

Les structures de l'opinion sportive en montagne

Jean Corneloup

▶ **To cite this version:**

Jean Corneloup. Les structures de l'opinion sportive en montagne. Bulletin de Méthodologie Sociologique / Bulletin of Sociological Methodology, 2004, 83, pp.18-42. halshs-00373051

HAL Id: halshs-00373051
https://shs.hal.science/halshs-00373051

Submitted on 3 Apr 2009

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

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

Les structures de l'opinion sportive en montagne

J. Corneloup, UMR 5038, CNRS, Territoires, Grenoble

Résumé :

Nombreux sont les Français qui s'adonnent à des activités sportives dans les espaces montagnards. L'alpinisme, la randonnée, le canyoning, le V. T. T. sont quelques exemples de pratiques que l'on réalise durant son temps de loisir pour le plaisir des sens et pour se procurer des émotions, relever des défis ou contempler la nature. Pourtant, au-delà de l'étude des comportements et des usages de ces sites sportifs, il semble intéressant de s'interroger sur la façon dont le pratiquant-citoyen participe à la définition de la pratique légitime et à la gestion des lieux de pratique. Bien souvent, le public n'est perçu que comme un touriste, un consommateur ou un irresponsable en cas d'accident par les acteurs institutionnels et économiques de la montagne. Dès lors, sa participation dans la déclinaison des politiques territoriales n'est pas évoquée ; seule, l'analyse de sa satisfaction est réalisée dans le cadre de mise en place de démarche qualité par les opérateurs touristiques.

Notre étude consiste à effectuer une enquête auprès du public, dans une perspective constructiviste, en vue de présenter les structures de l'opinion sportive en montagne. Cette procédure permet d'observer les jeux de différences entre pratiquants dans la manière d'opiner lors de débats portant sur les orientations politiques de ces destinations touristiques. Des structures émergent dévoilant les méta-symboles qui organisent la production de valeurs que l'on ne peut dissocier des usages sportifs de la montagne. L'enjeu porte sur la transformation du politique en vue de mieux intégrer le public aux procédures décisionnelles et sur une remise en causes des techniques d'enquête habituellement réalisées en sciences politiques.

Mots-clés : opinion sportive, structuralisme, montagne, constructivisme, décision.

Les structures de l'opinion sportive en montagne

J. Corneloup, UMR 5038, CNRS, Territoires, Grenoble

La pratique sportive en montagne constitue un secteur de loisir fortement développé en Europe. Nombreux sont les usagers de cet espace géographique qui réalisent de multiples pratiques (Escalade, randonnée, canyoning, cyclisme,…) pour le meilleur comme pour le pire. La montagne se présente ainsi comme une destination de prédilection pour respirer l'air des hauteurs, s'engager dans des pratiques extrêmes et/ou profiter du spectacle qu'offre la nature. Cependant au-delà des joies et des drames que procurent ces pérégrinations alpines, des luttes symboliques se produisent autour de la définition de la pratique légitime (Hoibian, 2000) et des conflits apparaissent lorsqu'il s'agit de discuter des formes de prestations et d'aménagement existants et à venir. Dès lors, cet espace de loisir quitte le domaine du temps libre construit sur la convivialité, la détente et le ressourcement pour celui du politique.

Les recherches que nous menons sur l'analyse des pratiques de montagne conduisent à proposer un cadre théorique et méthodologique permettant de mieux comprendre la manière dont l'opinion sportive se construit et se structure. Le pratiquant n'est pas seulement un usager de la montagne sportive : il discute sur le comportement des autres, donne son point de vue sur les aménagements souhaitables et critique certaines évolutions qu'ils jugent néfastes. Cette attention portée sur les valeurs affectionnées par le pratiquant consiste à s'interroger sur sa place dans la définition des styles de pratique mais aussi sur son rôle dans l'approche politique de la montagne. En effet, au-delà de l'approche individuelle extrêmement intéressante, le propos consiste à montrer la présence de structures de l'opinion sportive qui organisent les représentations sociales dans cet univers et de s'interroger sur son rôle dans la manière de penser la gestion de ces espaces de nature.

Cette orientation s'inscrit dans la volonté de modifier la vision classique du politique dans ces activités. De tout temps, on considère que l'expert, le professionnel, le gestionnaire, l'aménageur ou encore le prestataire sont les mieux placés pour décider des orientations culturelles, écologiques et technologiques au sein de ces territoires de pratiques. Notre projet envisage d'accorder une place plus importante au public dans la définition des procédures

décisionnelles. Les différentes études que nous avons déjà effectuées dans le domaine de la décision (Soulé, Corneloup, 2001) et les nouvelles conceptions du politique (Callon, 2002 et Gerbaux, 1999) nous invitent à donner toute son importance à ce type d'approche.

I – Cadre théorique et méthodologique

Pour aborder la connaissance de l'opinion publique en montagne, une enquête par questionnaire a été réalisée. Avant d'exposer les résultats de cette étude, le détour par la problématique de recherche permettra d'exposer le paradigme par lequel nous élaborons notre objet scientifique. En effet, partant de l'idée que la connaissance est une construction (Corcuf, 1995), la déclinaison de l'angle de vue et de la focale à partir de laquelle l'objet d'étude est étudié s'impose (Elias, 1991 et Lahire, 2002). Chaque production scientifique portant sur les pratiques sportives s'inscrit dans un paradigme qui permet l'émergence de connaissances en vue de produire de l'intelligence sur le social (Corneloup, 2002). Dès lors, il importe de préciser le cadre théorique et méthodologique à partir duquel l'enquête d'opinion a été effectuée pour éviter de penser qu'il n'existe qu'une seule manière de produite des données d'enquête et pour prendre ses distances avec les égarements du « méthodologisme quantitativiste » (Champagne, 1989), très en vogue en science politique et en marketing. La démarche consiste aussi à nous démarquer des approches classiques effectuées dans l'étude des cultures sportives (Falt, 1981 et Irlinger, 1987) qui ne s'intéressent que très peu à l'étude des opinions et à la manière dont celles-ci interviennent dans la définition des identités sportives.

I – 1 Approche systémique, structuraliste et constructivisme

La gestion des pratiques sportives en montagne peut s'analyser comme un ensemble constitué d'éléments en interaction qui participent à l'émergence d'une organisation en vue de produire de l'activité. Différentes formes de développement potentielles (Corneloup, 2002) sont engagées dans la déclinaison des territoires de pratique en fonction du jeu des acteurs et des publics présents au sein de cette organisation. Tous ne partagent pas la même vision de la montagne et de son développement. Entre les fédérations, le ministère J&S, les grandes industries du plein air, les hôteliers, les prestataires locaux, les associations écologiques,…

des divergences apparaissent . Cet ensemble peut être considéré comme un marché (au sens économique du terme) ou comme un champ (au sens de Bourdieu, 1984). Pour présenter globalement cet univers, on se référera au modèle développé par Pages (1996) dans le cadre de sa théorie des conflits. La gestion de la montagne sportive ressemble à une économie des rôles (figure 1) où des acteurs (prestataires, fédérations, stations sportives,…) et des publics (locaux, touristes, pratiquants de proximité), via différents médias, s'ajustent pour définir la pratique et l'espace de pratique légitimes. Les biens sportifs matériels (pratiques, prestations, services, aménagement, vestimentaires,…) et symboliques (images, revues, livres, discours, récompenses) constituent l'ensemble des biens qui s'échangent sur le marché de la montagne via les territoires de pratique. Des jeux de lutte sont ainsi présents au sein de ce système entre acteurs, entre publics et entre acteurs et publics en vue de la définition de l'orientation sportive, technologique ou culturelle de ces espaces de pratique.

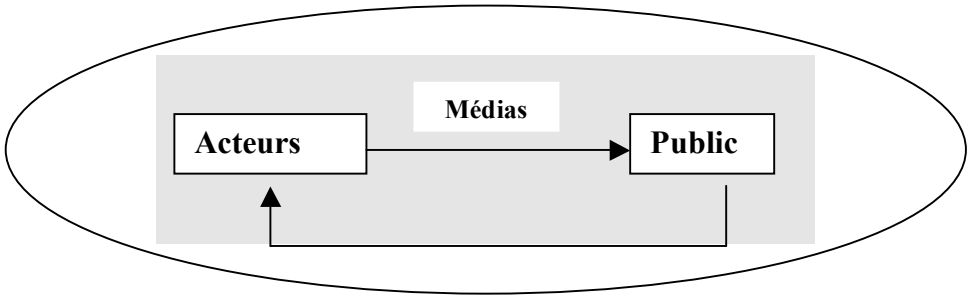


Figure 1 : schéma de l'économie des rôles

Des conflits émergent via les médias (scène publique, revues de montagne, radios, télévision,…) et les territoires locaux autour de la définition du marché économique, de l'organisation des pratiques, de l'aménagement de la nature ou encore des formes sécuritaires acceptables. Ils produisent de la controverse à partir du moment où des différences apparaissent dans la manière de concevoir le fonctionnement de cet ensemble. Bref, c'est dans un ajustement perpétuel entre les trois processus de ce système[1] via les médias que se construit la dynamique de cet ensemble autour d'un processus de construction/déconstruction. Différentes échelles territoriales sont concernées (la montagne globale, les massifs, une vallée, un site) au sein desquelles s'organisent des formes particulières de gestion. Selon la configuration politique d'une destination touristique, les procédures décisionnelles ne prendront pas les mêmes formes mais elles s'inscriront toujours au sein de cette économie des

[1] Les processus politiques sont construits autour d'échanges entre acteurs (1), entre acteurs et public (2) et entre publics (3).

rôles. Cependant, notre propos part du constat qu'en montagne, les acteurs n'intègrent que très peu le public aux décisions politiques et que les médias nationaux et spécialisés ne jouent pas leur rôle de contre-pouvoirs et d'espaces publics permettant d'exposer le point de vue du public et les opinions de celui-ci dans la déclinaison des orientations montagnardes (Hoibian, 2002 ; Soulé, 2004).

Habituellement, lorsque l'on parle du public, on considère que celui-ci pratique la montagne en vue d'en retirer un ensemble de profits physiques, sociaux, culturels et symboliques. Bien souvent, les pratiquants se situent dans une position de consommateurs à partir du moment où la nature va être aménagée pour sa pratique, des produits développées et des prestations proposées pour satisfaire ses attentes. Toutefois, si le pratiquant se présente comme un consommateur qui va émettre un jugement sur la qualité des prestations proposées (hébergements, téléphériques, services sportifs,…), il faut aussi le considérer comme un citoyen qui va exprimer une opinion quant à la manière dont l'espace montagne est géré et par rapport à sa conception de l'activité. Le détour par les représentations sociales s'impose alors, considérant celles-ci comme « un ensemble organisé d'informations, d'opinions, d'attitudes et de croyances à propos d'un objet donné » (Abric, 2003). L'opinion montagnarde exprime une force sociale que l'on doit intégrer dans la gestion de ces espaces pour améliorer les procédures décisionnelles (Corneloup,…) en favorisant l'expression des différences. Celles-ci vont émerger entre pratiquants concernant l'approche sécuritaire, par rapport aux comportements des autres ou encore concernant l'aménagement de la montagne. Le propos consiste à construire et à rechercher ces structures de l'opinion sportive en montagne qui permettent d'observer les jeux d'oppositions entre groupes de pratiquants dans la manière de penser la montagne.

Une des questions centrales porte sur la fabrique de l'opinion. Dans une perspective théorique, les thèmes de controverses (sécurité, ludisme, extrême, aménagement,…) se transforment en symboles en fonction de la signification qu'ils prennent lors des échanges publics et par rapport aux usages sportifs montagnards qui chargent de sens le rapport à l'espace de pratique (la réalité vécue). Ajoutons que bien souvent, ils sont portés et chargés émotionnellement par différents acteurs au sein de cette économie des rôles via les médias (la réalité transmise). Ces symboles présents et en émergence permettront aux publics d'exprimer les valeurs qui sont les siennes au sein de l'espace des opinions sportives de la montagne. Ces valeurs se profilent (par différence) en fonction du poids que l'on accorde à certains symboles

par rapport à d'autres. L'agrégation de symboles, proches les uns des autres, forme un méta-symbole qui permet de révéler une force symbolique autour de laquelle certains publics se lient. L'opinion sur la montagne se construit ainsi en fonction des attirances et des répulsions que l'on exprime par rapport aux symboles qui circulent au sein de l'espace des représentations de la montagne.

Mais comment se construit cette opinion publique ? En référence au schéma constructiviste de Pages (figure 2), on dira que le réel (façonné par de multiples évènements et faits) ne constitue qu'une modalité à partir de laquelle les représentations sont construites. Trois autres modalités doivent être prises en compte : la réalité vécue (émotions, savoirs), la réalité transmise (prêts à penser) et l'échange publique (public). Les représentations en nature sont issues d'une construction (Debarbieux, 1997 et Moscovici, 1996) ; elles doivent se penser comme des processus en émergence en fonction des différents échanges qui se produisent au sein de cet espace public et avec la montagne. Cette opinion est ainsi construite sur une quadruple interaction où de multiples ajustements se produisent en fonction des jeux acteurs / publics, des scènes sportives vécues et des échanges avec le public. Les médias jouent un rôle important dans les échanges acteurs / publics, car bien souvent ils se présentent comme une scène publique où l'on permet aux différents acteurs d'exprimer leurs opinions sur la montagne d'hier, d'aujourd'hui et de demain. Ces acteurs jouent le rôle de portes-drapeaux de symboles qu'ils diffusent en fonction de leur position au sein des structures de l'opinion sportive au même titre que les médias (au sein du champ médiatique) qui expriment une certaine vision de la pratique et de la montagne (Corneloup, 1993 et 1995).

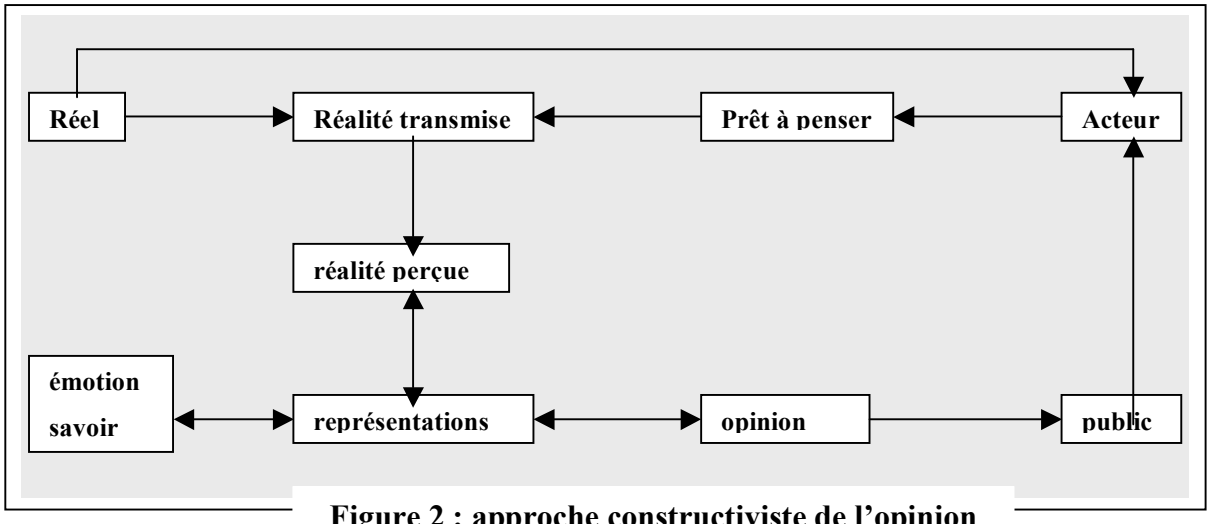


Figure 2 : approche constructiviste de l'opinion

Cette manière d'aborder l'opinion prend ces distances avec le modèle, inspiré des travaux de Fishbein (1975) dans l'analyse des risques, et bien souvent appliqué en marketing en référence au modèle compensatoire utilisé dans l'étude du processus d'achat (Filser, Dubois). On sort d'une approche des enquêtes d'inspiration behavioriste, psychométrique et/ou cognitiviste qui envisagent l'opinion comme découlant d'attributs attachés à chaque objet de consommation ou d'attitudes vis-à-vis d'un comportement. Dans ce modèle, la lecture technicienne de la pratique sert de référence, considérant qu'il suffit de modifier les propriétés internes de l'objet concerné ou/et faire passer une communication plus convaincante (sur un plan rationnel) pour changer les opinions. Les représentations individuelles, bien souvent saisies comme des attitudes chez Fishbein, sont supposées dépendre essentiellement des croyances personnelles. Dans la manière de concevoir les enquêtes, on contraint l'individu à se glisser dans le moule du technicien quand on l'incite en le questionnant à formaliser son savoir à travers la batterie d'arguments-attributs. Les importances accordées à chaque attribut sont censées relever des valeurs. Bref, cette approche techniciste et mécaniste observant le public comme une agrégation suspecte d'individualités est bien loin de l'approche que nous proposons ici.

La définition des valeurs, dans une perspective relativiste, dépend dès lors de choix que l'individu fera en fonction des préférences qui sont les siennes par rapport à un ensemble de propositions présentes dans l'espace des opinions. Derrière la lecture technicienne des opinions liés à des thèmes conflictuels (sécurité, aménagement, nature, financement, compétition, accès, public,…) s'observe la présence d'une économie des rôles au sein de laquelle ces opinions se transforment en biens, producteurs de controverses entre différentes parties prenantes, en fonction des positions occupées au sein de ce champ et des enjeux existants. Dès lors, le « réel », tel que l'envisage le technicien, ne constitue plus l'essentiel de ce qu'on a appelé « la réalité transmise ». On se situe sur un « marché », au sens de Bourdieu : les arguments développés par le public expriment les valeurs des individus en fonction des différents symboles qui circulent dans l'univers de cette pratique, des sensibilités issues des expériences vécues et des jeux acteurs-publics. Les objets politiques de la pratique se transforment ainsi en biens d'échange sur le marché sportif de la montagne, producteur de débats et de controverses autour de la définition légitime de la pratique[2].

[2] Dans une perspective similaire, il s'agit d'envisager les produits de consommation comme des biens de consommation qui s'échangent sur un marché des valeurs.

Différentes conséquences en découlent. On considère dès lors que l'opinion publique n'existe pas suivant en cela Bourdieu (1984) si l'on en reste à une approche par les sondages observant les valeurs à partir de l'agrégation individuelle d'opinions. Par contre, on rejoint les écrits de Champagne (1990) lorsqu'il évoque cette idée que la vraie opinion est celle qui se comprend par différence et qui s'exprime collectivement dans un champ de forces sociales si l'on aborde l'opinion en référence au schéma constructiviste de Pages (cf supra) à partir d'une entrée par les représentations sociales. Tout comme on se rapproche de la vision du politique exprimée par Mouffe (1999) et Callon (2002) lorsque ceux-ci envisagent l'opinion produite sur des valeurs et des convictions comme une force sociale incontournable dans la mise en place de procédure dialogique dans un contexte démocratique. Un cadre théorique est ainsi proposé pour étudier les opinions sportives en montagne. Cette vision du politique dans l'approche de cet objet va ainsi jouer un rôle déterminant dans l'élaboration du modèle qui conduit au questionnaire.

I – 2 Quelques précisions méthodologiques

Les pratiques sportives de la montagne sont révélatrices de l'émergence d'un espace des styles de pratique où des différences émergent entre pratiquants en fonction de leur **positionnement social** (C. S. P. ; âge, sexe,…) de leur **logique sportive** (technique, niveau de pratique, espace valorisé,…), des **usages sociaux** préférés (vestimentaires, sociabilité, nourriture, lecture,…) et des **représentations** dominantes (images affectionnées, conception de la pratique, figures symboliques). Ces différences dans la manière de faire usage des lieux de pratique (la réalité vécue) et de concevoir le « bon style » participent largement à la production de valeurs au sein de cette économie des rôles. Elles permettent d'expliquer les structures des opinions sportives en montagne. Celles-ci sont issues du regroupement des symboles qui apparaissent lors de la réalisation d'une analyse factorielle (analyse en composantes principales). Les différents thèmes présentés dans le questionnaire sous la forme d'affirmations, telles qu'ils sont présents dans le débat public, permettent d'observer les axes des structures de l'opinion publique (les deux premières dimensions dégagées par l'analyse factorielle). Ces axes sont bien souvent l'expression d'un jeu politique qui s'organise entre le mouvement et la stabilité (1° axe) et la dramatisation et le compromis (2° axe), tels que ceux-ci ont été observés dans l'étude de l'opinion publique en France (Pages,…). Ainsi, certains pratiquants ne souhaitent pas que la montagne change (stabilité) ; ils sont plutôt favorables au

maintien de l'existant tandis que d'autres souhaitent que la montagne change, se transforme et intègre les nouvelles formes de pratique (mouvement).

Mais comment construire l'enquête permettant d'observer ces structures de l'opinion publique et d'exprimer la représentativité de la population de référence ? Partant du constat que la population sportive de référence n'est pas connue en montagne, il semble difficile d'appliquer le modèle probabiliste. Comment tendre alors vers une certaine objectivité dans la production de données ? Faisant le détour par une problématique de recherche qui permet de poser notre cadre théorique, le propos consiste essentiellement à observer l'existence de structures de l'opinion sportive en montagne. Dès lors, la priorité est donnée au constructivisme méthodologique dans la manière de définir notre échantillon (Lahire, 2002 et Bourdieu, 2001) et de construire les statistiques (Merllié, 1989). C'est l'observation que l'on produit, en relation avec le cadre théorique élaboré, qui participe à créer le réel inscrivant la recherche dans une approche paradigmatique du social (Berthelot, 1990 et Corneloup, 2002). La procédure erratique se situe pour nous à deux niveaux : d'une part en instaurant une discussion entre acteurs lors de l'organisation de tables rondes en vue d'observer les thèmes de conflits évocateurs qui seront présents dans le questionnaire ; d'autre part, lors de l'administration du questionnaire lorsque l'on invite les enquêtés à se positionner par le jeu de l'attirance / répulsion parmi l'ensemble des thèmes de conflit présentés. Les modalités de réponse sont construites selon une échelle (échelle de Lickert) en cinq points (notes de 1 à 5 traduisant le degré d'accord). Le principe consiste à interroger une diversité de pratiquants dans l'optique d'avoir une représentation la plus large des différents styles en vue de pouvoir construire les structures et faire émerger des corrélations. L'important ne se situe pas dans les pourcentages obtenus au niveau des tris à plat (les moyennes) mais dans les relations entre variables et les structures qu'elles manifestent (tris croisés, corrélations et analyse factorielle).

La procédure de recherche consiste alors à repérer les grands sujets de controverses qui circulent entre pratiquants, sur la scène médiatique et lors de débats politiques entre acteurs autour des orientations potentielles du système de pratique. La connaissance des cultures sportives à partir d'une étude socio-historique s'impose permettant de repérer les grandes familles de pratiquants et leur vision de la montagne. La lecture de la presse spécialisée sur les deux dernières années avant l'enquête permet de repérer les thèmes de conflits et les discours produits. Enfin, la mise en place de tables rondes avec différents experts est une occasion d'observer les sujets de controverses sur la montagne et ceux qui sont les plus polémiques.

Cette première partie permet de construire la carte des thématiques politiques (le corpus de référence) en vue d'élaborer les variables qui seront introduites dans la partie du questionnaire portant sur la gestion de la montagne. Dans une deuxième partie, pour tester la formulation des variables et leurs poids politiques, une autre table ronde est organisée entre différents experts et publics. Le choix des thèmes et la formulation des variables sont des opérations fondamentales pour la réussite de l'enquête. Ce travail méthodologique permet de traduire nos concepts en variables (Boudon, 1999) à partir d'une approche empirique des débats en montagne.

La formulation des variables d'opinion doit inviter le pratiquant à prendre position, en évitant toute ambiguïté sur le sens de l'affirmation présentée, tout en se rapprochant des échanges publics tels qu'ils se produisent dans le quotidien et des formulations que l'on trouve dans les médias lors de l'évocation de sujets de controverse. Dès lors, les propositions doivent être clairs, courtes et percutantes quant à la signification du symbole évoqué, tout en respectant la procédure usuelle dans la formulation des questions d'enquête (Singly, 1992). On peut à titre d'exemple présenter quelques propositions : *« Il faut faire payer les secours en montagne » ; « la montagne est devenue une véritable poubelle » ; « les groupes deviennent envahissants » ; « les secours sont excellents en France », « Pour la création de parcs loisir-aventure (tyrolienne, saut en élastique, jeux aériens) »…* Elles doivent présenter une vision élargie des débats sur la montagne en vue d'obtenir une distribution complète autour des axes de l'analyse factorielle. Un mixage entre des thèmes positifs et négatifs s'impose par exemple pour éviter une sur-représentation de certaines dimensions.

Concernant les variables explicatives, situées sur le plan principal, la démarche consiste à trouver les indicateurs pertinents par variable permettant d'expliquer les différences sociales entre pratiquants et d'observer les corrélations significatives. La procédure consiste à travailler sur des grands nombres en évitant les segmentations trop affinées pour éviter une trop grande dispersion statistique, selon la procédure usuelle en sciences sociales (Combessie, 1996). Les variables présentées concernent un signalétique classique (sexe, C. S. P., âge,…), les actions affectionnées par les pratiquants (prendre des risques, contempler la nature, se lever tôt et partir en montagne…) et les mots en référence à une approche sémiométrique qui expriment le mieux leur vision de la montagne (mort, souffrance, plaisir, affrontement,…). Concrètement, le questionnaire a été administré durant l'été 2002 dans les alpes françaises (administration directe). Sur un total de 2000 questionnaires, 870 ont été retournés par

courrier[3]. Une fois la saisie effectuée, un traitement statistique a été effectué à partir d'une ACP (analyse en composantes principales) et de différents tableaux de corrélation permettant d'observer les liens entre variables à expliquer et explicatives. Des tests de significativité ont été réalisés sur chaque tableau de corrélation dans la perspective d'évaluer le degré de corrélation entre variables. La probabilité affichée dans les tableaux présentés (annexe 1 et 2) est associée à un test de chi 2. Plus elle est petite, plus la liaison est considérée comme significative.

II – Les résultats de l'enquête

En référence à l'ACP, deux méta-symboles, situés autour des axes principaux, structurent les débats entre pratiquants : la montagne ludique et la dramatisation écologique(figure 3). C'est autour de ces deux univers que s'organise le positionnement du public-pratiquant[4]. On peut en quelques mots présenter la manière de lire cette A. C. P. autour des deux graphiques qui la composent : le ciel (graphique supérieur) présente le cercle de corrélation au sein duquel va se répartir les symboles portés par les affirmations proposées dans l'enquête ; la terre (graphique inférieur) correspond aux variables du signalétique dans la perspective de préciser les liens avec le ciel par rapport à la distribution des symboles et avec les différentes variables (et indicateurs) présentés sur la terre. Schématiquement, on dira que les affirmations du quadrant 1 sur le ciel (définissant les symboles) correspondent aux positions des individus situés dans le quadrant 1 de la terre (les valeurs). Idem pour le quadrant 2… Plus on s'éloigne du centre des graphiques plus les variables sont signifiantes. L'important étant surtout d'observer les différences entre indicateurs d'une même variable (sexe, âge, CSP,…) répartis sur un graphique (la terre) et les liens entre les indicateurs des autres variables. Les oppositions en diagonal (quadrant 1 et 3 par exemple) étant les plus marquantes.

II – 1 Les oppositions remarquables

Les données récoltées permettent d'observer la présence d'une forte structuration des opinions autour de deux axes : montagne ludique versus montagne contemplative et

[3] Pour limiter les effets de « contextualisation normative » (pression institutionnelle imposée par l'enquêteur), évoqués par Adric (2003), on a pratiqué la technique de l'auto-administration.

[4] On peut regretter une polarisation trop forte des thèmes autour de ces deux méta-symboles. Pour une meilleure lecture des structures de l'opinion sportive, une distribution plus équilibrée autour des axes aurait été préférable. Pour cela, il s'agit de modifier la construction des variables d'opinion lors de la réalisation d'une autre enquête…

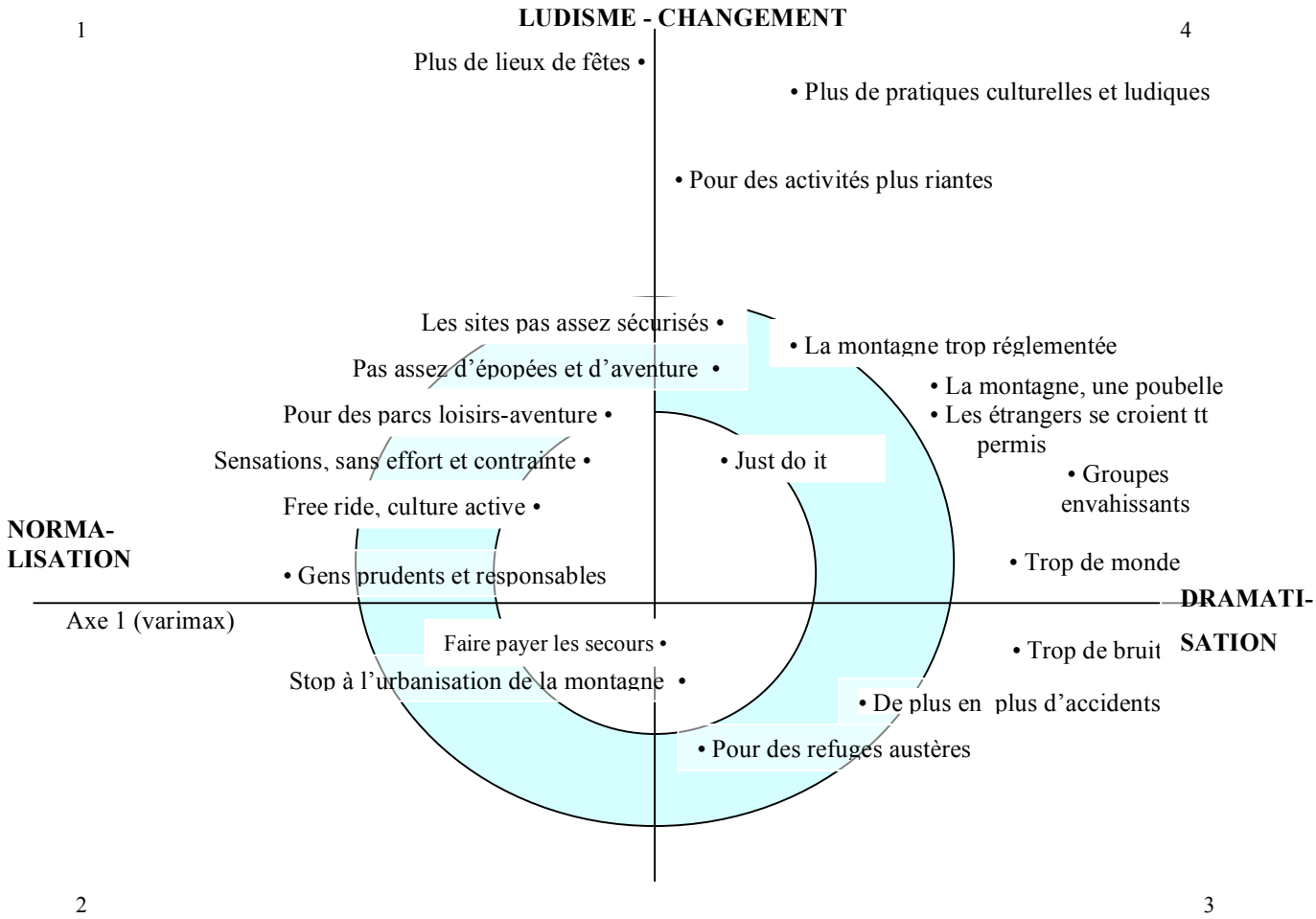
conservatrice (1° axe) ; dramatisation écologique et sociale versus maintien des équilibres (2° axe). On peut succinctement présenter les forces symboliques qui composent ces axes en précisant que les propositions sont présentées sous la forme de libellés réduits.

• **Les opinions autour de la montagne ludique (axe vertical supérieur) :** *« plus de lieux de fêtes ; plus de pratiques culturelles et ludiques ; plus d'activités riantes : les sites ne sont pas assez sécurisés ; pas assez d'épopées et d'aventure ; pour des parcs aventure ; just do it, no rule, no limit ; la montagne est trop réglementée, trop de contraintes ; sensations sans effort et contrainte ; montagne, univers de machos ».*Tout un discours est mis en avant pour demander un changement par rapport à l'existant. Une demande est ainsi formulée pour transformer la culture de la montagne, les produits proposés et les aménagements présents. Cette dimension qui n'est pas dominante et qui ne caractérise pas l'opinion générale des usagers de la montagne aujourd'hui exprime sans nul doute un ensemble de revendications de la part d'une frange de la population qui est attentive à l'innovation, à l'effervescence ludique et festive et qui est prête à s'ouvrir à de nouvelles dynamiques culturelles[5]. Les dimensions free ride et libertine apparaissent fortement dans cette demande de prise de distance avec le monde institutionnel, avec les contraintes, avec la règle, avec l'univers machiste. La montagne conservatrice se présente par différence (axe vertical inférieur) en opposition à toutes ces variables du ludisme que l'on rejette.

• **La dramatisation écologique (axe horizontal droit) :** *« la montagne, une poubelle ; les étrangers se croient tout permis ; les groupes envahissants ; trop de monde, trop de bruit ; de plus en plus d'accidents : de plus en plus de conflits sur les sites ; interdire la compétition ».* Tout un groupe de pratiquants se retrouve autour d'une sphère symbolique exprimant le rejet de l'autre et la peur de voir la montagne devenir une poubelle. Leur seuil de saturation sociale est faible ; ce sont des adeptes de la montagne sauvage et éloignée du monde qui fustigent la sur-fréquentation et qui considèrent que les rapports entre les gens deviennent de plus en plus difficiles. Un effet de dramatisation est bien présent parmi ce public qui rejette tout ce qui peut favoriser l'augmentation des flux, des masses, des groupes et des collectifs et qui pense que la montagne est devenue une véritable poubelle. Par différence, on retrouve dans l'univers du « maintien des équilibres » situé sur l'axe horizontal gauche les individus qui ne critiquent

[5] Cette observation s'appuie sur les données d'enquête issues des tris à plat qui expriment avec force la domination des symboles du repli et de la tradition. Mais, dans le cadre de notre étude, l'approche scientifique de notre objet ne nous permet pas de vérifier la valeur statistique de ces tris à plat…

pas la montagne et ne dramatisent pas sur certains sujets et qui seront plutôt d'accord pour dire : *« les gens sont dans l'ensemble responsables, prudents et informés ».* Cette lecture s'oppose avec force avec ceux qui disent : *«Les accidents sont de plus en plus nombreux en montagne »* et qui expriment une saturation sur le surnombre, sur la dégradation de la nature,.... Bref, on est ici du côté des gens qui se soumettent à la réalité et qui sont pour le maintien des équilibres.



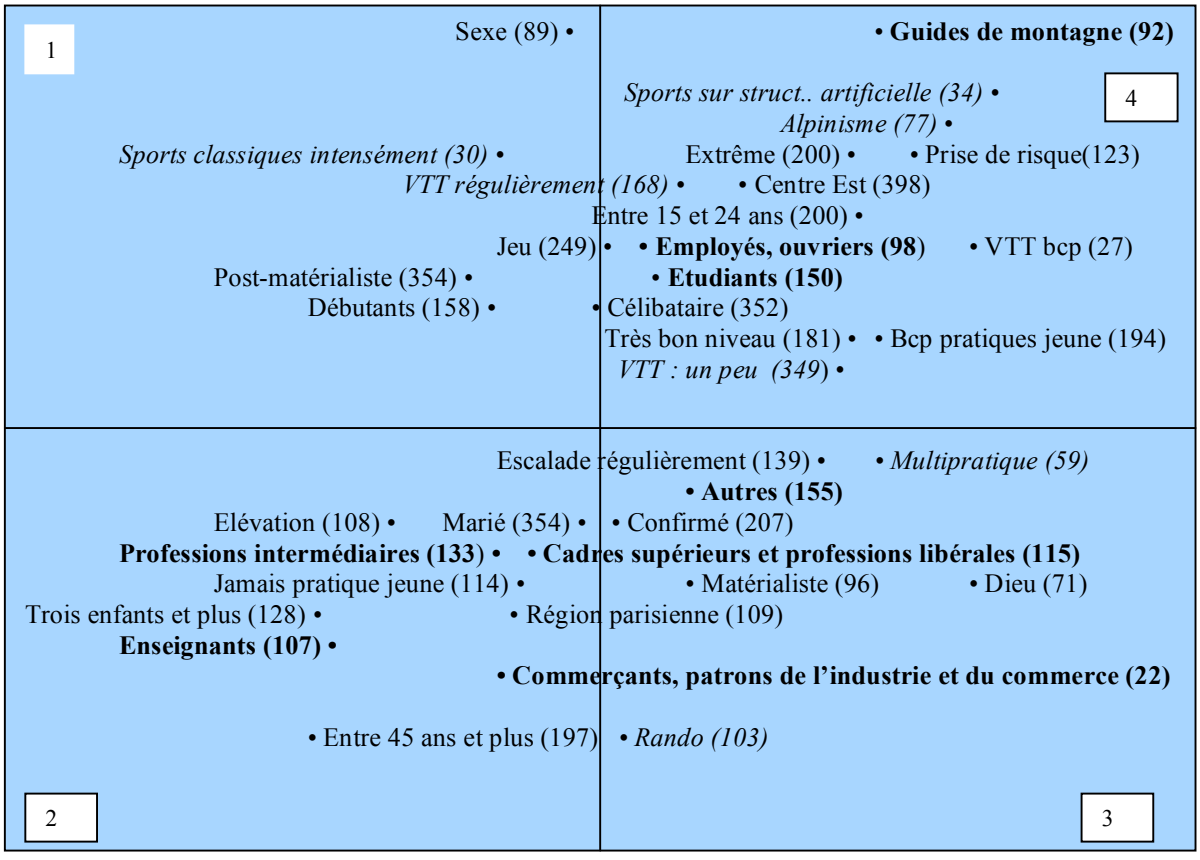


Figure 3 : Les structures de l'opinion sportive en montagne

II – 2 Positionnements sportif et imaginaire par rapport aux structures politiques

De cette lecture des structures politiques de la montagne, on peut en schématisant observer trois univers politiques qui organisent les jeux de position autour des controverses de la montagne. Ces univers organisent les représentations des pratiquants de la montagne en fonction des attirances et des répulsions qu'ils expriment pour certains thèmes. Considérant ces thèmes comme des symboles qui attirent ou repoussent, ils permettent d'observer le « noyau central » des représentations par univers politique, si l'on suit la pensée d'Abric (2003) à partir du moment où un jeu de différences symboliques va organiser la lecture politique de la montagne. Ainsi, les libertins, les alarmistes et les traditionalistes composent ces univers que l'on peut observer d'un peu plus près à partir de la lecture des plans principaux. En approfondissant la lecture des données, on peut révéler les variables sociales qui permettent de mieux situer l'identité de ces groupes socio-politiques par rapport aux thèmes de débat.

La pratique d'une activité ne semble pas neutre dans la définition des valeurs (figure 4). Des différences sont aussi à noter en fonction des modalités de pratique et de l'intensité de l'engagement. On observe par exemple que la randonnée se présente comme une activité fortement marquée politiquement dans le traditionalisme par opposition aux autres. De même, les valeurs ne sont pas les mêmes entre des grimpeurs pratiquant régulièrement et intensément… La prise en compte des actions affectionnées (figure 5) permet d'observer combien les usages sportifs de la nature, exprimant la diversité des modalités de pratique, ne sont pas neutres quant aux opinions que l'on émet sur la gestion de la montagne. Les pratiques contemplatives et dilettantistes s'inscrivent dans l'univers politique de la tradition par différence avec les actions aventurières et ludiques qui se situent dans l'univers libertin et alarmiste. Les alarmistes se caractérisent par un engagement dans les profondeurs de la nature (Immersion longue dans la nature, se lever tôt et aller en montagne, vivre comme un trappeur, faire bivouac, pratiquer lieux sauvages). Une forte correspondance existerait entre la position alarmiste exprimant la dramatisation écologiste et une pratique caractérisée par un engagement dans les profondeurs de la nature ; la lecture politique de la nature effectuée par les pratiquants entre ainsi en correspondance avec les actions qu'ils affectionnent.

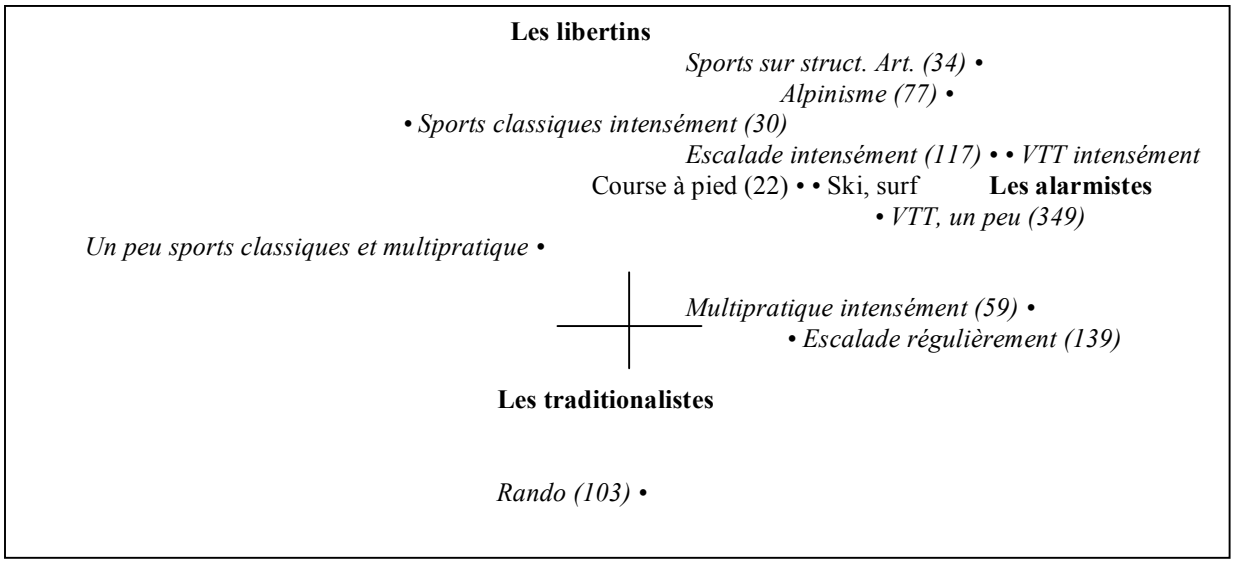


Figure 4 : plan principal des pratiques sportives

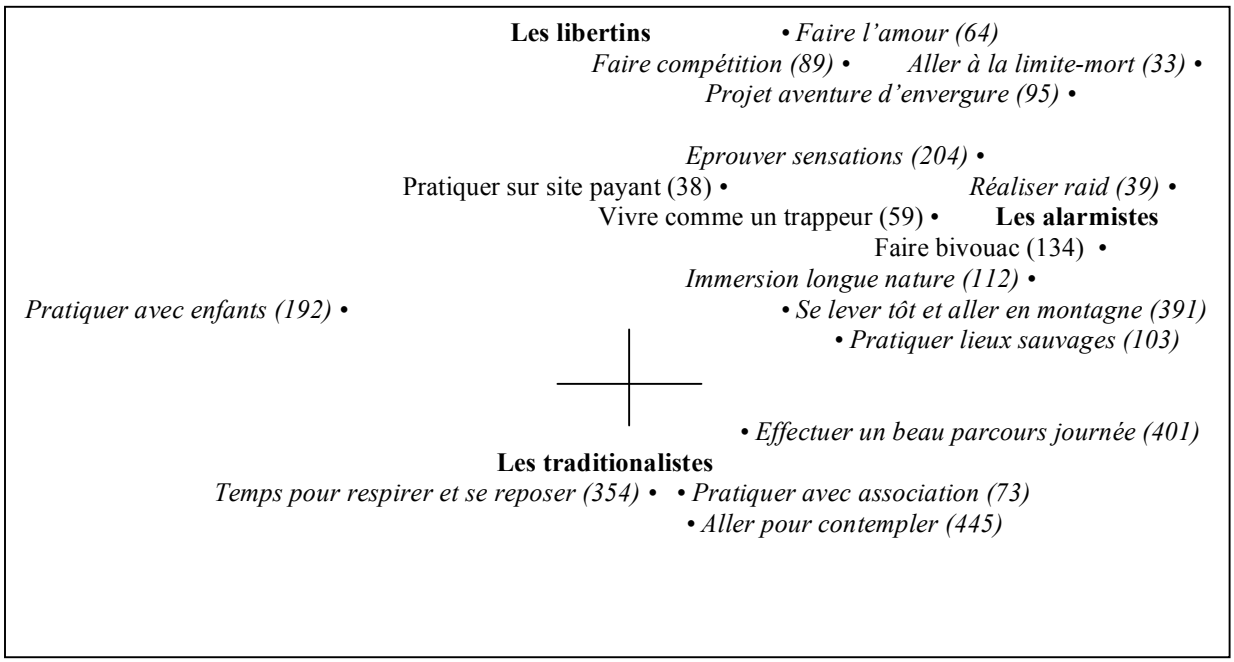


Figure 5 : plan principal des actions affectionnées

A partir d'une approche sémiométrique (figure 6), on observe combien les configurations symboliques décrivant les représentations de la montagne affectionnées par les pratiquants sont des indicateurs pertinents dans la construction des opinions dans la gestion de la montagne sportive. Les libertins s'approprient certains mots (sexe, vitesse, décalé, jeu, éclate, transgression, amusement) par différence avec les traditionalistes qui s'inscrivent dans un univers plus religieux et classique par rapport à la symbolique de la montagne (contemplation,

élévation, atmosphère, spiritualité, humilité, Dieu). L'ensemble de ces données permet de confirmer que la prise de position des individus exprimant leurs opinions sportives portant sur la montagne n'est pas en décalage par rapport à leur style de pratique. Les pratiques réalisées, les actions affectionnées et les représentations dominantes se présentent comme des variables qui se distribuent de la même façon par rapport aux forces politiques exprimées. Bref, la manière de se représenter la montagne et de la vivre sportivement n'est pas neutre. Elle engage l'individu dans une vision politique de la montagne autour des opinions exprimées. Une liaison forte existe bien entre les valeurs (la terre) et les symboles (le ciel) dans la construction des représentations en tant que processus participant à la définition des opinions sportives sur la montagne. Au-delà des différences interactionnelles et contextuelles qui émergeront en fonction des situations vécues[6], cette approche par les styles de pratique permet de rendre compte de la pertinence de ce cadre cognitif pour aborder la connaissance des opinions montagnardes. On rejoint ici d'autres études, qui s'inscrivent dans la même perspective, réalisées en sport (Clément, 1981 et Thomas, 1995). A partir de cet angle de vue et de la focale de lecture de cette objet du social, une connaissance est produite qui permet d'élaborer une intelligibilité du social.

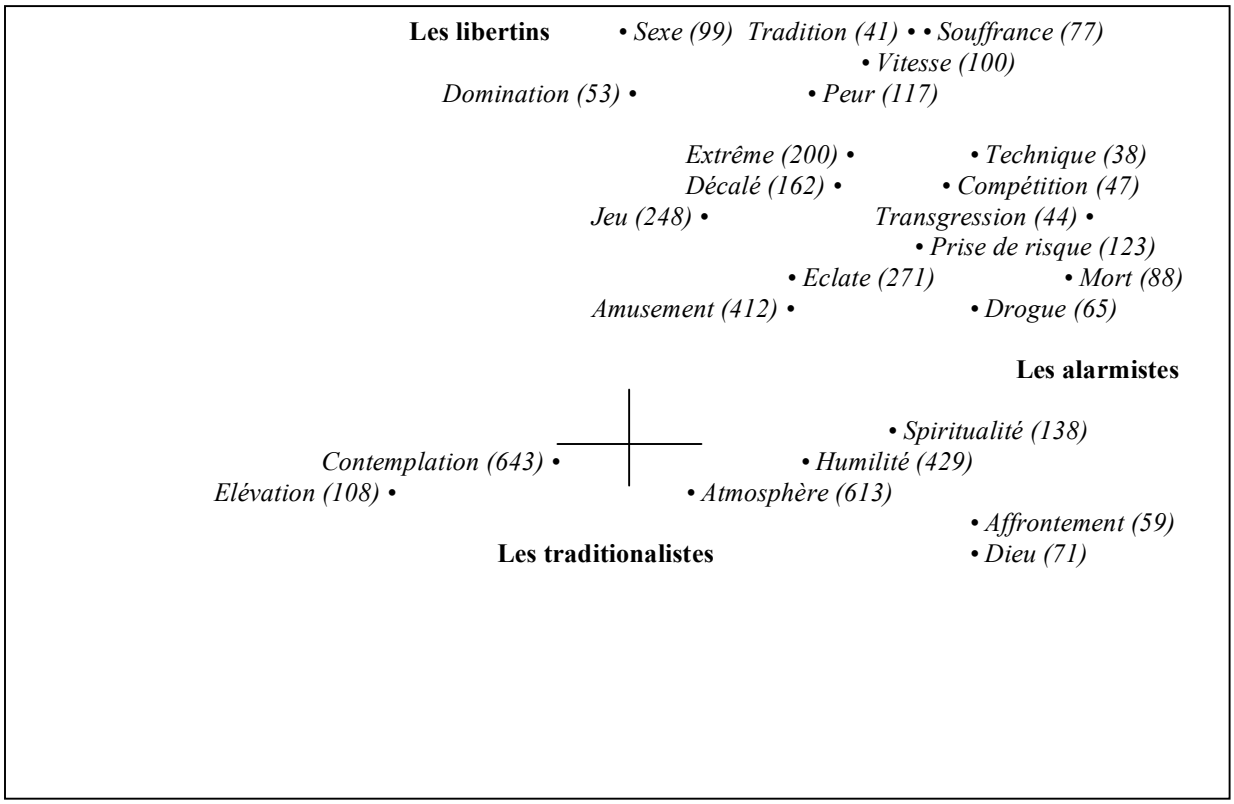


Figure 6: plan principal sémiométrique

[6] Les travaux d'Abric (2003) ont montré que le contenu du « noyau central » des représentations ne change pas en fonction du contexte. Certains éléments du noyau peuvent changer, mais la nature de ce noyau est indépendante du contexte immédiat.

II – 3 L'analyse sociale des différences

Ces prises de position peuvent s'expliquer par des variables sociales permettant d'observer les liaisons existantes entre les styles de pratique et les logiques sociales dans la continuité des écrits de Pociello (1995). Au regard des C. S. P. (figure 7 et annexe 1), il apparaît que les étudiants, les ouvriers-employés et les professionnels de la montagne sont les catégories les plus investis dans le changement par rapport aux retraités (les autres), les enseignants, les indépendants et les cadres supérieurs. En référence à d'autres analyses et écrits que nous avons effectué sur l'analyse de styles de pratique en montagne (Corneloup, 2003), différentes interprétations peuvent être présentées : ainsi les ouvriers-employés se situent dans le groupe des dilettantes (au niveau sportif) étant donné leur absence de culture montagne. Leur demande d'activités plus ludiques, sensationnelles et sécurisées, d'épopées ou encore de parcs-aventure s'explique par ce besoin d'aménagement plus important de la montagne pour une pratique plus facile et moins engagée. Les professionnels de la montagne tiennent un discours ambivalent entre **la dramatisation** *(«trop de monde en montagne, la montagne poubelle, pratiquants pas responsables, les groupes envahissants,… »)* et **le ludisme** *(« plus de lieux de fêtes, de ludisme, just do it, activités plus riantes,… »).*

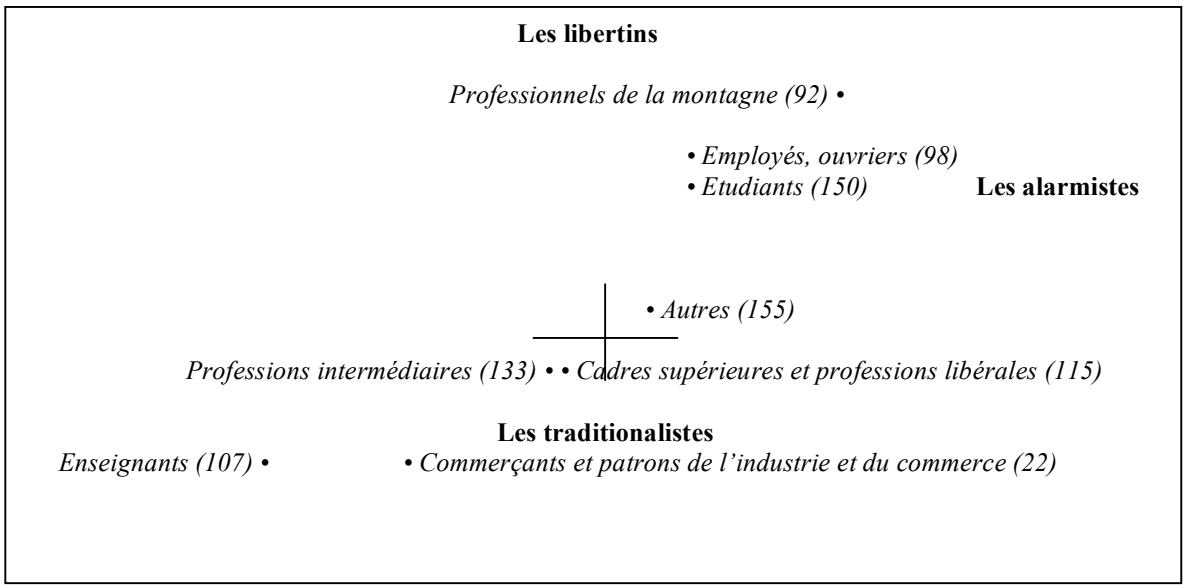


Figure 7 : plan principal des C . S. P.

On peut comprendre leur position autour de la dramatisation comme la conséquence d'une sur-fréquentation de la montagne qui les expose au quotidien au nombre, au groupe et aux

tensions sur les sites de pratique. Tout comme, on peut penser que leur sur-implication dans le local et la haute-montagne les pousse à revendiquer plus d'effervescence à leur retour de course dans une optique de déroutinisation (Elias, 1986). Par contre, on observe que leur demande d'ouverture à une limite à partir du moment où leur position professionnelle dans la montagne peut être remise en cause. Ainsi sur les thèmes suivants *(« pour la création de parcs-aventure, faire payer les secours aux accidentés, les pratiquants responsables, les sites de pratique pas assez sécurités »)* les opinions exprimées se comprennent par rapport à la défense de leur profession par rapport à des concurrents potentiels (les prestataires ludiques) et par rapport aux pratiquants qu'il faut considérer comme étant des éternels imprudents et fautifs en cas d'accidents ! On rejoint les lectures classiques effectuées par les professionnels de la montagne sur l'analyse des comportements à risque en montagne (Soulé, 2003 et Hoibian, 2002). Dès lors, on peut émettre l'idée suivante : les études d'expertise réalisées dans l'aménagement et la sécurité ainsi que dans les études prophylactiques par ces professionnels ne sont pas neutres. Leurs valeurs ne sont pas absentes de leurs discours d'expertise. On rejoint dans cette perspective les critiques réalisées par de nombreux théoriciens portant sur ce sujet (Roqueplo, 1995 et Callon, 2002).

Concernant l'âge (figure 8 et annexe 2), il est possible de montrer combien cette variable apparaît discriminante pour expliquer les opinions des pratiquants. Nos recherches confortent certains écrits effectués en sociologie portant sur le poids des générations dans la construction des représentations sociales (Smith, 1994). Les jeunes apparaissent ainsi ouverts sur le changement autour des dimensions ludiques et culturelles (jeu, free ride, just do it,…). Ce sont eux qui dramatisent le plus autour des dimensions sociales (trop de monde, trop d'étrangers, trop de groupe) et qui sont les plus sensibles aux dimensions écologiques (« stop à l'urbanisation, pour des refuges austères, la montagne trop marchande »,…). Par différence, les seniors sont demandeurs de confort en refuge, opposés au développement des pratiques ludiques, engagés plus fortement sur certains thèmes sécuritaires, moins sensibles que les jeunes aux thèmes écologiques et distants vis-à-vis de la culture free ride. Sur un autre plan, en référence à l'échelle d'Inglehart[7] (1977), on observe une position post-matérialiste de ces jeunes (épanouissement personnel, satisfaction esthétique et respect d'autrui) par rapport aux

[7] Les réponses matérialistes (Assurer un haut niveau de croissance économique, Faire respecter la loi et l'ordre, Assurer la sécurité du pays en disposant d'une armée puissante, Lutter énergiquement contre l'inflation) ; les réponses post-matérialistes (Permettre au citoyen d'intervenir davantage dans les décisions du gouvernement, Encourager la liberté d'expression, Permettre aux gens de s'épanouir le plus possible, Réduire les inégalités) ; les réponses écologistes (Protéger l'environnement et la nature ; Evoluer vers une société où la nature et l'environnement comptent plus que l'argent).

seniors beaucoup plus matérialistes (importance aux biens matériels et à la sécurité physique) (figure 8). Les effets générationnels viendraient ainsi expliquer les valeurs en fonction de l'âge des pratiquants. La fracture sur l'échelle des tranches d'âge semblerait se situer autour de la 35ème année : les 15-34 ans formant un groupe assez proche dans leur conception de la montagne par rapport aux 35 ans et plus qui se rapprochent dans leurs opinions (annexe 2).

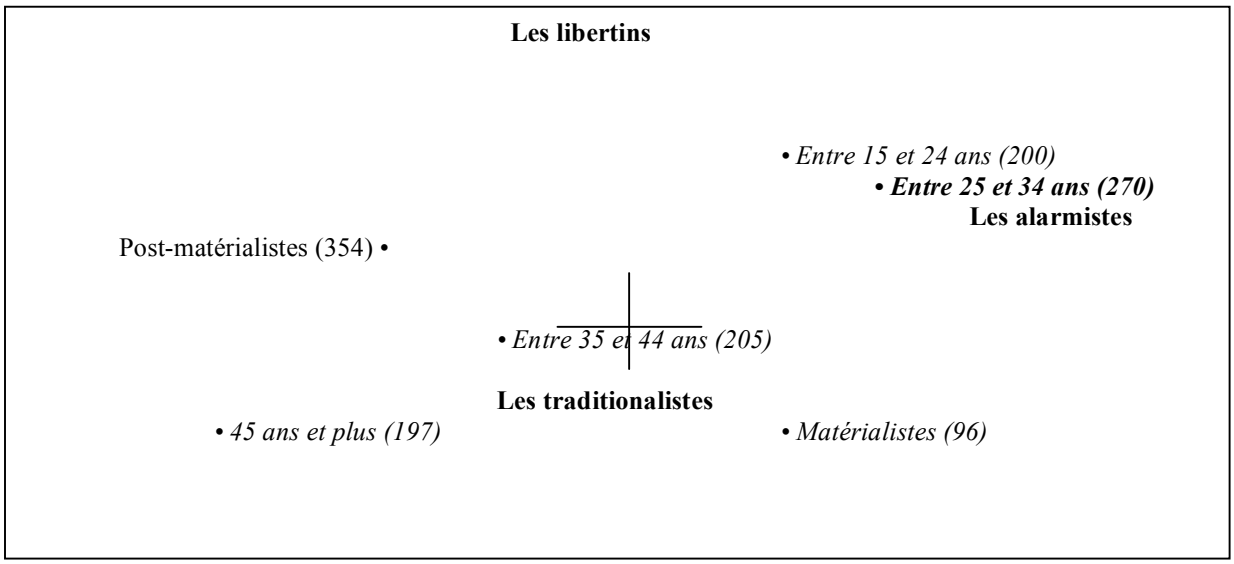


Figure 8 : plan principal des tranches d'âge et échelle d'Inglehart

Conclusion

Cette connaissance des opinions sportives en montagne s'inscrit dans une volonté de modifier l'approche classique du politique dans ces territoires de pratique. Prendre en compte l'opinion publique, c'est inscrire la décision politique dans un cadre démocratique, dans la perspective d'intégrer le pratiquant sportif dans la définition des orientations culturelles et gestionnelles de ces lieux. C'est aussi envisager la mise en place de procédures dialogiques en intégrant les différentes dimensions structurelles exprimées par l'enquête lors de l'instauration de forums hybrides ou de scènes participatives. La présence des différentes « familles politiques » est une façon d'introduire de la controverse et du débat en vue de tendre vers des décisions argumentées. A une époque marquée par un assouplissement de la loi montagne et à une baisse des procédures de contrôle des marchés publics, le renforcement de « l'économie des rôles politiques » via une plus forte participation des médias spécialisés et du public (pratiquants et locaux) semble nécessaire. L'enjeu se situe à ce niveau à cause de la difficulté à entrer dans une démarche participative dans la gestion politique de la montagne.

Cet exemple d'approche politique d'un fait sportif n'est pas réductible à ce domaine géographique. Il serait judicieux d'ouvrir cette lecture à d'autres domaines tant le sport semble marqué par de multiples tensions, controverses et affaires (Defrance, 1995 ; Duret, 2001). Cependant, peu nombreux sont les travaux ayant évoqué la question de l'opinion publique dans la gestion politique du sport remettant en cause la vision classique de la construction de la règle sociale dans ce secteur d'activités. L'étude que nous proposons en relation à un cadre théorique d'approche de l'opinion sportive tend à présenter quelques avancées dans ce domaine dans la continuité de ce que nous avions déjà impulsé lors d'une étude sur l'opinion sportive communale (Corneloup, 1998). De nombreux prolongements sont à envisager qui pourrait déboucher sur la construction des structures de l'opinion sportive en France, par exemple.

Bibliographie

Abric J. C. (2003), ss la direction, Méthodes d'étude des représentations sociales, Erès, Ramonville.

Ansel Ph., Pages J. P. (1997), *« Démocratie, scène médiatique et mesure des opinions . Le cas particulier du nucléaire »*, in Atome et société, Ed. Centre Béclère, Paris, pp. 113-124.

Berthelot J. M. (1990), L'intelligence du social, PUF, Paris.

Berthelot J. M. (2000), Sociologie, De Boeck, Bruxelle.

Boudon R. (1969), Les méthodes en sociologie, PUF, Paris.

Bourdieu P. (1997), Les usages sociaux de la science, INRA ed., Paris.

Bourdieu P. (2001), Science de la science et réflexivité, Raison d'agir, Paris.

Bourdieu P. (1984), Question de sociologie, Ed. de Minuit, Paris.

Bouroche J. M. (1980), L'analyse des données, PUF, Que sais-je ?, Paris.

Callon M. et al (2002), Agir dans un monde incertain, Seuil, Paris.

Champagne P. (1990), Faire l'opinion, Ed. de Minuit, Paris.

Clément J. P. (1985), « Etude comparative de trois disciplines de combat et de leurs usages sociaux », Thèse de 3° cycle en sociologie, Université de Paris V.

Collinet C. (2003) (ss la direction), La recherche en STAPS, PUF, Paris.

Combessie J. C. (1996), La méthode en sociologie, La Découverte, Paris, 1996.

Corcuff Ph. (1995), Les nouvelles sociologies, Nathan, Paris.

Corneloup J. (1999), *"Les imaginaires en escalade"*, Les cahiers de l'imaginaire, revue internationale, n° 18, pp. 28-37

Corneloup J. (1995), *"Média et styles de pratique en escalade"*, Les actes du colloque international "Sport, culture et tradition" , ss la direction de C. Pigeassou, pp. 282-295.

Corneloup J. (1991), *"Les styles de pratique en escalade... des idéologies en interaction"*, in Escalade 89, Actio, Dupuis Ed., Joinville, pp. 40-50.

Corneloup J. (1998), *" Les études d'opinion publique comme aide à la décision dans la déclinaison de politiques sportives locales"*, in Actes du 1° congrès de la société française de management du sport, pp. 99-109.

Corneloup J., Bouhaouala M., Vachée C., Soulé B. (2001), *" Formes de développement et positionnement touristique des espaces sportifs de nature*, revue Loisir et société, Canada, vol. 24, n° 1, pp. 21-46.
Corneloup J. (2002), Les théories sociologiques de la pratique sportive, PUF, Paris.
Debarbieux, B. et Marois, C. (1997). Le mont Royal. Forme naturelle, paysages et territorialités urbaines. Cahiers de géographie du Québec, 113, 171-200.
Defrance J. (1995), Sociologie du sport, La Découverte, Paris.
Dubois B. (1994), Comprendre le consommateur, Dalloz, Paris.
Duret P. et Trabal P. (2001), Le sport et ses affaires, Métailié, Paris.
Elias N., During E. (1986), Sport et civilisation, Fayard, Paris.
Elias N. (1991), La société des individus, Paris, Fayard.
Falt P. (1981), *« Les usages sociaux de la croisière »,* in Sport et société, sous la direction de Pociello C., Ed. Vigot, Paris, pp. 261-284
Filser M. (1994), Le comportement du consommateur, Dalloz, Paris.
Fischbein M., Ajzen I. (1975), Belief, attitude, intention and behavior ; an introduction to theory and research, Addison – Wesley.
Gerbaux F. (et al) (1999), Utopie pour le territoire, L'aube éditions, Saint-Etienne.
Hoibian O. (2000), *Les alpinistes en France*, L'Harmattan, Paris.
Hoibian O. (2002), *« Accident de montagne et médiatisation. Construire l'événement »*, in Deux siècles d'alpinismes européens, L'Harmattan, Paris, pp. 311-331.
Inglehart R. (1977), The silent revolution, Princeton University Press.
Lahire, B. (2002), Portraits sociologiques, Paris,Nathan.
Merllié D. (1989), « La construction statistique », in Champagne et al, Initiation à la pratique sociologique, Dunod, Paris, pp. 101-162.
Mouffe, C. (1999), *« La politique démocratique doit-elle être fondée sur la raison ? »,* in L'irrationnel menace ou nécessité, Seuil, Paris.
Moscovici S. (1976), La psychanalyse : son image et son public, PUF, Paris.
Pages J. P. (1991), *« Comprendre l'opinion en période de crise : la prise en compte des représentations ».* In : la communication de crise – Mc Graw-Hill.
Pages, J.P. (1999). Démocratie délibérative et perception des risques, rapport de recherche. Paris : Agoramétrie.
Pages, J.P., & Ansel, P. (1996). « *Démocratie, scène médiatique et mesure des opinions* », Actes du Colloque Atome et Société, Ed Béclère, Palais du Luxembourg, Paris pp.113-124.
Pociello C. (1995), Les cultures sportives, PUF, Paris,**.**
Roqueplo Ph. (1995), *"L'expertise scientifique entre pouvoirs politiques, administrations et opinions publiques"*, in Gazette nucléaire 143-144, pp. 27-32.
Singly DE F. (1992), L'enquête et ses méthodes : le questionnaire, Nathan Université, Paris.
Soulé B., Corneloup J. (2001), *" La place du public dans le dispositif de sécurité en station de sports d'hiver ",* revue STAP*S*, pp. 43-60.
Smith W. T. (1994), *« Is there réal opinion change »*, in International Journal of public opinion research, Vol 6 n° 2, pp. 188-203.
Thomas R. (1995), « *Evolution du sport et opinion publique* », in Sport, relations sociales et action collective, actes de colloque, ed. MSHA, Talence, pp. 101 - 114
Valette P. – Florens (1994). Les styles de vie : bilan critique et perspectives., Nathan, Paris.

Annexe

Débat autour de la montagne Variable Age opinion favorable	Entre 15 et 24 ans	Entre 25 et 34 ans	Entre 35 et 44 ans	45 ans et plus	Proba-bilité
Il manque de lieux de fête (spectacles, petits concerts, fêtes thématiques, cafés ambiance,…)	**41,5**	35,9	23,9	15,2	1.37E-7
La montagne est trop sérieuse, il faut développer des activités plus riantes	**14.5**	11.1	5.9	7.1	2.13E-2
Pour la création de parcs loisir-aventure (tyrolienne, saut en élastique, jeux aériens)	**43.0**	34.8	29.3	14.7	2.82E-8
L'époque actuelle manque d'épopées, de grandes aventures et de récits fabuleux.	**36.0**	30.0	19.5	14.2	2.30E-7
Les groupes deviennent envahissants	37.0	**38.1**	31.2	22.8	3.01E-3
Il y a trop de monde en montagne	39.0	**42.6**	26.8	22.8	3.48E-6
Sur les sites de pratique, les étrangers se croient tout permis	**35.5**	28.1	21.5	12.7	1.48E-5
Les conflits sont de plus en plus présents sur les sites de pratique	**25.0**	23.7	18.5	11.7	8.81E-4
Pour la présence de loups et d'ours en montagne	60.5	**68.1**	59.5	38.1	3.92E-12
Les refuges de montagne doivent rester austères et archaïques	**46.0**	35.2	31.2	29.4	4.23E-5
La montagne est devenue une véritable poubelle	50.0	**54.1**	30.7	25.4	1.14E-10
Pour le paiement d'une vignette propreté-entretien des sites	22.0	**27.4**	16.1	11.2	3.28E-9
Il faut stopper l'urbanisation de la montagne	**84.5**	80.4	77.6	73.6	7.09E-2
La montagne est devenue trop marchande, trop orientée vers la rentabilité	**64.0**	62.6	54.6	53.8	1.15E-1
La montagne est trop réglementée	17.0	**18.9**	12.2	9.6	1.11E.2
La montagne, c'est « just do it «(fais ce que tu veux), no rule et no limit (pas de règle, pas de limite)	**13.5**	**13.7**	8.3	3.6	4.90E-3
Les « free riders » ont renouvelé l'esprit de la montagne	**42.0**	27.0	19.0	8.6	3.14E-12
Il est normal de poursuivre en justice les professionnels de la montagne	43,5	44, 4	55,6	**52,8**	1.25E-1
Il faut faire payer les secours aux accidentés	26,5	27,4	34,1	**43,1**	3.89E-4
Les secours sont excellents en France	59.0	77.4	78.5	**77.7**	1.26E-5
Les pratiquants sont dans l'ensemble responsables, prudents et informés	38.0	43.3	46.3	**58.9**	6.69E-4

Annexe 2 : Tranches d'âge et controverses montagnardes

Débat autour de la montagne	Indép. cadres sup.	Ensei-gnants	Etu-diants	Prof. Inter.	Em-ployés ouvriers	Prof. Monta-gne	Autres	Proba
Il faut faire payer les secours aux accidentés	**47.4**	27.1	23.3	38.3	25.5	20.7	37.4	3.89E-4
Les sites de pratique ne sont pas assez sécurisés	2.9	5.6	9.3	3.8	**15.3**	2.2	8.4	2.41E-3
La montagne rime trop avec exploit, extrême et danger	19.0	21.5	24.7	19.5	**34.7**	26.1	22.6	2.03E-1
Les contraintes sont trop fortes en montagne (réservation, transport, circulation,…)	16.8	16.8	22.7	20.3	**25.5**	**27.2**	23.9	2.23E-1
Les pratiquants sont dans l'ensemble responsables, prudents et informés	**53.3**	51.4	39.3	45.9	45.9	34.8	51.0	1.59E-1
Il faut continuer à aménager la montagne en téléphérique	**13.1**	7.5	6.0	7.5	**11.2**	4.3	9.7	5.71E-2
La montagne, c'est « just do it « fais ce que tu veux), no rule et no limit (pas de règle, pas de limite)	5.1	6.5	**16.7**	7.5	7.1	**20.7**	8.4	2.57E-3
Les conflits sont de plus en plus présents sur les sites de pratique	13.9	22.4	25.3	12.8	19.4	**27.2**	21.3	1.77E-2
Sur les sites de pratique, les étrangers se croient tout permis	23.4	14.0	32.7	17.3	**33.7**	22.8	27.7	1.48E-5
Les pratiques culturelles, familiales et ludiques ne sont pas assez nombreuses	17.5	14.0	23.3	16.5	27.6	**30.4**	21.9	5.06E-2
Les groupes deviennent envahissants	33.6	20.6	38.7	28.6	33.7	**37.0**	35.5	2.10E-1
Il faut stopper l'urbanisation de la montagne	78.8	**86.0**	88.0	76.7	76.5	73.9	72.9	7.89E-3
L'époque actuelle manque d'épopées, de grandes aventures et de récits fabuleux.	29,2	11.2	32.7	20.3	**32.7**	29.3	21.9	2.37E-5
La montagne est devenue trop marchande, trop orientée vers la rentabilité	*54.0*	**60.7**	**68.0**	54.9	63.3	56.5	56.1	5.20E-2
Il manque de lieux de fête (spectacles, petits concerts, fêtes thématiques, cafés ambiance,…)	24.1	24.3	**38.7**	23.3	34.7	**46.7**	21.9	4.94E-5
Les refuges de montagne doivent rester austères et archaïques	33.6	31.8	**42.7**	37.6	36.7	29.3	33.5	1.68E-1
Les secours sont excellents en France	78.8	79.4	57.3	76.7	63.3	**91.3**	73.5	1.84E-6
Les « free riders » ont renouvelé l'esprit de la montagne	21.9	17.8	**43.3**	16.5	29.6	26.1	15.5	7.53E-7
Pratiquer la montagne, c'est une manière de s'éloigner de la folie de notre monde	77.4	74.8	76.0	**84.2**	**87.8**	72.8	72.3	1.26E-1
La montagne est devenue une véritable poubelle	38.0	32.7	49.3	28.6	42.9	**65.2**	37.4	2.23E-5
Sur les sites de pratique, les étrangers se croient tout permis	23.4	14.0	32.7	17.3	**33.7**	22.8	27.7	1.48E-5
Pour moi la montagne, c'est le max. de sensations avec le minimum de contraintes et d'efforts.	5.1	4.7	8.7	4.5	**12.2**	5.4	9.0	2.69E-1
La montagne est trop sérieuse, il faut développer des activités plus riantes	10.9	5.6	12.7	6.8	**14.3**	**16.3**	4.5	3.48E-3
Les sites de pratique ne sont pas assez sécurisés	2.9	5.6	9.3	3.8	**15.3**	2.2	8.4	2.41E-3
Pour la présence de loups et d'ours en montagne	54.0	61.7	**69.3**	54.1	51.0	77.2	41.9	1.98E-7
La montagne rime trop avec exploit, extrême et danger	19.0	21.5	24.7	19.5	**34.7**	26.1	22.6	2.03E-1
Il faut continuer à aménager la montagne en téléphérique	**13.1**	7.5	6.0	7.5	**11.2**	4.3	9.7	5.71E-2
Pour la création de parcs loisir-aventure (tyrolienne, saut en élastique, jeux aériens)	32.1	35.5	36.0	26.3	**39.8**	20.7	25.8	1.00E-1
Il y a trop de monde en montagne	27.7	24.3	39.3	29.3	30.6	**46.7**	37.4	3.48E-4
La montagne est trop réglementée	12.0	10.3	17.3	9.8	11.2	**27.2**	16.8	5.49E-

Annexe 1 : C. S. P. et controverses montagnardes