SA. J'ai également reçu leur aide pour la réalisation de cette enquête. Les questionnaires ont été traduits en anglais pour pouvoir diversifier encore plus l'échantillon. Toutefois, ces derniers n'ont pas été utilisés pour l'analyse. Au final, j'ai choisi de garder un échantillon avec des personnes vivant en Suisse uniquement. C'est pourquoi je n'ai pas utilisé les questionnaires en anglais.
- Certaines des personnes qui ont répondu au questionnaire m'ont laissé leurs coordonnées afin de participer à un entretien. J'ai effectué huit entretiens avec des gens de catégories différentes. Toutefois, je n'ai pu utiliser que deux personnes provenant du questionnaire. Pour les autres, j'ai choisi des connaissances qui pouvaient répondre aux critères. Il s'agit de quatre femmes et de quatre hommes, dont deux ayant plus de 18 ans et deux moins de 16 ans qui eux-mêmes se trouvent plus ou moins prudents que la moyenne. Ils ont alors répondu au questionnaire et je les ai, ensuite, interrogés comme les autres. Les entretiens ne concernant pas la sphère intime ne nécessitent pas de consentement éclairé. Les entretiens ont servi à confirmer ou infirmer les données mises en évidence par le questionnaire. Ils ont également servi à répondre à des questions qui étaient restées sans réponse. Ils ont aussi permis aux interviewés de m'apporter des précisions à propos des réponses fournies dans le questionnaire, ainsi que d'illustrer certaines données théoriques.
- L'observation ne s'est pas faite de manière officielle. Depuis le début de cette recherche, je suis plus attentive aux comportements des personnes sur les pistes ainsi qu'au pouvoir de la publicité sur la station. Certaines de ces observations peuvent illustrer la théorie.

#### **4. Construction du questionnaire**

Dans un premier temps, le questionnaire comprenait des questions qui n'étaient pas susceptibles d'être analysées. En effet, elles ne permettaient pas d'effectuer des comparaisons entre les personnes. J'ai, par la suite, retravaillé le questionnaire pour pouvoir en tirer des informations pertinentes et surtout analysables.

Le questionnaire se divise en quatre parties.

La première partie du questionnaire est directement liée au jeune. Elle aborde sa vision du monde actuel en lien avec la jeunesse et avec son environnement. Il y a aussi quelques questions qui abordent le thème de l'estime de soi. Cette partie servira à établir un profil de

personnes à risque. Du moins, elle permettra de comparer les pratiques des jeunes selon leur capacité d'adaptation à leur environnement.

La deuxième partie concerne des pratiques potentiellement dangereuses. Ici, le jeune doit donner son avis sur ces comportements. Il doit les coter de très risqués à pas du tout risqués. Le jeune doit également se positionner par rapport aux jeunes de son âge en disant s'il est plus prudent ou non que les autres. Cette partie permettra de connaître l'image qu'ont les jeunes des conduites à risque. Elle servira aussi à connaître leur attitude.

La troisième partie est consacrée à la consommation de produits psychotropes ainsi qu'à la consommation de masse. Il s'agit ici, d'une part, de connaître leur consommation de différents produits au cours des douze derniers mois (alcool, cigarette, cannabis...) et de savoir à quelle fréquence les jeunes ont été ivres durant une période donnée. D'autre part, il s'agit de connaître l'opinion des jeunes sur des boissons. Cette partie va permettre de déterminer si les jeunes interrogés consomment plus ou moins que les autres jeunes, mais également de voir l'importance des marques sur leur comportement.

Enfin, la quatrième partie permet au jeune de se présenter. Il donne son âge, son sexe, son domicile, sa pratique du sport (ski, snowboard...) et sa fréquentation des pistes de Verbier ainsi que sa connaissance de celles-ci. Cette partie servira à identifier les jeunes qui pratiquent le ski de la manière la plus risquée. Ces informations vont contribuer à établir un profil ou au contraire permettre de montrer si tous les jeunes, indifféremment de toutes ces caractéristiques, pratiquent des conduites à risque.

## **5. Construction du canevas d'entretien**

Le questionnaire a servi de canevas d'entretien. En effet, une partie des points de celui-ci ont été repris afin que les personnes interrogées donnent des précisions à leurs réponses. Afin d'avoir une base de travail, j'ai posé une série de questions identiques à chaque personne, il s'agit de points plus généraux. Pour ce qui est des points secondaires, ils sont différents selon les personnes interrogées. Ils diffèrent en fonction des réponses apportées dans le questionnaire et lors de l'entretien.

Le canevas d'entretien comprenait les sept points généraux suivants:

1. Avis sur les jeunes d'aujourd'hui
2. Comportements à risque
3. Comparaison aux autres jeunes
4. Consommation de produits
5. Avis sur une série de boissons
6. Rapport à la publicité

## 7. Comportement sur les pistes et influences

### **6. Déroulement des entretiens**

Afin de garantir l'exactitude des données qui m'ont été transmises, tous les entretiens ont été enregistrés. Cela a également facilité les interactions avec mes interlocuteurs. Pour les besoins de l'analyse, ils ont ensuite été retranscrits.

Les entretiens ont duré entre 10 et 30 minutes. Les rencontres ont eu lieu soit chez moi, soit chez la personne ou soit dans un café. Le seul critère concernant les lieux de rencontre était la facilité de déplacement et d'agencement de nos emplois du temps.

Cette recherche ne concernant pas la sphère intime, il n'a pas été nécessaire de faire signer de consentement éclairé aux interlocuteurs. Toutefois, je leur ai expliqué oralement à chaque entretien en quoi consistait ma recherche ainsi que les impératifs qui y sont liés, tel que l'enregistrement de l'entretien.

### **7. Tableaux récapitulatifs des interviews**

Tableau 1 :

	moins de 16 ans		plus de 18 ans	
	Prudent	Risque	Prudent	Risque
Filles	<ul style="list-style-type: none"><li>- Amandine</li><li>- vit dans la région</li><li>- vient occasionnellement à Verbier</li><li>- connaît un peu les pistes</li><li>- pratique le ski de piste</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Brigitte</li><li>- vit en Suisse</li><li>- vient occasionnellement à Verbier</li><li>- connaît un peu les pistes</li><li>- pratique le ski et le snowboard de piste et freestyle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Carole</li><li>- vit en Suisse</li><li>- vient très souvent à Verbier</li><li>- connaît très bien les pistes</li><li>- pratique le ski de piste et freeride</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Denise</li><li>- vit dans la région</li><li>- vient très souvent à Verbier</li><li>- connaît très bien les pistes</li><li>- pratique le snowboard freeride</li></ul>
Garçons	<ul style="list-style-type: none"><li>- Laurent</li><li>- vit en Suisse</li><li>- vient occasionnellement à Verbier</li><li>- connaît assez bien les pistes</li><li>- pratique le ski et</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Martin</li><li>- vit dans la région</li><li>- vient très souvent à Verbier</li><li>- connaît très bien les pistes</li><li>- pratique le ski freeride et freestyle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nicolas</li><li>- vit dans la région</li><li>- vient très souvent à Verbier</li><li>- connaît très bien les pistes</li><li>- pratique le ski et snowboard de</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Olivier</li><li>- vit dans la région</li><li>- vient très souvent à Verbier</li><li>- connaît très bien les pistes</li><li>- pratique le snowboard</li></ul>

	snowboard freeride		piste et freeride	freestyle et freeride
--	--------------------	--	-------------------	--------------------------

## E. ANALYSE

### 1. Risquer sa jeunesse

#### 1.1 Image du risque

Sur la base du questionnaire, ce chapitre va développer l'image qu'ont les jeunes du risque. L'analyse s'effectue sur plusieurs axes. Il va, tout d'abord, s'agir des genres et ensuite des âges. Quelques points en lien avec les hypothèses vont être approfondis. Toutes les données de ce chapitre sont issues des résultats du questionnaire.

Le questionnaire comprend une partie qui concerne des comportements possibles sur les pistes de ski. Les jeunes ont dû estimer leur degré de dangerosité.

Le classement a été effectué grâce au nombre de réponses fournies dans chacune des catégories suivantes: "pas du tout risqué", "un peu risqué", "risqué" et "très risqué". Afin d'avoir un point de comparaison, j'ai également fait un classement avec ma propre vision du risque. Pour effectuer ce classement, j'ai tenu compte de la situation de manière globale. J'ai imaginé pratiquer ces comportements avec des conditions météorologiques excellentes. Il fait beau, la température est supérieure à zéro, l'enneigement est abondant et le risque d'avalanche est marqué.

Le classement va différer d'une personne à l'autre selon le sexe, l'âge et le niveau de ski.

Tableau 2 :

	<b>Mon classement</b>	<b>Femmes</b>	<b>Hommes</b>
Skier en jeans	Pas du tout	Pas du tout	Pas du tout
Téléphoner en skiant	Pas du tout	Risqué	Un peu
Skier sans gant	Pas du tout	Risqué	Un peu
Faire des figures en sautant	Un peu	Un peu	un peu
Skier très vite	Un peu	Un peu	Un peu
Fumer des joints en skiant	Risqué	Risqué	Pas du tout
Skier en ayant bu de l'alcool	Risqué	Risqué	Risqué
Sauter d'un télésiège	Risqué	Très risqué	Très risqué

Faire une course sur la piste	Risqué	Un peu	Un peu
Sauter une barre rocheuse	Très risqué	Très risqué	Un peu
Skier hors des pistes	Très risqué	Risqué	Un peu
Skier sans lunette	Très risqué	Un peu	Un peu

Le premier constat à faire est la crédibilité du questionnaire. En effet, pour tous, la conduite la moins risquée est de skier en jeans. Je partage cet avis. Il s'agit donc d'une preuve que le questionnaire a été rempli avec sérieux.

Il est, ensuite, intéressant, de voir les similitudes qu'il existe entre les filles et les garçons et de les comparer avec mon classement:

- Ils sont tous d'accord sur la conduite la moins risquée qui est skier en jeans et à propos de la plus risquée qui est sauter d'un télésiège. Je partage leur opinion concernant la conduite la moins risquée. Par contre, en ce qui concerne la plus dangereuse, je ne suis pas d'accord. Ces différences peuvent être dues à la référence que l'on a par rapport à cette attitude. Il s'agit de la façon dont la scène est imaginée par chaque personne.
- Ils sont d'accord sur le fait que téléphoner en skiant est au moins un peu risqué. Je ne partage pas leur avis. Pour moi, téléphoner en skiant n'est pas du tout dangereux. Cette différence est certainement due au contexte dans lequel on imagine pratiquer ce comportement. Peut être que le fait de téléphoner diminue la concentration et implique un plus grand risque. Ce qui est paradoxal, c'est que les garçons trouvent que fumer des joints n'est pas du tout dangereux alors qu'il y a également un trouble de l'attention.
- Skier sans lunettes est un peu risqué pour les garçons et pour les filles. Evidemment il n'y a pas de risque mortel, mais c'est pour moi la conduite la plus risquée. En effet, le simple fait d'être exposé sur la neige sans lunettes peut avoir des conséquences irréversibles pour les yeux. Les jeunes qui ont répondu au questionnaire ont sans doute compris le risque de façon à ce qu'il entraîne des lésions corporelles plus graves. Il s'agit d'un risque à court terme où la sanction est immédiate. Alors que je faisais référence à un risque à long terme dû à la répétition. La sanction est donc différée par rapport à l'événement.

Il existe quelques différences entre les réponses des filles et des garçons:

- Les filles ont répondu, dans la majorité des cas, que les comportements cités étaient risqués à très risqués. Quant aux garçons, ils ont répondu, pour les mêmes comportements qu'ils n'étaient pas du tout à un peu risqués. Cela montre que la perception du risque selon le sexe est très différente. D'une manière générale, les

filles sont plus sensibles au risque, elles ont une autre perception du risque et en prennent moins.

- La différence de perception entre les filles et les garçons se confirme par un autre exemple: skier sans gants pour les filles est l'un des comportements les plus dangereux alors que les garçons le classent parmi les trois moins risqués.

Il s'agit, ici, de faire une analyse selon les âges.

Tableau 3 :

	Moins de 15 ans	15-18 ans	19-24 ans
Skier en jeans	Pas du tout	Pas du tout	Pas du tout
Téléphoner en skiant	Un peu	Risqué	Un peu
Skier sans gant	Risqué	Un peu	Risqué
Faire des figures en sautant	Un peu	Un peu	Un peu
Skier très vite	Un peu	Un peu	Un peu
Fumer des joints en skiant	Risqué	Risqué	Un peu
Skier en ayant bu de l'alcool	Très risqué	Risqué	Risqué
Sauter d'un télésiège	Très risqué	Très risqué	Très risqué
Faire une course sur la piste	Un peu	Un peu	Un peu
Sauter une barre rocheuse	Un peu	Un peu	Risqué
Skier hors des pistes	Risqué	Un peu	Un peu
Skier sans lunette	Un peu	Un peu	Un peu

- **Premier constat** : la conduite la moins risquée et la plus risquée sont les mêmes pour tous. Il s'agit de skier en jeans et sauter d'un télésiège. Cette similitude est également présente dans la comparaison des sexes. Il n'y a donc aucune catégorie qui aurait pu faire pencher la balance dans ce sens. Il s'agit d'un avis général.
- **Deuxième constat** : pour toutes les tranches d'âge, les réponses se trouvent, pour la majorité, être des comportements un peu risqués. Le classement diffère ensuite pour chacune.

Il existe également des différences entre les âges.

- Le danger à pratiquer le hors piste diminue avec l'âge. En effet, les moins de 15 ans le classe parmi les comportements risqués alors que les 19-24 ans le classe parmi les peu risqués. Plus la personne aura acquis de l'expérience et des connaissances sur la montagne plus elle prendra de risques<sup>32</sup>. Cela expliquerait ces résultats.
- Les moins de 15 ans, ainsi que les 19-24 ans pensent que skier sans gants est risqué. Au contraire des 15-18 ans qui ne voient aucun danger. Cette différence peut être due au fait que durant l'adolescence proprement dite (il ne s'agit ni de pré ni de post adolescence) les sensations sont différentes. L'adolescent a besoin de sentir son corps pour montrer qu'il lui appartient. Il y a une grande différence entre le risque objectif qui dépend des propres caractéristiques d'une situation et le risque subjectif qui correspond au domaine psycho-affectif du sportif. Cet exemple montre bien qu'une même situation peut être interprétée de différentes manières.

Quelques points méritent une plus grande attention. Il s'agit de skier très vite, fumer des joints en skiant, skier en ayant bu de l'alcool et sauter une barre rocheuse. Ce sont des comportements directement en lien avec les hypothèses. Une comparaison de ces points est effectuée en fonction du sexe et en fonction de l'âge.

Tout d'abord, l'analyse selon le sexe :

- **Skier très vite** : les filles et les garçons pensent qu'il s'agit d'un comportement qui est un peu risqué. Toutefois, les garçons s'approchent d'un comportement risqué. Ils n'ont sans doute pas la même notion de vitesse.
- **Fumer des joints en skiant** : les filles trouvent que ce comportement est risqué alors que les garçons pas du tout. Les garçons étant de plus grands consommateurs que les filles, il se peut que ces différences interviennent dans leur perception du risque.
- **Skier en ayant bu de l'alcool** : ils sont d'accord sur ce sujet, car ils pensent que c'est un comportement risqué. La prévention dont ils ont tous été témoins, au moins une fois, joue certainement un rôle. Celle-ci les met sur un pied d'égalité dans leur image de l'alcool. Toutefois, leur consommation reste différente.
- **Sauter une barre rocheuse** : les filles trouvent que ce comportement est très risqué à hauteur de 42,2 % alors que les garçons pensent qu'il s'agit de quelque chose de peu risqué à 44,4 %. C'est sur ce sujet que les opinions divergent le plus. Il y a une différence d'appréciation du danger. Les filles, dans la plupart des cas, ne pratiqueront jamais un comportement de ce type.

Voici l'analyse selon les âges :

- **Skier très vite** : ils sont tous d'accord pour dire qu'il s'agit d'un comportement un peu risqué. Ils ont, toutefois, tous une notion différente de la vitesse.

---

<sup>32</sup> DUCLOS, A. « Avalanches et prise de décision : les raccourcis qui tuent » op. cit.

- **Fumer des joints en skiant** : les plus jeunes pensent qu'il s'agit d'un comportement risqué alors que les 19-24 ans pensent qu'il est peu risqué. Dans les plus âgés, il y a un plus grand pourcentage de personnes qui a déjà fumé ou qui fume. Ils ont donc une image différente de la consommation. Dans ce cas, peut-être que l'expérience amène également à prendre plus de risques.
- **Skier en ayant bu de l'alcool** : ils trouvent tous qu'il s'agit d'un comportement risqué à très risqué. La prévention étant présente dans la circulation routière, ils ont pu faire un parallèle avec le sport. Ce qui est paradoxal, c'est que les 19-24 ans trouvent que boire et skier est risqué alors que fumer et skier ne l'est pas du tout. Pourtant, dans les deux cas, la personne va voir ses perceptions se modifier. En effet, dans le cas du cannabis aucune prévention n'est faite. Dans le cas de l'alcool, il est maintenant clair dans l'esprit des gens que boire et conduire est dangereux. Par contre, en ce qui concerne le cannabis, aucune association n'est faite entre la consommation de ce produit, la conduite et le danger. Le cannabis étant illégal, aucune prévention n'est faite puisqu'il devrait ne pas exister. Il est donc impossible pour les organes de prévention de parler des dangers du cannabis au volant ou sur les pistes.
- **Sauter une barre rocheuse** : seuls les 19-24 ans pensent que c'est un comportement risqué ; les plus jeunes pensent que c'est un peu risqué. En vieillissant, les personnes deviennent plus prudentes, elles prennent moins de risques, car elles ont plus peur de se blesser et connaissent mieux leur limite.

Il est important de retenir de ce chapitre que la perception du risque est très différente selon le sexe et selon l'âge d'une personne. L'expérience de la montagne ou de tout autre domaine influence également la perception du risque. Cette influence est liée au risque objectif ou subjectif encouru dans une situation précise. De plus, depuis quelques années, les campagnes de prévention ont augmenté que ce soit au niveau de la consommation de produits ou de l'utilisation de protections telles qu'un casque. Cela permet de changer petit à petit le risque et son image.

## 1.2 Sports à risque

Selon les statistiques de la SUVA, en 2002, 65% des accidents ont eu lieu durant les loisirs et 32% d'entre eux ont pour cause le sport et les jeux. Parmi tous ces accidents, 32% arrivent dans la pratique de sports de neige.<sup>33</sup>

Le BPA (bureau de prévention des accidents) montre qu'entre 1997 et 2001, 39% des personnes tuées dans le sport pratiquaient une activité en montagne et 27% pratiquaient un sport d'hiver. La notion de sports d'hiver comprend huit catégories. Les plus meurtrières et les plus pratiquées sont le ski alpin et le snowboard.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Site de la suva. <http://www.suva.ch>

<sup>34</sup> Site du BPA: <http://www.bfu.ch>

Ces statistiques montrent qu'un tiers des blessés dans le sport pratiquaient un sport de neige. Ces chiffres sont relativement élevés pour plusieurs raisons. D'une part, ce sport comporte des risques qui ne sont pas liés aux compétences du sportif, mais aux conditions extérieures, comme les conditions météorologiques et les conditions de neige qui varient très rapidement en montagne. D'autre part, parce qu'il s'agit de sports pratiqués par un grand nombre de personnes, par conséquent, il y a plus de blessés. Enfin, le ski alpin est un sport de contact et de ce fait, il entraîne fréquemment des accidents. C'est également le cas du football qui est le sport de ballon entraînant le plus d'accident. Dans le ski alpin, il y a également la vitesse qui entre en ligne de compte et qui rend les contacts encore plus violents. Ces statistiques doivent être interprétées en étant conscient qu'elles ne tiennent pas compte du nombre de pratiquants dans chaque sport.

Les personnes interviewées sont également très sensibles au risque encouru par le contact avec les autres skieurs. En voici deux exemples :

*« (...) Après j'ai mis que le moins risqué sur cette feuille j'ai mis que c'était skier très vite. Ouais je veux dire c'est clair que cette année entre Noël et Nouvel an skier très vite entre la combe des Attelas à Verbier c'était heu suicidaire je pense. (...) »<sup>35</sup>*

*« (...) Skier très vite quand il y a du monde je trouve que c'est très dangereux mais sinon pas du tout. (...) »<sup>36</sup>*

Ils mettent vraiment l'accent sur la dangerosité de cet acte en présence d'autres personnes.

Les statistiques du BPA (bureau de prévention des accidents) qui concernent les décès sont faites proportionnellement au nombre de pratiquants de chaque catégorie. Le constat démontre que les sports qui se pratiquent en montagne sont particulièrement risqués. En effet, la nature reste quelquefois indomptable. Toutefois, la plupart des accidents de montagne ont lieu durant des randonnées et non en escalade ou en haute-montagne. La randonnée est le sport de montagne le plus meurtrier<sup>37</sup>. Cela s'explique par le fait que les personnes pratiquant la randonnée sont souvent très mal équipées et ne connaissent rien à la montagne. Elles se laissent donc surprendre par des conditions trop difficiles pour elles. Au contraire, les gens qui pratiquent la haute-montagne ou l'escalade sont, dans la plupart des cas, bien équipés et connaissent les subtilités de la montagne.

En ski alpin, les zones blessées les plus fréquemment diffèrent en fonction de l'âge. Toutefois, les zones plus sensibles sont les genoux et les jambes en général. Malheureusement, il n'existe pas de protections spécifiques pour protéger ces zones. En effet, il existe des mesures de protection qui diminuent la gravité des accidents. Il s'agit notamment pour les skieurs du port du casque et de protège-poignets pour les snowboarders. Effectivement, les poignets et les avant-bras sont les parties du corps les plus souvent blessées en snowboard.

---

<sup>35</sup> Nicolas, garçon de plus de 18 ans

<sup>36</sup> Olivier, garçon de plus de 18 ans

<sup>37</sup> Site du BPA: <http://www.bfu.ch>

Pour les enfants de 0 à 13 ans pratiquant le ski alpin, 75% des filles et 80% des garçons portent un casque. A partir de 26 ans, seul 3 % des filles et 6% des garçons utilisent un casque. Toutefois, le nombre de blessures de cette zone n'augmente pas. Les personnes pratiquent le ski de manière plus prudente en vieillissant, mais se protègent moins. De plus, les hommes se protègent plus que les femmes et ceci dès leur plus jeune âge. La raison est peut être due au fait qu'ils prennent plus de risques donc ils se protègent plus. Il en est de même pour les personnes vieillissantes : prenant moins de risques, elles jugent les protections moins nécessaires. De plus, les personnes qui ont actuellement plus de 26 ans n'ont pas été habituées dès leur enfance à porter un casque ce qui explique pourquoi le pourcentage va probablement augmenter avec la venue d'une nouvelle génération.

En ce qui concerne le snowboard, les filles de 0 à 13 ans portent un casque à hauteur de 46% et des protège-poignets pour 39% d'entre elles. 43% des garçons du même âge portent un casque et 55% des protège-poignets. A partir de 26 ans, seul 12 % des femmes et 14 % des garçons portent un casque. De plus, 33% des femmes et 34% des hommes utilisent des protège-poignets.

Le constat est identique pour les snowboarders. Les hommes se protègent mieux que les femmes. De plus, en vieillissant, les protections diminuent.

Pour limiter les accidents, porter un casque n'y change rien. Il est indispensable de vérifier son matériel afin qu'il soit adapté, mais également de connaître les règles FIS qui peuvent être comparées au code de la route. Selon le BPA, 75% des skieurs et 72% des snowboarders connaissent les règles FIS.

### 1.3 Attitude

L'objectif de ce chapitre est d'avoir un aperçu des attitudes des jeunes. Ils ont fait une autoévaluation de leur propre comportement. Il s'agissait de dire s'ils étaient plus ou moins prudents que les autres jeunes de leur âge. Et également d'essayer de comprendre pourquoi des différences de comportements existent selon le genre et l'âge.

En ce qui concerne les différences entre les âges, les moins de 15 ans estiment à 11,1% qu'ils prennent moins de risques que les autres jeunes, contre 5,6% pour les 15-18 ans et par contre 35,8% pour les plus âgés (19-24 ans). Le premier constat à faire est que les plus âgés se considèrent plus prudents que la moyenne. Ils pensent prendre moins de risques, ce qui confirme le constat déjà effectué plus haut. On peut constater que les 15-18 ans, c'est-à-dire les jeunes qui se trouvent vraiment dans l'adolescence, considèrent qu'ils prennent plus de risques pour la majorité d'entre eux. Ceci prouve l'importance que joue la prise de risques durant cette période. Une certaine cohérence est à remarquer entre les résultats du questionnaire et la théorie. Ceci prouve la crédibilité de cette enquête. Toutefois, la majorité de chaque catégorie pense être comme les autres ni plus ni moins.

Pour ce qui est des différences entre les sexes, les filles se trouvent plus prudentes à hauteur de 31,1%. Seul 8,9% d'entre elles pensent prendre plus de risques. Pour ce qui est des

garçons, 14,8% pensent être plus prudents et 33,3% pensent prendre plus de risques. Ceci montre, une nouvelle fois, que les garçons prennent plus de risques que les filles.

Il est très étonnant, selon les statistiques du BPA, que les femmes pensent à hauteur de 38% prendre toujours les protections nécessaires, alors que 31% des hommes pensent la même chose. Les femmes pensent être mieux protégées que les hommes alors que d'autres statistiques montrent que les hommes se protègent plus souvent. De plus, pour ce qui est des âges, les plus jeunes pensent seulement à hauteur de 28% qu'ils prennent toujours les protections nécessaires, alors que selon les statistiques se sont eux qui sont les mieux protégés. Il ne s'agit pas exactement de la même tranche d'âge, mais le décalage paraît très important. Ces différences peuvent être expliquées de plusieurs manières. Tout d'abord, en ce qui concerne les femmes, comme elles prennent moins de risques, elles doivent penser que leur protection est suffisante par rapport à leur façon de pratiquer le ski. Pour ce qui est des plus jeunes, l'explication est peut être en lien avec leur âge. Leur envie d'être « le meilleur et le plus cool » n'est pas compatible, à leurs yeux, avec le port de protections.

Les statistiques du BPA montrent également dans quelle mesure les personnes se sentent concernées par différents types de risques et d'événements. Pour les accidents dans le sport, seul 12% des 15-29 ans se sentent concernés, probablement parce qu'ils n'ont jamais été victimes d'accidents de sport. La raison peut également être qu'ils estiment se protéger suffisamment, ce qui les mettrait, selon eux, à l'abri d'un accident.

L'estime de soi joue certainement un rôle dans le comportement des jeunes. Le constat est que 48,8% des jeunes qui ont répondu au questionnaire sont parfaitement satisfaits de leur vie : ils ont beaucoup d'amis, aiment la vie, ont des parents sympas, etc. Et 38% sont satisfaits. Cela représente 86,8% des interrogés. Les skieurs auraient une meilleure estime de soi que la moyenne. Le fait de pratiquer un sport peut améliorer l'estime de soi.

Dans un premier temps, cette analyse met en évidence les différences de perception du risque entre les personnes en fonction de leur sexe, de leur âge et de leur expérience.

En effet, les femmes prennent moins de risques que les hommes. Elles se protègent également moins bien. Il s'agit de protections proportionnelles aux risques. Quant aux hommes, ils se protègent bien, mais prennent plus de risques et ceci quelque soit leur âge.

Les jeunes se protègent suffisamment, mais prennent beaucoup de risques. En vieillissant, les personnes se protègent moins, mais elles sont également plus prudentes. En effet, les adolescents interrogés se considèrent en majorité plus téméraires que les autres jeunes, tandis que les plus vieux se considèrent plus prudents.

L'expérience joue également un rôle important. Effectivement, plus une personne aura de connaissances et d'expériences dans un domaine, plus elle prendra de risques.

De plus, l'analyse met en évidence plusieurs éléments qui montrent la crédibilité du questionnaire.

Tout d'abord, le fait que toutes les catégories de personnes sont d'accord sur la conduite la moins risquée montre que le questionnaire a été rempli avec sérieux. De plus, il existe une certaine cohérence entre les résultats du questionnaire et les différentes statistiques.

## **2. Consommer**

Ce chapitre va permettre de comparer la consommation de différentes substances entre les jeunes qui ont répondu au questionnaire et les jeunes suisses en général par l'intermédiaire des statistiques de l'ISPA.<sup>38</sup>

### **2.1 Alcool**

La consommation d'alcool diffère selon l'âge et le sexe. En 2002, les garçons de 15 ans consommaient de l'alcool hebdomadairement à hauteur de 32,7%. En 2006, cette consommation avait diminué et s'élevait à 25,4% des jeunes. Pour ce qui est des filles, 21,8% d'entre elles consomment de façon hebdomadaire en 2002 et 17,6% en 2006. En ce qui concerne les jeunes qui ont répondu au questionnaire, 0% des moins de 15 ans (filles et garçons) consomme de l'alcool toutes les semaines.

Le constat est que les garçons consomment plus que les filles. Il est également intéressant de remarquer la différence qu'il y a entre les années 2002 et 2006. Ces variations peuvent certainement être attribuées à l'augmentation de la prévention dans cette tranche d'âge. Cette remarque va dans le sens du constat cité ci-dessus selon lequel aucun jeune de moins de 15 ans interrogé à Verbier ne consomme d'alcool toutes les semaines. Ceci laisse penser que les jeunes sportifs consomment moins que la moyenne des autres jeunes. Toutefois, cela reste à confirmer.

En ce qui concerne les plus de 15 ans, les filles qui ont répondu au questionnaire consomment de l'alcool à hauteur de 58,7% et 53,7% des garçons en font de même. Pour ce qui est des adultes en général, il n'y a pas de statistiques qui montrent leur consommation hebdomadaire. Il s'agit uniquement de consommation quotidienne. Le constat est qu'à Verbier les filles consomment plus que les garçons. Ceci s'explique peut être par le fait que plus d'hommes ont une consommation quotidienne et n'apparaissent donc pas dans les statistiques de la consommation hebdomadaire.

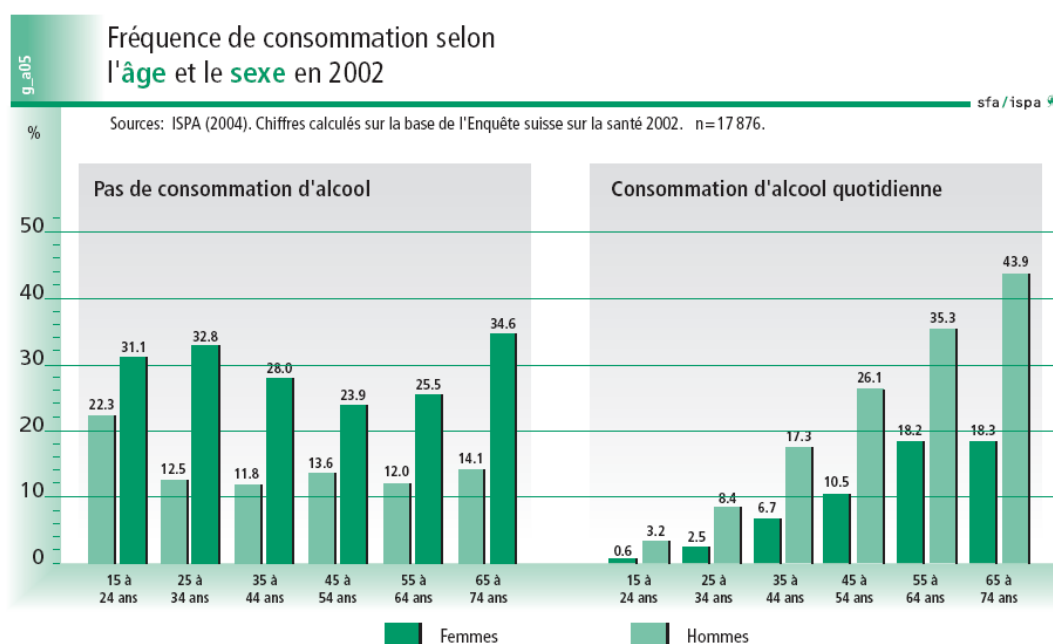
Pour ce qui est de la consommation d'alcool quotidienne, aucune donnée n'est disponible pour les moins de 15 ans. Pour les jeunes de Verbier, 0% ont une consommation de ce type. Selon les statistiques de l'ISPA, 0,6% des femmes entre 15 et 24 ans consomment quotidiennement de l'alcool et 3,2% des garçons en font autant. En ce qui concerne le questionnaire, 0% des filles et 9,3% des garçons de plus de 25 ans consomment de l'alcool tous les jours. Cela confirme le fait que les hommes consomment plus que les femmes de manière quotidienne.

---

<sup>38</sup> Site de l'ISPA: <http://www.sfa-ispa.ch>



Graphique 1:



Il y a également un grand nombre de personnes âgées de 15 à 24 ans qui ne consomment pas d'alcool. C'est le cas pour 31,1% des femmes et 22,3% des hommes. Parmi les personnes interrogées à Verbier, 13% des filles et 11,1% des garçons n'en consomment pas. Ici, tous les âges sont confondus. Ce constat peut être effectué grâce au graphique 1.

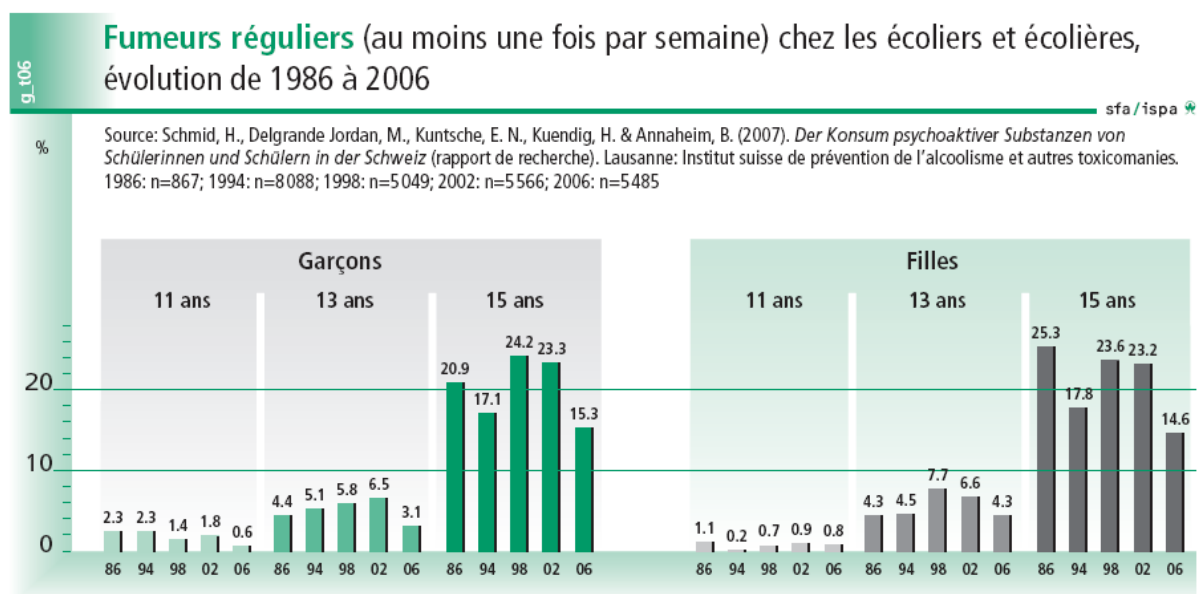
Dans la majorité des cas, les hommes boivent plus que les femmes. En comparant la consommation d'alcool pur par jour, il apparaît très clairement que la consommation des hommes est supérieure. Elle l'est tant dans la quantité d'alcool consommée que dans le nombre de consommateurs.

## 2.2 Tabac

Selon l'office fédéral de la santé publique, un tiers des Suisses adultes sont des fumeurs réguliers. Ces résultats sont relativement similaires dans le questionnaire. En effet, 30,5% des filles interrogées prétendent fumer plus de 3 fois par semaine, contre 33,3% des garçons. A noter qu'aucun des moins de 15 ans interrogés ne dit fumer régulièrement. Pour tous les plus de 15 ans réunis, la part interrogée qui admet fumer, plus de trois fois par semaine est de 35,2%. Des données concernant une consommation régulière pour les moins de 15 ans n'existent pas, car leur consommation est très faible.

Les résultats du questionnaire concordent donc avec les statistiques faites sur les Suisses en général : un Suisse sur trois fume. Aucun des jeunes de moins de 15 ans interrogés à Verbier ne fume régulièrement ; s'il en est de même au niveau suisse, cela explique pourquoi il n'y a pas de données disponibles à ce sujet.

Graphique 2:



Ce graphique permet de constater qu'une forte diminution du nombre de fumeurs s'observe depuis 2002. Or, La prévention a augmenté : elle intervient à travers les médias, l'école, etc. de plus en plus tôt. De plus, la publicité pour le tabac a pratiquement disparue des médias. Ceci pourrait bien être également le cas pour le tabac dans les lieux publics. Depuis quelques années, le tabac est traqué ce qui a sûrement favorisé la diminution du nombre de fumeurs. Plusieurs données montrent que les filles ont consommé plus que les garçons et ceci particulièrement dans le plus jeune âge. Par contre, en vieillissant, les hommes fument plus que les femmes. Cela peut s'expliquer par le fait que les filles sont plus précoces que les garçons. En effet, elles font des expériences plus tôt, mais cessent par la suite de consommer. Elles cessent notamment de fumer lorsqu'elles ont des enfants.

### 2.3 Cannabis

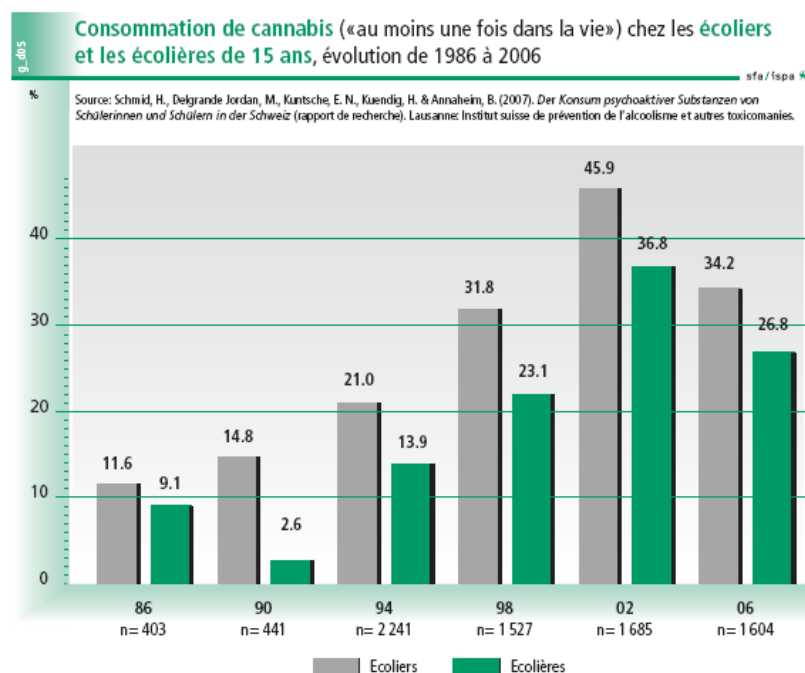
La consommation de cannabis est différente en fonction de l'âge et du sexe. Tout d'abord, en ce qui concerne les jeunes de 15 ans en général, ils ont consommé du cannabis, au moins une fois dans leur vie, à hauteur de 34,2% pour les garçons et 26,8% pour les filles en 2006. Encore une fois, aucun des jeunes de moins de 15 ans interrogés dans le questionnaire n'admet avoir consommé de cannabis.

En observant le graphique 3, on constate une pique de consommation en 2002. Cette augmentation peut s'expliquer par le fait qu'au début des années 2000, le débat sur la dépénalisation du cannabis fait son entrée sur la scène publique et politique, traduisant une évolution des mœurs. A l'inverse en 2006, la consommation diminue. En effet, la prévention a augmenté et les risques liés à la consommation de cannabis sont mieux établis.

Le deuxième constat est que les garçons sont de plus grands consommateurs que les filles. Cela ne fait que confirmer que les garçons prennent plus de risques que les filles que ce soit au niveau du sport ou de la consommation de tabac.

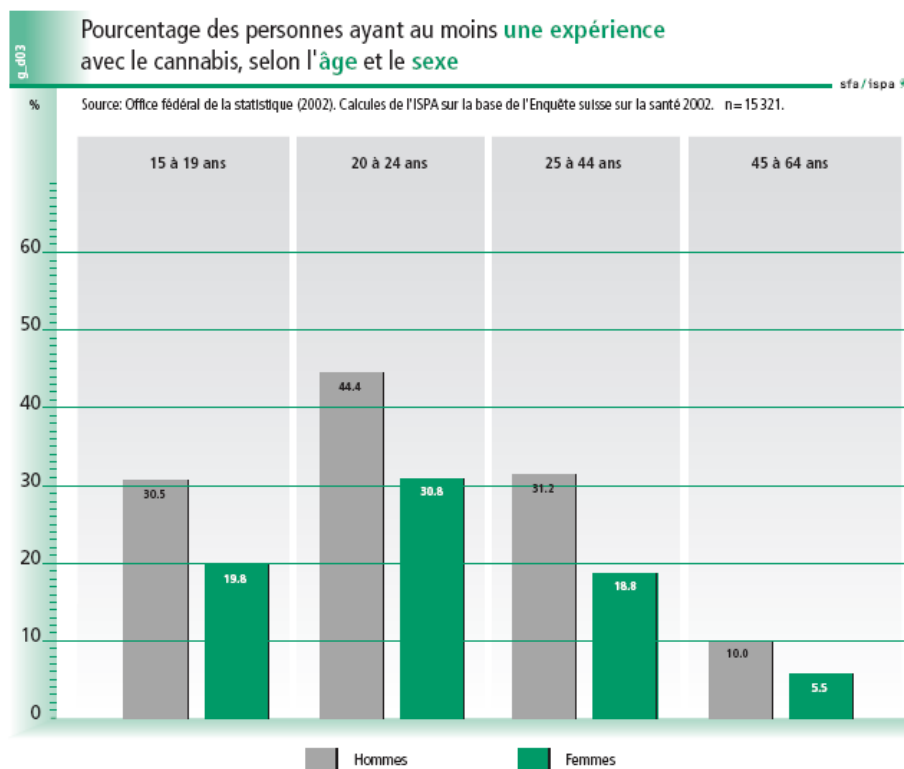
Les jeunes de Verbier de cet âge ne semblent pas consommer de produits stupéfiants. Ceci laisse penser que les jeunes qui font du sport en montagne sont moins vite sujets à la consommation que les autres.

Graphique 3:



En ce qui concerne les plus de 15 ans en général, le plus grand nombre de sondés qui consomment se situe entre 20-24 ans, 44,4% chez les hommes et 30,8% chez les filles. Quant aux personnes interrogées par le questionnaire, 40,7% des garçons et 37% des filles ont déjà eu une expérience avec le cannabis, tous âges confondus. Mais cela donne, tout de même, une vision de leur consommation. Sur le graphique 4, il est également intéressant de constater qu'avec l'âge le nombre de personnes ayant déjà consommé diminue. Cela peut s'expliquer par le fait qu'auparavant il était plus difficile de se fournir surtout en dehors des villes. Maintenant n'importe qui peut être capable d'en trouver. De plus, quelque soit l'âge, moins de femmes que d'hommes ont déjà eu une expérience avec le cannabis. Ceci correspond aux résultats des études publiées par l'ISPA.

Graphique 4:



## 2.4 Cocaïne

Pour ce qui est de la consommation de cocaïne chez les personnes de plus de 15 ans, le graphique 5 montre qu'en 2002, 1,9% des femmes et 4% des hommes en avaient consommé au moins une fois dans leur vie. Le questionnaire montre quant à lui que 4,3% des femmes et 7,4% des hommes, tout âge confondu, prétendent avoir consommé, au moins une fois dans leur vie, de la cocaïne. C'est le premier produit qui est consommé en plus grande quantité par les personnes interrogées à Verbier. Cela peut s'expliquer par le fait que les jeunes qui viennent à Verbier sont là pour faire la fête et que peut être, dans ce contexte, ils consomment de la cocaïne. En effet, ce produit est répandu dans les stations fréquentées par des gens fortunés qui utilisent la cocaïne comme moyen pour s'amuser dans une soirée.

Une fois encore chez les moins de 15 ans, aucun des jeunes interrogés à Verbier n'a consommé de cocaïne comme c'est le cas pour toutes les autres substances. Par contre, les statistiques de l'ISPA dans le graphique 6 montrent que 3,6% des filles et 1,6% des garçons en ont déjà consommé avant 15 ans. Le premier constat est qu'il y a un grand décalage entre les deux groupes interrogés. Les jeunes sportifs semblent consommer moins. Le deuxième constat est qu'un plus grand nombre de filles que de garçons a déjà eu une expérience de consommation de cocaïne dans cette tranche d'âge. Cela peut s'expliquer par le fait que les filles expérimentent plus tôt que les garçons. Par la suite, la consommation chez les hommes devient supérieure à celle des femmes.

## 2.5 Ecstasy

Les femmes de plus de 15 ans ont eu, en 2002, une expérience avec l'ecstasy à hauteur de 1,5% et les hommes à 2,9% comme le montre le graphique 5. Pour les femmes interrogées par le questionnaire, il s'agit de 4,3% et de 7,4% pour les hommes. Les deux mêmes constats que précédemment sont à faire.

Tout d'abord, à partir de 15 ans, il y a plus d'hommes qui ont eu des expériences avec l'ecstasy que de femmes. C'est le cas pour toutes les substances abordées.

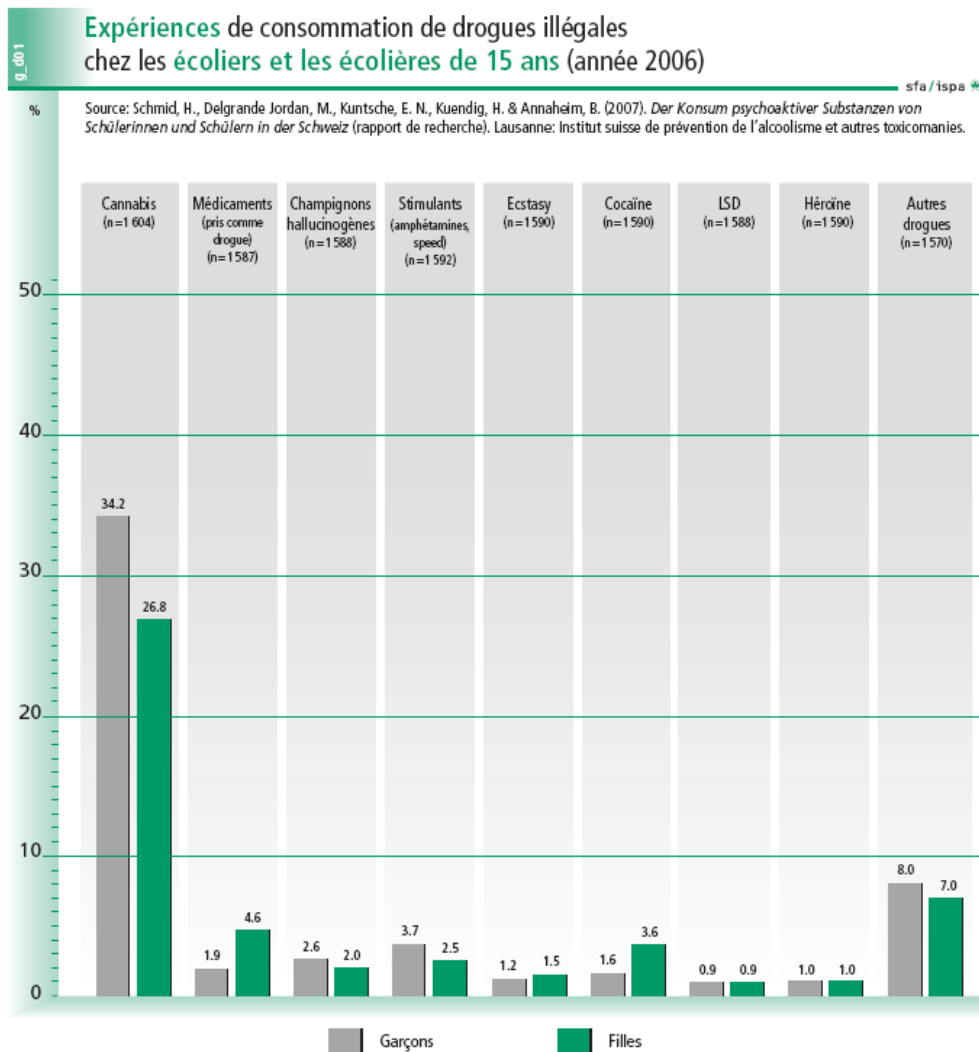
Ensuite, le pourcentage de personnes interrogées à Verbier ayant déjà consommé de l'ecstasy est doublé par rapport aux Suisses en général. Cela s'explique certainement, comme pour le cas de la cocaïne, par le fait qu'il s'agit de personnes qui viennent à Verbier pour faire la fête. Ces personnes fréquentent sans doute déjà des soirées où la consommation est fréquente dans les villes dont ils sont originaires. Ils y amènent leurs habitudes avec eux.

Graphique 5:

t dot	Proportion des personnes de 15 à 39 ans ayant déjà consommé de la drogue Comparaisons entre 1992, 1997 et 2002 en %								
	Femmes			Hommes			Ensemble		
N'importe quelle drogue (polyconsommation possible)	11.5	20.4	21.5	22.0	33.8	34.8	16.7	27.1	28.2
Cannabis	11.1	19.9	21.1	21.5	33.4	34.2	16.3	26.7	27.7
Héroïne	0.7	0.7	(0.5)	1.9	1.4	1.3	1.3	1.0	0.9
Cocaïne	1.8	2.2	1.9	3.5	4.3	4.0	2.7	3.3	2.9
Méthadone	0.3	0.3	*	0.5	0.5	*	0.4	0.4	(0.2)
Ecstasy (pas de données disponibles pour 92)	-	1.5	1.5	-	2.8	2.9	-	2.2	2.2
Amphétamines et autres stimulants	0.6	0.8	(0.3)	1.5	1.7	1.6	1.1	1.2	1.0
Hallucinogènes	1.2	1.7	1.2	3.0	3.8	2.9	2.1	2.7	2.1
Autres	0.3	0.3	*	0.7	0.5	0.3	0.5	0.4	(0.2)
	1992	1997	2002	1992	1997	2002	1992	1997	2002

( ) = proportion représentant moins de 30 cas      \* = proportion non représentative (moins de 10 cas)

Graphique 6:



En 2006, l'ecstasy avait été testée par 1,5% des filles de 15 ans et par 1,2% des garçons du même âge comme le montre le graphique 6. Comme auparavant, les moins de 15 ans ne sont pas concernés par ces drogues.

Le résultat est similaire aux autres substances. Les jeunes de moins de 15 ans de Verbier disent ne pas consommer de substances psychotropes. Cela ne signifie pas qu'ils ne seront pas amenés plus tard à en consommer.

D'une manière générale, le constat est identique à celui fait pour la cocaïne : les jeunes filles consomment plus tôt que les garçons. Mais par la suite, les hommes sont plus nombreux à consommer. Les données des graphiques ne correspondent pas à la même année, mais cela donne, tout de même, un bon point de comparaison.

Pour conclure ce chapitre, voici quelques points importants à retenir. Tout d'abord, une diminution de la consommation d'alcool, de tabac et de cannabis est constatée entre 2002 et 2006. Celle-ci a sans doute été favorisée par l'augmentation de la prévention qui

s'effectue sur plusieurs fronts, ce qui traduit une évolution des mœurs. Cette prévention a également porté ses fruits chez les jeunes interrogés à Verbier.

De plus, les hommes de plus de 15 ans consomment plus que les filles quelque soit le produit et quelque soit leur origine. Par contre, les filles plus jeunes consomment plus tôt que les garçons certains produits comme la cocaïne et l'ecstasy.

Ensuite, aucun des jeunes de moins de 15 ans de Verbier ne consomme l'un des produits présentés.

De plus, avec l'âge, il y a plus de consommateurs masculins que féminins quelque soit le produit.

Et enfin, à Verbier, il semble qu'il ait plus de consommateurs de cocaïne et d'ecstasy que dans le reste de la Suisse.

La conclusion au terme de ces deux chapitres révèle que les garçons prennent plus de risques que les filles au niveau de la consommation de manière générale et au niveau du sport quelque soit le lieu d'où ils viennent.

### **3. Influencer les jeunes: les séduire/les manipuler**

#### **3.1 Du groupe de pairs à la sous-culture jeune**

L'objectif de ce chapitre est de montrer la différence qui existe entre le groupe de pairs et la sous-culture. Il s'agit notamment des différentes influences en rapport avec le freeride et le freestyle, mais également de l'impossibilité d'établir un profil de personnes pratiquant le ski de façon risqué. Chaque personne est susceptible d'adopter des conduites à risque.

Le groupe de pairs est un groupe composé de personnes de même tranche d'âge. Il peut se former au travers d'activités sportives ou culturelles, de l'école ou encore du voisinage. Il est très utile à l'enfant et à l'adolescent, car c'est là qu'il va apprendre à se confronter aux autres et à se connaître lui-même. Il aura également un rôle déterminant dans ses interactions sociales à l'âge adulte. Le groupe de pairs est souvent un milieu sûr dans lequel le jeune peut expérimenter de nouvelles choses, obtenir un soutien affectif et se désengager de sa famille. Pour être accepté dans le groupe, le jeune doit, quelques fois, passer par un rite de passage surtout durant l'adolescence.

La sous-culture se définit par un ensemble de valeurs, de pratiques et de normes propres à un groupe social qui diverge par rapport à la culture plus globale à laquelle elle appartient. Les groupes freeride et freestyle sont des sous cultures. Il s'agit donc de personnes qui s'associent pour former un groupe aux valeurs et pratiques communes.

La différence fondamentale entre le simple groupe de pairs et la sous-culture est que dans la sous-culture les personnes se rapprochent, car elles ont une idéologie commune. Dans un groupe de pairs, le rapprochement est basé sur des points communs tels que l'école ou encore le sport. Le freeride et le freestyle sont deux sous-cultures qui peuvent amener à prendre des risques. Toutefois, ces risques appartiennent à l'état d'esprit de ces deux disciplines. Par contre, le groupe de pairs peut amener le jeune à prendre des risques, par exemple, lors de rites de passage qui peuvent être en lien avec la pratique du freeride ou du freestyle, mais ils ne sont pas comparables. L'approche est différente selon que le jeune appartienne ou non à cette sous-culture.

*« Et bien euh bon je dirais que moi j'étais avant la vague de mode qui s'est un petit peu déferlée. Là j'ai commencé avant j'ai commencé il y a quoi 7 ou 8 ans je crois et là c'était pas trop à la mode c'était un peu marginal et puis ça avait une image cool. Tu vois donc on appartenait à la classe des gens cool. Mais bon ça m'a jamais euh, j'ai pas fait ça pour dans le but de faire partie de cette caste c'est juste que ça me plaisait et pis voilà. C'est vrai que c'est mieux que faire du monoski ; pour être clair niveau image c'est ça voilà. (...) Freestyle freeride ah voilà ça moi je pense je trouve un peu ridicule le fait bon voilà on est tous des snowboarders quoi donc moi je fais pas de différence notoire on dira mais ouais il y a les freestylers d'un côté les freeriders de l'autre c'est vrai que c'est pas pour certain c'est pas la guerre mais ils cherchent à s'intéresser ; pour ma part je suis assez polyvalent donc je fais assez partie des deux. A mon avis. »<sup>39</sup>*

---

<sup>39</sup> Olivier, garçon de plus de 18 ans

Ces quelques extraits d'entretien relèvent que certains jeunes s'identifient au groupe en tant que sous-culture et que d'autres parlent simplement de groupe d'amis. Dans les deux cas, il existe une influence du groupe sur l'individu.

*« Ben que j'ai été mise sur des skis à l'âge de 2 ans, j'ai bien aimé le ski et pis à l'âge de 12 ans j'ai commencé le snowboard. Maintenant ce qui fait que j'en ai 25 ce qui fait que ça fait bien 12 que je fais du snowboard. Pis vu que j'ai commencé tôt et étant une casse-cou ben j'ai eu la chance d'acquérir un certain niveau ce qui m'a permis d'avoir des bons résultats dans des compétitions amateurs et régionales qui fait que j'aime beaucoup prendre des risques pis euh enfin le freeride je trouve que c'est plus ça me correspond plus que le freestyle. Parce que le freestyle ça reste enfermé dans un parc ou euh tu restes tes mouvements sont monotones on va dire aussi que si je suis paysagiste c'est que tous les jours je fais quelque chose de différent je suis pas enfermée. Le freeride c'est pareil ça me permet de m'étendre sur toute la face de la montagne. Et pas avoir de contrainte que je dois faire ce job ou ce job pis rester dans le bon sens du parc. J'aime pouvoir aller où je veux »<sup>40</sup>*

Dans le cas du groupe de pairs, il ne s'agit pas de risques pris par passion, mais plutôt par imitation afin d'intégrer le groupe. Dans le cas de la sous-culture, cette pratique correspond à un besoin ou à des valeurs communes avec ce mouvement.

*« Je pense que ça a une énorme influence ouais, je pense que c'est comme finalement on va se mettre dans un groupe on va faire quelque chose de dangereux finalement c'est un peu comme la cigarette on va commencer à fumer parce qu'on est dans un groupe même en sachant qu'éventuellement on sait tous qu'il y a un risque de passer sous une avalanche on sait tous qu'il y a un risque d'avoir le cancer mais finalement il y en a énormément qui commence à fumer quand même parce qu'ils sont dans un groupe uniquement par l'influence des autres et pis donc ouais par l'influence des autres ils vont forcément aller faire enfin si il y a un ou 2 leaders qui sont assez pour le hors pistes et comme ça c'est clair que dans le groupe ils vont vite tous aller faire du hors piste et pis peut être que ces 2 leaders ils avaient un peu des connaissances de la montagne. »<sup>41</sup>*

Le freestyle et le freeride peuvent être considérés comme des sous-cultures du ski. Il s'agit de sports de glisse reliés à la pratique « fun » qui est née sur les plages californiennes dans les années 60<sup>42</sup>. Il s'agissait d'un mouvement de revendication. Leurs principes communs sont la convivialité et la sociabilité. Néanmoins, ils ont également des différences notoires tout particulièrement au niveau de la pratique.

A son origine, le freeride consistait à pratiquer un sport comme le ski, le snowboard, etc. en total liberté, sans cadre. Il était associé aux grands espaces, à la prise de risques et à l'absence de compétition. Toutefois, le freeride a fini par s'adapter à la pratique de masse, des lieux ont été aménagés pour sa pratique ; il existe du matériel spécialisé, des compétitions ainsi que des professionnels.

---

<sup>40</sup> Denise, fille de plus de 18 ans

<sup>41</sup> Nicolas, garçon de plus de 18 ans

<sup>42</sup> DROUET, Y., KEMO KEIMBOU, D.C., Comment devient-on freerider ? In INIST

*« (...) Ouais peut être quand on regarde certains peut être le ski de piste c'est plus un sport où tu peux arriver à un niveau enfin un sport où tu donnes ; plutôt que le freeride c'est plus un sport de délire pour le plaisir comme ça tandis que le ski de piste c'est comme tu dirais du foot ou quelque chose comme ça c'est quelque chose où tu t'entraînes pis tu peux arriver à un haut niveau quoi. Enfin pour moi c'est plutôt pour le plaisir sans non plus faire trop de contest et pis vouloir arriver à un haut niveau. »<sup>43</sup>*



Le freestyle consiste, quant à lui, à faire des figures en sautant à partir d'une base en neige ou en métal. Les buts recherchés sont la performance, la beauté du saut et les sensations lors du vol. Les snowparks et le freestyle sont nés par imitation des skateparks qui existaient déjà dans les villes.

---

<sup>43</sup> Martin, garçon de moins de 16 ans



Il n'est pas possible d'effectuer un profil de personnes prenant plus de risques en ski. En effet, les personnes appartenant à l'une ou l'autre de ces sous-cultures prennent plus de risques que la moyenne, car cela fait partie de leur manière de pratiquer le sport. Toutefois, elles ne sont pas les seules à en prendre. D'autres personnes prennent le même type de risques, mais pour des raisons différentes. Il peut s'agir, par exemple, de rites de passage. Il n'est donc pas possible de prétendre que les jeunes ayant des pratiques risquées appartiennent à la sous-culture freeride ou freestyle.

Beaucoup de jeunes parlent de freeride ou de freestyle, mais il ne s'agit pas toujours d'un vrai engouement. Il ne s'agit, parfois, que d'une envie de suivre une mode ou d'imiter ces pairs. Ceux-ci ont un grand pouvoir sur les adolescents qui cherchent à s'identifier à d'autres individus que leurs parents :

*« Mais disons que j'avais peur de me tromper entre le freestyle et le freeride. Mais le freestyle si j'ai bien compris d'après les autres amis, en fait, je fais un peu comme les autres. Et ben c'est tu sautes et pis tu fais des figures et des trucs comme ça quoi tu vois. »<sup>44</sup>*

Leur but est d'être accepté par le groupe, à n'importe quel prix.

### 3.2 Publicité ciblée sur la jeunesse

Ce chapitre a pour objectif d'analyser l'omniprésence de la publicité dans la vie d'un jeune. Sera tout d'abord examiné l'impact de la publicité à Verbier tant celle faite pour la station à l'extérieur que celle vue dans la station. Puis, la lumière sera mise sur le pouvoir du sponsoring par des entreprises productrices de boissons alcoolisées.

Verbier base une grande partie de sa publicité sur le freeride et le freestyle. Plusieurs manifestations qui ont lieu, durant l'hiver, sont en rapport avec ces deux pratiques. Citons notamment l'Xtrême ou encore le Rookies contest. Verbier a la volonté d'attirer des jeunes dans la station, mais certainement aussi de faire connaître le freeride et ses risques. En effet, cette saison, des cours de sensibilisation et de prévention des avalanches et du hors

---

<sup>44</sup> Brigitte, fille de moins de 16 ans

piste ont été organisés. Ils comprenaient un enseignement des règles élémentaires du freeride, le fonctionnement et l'utilisation du matériel de secours ainsi que des informations générales sur la région.<sup>45</sup> De la prévention a également été faite au CO Bagnes-Vollèges<sup>46</sup>. Les élèves ont eu l'occasion de participer à une recherche de victimes d'avalanche sur le domaine skiable de Verbier ainsi qu'à divers ateliers autour de ce thème. Le concept « Esprit Montagne » a été initié par le responsable des secours de Téléverbier, soutenu par l'OCVS (organisation cantonale valaisanne des secours), tous les CO valaisans devraient pouvoir profiter de cette campagne de prévention.

Les accents mis d'une part sur la publicité effectuée pour la pratique du freeride à Verbier et d'autre part sur les cours de prévention autour de cette pratique peuvent sembler paradoxaux. D'une certaine façon, cela montre que la publicité fait son effet et que les gens viennent à Verbier pour pratiquer le freeride. Par ailleurs, organiser ces cours révèle que cette pratique comporte des risques. Les jeunes, tout particulièrement, sont encouragés à venir à Verbier pour prendre des risques. D'un côté, la station veut montrer qu'elle assume sa publicité. Mais d'un autre côté, elle essaye de réduire les risques liés au freeride par cette sensibilisation. Il n'est bien sûr pas possible de faire de la prévention en mettant les gens en garde face aux dangers d'une pratique qui est le principal outil marketing de la station. Il s'agit ici d'enjeux financiers qui dépassent le cadre de cette recherche.

Cet extrait montre que cette personne interviewée est sensible au fait que la publicité de Verbier est basée sur le freeride.

*« C'est clair, la station de Verbier ouais toute sa pub elle est axée sur, on verra jamais un skieur sur la piste à faire un virage dans une pub de Verbier jamais et puis on ouais eux aussi banalisent le hors piste et tout ça mais je pense que eux en tant que professionnels de la montagne ils banalisent pas les risques du hors piste. On a quand même une équipe de patrouilleurs qui minent tous les couloirs vraiment mais tous des endroits qu'on pense même pas qu'on pourrait aller skier ils vont miner parce qu'ils se disent il y a peut être un imbécile qui va y aller. Et euh finalement bien sûr qu'ils prennent des risques en faisant ça ils influencent mais bon il faut bien vendre je pense et par rapport à une autre station ils vont favoriser cet esprit très hors piste, très freestyle aussi et pis avec l'Xtrême en plus ça je pense que ça a énormément ouvert le hors piste à Verbier mais je pense qu'ils assument entièrement les responsabilités du hors piste. »<sup>47</sup>*

Verbier sponsorise également divers types d'événements hors du canton, manifestations musicales ou sportives par exemple. Les conditions d'octroi de soutien étant principalement financières. Verbier sponsorise, par exemple le LUC, qui est l'équipe de volleyball de l'université de Lausanne. Il est clair que la station cherche à attirer des jeunes sportifs pour pratiquer ces sports funs, mais également une clientèle pour ses discothèques. C'est dans les villes que la station cherche ses futurs clients :

*« En attendant, ils veulent amener des gens qui font du freeride qui font de la montagne mais ils veulent amener des gens pour faire la fête ».<sup>48</sup>*

---

<sup>45</sup> Site de Verbier sport plus : [www.verbiersportplus.ch](http://www.verbiersportplus.ch)

<sup>46</sup> ANZEVUI, J. Echo des Dranses. p. 17

<sup>47</sup> Nicolas, garçon de plus de 18 ans

<sup>48</sup> Denise, fille de plus de 18 ans

En parlant de publicité et de Verbier, il n'est pas possible de passer à côté de la marque de bière Carlsberg. Elle est omniprésente, dans la station, sur les pistes, sur les remontées mécaniques, etc. En allant à Verbier, il n'est tout simplement pas possible de ne pas voir, au moins une fois, ce slogan « Carlsberg, Probably the best after ski in the world » ce qui signifie que Carlsberg est probablement le meilleur « après-ski » au monde. En arrivant au sommet des installations aux Attelas, il y a même un panneau qui indique la direction du Chalet Carlsberg au même titre qu'il indique la direction des différentes pistes.



Ce slogan doit rendre la bière indispensable dans la pratique du ski. Les interviewés se disent insensibles à la présence de la marque, mais ils pensent que les touristes présents sont touchés et qu'ils associent peut être Verbier à cette marque.

*« Je pense pour eux, ils vont à Verbier et peut être s'ils voient de la Carlsberg partout il faut qu'ils boivent de la Carlsberg. Je pense que ça joue un rôle, ça je pense que oui. Ouais. »<sup>49</sup>*

*« (...) Quand je vois le chalet Carlsberg sur les pistes je vais pas tellement là-bas bon déjà c'est bourré de monde parce que ça a l'air d'attirer pas mal de monde en tout cas mais moi pas. »<sup>50</sup>*

*« Sur moi ça a pas grand effet quoi, bon Carlsberg ben il y en a partout évidemment (...) mais je dirais que ouais pour moi ça a pas un grand effet mais ça doit avoir un effet surtout sur les adolescents »<sup>51</sup>*

D'autres pensent que cette association ne devrait pas exister et que cela a un effet négatif.

*« Ouais ça me fait un effet négatif. Parce que me dire qu'une station de ski connue comme Verbier doit être sponsorisée par une boisson alcoolique alors qu'ils font de la pub pour le freeride et le freeride c'est sain alors je trouve que c'est contradictoire. Et que Verbier ça s'associe pas du tout avec la Carlsberg ». »<sup>52</sup>*

<sup>49</sup> Carole, fille de plus de 18 ans

<sup>50</sup> Martin, garçon de moins de 16 ans

<sup>51</sup> Nicolas, garçon de plus de 18 ans

<sup>52</sup> Denise, fille de plus de 18 ans

Ce n'est pas le seul sport qui soit lié à cette marque<sup>53</sup>. L'Eurofoot est également sponsorisé par Carlsberg tout comme l'équipe nationale de foot. En Suisse, il n'y a pas de cadre légal qui interdise d'associer l'alcool et le sport. En effet, la loi suisse distingue deux groupes de boissons alcoolisées : d'une part, des boissons distillées comme la bière ou le vin, et d'autre part, les boissons spiritueuses comme les liqueurs, les eaux-de-vie, etc. Les entreprises produisant des boissons alcoolisées peuvent devenir sponsors sous certaines conditions. Effectivement, seul le nom de l'entreprise, du commerce ou d'un autre objet de publicité peut être utilisé comme sponsor, mais en aucun cas le produit alcoolique ou le nom d'une boisson distillée. Par exemple, il est possible de voir apparaître « Carlsberg », mais pas « Bière Carlsberg ». Il est par contre interdit de faire de la publicité pour des spiritueux sur les places de sport et lors de manifestations sportives. Il est donc possible pour les divers producteurs de vins et de bières de faire apparaître leur publicité sur tous les terrains.

Dans les autres pays européens, la législation est plus stricte. En France, est appliquée la loi Evin pour lutter contre l'alcoolisme. Celle-ci indique que « toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques. »<sup>54</sup> Concrètement, la chaîne Eurosport ne diffuse pas de publicité pour l'alcool.

L'association swiss olympic a publié une liste des substances et méthodes dopantes interdites. En 2006, suite à une mise à jour, neuf disciplines sont répertoriées. Auparavant, figuraient cinq disciplines supplémentaires, dont le ski. Les instances sportives suisses font des choix surprenants lorsqu'il s'agit d'exclure l'alcool du sport. En effet en Suisse, les entreprises productrices de boissons alcoolisées sont des lobbies importants. Cela explique peut être le choix de ces instances.

Pour les entreprises, le sport est un moyen de promotion idéal. Certains événements sont à caractère national voire international, ce qui augmente encore le bénéfice qu'ils en tirent. Cette publicité n'est pas uniquement destinée aux jeunes, mais à un public de tous âges.

Ce sponsoring fait par des entreprises productrices de boissons alcoolisées a un coût non seulement pour elles, mais également pour les sportifs. En effet, une étude a démontré que « les groupes sponsorisés par des entreprises productrices de bières et de vins consomment de l'alcool après les matchs plus fréquemment, en plus grande quantité et plus diversement que le groupe sponsorisé par des entreprises exerçant dans d'autres branches économiques. »<sup>55</sup> Cela montre l'influence qu'ont le sponsoring et la publicité sur les consommateurs adultes.

La publicité ciblée sur les jeunes a pour but de faire devenir les jeunes, le plus vite possible, de parfaits consommateurs. Ils sont prêts à faire n'importe quoi pour avoir l'air cool et être dans la norme. Les publicitaires profitent de cette période de vulnérabilité durant laquelle l'adolescent cherche à s'identifier à de nouvelles personnes. La publicité lui offre une panoplie de personnalités et sportifs en tous genres auxquels s'identifier.

---

<sup>53</sup> LACHAT, F., MEISTER, M. Existe-t-il un lien entre le sponsoring sportif pas des entreprises productrices de boissons alcoolisées et la consommation des sportifs en Suisse romande ?

<sup>54</sup> LACHAT, F., MEISTER, M. Existe-t-il un lien entre le sponsoring sportif pas des entreprises productrices de boissons alcoolisées et la consommation des sportifs en Suisse romande ?, op. cit.

<sup>55</sup> Ibid p. 34

### 3.3 Contrôle parental et des connaissances

Ce chapitre va permettre de montrer l'importance des parents dans les conduites des jeunes. Il va s'agir de repérer leurs différents rôles, mais également leurs difficultés quant au contrôle sur les activités de leurs enfants.

La plupart des jeunes ont un comportement différent lorsqu'ils se trouvent avec leurs parents ou avec leurs pairs.

*« Si je rencontre par exemple une copine ou un truc ou un copain ou une bande d'amis ben je vais aller avec eux parce que tu t'éclates quand même plus qu'avec les parents. À être toujours derrière comme ça en train de suivre toujours être en chasse neige. »<sup>56</sup>*

L'exemple des pistes de ski révèle qu'un même jeune adoptera des pratiques très différentes selon qui l'accompagne. Sans la présence des parents, la tendance à pratiquer des conduites à risque augmente. Les parents peuvent jouer un rôle de régulateur; ce rôle peut également être joué par une petite amie, par exemple, comme dans le cas du deuxième extrait.

*« Ouais c'est je dirais que si je vais déjà avec ma copine sur les pistes euh je vais pas aller comme si je vais avec un copain qui est qui fait énormément de freeride ou de trucs comme ça quoi je vais plutôt rester sur les pistes en allant tranquille et tout ouais ça change un peu quand même. »<sup>57</sup>*

Le milieu familial est le premier endroit où l'enfant acquiert les règles de base de la société dans laquelle il vit. La famille a un rôle de protecteur. Elle ne va donc pas accepter les risques pris par le jeune. Certains jeunes respectent les règles au sein de la famille mais les remettent en question lorsqu'ils se trouvent avec leurs pairs. Cela explique les différences de comportement.

Il est de plus en plus difficile pour les parents d'avoir un contrôle sur les activités de leurs enfants. En effet, bon nombre d'entre elles ne sont pas identifiables pour les parents. Ils ne savent, par exemple, pas se représenter un contest de freeride. Alors comment imaginer ce qui s'y passe. Les occupations des jeunes d'aujourd'hui sont très différentes de celles d'autrefois. Les modes et les pratiques ont énormément changé et sont devenues incompréhensibles pour les parents.

Pour conclure, les jeunes peuvent être influencés par divers éléments. D'une part, le groupe de pairs influence le jeune dans ses pratiques et ses décisions. Le groupe incite le jeune à adopter tel ou tel comportement afin de pouvoir y adhérer. Celui-ci cherchera à agir par imitation afin d'être accepté.

---

<sup>56</sup> Brigitte, fille de moins de 16 ans

<sup>57</sup> Martin, garçon de moins de 16 ans

D'autre part, le jeune peut être influencé par une sous-culture. Celle-ci le séduit par des idéologies et des pratiques qui lui correspondent. C'est ici le goût du risque et non l'imitation qui prévaut.

Et enfin, la publicité séduit ou manipule le jeune afin de le faire consommer tel ou tel produit. De plus, les sportifs adhérant à des clubs sponsorisés par des entreprises productrices de boissons alcoolisées consomment plus d'alcool que les autres. Ceci conduit à se demander si une station sponsorisée par une boisson alcoolisée amène aux mêmes conclusions. C'est-à-dire que les personnes fréquentant cette station sont amenées à consommer plus d'alcool que dans une autre station qui ne serait pas sponsorisée par une boisson alcoolisée. Voici qui pourrait faire l'objet d'une nouvelle recherche.

## F. SYNTHÈSE

Ce chapitre va servir à répondre aux hypothèses ainsi qu'à mettre en évidence quelques éléments significatifs de l'analyse.

### Hypothèse 1

La première hypothèse admet que les jeunes ont des conduites à risque parce qu'ils sont jeunes.

Cette hypothèse, vérifiée dans la littérature, et présentée en première partie de ce travail, se vérifie à nouveau dans les résultats de l'analyse du questionnaire. Il est avéré que les jeunes ont des conduites à risque, durant leur adolescence, afin d'adhérer à un groupe de pairs. En effet, un des lieux de socialisation privilégiés, durant cette période, est le groupe de pairs. Le jeune est souvent prêt à tout pour y adhérer. Cela le conduit à pratiquer un sport de manière risquée ou encore à consommer par exemple des produits psychotropes. Ces pratiques peuvent être considérées comme un rite de passage. Le jeune étant dans une phase de construction de son identité, il se laisse facilement entraîner dans des activités qui transgressent les règles posées par ses parents. Il est dans un moment de remise en question des comportements d'adultes.

L'analyse démontre qu'en vieillissant les personnes prennent moins de risques. La perception du risque est en effet très différente en fonction de l'âge. En vieillissant, la peur de se blesser devient de plus en plus présente et l'insouciance laisse place à la raison. La majorité des personnes qui ont des conduites à risque sont des jeunes. Les adultes qui continuent à avoir des pratiques risquées ne sont pas justifiées de la même manière que celles des adolescents. Dans le cas d'un freerider, par exemple, il ne s'agit plus d'épater les copains, mais d'un besoin d'adrénaline.

Cette première hypothèse peut être confirmée avec la réserve que les jeunes ne sont pas les seuls à avoir des conduites à risque. Elle se divise en trois sous-hypothèses :

- La recherche de vitesse et de l'émotion du vide sont des conduites à risque.

Cette hypothèse peut avoir deux réponses. L'une qui provient de la théorie et l'autre de l'enquête.

Comme montrer dans la première partie, rechercher des sensations fortes peut être une des causes de la pratique de conduites à risque. Le jeune est à la recherche de stimulations afin de sentir son corps et ses limites. En d'autres termes, le jeune a des conduites à risque pour connaître des sensations fortes telles que la vitesse et la sensation de vide. Par contre, à aucun moment, il n'est mentionné que la recherche de sensations fortes est une conduite à risque.

Le questionnaire révèle que sauter une barre rocheuse est risqué et que skier très vite est un peu risqué. Toutefois, lors des entretiens, les personnes interrogées ont nuancé leurs propos. Ils ont insisté sur le fait que le comportement est risqué lorsque la personne qui les pratique n'a pas les compétences techniques pour les réaliser.

Il n'est pas possible de répondre à cette hypothèse par oui ou par non. Un grand nombre de paramètres entre en ligne de compte comme le niveau du skieur, la perception de la vitesse, etc.

- La consommation de produits psychotropes est une conduite à risque.

Cette hypothèse est confirmée par la théorie qui met la consommation de produits psychotropes dans la liste des conduites à risque. La consommation peut entraîner deux types de risques, un risque à court terme avec lequel la sanction est immédiate comme une overdose et risque à long terme, dans ce cas le risque provient de la répétition qui entraîne la dépendance. Peu importe le mode de consommation, il s'agit bien d'une conduite à risque.

- L'association de la recherche de vitesse, de vide et de la consommation de produits augmente les risques.

L'enquête a démontré au travers des entretiens et du questionnaire que consommer des produits en skiant était risqué. En effet, en consommant des produits psychotropes les perceptions sont modifiées. La consommation de ces substances entraîne une augmentation de la prise de risques par une diminution des capacités physiques qui conduit plus facilement à l'accident. Cette hypothèse peut donc être confirmée.

## Hypothèse 2

L'hypothèse 2 admet que les jeunes sont sous influence.

Cette hypothèse peut être confirmée : les jeunes sont clairement influencés par divers éléments de leur entourage. Sans porter de jugement sur la nature bonne ou mauvaise des influences, l'étude tend à montrer que le jeune est influencé, de multiples manières, que ce soit dans sa famille, dans son groupe de pairs ou par les médias notamment. Le processus de socialisation du jeune passe par des interactions constantes avec ces éléments qui déterminent ses relations sociales.

- La sous-culture influence les usages et les comportements.

Cette hypothèse, clairement démontrée dans la littérature est corroborée par les résultats des entretiens. Paradoxalement, les personnes interrogées prétendent ne pas être influencées et agir en ayant pleinement conscience de leurs actes. Toutefois, certains disent appartenir au groupe des freeriders ou des freestylers qui sont des sous-cultures. Et la caractéristique même de la sous-culture est d'influencer les usages. Les jeunes n'ont donc pas conscience des divers éléments qui les entourent et qui influencent leur façon d'agir.

Ces éléments sont malgré tout bien présents et régissent les interactions des jeunes avec le monde.

Du point de vue de la théorie, il est clair que la sous-culture influence les usages et les comportements. En effet, dans le cas du freeride ou du freestyle, il s'agit d'une sous-culture du ski ou du snowboard, car les usages sont différents. Donc la définition même du terme sous-culture implique une influence sur les usages et les comportements.

- La consommation de masse favorise certains comportements.

Il est démontré que les sportifs de clubs sponsorisés par une boisson alcoolisée consomment plus d'alcool que ceux sponsorisés par d'autres parrains. Ainsi, médias et publicités jouent un rôle incontournable dans nos sociétés de consommation. L'omniprésence de la publicité influence certains comportements, soit en créant des besoins, soit en se rendant indispensable dans des manifestations attractives tels les événements sportifs. Tous ces éléments tendent à confirmer cette hypothèse : et les jeunes sont des cibles privilégiées de cette consommation de masse.

- Le groupe de pairs influence le comportement du jeune.

Le groupe de pairs joue un rôle primordial dans le processus de socialisation tout particulièrement durant la période de l'adolescence. En effet, c'est durant cette période que le jeune tend à se détacher de ses parents afin de forger sa propre identité. Pour cela, il passe par une phase d'identification à ses pairs. Voulant être accepté par le groupe, il peut être amené à devoir se plier à des rites de passage imposés par ses pairs afin d'y adhérer. C'est lorsque ces rites contiennent des conduites à risque que le jeune adopte des comportements inhabituels. Les réponses données dans les entretiens confirment cette hypothèse.

En effet, lors des entretiens, les interviewés ont prétendu que leur comportement était modifié lorsque qu'ils se trouvaient avec un groupe de pairs. Dans la plupart des cas, ils sont amenés à prendre plus de risques.

Il semble, effectivement, que le groupe de pairs influence le comportement du jeune.

- Le contrôle parental et des connaissances réduit le risque.

La famille est le premier endroit où l'enfant acquiert les règles de base et joue par ailleurs un rôle de protection. Il ressort des entretiens que les jeunes se comportent de manière plus prudente sous le contrôle de leurs parents, du moins chez les plus jeunes. Malgré ces réserves, cette hypothèse peut être confirmée, la présence des parents et des connaissances réduit le risque.

## Généralités

En plus de la vérification des hypothèses, cette recherche a permis de mettre en évidence d'autres éléments essentiels dans la compréhension de la pratique de conduites à risque ainsi que dans le rôle joué par la consommation de masse.

- Premier constat : les hommes et les femmes se comportent de manière très différente face à la prise de risques.

L'analyse montre à plusieurs reprises que les femmes prennent moins de risques que les hommes. Ce phénomène peut s'expliquer de manières différentes. Tout d'abord, par le fait que les femmes se mettent moins souvent que les hommes dans des situations de danger. L'exemple des accidents d'avalanches démontre que les femmes se trouvent très rarement dans une telle situation. En cas de risques d'avalanches, elles vont tout simplement éviter de fréquenter la zone dangereuse, alors que les hommes ont tendance à ignorer les risques.

De plus, les femmes et les hommes jouent un rôle différent dans un groupe mixte. Ainsi l'homme est perpétuellement à la recherche d'une certaine reconnaissance. Il cherche à séduire par ses compétences. Dans un groupe mixte, il aura plus facilement tendance à prendre des risques inutiles comme par exemple se lancer dans le hors-piste sans les précautions nécessaires. La femme, au contraire, joue un rôle de régulateur. Elle tente de modérer les actes de ses pairs masculins et de réduire les risques pris par le groupe. Dans le cas de la montagne, les groupes mixtes ont moins d'accidents que les groupes exclusivement composés d'hommes.

- Deuxième constat : les jeunes sportifs consomment moins de substances psychotropes que la moyenne des jeunes suisses.

Il existe des différences dans l'attrait à la consommation de psychotropes des jeunes interrogés à Verbier par rapport aux tendances générales des jeunes suisses. Ainsi par exemple, aucun des jeunes de Verbier de moins de 15 ans n'a consommé des substances psychotropes. De plus, pour la plupart des produits, les jeunes qui ont répondu au questionnaire sont moins nombreux à avoir consommé que la moyenne suisse. Toutefois, la cocaïne et l'ecstasy font exceptions. Les jeunes interrogées à Verbier admettent plus facilement les avoir essayés que ce qui apparaît dans les études à l'échelle suisse. De ces résultats, il n'est pas possible de conclure que les jeunes sportifs prennent moins de produits psychotropes. Les sports d'hiver étant réservés à une clientèle privilégiée, celle-ci peut plus facilement s'offrir des produits psychotropes tels que la cocaïne ou l'ecstasy. Il convient de souligner que d'une part, tous les jeunes qui ont répondu au questionnaire à Verbier ne sont pas des sportifs et, que d'autre part, tous les sportifs de Verbier ne prennent pas de la cocaïne.

- Troisième constat : les médias, le sponsoring et la publicité possèdent un grand pouvoir dans le monde du sport.

D'ailleurs, cette recherche a permis de mettre en évidence le pouvoir des médias dans le monde du sport ainsi que sur les adolescents. Pour ce qui est du sport, il est indéniable que la publicité a pris une très grande place pouvant régir jusqu'aux horaires des manifestations. Chaque événement naît grâce à un sponsoring qui a lui-même une influence directe sur les sportifs. Comme déjà vu précédemment, les sportifs appartenant à des clubs sponsorisés

par des boissons alcoolisées consomment plus que les autres. Cet exemple montre l'ampleur du pouvoir de la publicité. La consommation de masse est donc directement en lien avec la pratique de certaines conduites à risque.

Reste à fournir des éléments qui permettent de comprendre, au moins en partie, ce qui pousse les jeunes à avoir des conduites à risque. Les différents éléments présentés dans cette recherche montrent toute la complexité de la compréhension de ces conduites. Les raisons qui peuvent pousser un jeune à avoir des conduites à risque sont diverses : processus de socialisation, rite de passage, besoin de reconnaissance, remise en question des normes, moyen de combler un manque, moyen d'oublier les contraintes, jeu symbolique avec la mort ou encore recherche de sensations. Toutefois, cette recherche s'est axée en grande partie sur le rôle de la socialisation.

Pour comprendre au mieux ces conduites et afin d'intervenir de la manière la plus pertinente possible auprès des jeunes, il est indispensable de connaître les raisons qui les poussent à agir de la sorte. Il est également très important de tenir compte de tous ces éléments qui peuvent s'additionner.

## G. CONCLUSION

### 1. Réflexion personnelle

Cette recherche m'a permis d'avoir une réflexion sur mes propres conduites à risque durant l'adolescence. Je suis capable d'avoir un regard critique sur cette période en identifiant chaque comportement et ses raisons. Cela m'a aidée à comprendre qu'il y a des comportements qui sont liés à chaque âge. Toutefois, on ne peut les conscientiser qu'après la période vécue. Grâce à cette réflexion, je vais pouvoir être plus attentive à des signes liés à d'autres crises. Durant mon adolescence, j'ai surtout pu identifier des comportements liés au besoin d'identification à un groupe, à des recherches de sensations et à une remise en question des règles des adultes.

Ce travail m'a également permis de réaliser une recherche autour d'un thème qui relie le travail social et ma passion pour le sport. J'avais envie de travailler sur ce terrain que je considère comme non professionnel car il me permettait une plus grande liberté.

Ce travail m'a apporté beaucoup de plaisir ainsi que de nouvelles connaissances mais il m'a également confrontée à des limites et des difficultés qui n'ont pas toutes été surmontées.

#### 1.1 Limites de la recherche

##### ➤ La question de départ

Ma question de départ peut avoir de multiples réponses. Toutefois, cette recherche n'a exploré qu'une seule des réponses possibles, il s'agit de la socialisation. Cela implique que de nombreux éléments de réponses ne sont pas apportés ici. Les éventuelles autres réponses à cette question pourraient faire l'objet d'une nouvelle recherche, comme par exemple le jeu symbolique avec la mort. Ma recherche ne répond donc que partiellement à la question de départ.

##### ➤ Le questionnaire

Cette recherche s'est basée sur un échantillon de 100 questionnaires. Est-ce suffisant pour que les résultats soient significatifs ? En effet, une catégorie d'âge était très peu représentée dans l'échantillon, cela a peut être un peu faussé les résultats. De plus, si j'avais choisi un autre jour pour la distribution des questionnaires, les résultats seraient peut être tout à fait différents. Malgré certaines preuves de cohérence apportées lors de l'analyse, il subsiste toujours un doute quant au bien fondé des réponses reçues. En outre, la population ciblée est aléatoire : toutes les personnes interrogées ne sont pas des sportifs, ce qui fausse une partie des résultats.

La construction du questionnaire constitue également une limite car elle donne une orientation particulière à l'analyse de manière irréversible. Il n'y a pas la même possibilité d'ouvertures, d'imprévus et de surprises que dans un entretien. Le choix de la direction de l'analyse doit être fait avant et ne peut plus être modifié.

#### ➤ Les interviews

Lors de la distribution du questionnaire, j'avais sollicité les personnes afin qu'elles participent à un entretien. Toutefois, ayant des critères assez précis, je n'ai pas eu suffisamment de personnes à ma disposition. J'ai donc dû solliciter des connaissances pour mes interviews. Le fait de connaître la plupart des personnes interviewées a probablement joué un rôle dans les réponses qu'ils m'ont apportées. Toutefois, je n'ai pas constaté d'incohérence majeure entre les interviewés. Je considère donc que cette influence est minime.

### 1.2 Difficultés rencontrées

#### ➤ Respect des délais

La principale difficulté que j'ai rencontrée durant cette recherche est lier ma vie personnelle, professionnelle et ce travail de recherche. J'ai souvent choisi de laisser de côté le travail de recherche pour maintenir un certain équilibre. Malgré le temps utilisé pour réaliser ce travail, il m'a apporté beaucoup de plaisir.

#### ➤ Méthodologie

La formulation de la question de départ m'a posé quelques problèmes. En effet, au fil de la recherche théorique quelques changements d'orientation se sont opérés et la question de départ ne correspondait plus au travail réalisé. Il a également fallu laisser de côté certains aspects qui n'étaient plus cohérents avec le reste de la recherche.

Ce travail m'a aussi apporté beaucoup de doutes concernant sa pertinence. J'ai continuellement remis en question l'orientation prise et les sujets d'analyse.

### 1.3 Compétences et apprentissages

#### ➤ Les apprentissages théoriques

Cette recherche m'a permis d'acquérir un certain nombre d'apprentissages théoriques notamment en ce qui concerne les conduites à risque, la socialisation des adolescents et l'influence des médias. J'ai également appris à retranscrire les idées puisées dans les diverses lectures effectuées et à élaborer un concept théorique. Dans ce cadre, j'ai appris à faire des liens entre les concepts théoriques et la pratique. Cet apprentissage m'est très utile dans ma pratique professionnelle.

➤ Conduire des entretiens

Afin de compléter mon échantillon, j'ai également été amenée à conduire des entretiens semi-directifs. J'ai appris à les préparer et à traiter les informations qui en ressortent. Cela m'a permis un entraînement supplémentaire qui rend mes entretiens professionnels plus pertinents.

➤ Concevoir un questionnaire

Dans le cadre de cette recherche, j'ai également été amenée à élaborer un questionnaire. J'ai appris à sélectionner les informations pertinentes, mais surtout à poser les bonnes questions. Il s'agit de questions qui amènent de la matière et des points de comparaison. Il a également fallu obtenir les autorisations nécessaires pour l'utilisation du terrain de recherche ainsi qu'une organisation particulière pour sa distribution.

➤ Mener une recherche à son terme

Ce travail m'a appris de mener d'un bout à l'autre une recherche. Il m'a fait passer par des moments de doutes qui ont été surmontés afin d'avancer. J'ai pu découvrir par ce travail comment une recherche théorique amène à la construction d'un objet d'étude et comment aboutit une analyse. Cet apprentissage peut être transposé à la construction d'un projet éducatif dans le travail social par ses étapes.

## **2. De la réflexion aux perspectives professionnelles**

Cette recherche m'a permis de prendre conscience que la prise de risques durant l'adolescence est un comportement très complexe. Il est sans doute incontournable durant cette période. Le jeune a besoin de ce passage pour pouvoir évoluer. Il est donc essentiel en tant que travailleur social d'avoir conscience de ce processus. Il ne faut pas essayer de l'éliminer à tout prix mais bien essayer d'en comprendre les raisons.

Un moyen de diminuer les risques liés à des conduites dangereuses est de faire de la prévention. Toutefois, les adolescents sont un public difficile à ce sujet. Il faut parvenir à les toucher et les intéresser pour qu'ils retiennent l'information. Qu'est-il donc possible de faire ? Le rôle du travailleur social est bien de s'intéresser à cette problématique et d'essayer de la résoudre. Voilà quelques propositions pour diminuer la pratique de conduite à risque.

- Première solution : Il s'agirait de diminuer les risques. Dans le cas des pistes de ski, c'est déjà le cas. Les patrouilleurs sécurisent le maximum de couloirs afin d'éviter des accidents d'avalanches. De plus, ils ouvrent de plus en plus d'itinéraires qui sont des endroits au risque limité lorsqu'ils sont ouverts. Toutefois, le problème reste présent car les jeunes ne respectent pas systématiquement la signalisation sur les pistes. L'avalanche n'est pas le seul risque dans le hors piste. Il n'est donc pas possible de

résoudre tous les problèmes avec cette solution. Mais elle améliore sans doute la situation.

- Deuxième solution : Il s'agirait de former les jeunes, de les sensibiliser au risque. Dans le cas des pistes de ski, des cours sont organisés afin que les jeunes apprennent à utiliser le matériel de secours comme le DVA (détecteur de victimes d'avalanches). En connaissant les risques, il est raisonnable de penser qu'il faudrait les éviter. Toutefois, le propre de l'adolescent est de ne pas être raisonnable. De plus, avec une petite formation ils peuvent penser qu'ils maîtrisent et prendre encore plus de risques. Il ne s'agit pas non plus d'une solution idéale.
- Troisième solution : Il s'agirait de rendre le port des protections obligatoires. Cela ne va en aucun cas limiter les accidents mais leur gravité.

Il m'est impossible actuellement de proposer une piste d'action qui semblerait efficace. Il est raisonnable de penser que diminuer les risques est l'intervention la plus pertinente. Cette question pourrait faire l'objet d'une nouvelle recherche ou d'un débat entre collègues.

De plus, les campagnes de préventions doivent faire face au pouvoir des médias. Ce n'est pas une tâche facile, car les publicitaires ont parfaitement cerné les intérêts des adolescents. A l'heure actuelle, il s'agit d'un élément essentiel de la socialisation, mais qui n'est pas suffisamment pris en considération. A travers cette recherche, j'ai découvert le rôle de la consommation de masse dans la socialisation de l'adolescent. Durant ma formation, j'ai eu l'occasion d'aborder cette thématique, toutefois, jamais l'importance des médias n'a été mentionnée. Il est indispensable en tant que travailleur social de tenir compte de toutes les influences que subissent les jeunes. Notre rôle est également d'informer et d'aider les parents qui sont démunis face au pouvoir des médias.

## H. BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages de références

- CAMPEAU, R. *Individu et société : introduction à la sociologie*. Montréal : gaëtan Morin éditeur, 1998 2<sup>e</sup> ed. 433 p.
- COLLARD, L. *Sports, enjeux et accidents*. Paris : Presses universitaires de France, 1998. 220 p.
- ETIENNE, J. *Dictionnaire de sociologie : les notions, les mécanismes, les auteurs*. Paris : Hatier, 1995. 251 p.
- DE VIRIEU, F.- H. *La Médiacratie*. Paris : Flammarion, 1990. 292 p.
- G. COSLIN, P. *Les conduites à risque à l'adolescence*. Paris : Armand Colin, 2003. 214 p.
- ERIKSON, E. *Adolescence et crise*. Paris : Flammarion, 1972.
- LE BRETON, D. *Conduites à risque*. Paris : Quadrige, 2002. 224p.
- LE BRETON, D. *Passions du risque*. Paris : Edition Métailié, 2000. 189p.
- LEHALLE, H. *Psychologie des adolescents*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995. 265 p.
- MICHEL, G. *La prise de risque à l'adolescence : Pratique sportive et usage de substances psycho-actives*. Paris : Masson, 2001. 217p.
- QUIVY, R., VAN CAMPENHOUDT, L. *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Dunod, 3<sup>e</sup> édition, 2006. 256 p.

### Ouvrages consultés

- CHANTELAT, P., FODIMBI, M., CAMY, J. *Sports de la Cité : Anthropologie de la jeunesse sportive*. Paris : L'Harmattan, 1996. 188 p.
- HERBERTEAU, H. *Comprendre les cultures des jeunes*. Paris : Les éditions de L'Atelier, 1997. 200 p.

## Articles consultés

- ANZEVUI, J. Journée « prévention » pour les jeunes du CO de Bagnes. *Echo des Dranses*, 2008, n°118, p.17
- BLACK, D., LAWSON, J., FLEISHMAN, S. Excessive alcohol use by non-elite sportsmen. *Drug and alcohol review*, 1999, volume 18, n°2, pp.201-205
- CHERPITEL, C.J., MEYERS, A.R., PERRINE, M.W. Alcohol consumption, sensation seeking and ski injury : a case control study. *Journal of studies on alcohol*, 1998, volume 59, n°2, pp.215-220
- DUBOIS, M. Les patrouilleurs sur la sellette. *BPA actuel*, 2006, pp. 10-12
- LOCK KUNZ, J., Drink and be active? The associations between drinking and participatioin in sports. *Addiction research*, 1997, volume 5, n°6, pp. 439-449
- LORENTE, F.O., SOUVILLE, M., GRIFFET, J., GRELOT, L., Participationin sports and alcohol consumption among French adolescents. *Addictive Behaviors*, 2004, volume 29, n°5, PP. 941-946
- MATHELIN, D. Alcool et sport : contre performance. Résumé d'une conférence présentée au cours de la 18<sup>e</sup> journée Raphaëloise de médecine rhumatologie et traumatologie sportive, 2001, 10 p.
- OFSP. Impliquer d'avantage les jeunes. *SPECTRA : prévention et promotion de la santé*, 2001, n°26, pp. 4-5
- OFSP. Quelles sont les mesures efficaces en matière de politique de l'alcool ? *SPECTRA*, 2005, n°48, pp. 4-5
- OFSP. Lorsque la violence côtoie le sport, l'alcool est souvent présent. *SPECTRA*, 2005, n°52, pp. 1-3
- PERETTI-WATEL, P., BECK, F., LEGLEYE, S. Beyond the U-curve the relationship between sport and alcohol, cigarette and cannabis use in adolescents, *Addiction*. 2002, volume 97, n°6, pp. 707-716

## Mémoire

- LACHAT, F., MEISTER, M. Existe-t-il un lien entre le sponsoring sportif par des entreprises productrices de boissons alcoolisées et la consommation des sportifs en Suisse Romande ? *Mémoire de fin d'études*. Lausanne, 2007, 53p.

## Sites internet

- ARTIAS. Dictionnaire suisse de politique sociale. *Association romande et tessinoise des Institutions d'action sociale*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.socialinfo.ch> (page consultée le 15 novembre 2006)
- BPA. *Site du bureau de prévention des accidents*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.bfu.ch> (page consultée le 4 janvier 2008)
- INIST. *Site de l'institut de l'information scientifique et technique*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.inist.fr> (page consultée le 5 février 2008)
- Réseau HEPA. *Site de promotion santé suisse*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.hepa.ch> (page consultée le 28 mars 2007)
- SFA/ISPA. *Site de l'institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.sfa-ispa.ch> (page consultée le 4 janvier 2008)
- Statistique suisse. *Site de l'office fédéral de la statistique*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.bfs.admin.ch> (page consultée le 15 novembre 2006)
- SUVA. *Site de la SUVA*. [En ligne] Adresse URL : <http://www.suva.ch> (page consultée le 4 janvier 2008)

## Pages web

- DUCLOS, A. « Avalanches et prise de décision : les raccourcis qui tuent ». In camp to camp. *Site de Skirando*. [En ligne] Adresse URL : <http://skirando.campnocamp.com> (page consultée le 4 janvier 2008)
- TECFA « Education & technologies ». In Université de Genève. *Site de l'unité académique de la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation de l'Université de Genève*. [En ligne] Adresse URL : <http://tecfa.unige.ch/etu/LME/9900/stanzani-magalhaes/lexique.htm> (page consultée le 30 octobre 2007)
- MEUNIER, A. « La culture ». *Site de A. Meunier, professeur de sciences économiques et sociales*. [En ligne] Adresse URL : <http://meunier.ses.free.fr/prem/culte.htm> (page consultée le 15 novembre 2006)
- « Identité subjective et interaction sociale ». In Université de Fribourg. *Site de l'Université de Fribourg*. [En ligne] Adresse URL : [http://www.unifr.ch/socsem/cours/compte\\_rendu/Identit%E9%20et%20interaction%20sociale.rtf](http://www.unifr.ch/socsem/cours/compte_rendu/Identit%E9%20et%20interaction%20sociale.rtf) (page consultée le 7 décembre 2006)

- ROYER, C. « Regards multiples sur le loisir ». In *Loisir et société. Site des presses de l'université du Québec*. [En ligne] Adresse URL : [http://www.puq.ca/produits/LES2801\\_INT.pdf](http://www.puq.ca/produits/LES2801_INT.pdf) (page consultée le 21 février 2007)
- RENAUD, N. « La bonne publicité est la pire ». *Site de la revue Hors Champs*. [En ligne] Adresse URL : [http://www.horschamps.qc.ca/article.php?id\\_article=230](http://www.horschamps.qc.ca/article.php?id_article=230) (page consultée le 2 mars 2007)

## I. ANNEXES

1. Un entretien dépouillé
2. Le questionnaire

## Annexe 1 :

Entretien Jérém<sup>58</sup>

Lieu : Lausanne, chez moi

Date : 10 janvier 2008

Durée : 30 min 26

*Chercheuse : Alors pour commencer je vais juste t'expliquer en quelques mots comment ça va se passer l'entretien. Donc il y a quelques mois tu as pu remplir le questionnaire sur les pistes. Donc maintenant on va le reprendre et pis euh tu vas essayer de me donner des informations supplémentaires concernant les réponses que tu m'as données. Mais pour commencer je te laisse juste te présenter. Enfin en quelques mots quoi.*

Jérémy : Ouais ben je m'appelle Jérém, je suis né à Verbier, j'ai grandi à Verbier, donc sur les pistes, en gros, je skie depuis que j'ai 3 ans. J'ai ma maman qui m'a appris à skier, et pis j'ai toujours skié avec elle, beaucoup de ski en famille et avec des copains. Donc je me présente par rapport au ski.

*D'accord*

Ouais j'ai fait un tout petit peu de compétition, ouais juste une année ou deux. Après j'ai ma sœur qui a fait de la compétition, je l'ai pas mal suivie, j'ai beaucoup entraîné le ski club, je travaille à l'école de ski de Verbier, Verbier sport plus pour faire de la pub, depuis 10 ans. Et pis voilà. En ski je crois que c'est tout le curriculum vitea que j'ai.

*Ok. Donc j'enregistre notre petite conversation pour la nécessité de mon mémoire. Alors, on peut reprendre ensemble. La première chose ça concernait ton avis sur les jeunes d'aujourd'hui. Donc on peut reprendre chaque point et en donner quelques mots. Donc la première chose, tu m'as dit les jeunes n'étaient pas sympas. Qu'est-ce que tu peux me dire par rapport à ça ?*

Je sais pas, j'étais un peu extrémiste ce jour-là ! Je pense, je pense que la majorité des jeunes sont quand même encore sympas mais je trouve qu'il y a quand même pas mal d'exceptions que c'est plus d'un point de vue du respect que je trouve que autant les jeunes, je dirais même jusqu'aux ados, je trouve qu'ils ont moins de respect envers les autres sur les pistes, que ce soit sur les pistes ou bien que ça soit carrément en ville ou comme ça. Enfin c'était pour dire ouais marquer qu'il y a quand même des exceptions c'est peut être pour ça que j'ai mis que les jeunes étaient pas sympas mais faut quand même dire que la grande majorité ils sont cool, têtes à claque quand même...

*Ok. Euh ensuite, le point suivant les jeunes ont trop de soucis. Bon là non.*

J'ai dit que non parce que finalement je pense que les éventuels soucis qu'ils peuvent avoir c'est par rapport à leur avenir et tout mais je trouve qu'on leur déroule de plus en plus le

---

<sup>58</sup> Prénom fictif

tapis rouge, qu'on a bientôt tout ce qu'on veut et pis qu'on a de la chance de vivre dans une société où on n'a pas de besoin de ouais de se battre pour avoir à manger et tout, donc finalement euh je pense que dans dans un état ouais généralement ils ont pas trop de soucis. C'est vrai qu'on voit maintenant qu'il a pas mal d'apparition de soucis sur des problèmes qui sont peut être plus liés à des troubles psychologiques ou comme ça mais dépendances et autres mais c'est vrai que sinon pour tout le reste, je pense que non. En général, je pense que non.

*Bon peut être c'est en lien avec la question suivante qui est ben les jeunes travaillent plus qu'autrefois. Qui est aussi non.*

Ouais je pense que par rapport à autrefois, bon autrefois, je sais pas comment ça fait mais c'est vrai quand on pense autrefois, je pense que le travail était différent mais maintenant on est beaucoup à l'école. Les moyens de rester à l'école sont de plus en plus faciles, on y est de plus en plus longtemps et pis euh. Beaucoup euh pour la majorité je pense des jeunes l'école c'est la planque et pis on fait un peu se qu'on veut. Et pis euh et pis voilà c'est facile. Mais donc après c'est vrai qu'il faut peut être pour euh avoir eu la bonne place le truc on doit travailler plus qu'autrefois puisqu'il y a peut être moins de place disponible qu'à l'époque. Mais que voilà mais autrefois, je pense qu'on devait déjà travailler beaucoup et pis que c'était peut être différent.

*Alors ensuite par rapport à la violence parmi les jeunes. Tu m'as dit oui il y a trop de violence.*

Je t'ai dit oui ça rejoignait un peu peut être l'idée de des exceptions du des gens sont sympas mais je trouve qu'il y a énormément de violence dans les jeunes puisque maintenant on a ouais c'est plus banalisée quoi la violence puisque finalement on dire à tout le monde t'es con, salop, salope euh alors on a des gestes faciles, et puis on a vite fait de de ouais de s'énervé contre des gens juste parce que voilà il était pas arrêté au bon endroit sur la piste parce qu'il a fait un petit peu de chasse-neige sur le sommet de la bosse et pis que ben du coup j'arrive plus à faire mon saut juste après. Donc on a vite tendance à s'énervé donc je trouve que là ça devient de la violence. Après la violence euh carrément physique je sais pas, je pense qu'il y en a toujours eu mais que maintenant on le médiatise plus facilement et puis tout le monde en parle.

*Alors ensuite par rapport à l'argent de poche, les jeunes ont beaucoup d'argent de poche donc tu...*

Ouais, non moi j'aimerais bien en avoir plus. Mais euh non je pense que je veux dire on vit ici euh tout est toujours tout est tout plus cher aussi donc finalement on a de l'argent de poche, je pense que pour beaucoup notre argent de poche on le gagne en ayant des petits jobs. Je pense qu'il y a très peu de famille qui qui enfin oui il doit y en avoir quand même pas mal mais qui reçoivent beaucoup d'argent de poche des parents et tout et que finalement ils en font ce qu'ils veulent ouais je pense qu'il doit y en avoir quelques-uns mais je pense.

*Ça nous concerne pas....*

Ouais voilà ! Dans mon cas, mon argent de poche je le gagne donc finalement j'en ai un peu mais voilà c'est pas de trop sinon je saurais qu'en faire !

*Alors ensuite la société aime les jeunes.*

Oui je pense parce que je veux dire on, la société c'est les jeunes ça en fait partie. Et pis on fait partie disons de la société donc pis qu'on comment dire ouais on est un peu l'avenir aussi et pis je pense pas qu'on soit mal aimé. Ouais j'ai pas tellement d'avis sur le sujet mais je crois qu'on ouais on fait partie de la société et pis du coup ben voilà quoi. Aucune idée je sais vraiment pas quoi dire sur cette question.

*Ok écoute ça suffit. Alors ensuite, il faut laisser les jeunes tranquilles donc*

Ben non justement comme je disais avant je trouve que par rapport au travail d'autrefois, je trouve que finalement comme on a pas plus de travail, tout finalement je crois que les jeunes ils ont besoin d'un peu qu'on leur euh comment qu'on leur fixe je trouve qu'ils ont de la peine à se fixer des objectifs et puis à se sortir les pouces pour obtenir les choses. On leur déroule trop, on leur déroule trop à mon avis le tapis rouge pour certaine chose et puis que finalement ils auraient besoin d'être secoués un plus pour qu'ils puissent ouais euh développer leurs capacités, finalement ils ont certainement énormément de capacités mais souvent ils ont pas envie de les exploiter mais de nouveau faut pas généraliser parce qu'il y en a énormément qui se fixe des objectifs, des rêves et pis qui se donnent à fond pour y arriver. Donc ouais certain aurait besoin d'être un peu secoué quoi.

*Alors ensuite la dernière question, les jeunes sont plus inconscients.*

J'ai dit oui mais je dirais plutôt qu'ils sont, on a plus repoussé les limites du conscient et de l'inconscient, je dirais que finalement euh à l'époque on se disait peut être que d'aller faire un couloir c'était inconscient maintenant de faire un couloir c'est devenu banal, on le voit à la télé, on le voit partout. Et du coup ils sont conscients qu'il y a un risque mais tout le monde le fait, donc c'est possible de le faire, donc on dira qu'ils deviennent inconscients puisque du fait qu'il y ait de nouvelles ouvertures, de nouvelles possibilités, ils vont encore aller plus loin et pis voilà donc ils vont prendre de plus en plus de risques et repousser les limites et puis du coup ouais ils atteignent ouais ils dépassent leur limite après s'ils sont conscients je pense que comme j'ai dit ils sont inconscients des risques qu'ils prennent pour aller plus loin mais cette inconscience est due à une ouverture qu'on leur offre par des par pleins de choses, par des images, tout ça ouais.

*Ok alors ensuite, on avait une série de comportements et on avait du enfin surtout toi dire si tu pensais s'ils étaient pas du tout risqué, un peu risqué, risqué, très risqué. Donc est-ce que je peux te demander de me dire celui que tu penses être le plus risqué et le moins risqué et pourquoi ?*

Euh ouais disons que là il y a pas mal de trucs où euh qui dépendent des conditions finalement mais c'est vrai qu'on se dit skier très vite début décembre sur la piste ça va il y a personne après c'est clair que ça c'est pour ça que moi je trouve que c'est pas très risqué mais tout dépend toujours des conditions. Mais disons que dans les moins ouais après j'ai mis des trucs très risqué comme skier en jeans, skier sans gant mais c'est clair que c'est des

c'est des ouais comportements finalement c'est ne pas connaître la montagne et pis se dire qu'on va dans un milieu où il fait peut être moins 10 moins 15 avec la vitesse, le froid et tout c'est plus des dangers euh physique léger je dirais que peut être éventuellement skier en hors-piste ça c'est très risqué à mon avis c'est le plus risqué je vais dire ouais comme ça ça répond mieux à ta question, c'est le plus risqué pour moi puisque euh surtout du fait que on a la majorité des gens qui le font n'ont pas les connaissances pour le faire, du coup c'est très risqué, parce qu'ils vont aller se mettre dans des conditions qu'ils connaissent pas que ce soit de l'avalanche, que ce soit un degré de pente, que ce soit un couloir où ils ne savent pas tourner parce qu'il y a pas la place, ce genre de chose et pis où il y a des rochers ou ce genre de chose donc ils ne connaissent pas. Pour moi ça c'est le plus risqué. Après j'ai mis que le moins risqué sur cette feuille j'ai mis que c'était skier très vite. Ouais je veux dire c'est clair que cette année entre Noël et Nouvel an skier très vite entre sur la Combe des Atlas à Verbier c'était euh suicidaire je pense. Mais euh voilà.

*Mais en fait ouais ça dépend des critères qu'on a pour répondre*

Ça dépend des critères qu'on a et pis des conditions je dirais parce que si ouais après toutes ces questions comme euh skier sans lunette, skier sans gant, skier en jeans finalement c'est pas risqué on fait au mois d'avril il fait grand soleil super quoi mais le fait la journée où il fait moins 27 je pense qu'on est vite au chocolat chaud.

*Ouais ben alors ton critère disons pour dire la chose la plus dangereuse c'est plutôt par rapport...*

La chose la plus dangereuse c'est par rapport aux connaissances, aux capacités...et puis

*Que les gens jugent mal chez eux...*

Voilà ils jugent mal et surtout par un manque de connaissances finalement que ça soit technique de ski, technique de la montagne euh.

*Mais pour toi-même aussi, enfin tu penses que c'est aussi skier...*

Ah pour moi le plus dangereux euh ouais je pense que ça sera faire du hors-piste ou sauter une barre rocheuse parce que j'atteins disons des limites c'est là où je vais peut-être atteindre mes limites à moi. Je pense que après je vais jamais skier sans gant, sans lunette, je fume pas de joints, je skie pas en ayant bu de l'alcool non plus et pis euh sauter d'un télésiège voilà quoi. Finalement le moins dangereux ça sera éventuellement skier très vite pour moi je pense que de nouveau dans mes limites techniques quand je sais que je peux faire un virage, que je peux m'arrêter s'il y a quelque chose qui arrive donc là je pense que ça va, toujours en restant dans les limites techniques et des connaissances.

*Après là tu m'as dit que tu étais par rapport aux autres personnes de ton âge, tu pensais que tu étais plus prudent. Alors est-ce que enfin qu'est-ce que tu penses que tu fais de plus ou de moins que les autres ? Enfin voilà pour prétendre être plus prudent ?*

Je pense que euh je suis devenu plus prudent, ouais j'ai eu une petite histoire une fois avec une avalanche, du coup depuis ouais j'ai plutôt tendance à vraiment sortir des pistes quand c'est vraiment hyper sûr même si il aurait d'autres fois où je me dis ouais je pourrais y aller mais j'ai un peu de réticence. Donc point de vu du hors-piste et tout ça je pense que je suis beaucoup plus prudent et pis sur les pistes euh

*Mais même tu peux me dire d'une manière générale sinon tu vois pas forcément sur les pistes*

Ouais à même tu dirais en dehors sur les voitures ou...

*Ben tu peux pourquoi pas*

Ah alors ouais non je pense que je suis assez prudent comme gars. Je suis pas le grosse tête brûlée qui prend énormément de risques, je suis plus pour aller pépère tranquille, je suis plus pour avoir le confort que c'est clair que j'aime bien avoir mes petits moments d'adrénaline et tout ça mais je vais les retrouver dans des trucs où je prends des risques qui sont peut être quand même pas mal calculés ouais je dirais ouais je pense que des fois je me dis ouais je pourrais aller encore deux fois plus vite mais je me dis aller à cette vitesse là ça me suffit ou ce genre de chose.

*Donc ça fait que par rapport aux autres qu'est-ce que tu fais pas.*

Que je fais pas par rapport aux autres, ben je pense que ben quand il vient de neiger je vais pas sortir des pistes quand je suis sur l'autoroute je vais me limiter à 140 je vais pas aller à 180. C'est être prudent 140 ! Surtout que t'enlèves encore 10 au compteur donc. Euh qu'est-ce que je ferais pas ouais je pense que du fait que je travaille dans un métier de la santé je pense que j'ai aussi assez conscience de tout ce qui est à risque, blessures et ce genre de chose et le temps qu'il faut pour faire une rééducation donc pour moi-même et justement pour mes études j'ai franchement pas envie de me casser quelque chose donc euh souvent je prends pas de risque, dans tout ce qui est saut je sais que je suis un monstre trouillard, je vais faire mon petit saut je fait un petit twist tranquille mais je vais jamais m'amuser à faire un 3/6 rien que parce que j'ai peur de me faire un croisé alors que je suis sûr que j'arriverai à le faire ou ce genre de chose. Alors par rapport à ça si je prends une comparaison avec mon cousin c'est pas dès que je vois une bosse j'essais de mettre la tête en bas et pis de voir comment j'atterri on verra bien non moi je pense que je fais un petit truc tout tranquille et pis voilà. C'est le genre de chose que je fais pas. Je sors couvert.

*Alors t'as encore quelque chose à rajouter ?*

Par rapport aux jeunes non. Je crois que c'est...

*Alors pour la question suivante c'était par rapport à la consommation de produit. Donc il y avait une liste. Tu m'as dit si tu les consommais à l'occase ou jamais. Alors en gros c'est que tu consommes jamais.*

En gros ouais

*A part de l'alcool occasionnellement*

Ouais de temps en temps un verre d'alcool mais c'est même pas c'est souvent même plus pour de la dégustation que pour voilà que pour vraiment pour prendre un pété comme dirais MC Giroud.

*La référence de l'hiver... mais sinon qu'est-ce tu penses de ouais de consommer ces substances sur les pistes par exemple ?*

Bon alors moi je pense que consommer des cigarettes sur les pistes ça pose pas ...

*Oui bon d'accord*

Trop de problème outre le fait qu'en montagne on a un air pur et pis quand on monte dans une file d'attente et pis qu'on a un gars qui fume droit devant on a rien qu'envie de bon. Et sinon tout ce qui est substances psychotropes l'alcool, le cannabis, la cocaïne, l'ecstasy euh moi je pense que euh ça fait qu'on a plus une maîtrise totale de nos moyens je pense surtout le point de vue de l'alcool on sait que ben ça atteint le lobe frontal et le lobe pariétale et qui fait que non du quoi on sait qu'on perd les notions d'équilibre, on perd euh c'est comme ben finalement c'est comme je pense que je peux faire un gros parallèle avec la voiture quoi sur la route. Où c'est finalement on est plus responsable que de nous-même quand on est sur les pistes parce que finalement il y a pleins d'autres gens autour donc étant responsable des autres on doit être en état de garantir leur sécurité et puis du coup je pense qu'en consommant ce genre de produits on diminue nos capacités et pis euh on risque de mettre en danger les autres par notre comportement qui n'est pas adéquat et qui ne serait certainement pas le notre si on n'avait pas si on n'avait pas pris tout ces produits. Par contre le chocolat c'est très bon.

*Oui ça j'ai vu, mais ça a pas d'effet sur le cerveau à oui si quand même parce qu'avec le plaisir ça sécrète je sais plus quoi j'ai oublié mais*

Ouais je sais plus non plus un truc d'endorphine sûrement un truc comme ça quoi...

*Ouais ça me rappelle quelque chose mais je crois que ça va on a le droit encore de boire des chocolats chauds sur les pistes.*

Ouais bon ça ça va

*Ok. Alors on va passer juste à la question suivante. Bon là jamais parce que... alors par rapport aux boissons là qui sont citées. Enfin là tu m'as dit. Enfin je te laisse...*

Ouais ben ce que je pense de ces boissons bon après c'est voilà c'est un peu par rapport à mes goûts. Moi j'aime pas la bière donc toutes les bières que t'as marquées là voilà c'est vite vu. Le red bull non plus j'aime pas du tout et après bon ce que j'en pense je pense que bon le red bull voilà ça excite les gens enfin ça excite c'est un peu comme le café quoi. C'est peut être même un plus pour les skieurs je dirais ça permet peut être d'avoir un état de vigilance plus grand. J'en sais rien j'aime pas du tout le goût donc j'en bois jamais. Sinon bon ben le coca cola, le rivella, le rivella ça c'est bien quoi j'aime bien et pis après je pense que c'est des produits qui ont aucune influence sur les comportements du skieur comme le powerade ou

bien le ouais le powerade et red bull je pense que c'est la même chose quoi. C'est des produits qui donnent un peu d'énergie et pis voilà ça a aucun c'est même on le vente comme produit pour les sportifs donc je pense que voilà c'est pas des produits qui sont vraiment néfastes. Pis après bon ben tout ce qui est un peu alcool fort smirnoff voilà j'aime pas trop les alcoolops et pis le vin ouais moi j'aime bien en mangeant ou un truc comme ça donc avec une petite fondue à la cabane ça passe bien un petit verre de blanc. T'en qu'on est dans les limites du raisonnable je veux dire la descente après c'est vrai que c'est comme avant il faut être capable de maîtriser son ski. Le 0,5 il faudrait pouvoir faire souffler.

*Je crois que ça se discute*

Hein ? ça se discute

*Ouais je crois bien. Ouais ben là en gros c'est que t'as répondu plutôt...*  
Ouais ce que j'aime ou ce que j'aimais pas

*Ouais voilà oui*

Après ce que j'en pense par rapport ouais, c'est comme je dis des boissons alcoolisées et tout ça ouais ça peut dans une consommation assez importante nuire à la sécurité ce genre de chose sur les pistes après les autres, boissons sportifs pourquoi pas ça peut peut être justement à la limite ça peut être même bien parce qu'il y a des gens qui quand ils skient ne pensent même plus pas à manger ou s'hydrater finalement c'est peut être pas si mal d'avoir des boissons un peu sportives comme ça.

*Sinon certaine de ces marques entre autre 2, elles sont quand même assez présentes à Verbier. Enfin en tout cas on peut pas les louper.*

Ouais on les vois partout

*Donc ça et ça c'est le sponsor de l'Xtrême enfin je sais pas si c'est encore. Enfin ça a de l'effet sur toi de voir genre sur toutes les cabines de voir marquer Carlsberg, sur les navettes de la station, sur le petit chalet.*

Le chalet Carlsberg ouais sur toutes les grosses cabines

*Enfin est-ce que...*

Ça a un effet sur moi ?

*Ouais. Enfin plutôt quel effet ça a sur toi ?*

Un peu d'indifférence je dirais parce que finalement voilà tant mieux ils sponsorisent ils font une grosse pub pour Verbier enfin sur Verbier et pis pour eux sur Verbier et pis après moi j'aime pas la bière donc Carlsberg euh de la bière ça me fait pas tellement d'effet.

*Ça te fait pas envie en tout cas*

Non pas du tout après bon ben voilà je trouve qu'ils ont des dessins sympas et des trucs comme ça sur leurs pubs c'est rigolo mais sans plus. Bon après c'est vrai que je trouve qu'ils sont envahissants. Mais bon. Ils pourraient diversifier un peu les trucs. Et pis l'autre boisson ouais on les voit un peu moins mais c'est vrai que j'en bois de temps en temps je suis pas fan du goût non plus. Mais voilà c'est pas la pub qui me fait que j'en bois plus quoi. Si tout d'un coup je suis devant un distributeur et pis que hop j'ai envie de goûter pour le goût quoi mais pas vraiment parce que j'ai vu une pub. Enfin je pense pas que je sois très influencé par ce genre de pub sur les pistes

*Ouais mais même enfin d'une manière générale, dans ta vie en générale est-ce que les publicités. Je veux dire euh comment elles t'influencent*

Je pense qu'on est tous inconsciemment un peu influencés. C'est clair que quand on se retrouve devant 15 rouleaux de papiers toilette on va choisir celui qu'on a vu à la télé finalement peut être mais je pense qu'en gros je suis pas une fashion victime à me dire ah j'ai vu ça à la télé il faut absolument que j'aie celui là. Donc la pub ouais ça m'influence pas trop peut être quand je cherche quelque chose et pis que finalement je vois si tout d'un coup c'est le truc que j'avais besoin je vais dire ah ben c'est là que je peux le trouver. Pis c'est clair que la pub ben je suis plutôt le genre de gars qui achète ce qu'il a besoin quand il va aux magasins et pis il rentre il passe 5 minutes et pis il ressort parce qu'il a ce qu'il lui fallait. Alors ouais je suis pas trop pour les pub. Ça m'influence pas des masses.

*Avant tu me parlais aussi de banalisation par rapport au par exemple au hors piste au freeride par exemple sur Verbier c'est vrai qu'il y a pas mal de publicité enfin voilà les pubs de Verbier c'est des pubs de freeriders. Qu'est-ce que tu penses de ça ?*

C'est clair la station de Verbier ouais toute sa pub elle est axée sur on verra jamais un skieur sur la piste à faire un virage dans une pub de Verbier jamais et puis on ouais eux aussi banalise le hors piste et tout ça mais je pense que eux en tant que professionnels de la montagne ils banalisent pas les risques du hors piste. On a quand même une équipe de patrouilleurs qui minent tous les couloirs vraiment mais tous des endroits qu'on pense même pas qu'on pourrait aller skier ils vont miner parce qu'ils se disent il y a peut être un imbécile qui va y aller. Et euh finalement bien sûr qu'ils prennent des risques en faisant ça ils influencent mais bon il faut bien vendre je pense et par rapport à une autre station ils vont favoriser cet esprit très hors piste, très freestyle aussi et pis avec l'Xtrême en plus ça je pense que ça a énormément ouvert le hors piste à Verbier mais je pense qu'ils assument entièrement les responsabilités du hors piste. Finalement je trouve qu'on a des conditions en hors piste je dirais de sécurité point de vue avalanche et ce genre de choses idem que sur les pistes point de vue des avalanches sur tout. Mais point de vue tout ce qui est degré de pente, rochers tout ça, ça reste comme sur les pistes finalement on va pas se lancer à Tortin si on n'a pas le niveau d'y aller. Alors la même chose on va pas se lancer le couloir des Atlas si on a pas le niveau d'y aller. Mais malheureusement, c'est clair que la pub influence, donc je pense des jeunes qui se diront ouais j'ai vu celui-là qui a fait ça, je peux le faire aussi. Mais il a peut être pas remarqué que celui-là qui faisait ça sur la photo il avait déjà 20 ans de ski, il y avait 5 guides, 2 hélicoptères, et pis qu'ils avaient miné tout le tour avant.

*Ça c'est sûr sauf que ça ils le disent dans les publicités*

Ils le disent pas mais maintenant il y a une grosse sensibilisation de tous les freeriders et de tous les professionnels qui maintenant forment toutes les écoles partout, ils font de la prévention en disant que voilà nous on fait des virages, on a fait un super virage dans la poudre mais on sait que on a étudié qu'on allait le faire là, on sait que s'il y a une avalanche on peut se réfugier là et pis qu'il y a des guides et tout. Et pis dans un autre sens aussi que TéléVerbier assume aussi en mettant en place cette année une toute une zone pour apprendre à utiliser les appareils de recherche de victimes d'avalanche, c'est justement ils ont des guides à disposition pour faire des cours et tout ça. Bien sûr c'est toujours pour retrouver quelqu'un qui est passé dessous mais le mieux ce serait que personne ne passe dessous mais je pense qu'ils assument encore une fois leur publicité quoi.

*Ok. Ouais là tu m'as dit aussi que tu faisais du freeride, que tu fais un peu de hors piste quoi et pis ce que je me demandais c'est est-ce que tu changes de comportement en fonction tu vois des personnes qui t'accompagnent sur les pistes ?*

Euh ouais oui non ouais bien sûr. D'un côté oui, quand je travaille comme prof de ski ou quand je le suis pas ça c'est clair. Bien sûr quand je suis avec des clients ça c'est je suis prof de ski. Quand je suis pour moi c'est clair que j'aurais tendance à skier bien plus vite, attaquer beaucoup plus, et pis maintenant si je suis avec différents copains, euh ouais je pense mais je pense quand même un petit peu. Ben genre en début de saison c'est clair j'ai rejoint des copains on s'est dit ah ben voilà on va faire du hors piste c'est vrai que si j'avais été seul j'aurais hésité 2 fois avant d'y aller pis là bon ben j'ai quand même bien réfléchi avant d'y aller mais on s'est renseigné auprès des pisteurs qui nous ont dit que dès qu'ils avaient une minute c'est eux qui allaient y aller alors on s'est dit bon alors on y va que voilà alors finalement c'est vrai que si j'avais été seul j'aurais continué à faire mes pistes j'aurais fait mon petit 2, 3 trucs au bord des pistes mais là du coup ouais on a fait un plus de hors piste mais je pense que point de vue sécurité je m'étais quand même informé et tout ça quoi. A l'époque ouais, la fois où je suis partie sous une avalanche droit parce que j'étais accompagné de quelqu'un qui m'as dit ouais on va là. Un endroit où j'étais jamais aller même si à l'époque je faisais énormément de hors piste c'était un endroit où j'étais jamais allé et ben voilà. Il y a personne qui était blessé, même pas un blessé.

*Ok mais enfin par rapport aux jeunes qui se disent freerider ou freestyler tu penses que ça, que l'espèce de petit groupe dans lequel comme ça ils se mettent, tu penses que ça influence après leur façon d'agir ?*

Je pense que ça a une énorme influence ouais, je pense que c'est comme finalement on va se mettre dans un groupe on va faire quelque chose de dangereux finalement c'est un peu comme la cigarette on va commencer à fumer parce qu'on est dans un groupe même en sachant qu'éventuellement on sait tous qu'il y a un risque de passer sous une avalanche on sait tous qu'il y a un risque d'avoir le cancer mais finalement il y en a énormément qui commence à fumer quand même parce qu'ils sont dans un groupe uniquement par l'influence des autres et pis donc ouais par l'influence des autres ils vont forcément aller faire enfin si il y a un ou 2 leaders qui sont assez pour le hors pistes et comme ça c'est clair

que dans le groupe ils vont vite tous aller faire du hors piste et pis peut être que c'est 2 leaders ils avaient un peu des connaissances de la montagne

*Peut être pas*

Et pis que peut être même pas en plus. Mais on peut espérer que peut être que oui. Et que finalement ben les autres aucune connaissance mais que c'est juste des copains qui leur dit aller on y va. Ceux-là ils sont influencés et pis ils prennent le risque de l'avalanche de n'importe quoi parce que ça peut être mille autres choses, une chute. Donc là ouais c'est clair que d'une fois qu'on est dans un groupe on est vite tiré vers des trucs, c'est là même chose pour tout des fois on prend pas de risque mais on est vite influencé.

*Ok alors j'ai fini. Si t'as quelque chose à rajouter, tu peux*

Non moi ça va, bon courage pour ton mémoire

*Merci*

## Pour terminer quelques questions sur toi

- Ton âge ?  
☐ Moins de 15 ans    ☐ entre 15 et 18    ☐ entre 19 et 24
- Tu es ?  
☐ une fille    ☐ un garçon
- Ton domicile ?  
☐ J'habite la région  
☐ J'habite en Suisse  
☐ J'habite à l'étranger
- Toi et Verbier ?  
☐ Je viens très souvent (plus de 12 fois par année)  
☐ Je viens de temps en temps (5-6 fois par année)  
☐ Je viens occasionnellement (moins de 5 fois par année)  
☐ Je viens à Verbier pour la première fois
- Je connais les pistes ?  
☐ Très bien   ☐ assez bien   ☐ pas trop   ☐ un peu   ☐ pas du tout
- Que pratiques-tu ?  
Snowboard : ☐ piste   ☐ freeride   ☐ freestyle  
Ski :   ☐ piste   ☐ freeride   ☐ freestyle  
Autres: .....

Sí tu souhaites gagner un abonnement d'une  
journée offert par Téléverbier  
Laisse-moi ton nom et ton adresse :

---

---

### MERCI ET BONNE CHANCE

Accepterais-tu de participer à un entretien ?  
Sí oui laisse-moi un numéro de portable : .....

Bonjour, on raconte plein de trucs sur les jeunes  
et je voudrais connaître ton opinion. Tes  
réponses me serviront pour mon travail de  
diplôme d'éducatrice.

Merci donc de remplir ce petit questionnaire.

Annie Terrettaz

## Ton avis sur les jeunes d'aujourd'hui :

	Oui	Non
Les jeunes sont sympas		
Les jeunes ont trop de soucis		
Les jeunes travaillent plus qu'autrefois		
Il y a trop de violence parmi les jeunes		
Les jeunes ont beaucoup d'argent de poche		
La société aime les jeunes		
Il faut laisser les jeunes tranquilles		
Les jeunes sont plus inconscients		

## Toi et le monde (+ + c'est tout a fait vrai)

	+	+	-	-
J'ai beaucoup de copains et de copines				
Je me fais du souci pour mon avenir				
Mes parents sont sympas				
J'aime la vie				
Souvent je suis triste				
Je suis content de mon corps				

Voici une série de comportements, est-ce que tu les trouves risqués (dangereux) ?

	Pas du tout	un peu	Risqué	Très risqué
Skier très vite				
Skier en ayant bu de l'alcool				
Skier en jeans				
Sauter une barre rocheuse				
Skier sans gant				
Fumer des joints en skiant				
Skier sans lunette				
Sauter d'un télésiège				
Téléphoner en skiant				
Faire des figures en sautant				
Faire une course sur la piste				
Skier hors des pistes				

Par rapport aux jeunes de ton âge :

- ☐ Tu es plus prudent
- ☐ Tu es comme eux, ni plus ni moins
- ☐ Tu aimes et tu prends plus de risque

Au cours des 12 derniers mois as-tu consommé l'un de ces produits ?

	jamais	À l'occase	1x mois	Le week end	Plus de 3x par semaine	Tous les jours
Alcool						
Cigarette						
Cannabis						
Cocaïne						
Ecstasy						
Autres						

Depuis le début de l'année, combien de fois as-tu déjà été ivre ?  
(entoure la bonne réponse)

Je n'ai jamais été ivre	une seule fois	3 ou 4 fois (une fois par mois)	12 fois (une fois par semaine)	plus d'une vingtaine de fois
-------------------------	----------------	---------------------------------	--------------------------------	------------------------------

Que penses-tu de ces boissons ?

	génial	bof	nul	Je connais pas
Heineken				
Coca cola				
Le vin				
Carlsberg				
Cardinal				
Rivella				
Powerade				
Red bull				
Smirnoff				