

Entre mobilité, virtualité et professionnalisation : éléments méthodologiques et conditions de réalisation d'une ethnographie des grimpeurs professionnels

Guillaume Dumont, Doctorant

Universidad Autónoma de Madrid – Université Claude Bernard Lyon 1

Résumé

Partant d'une ethnographie multisite sur la professionnalisation d'une pratique sportive, cet article met en avant la nécessité de contextualiser et d'explicitier les logiques itinérantes de la recherche ethnographique. En décortiquant les différentes étapes de ma démarche, je m'attache ici à décrire et à analyser l'élaboration de mon objet de recherche : la professionnalisation des grimpeurs de haut niveau. Sur cette base, le corps de l'article s'intéresse à la construction de la localisation multiple du terrain et son inscription dans l'univers virtuel propre aux participants afin d'élucider la construction d'une relation ethnographique négociée. Dans ce cadre, je discuterai respectivement les limitations et les logiques de négociation de cette position face à des conditions d'accès difficiles, et finalement les problèmes inhérents à la visibilité du chercheur, visibilité directement dépendante des caractéristiques de la population de recherche.

Mots clés

ETHNOGRAPHIE TRANSNATIONALE, MÉDIAS, PROFESSION, SPORT, RÉFLEXION MÉTHODOLOGIQUE

Introduction

Cet article se propose de mettre en avant les conditions d'une « recherche ethnographique particulière, réalisée par un ethnographe particulier » (Laplantine, 1996, p. 40), en s'interrogeant sur le rapport entre le chercheur, son terrain de recherche et la construction de l'objet. Pour ce faire, j'examine trois aspects de ma thèse de doctorat sur la professionnalisation de la pratique de l'escalade, respectivement la construction de mon objet de recherche dans le long terme, les conditions de réalisation d'une ethnographie transnationale ainsi que l'utilisation des médias comme outil méthodologique. Pour terminer, je discute la négociation de ma position sur le terrain. Suivant les

recommandations d'Olivier De Sardan (1995), je mets en avant la recherche ethnographique comme un processus d'itération, d'allers-retours, entre théorie et données, entre construction de l'appareil méthodologique et réalisation du terrain, entre position et tâche de l'ethnographe. La prise en compte du caractère itératif et interactif de la recherche et son explicitation sont, selon moi, nécessaires à l'adoption d'une posture vigilante par rapport au déroulement et à la production de l'ethnographie. Cette posture est construite à travers une double démarche par laquelle l'ethnographe prend conscience de la position qu'il occupe dans un contexte particulier et de l'évolution de cette position au fil de la recherche.

La recherche ethnographique tel un processus d'itération

La naissance d'une méthode négociée

Il semble difficile d'écrire sur l'ethnographie en passant sous silence les premières formalisations d'une méthode aujourd'hui répandue et diversifiée, pluridisciplinaire et discutée. Il y a un siècle, Malinowski touche terre sur l'archipel des Îles Trobriand pour un séjour de quatre ans qui donna naissance à la formalisation par l'écriture des percepts de « la » méthode ethnographique. Si la rédaction de recommandations méthodologiques ne faisait pas partie des ambitions malinowskiennes lors de la publication des *Argonautes du Pacifique Occidental* (1922), celles-ci restent cependant dans les annales de la tradition ethnographique (Leach, 1957).

Adoptée comme outil de recherche dans le monde occidental par les partisans des méthodes qualitatives de la première tradition de Chicago (Chapoulie, 2000), l'ethnographie s'établit progressivement dans un cadre pluridisciplinaire. En effet, son association à l'anthropologie et à un terrain exotique – considéré comme un rite de passage où l'exotisme est un gage de véracité (Amit, 2000; Kilani, 1994; Pulman, 1986) – va s'étendre à d'autres disciplines. Cet exotisme se déplace vers un monde proche et quelquefois extrêmement personnel (Boellstorff, Nardi, Pearce, & Taylor, 2012), pour une fusion entre la tradition sociologique de Chicago et l'enquête de terrain malinowskienne (Olivier De Sardan, 1995).

C'est dans ce cadre qu'émergent les premières critiques concernant l'ethnographie conçue comme un processus à part entière, impliquant un séjour sur le terrain indissociable d'un processus d'écriture *a posteriori*. La crise des représentations qui traverse l'ethnographie (Marcus & Fischer, 1986) prend d'abord naissance en anthropologie (Clifford & Marcus, 1986; Geertz, 1983), pour ensuite se répandre en sociologie où survient le questionnement de la construction du discours ethnographique (Atkinson, 1990; Denzin, 1997; Ticineto-Clough, 1992). En contrepoint des considérations trop centrées sur

l'ethnologue plutôt que sur la population qu'il étudie, différents auteurs adopteront une position en décalage avec la tradition américaine émanant de *Writing culture* (Clifford & Marcus, 1986) en interrogeant la posture ethnographique du chercheur, notamment au travers de l'objectivation (Bourdieu, 2003; Bourdieu & Wacquant, 1992; Kilani, 1994; Olivier De Sardan, 1992).

Alors que Chapoulie souligne le peu d'entrain des sociologues français pour le travail de terrain (2000), Kusenbach (2005) souligne l'existence de conceptions différentes de l'ethnographie en Europe et aux États-Unis. Si l'ethnographie américaine est une sous-catégorie de la recherche qualitative et non une méthodologie particulière, elle serait en Europe limitée à l'observation participante (Kusenbach, 2005), excluant par là cette idée de conscience de l'ethnographie mise en avant par les coordonnateurs de ce numéro de la revue *Recherches qualitatives*. Cependant, s'il est vrai que les enquêtes qualitatives de grande ampleur propres à la tradition américaine (Agar, 1973; Anderson, 1999; Becker, 1963; Bourgeois, 1995; Duneier, 1999) sont moins représentées en Europe, de nombreux travaux montrent que l'ethnographie va toutefois plus loin que l'observation participante (Amit, 2000; Fassin, 2011; Feixa, 1998; Sayeux, 2008; Thornton, 1996).

La nécessité de la mise en écriture

De nombreux auteurs suggèrent la nécessité d'explicitier les modalités de réalisation de l'ethnographie (Laplantine, 1996). Cependant, les conditions de sa réalisation sont toutefois peu mises en avant dans les textes et monographies. Le rôle de l'ethnologue, la prise de contact et les adaptations méthodologiques réalisées en cours de route doivent cependant être explicités. Le débat entre Wacquant (2002) et différents sociologues américains¹ (Anderson, 2002; Duneier, 2002; Newman, 2002) illustre un malaise concernant la nécessité de la preuve, l'articulation entre les données construites par l'ethnologue (Latour, 2001) et la présentation des résultats. De même, cette discussion et la virulence des réactions des auteurs concernés soulignent l'importance de la contextualisation du chercheur, de sa formation et de son origine sociale. La diversité des positionnements épistémologiques sur la construction de l'objet de recherche dessine en filigrane la question des problèmes inhérents à la réalisation de l'enquête et la nécessité de la vigilance ethnographique. En effet, si les textes qui en découlent suscitent de nombreuses discussions, les conditions de la recherche et son inscription dans la contemporanéité sont souvent absentes des productions textuelles (Marcus, 2011). Il est donc nécessaire de revenir sur cette « politique du terrain » (Olivier de Sardan, 1995).

Avec cette idée en tête, la première section de l'article s'attache à l'importance de la construction de l'objet dans le long terme, à la recherche comme un processus négocié et à la nécessité d'appréhender ces négociations. J'introduis ainsi le contexte de ma recherche, la construction de l'objet et mon rapport personnel à l'objet. La seconde section se centre sur la réalisation de l'ethnographie dans un cadre transnational. Elle présente une méthodologie de recherche adaptée aux contours du terrain. Enfin, la troisième et dernière section présente les caractéristiques propres à la population de recherche et sa relative inaccessibilité. J'explique brièvement les stratégies de prise de contact et mon positionnement par rapport aux acteurs.

Pour une lente élaboration de l'objet : entre cadre théorique et parcours passionnel

La professionnalisation à l'œuvre

Dans cet article, je m'appuie sur une série d'ethnographies articulées autour de la pratique de l'escalade. Lors de la construction de la problématique de ma recherche de thèse, j'avais décidé de m'intéresser aux processus de socialisation professionnelle des grimpeurs. La faible institutionnalisation de la pratique (fédérations peu présentes, absence de formations officielles pour de nombreux « professionnels », peu de certifications) et les phénomènes de négociation entre passion-profession chez ces grimpeurs ancrent ma recherche dans une ethnographie des groupes professionnels non établies (Demazière & Gadea, 2009; Freidson, 1986; Menger, 1989) et des pratiques sportives dites « alternatives » ou « *lifestyle sports*² » (Rinehart, 2000; Wheaton, 2004, 2010).

Cet objet de recherche n'est pas le fruit du hasard. Un regard en arrière montre sa construction sur le long terme au fil de mon parcours personnel et universitaire. Dans ce contexte, mon intérêt pour l'escalade vient du « désintérêt » des sciences sociales et plus particulièrement de l'anthropologie pour ce sujet. Un séminaire sur le tourisme m'a également fait ouvrir les yeux sur les possibilités de combiner mes études et ma passion pour l'escalade. Cela a été l'occasion d'envisager les voyages des grimpeurs à l'étranger afin de réaliser leur passion comme un objet d'investigation anthropologique. Il a débouché sur la construction d'un sujet de mémoire de master articulant escalade et voyage grâce à une ethnographie multisite afin de travailler avec des grimpeurs mobiles et dispersés.

Ce travail de master avait été préalablement délimité par des terrains exploratoires au cours des années précédentes, visitant un nombre conséquent de sites en Europe en parallèle avec mon propre parcours de grimpeur. Attiré vers l'escalade par un espoir allusif de sortir virtuellement de la ville, vivant alors dans un cadre urbain bien éloigné des montagnes, s'échapper de la salle

d'escalade pour aller « tâter du rocher » était à l'époque une expédition en soi. Baigné dans l'ambiance particulière d'une salle bruxelloise tenue par un insatiable voyageur, mon imaginaire de la pratique s'est créé autour des récits de voyage aux quatre coins du monde et d'autres anecdotes épiques de la vie en paroi. Progressivement, je me retrouvais moi-même derrière le comptoir à accueillir les grimpeurs, dans l'atelier à fabriquer des prises artificielles et dans la salle à ouvrir des voies et encadrer des groupes de jeunes. En parallèle, cette atmosphère construite autour du voyage et de son imaginaire m'incitait progressivement au départ, à partir moi-même à la découverte de ces sites que l'on m'avait décrit des heures durant lors de longues soirées pluvieuses.

Depuis mon premier voyage, j'ai multiplié les séjours à l'étranger. Avec l'idée d'un futur travail sur l'escalade derrière la tête, je développais une connaissance fine de l'objet et une progressive maîtrise des référents propres à la pratique. Je flirtais alors moi-même avec la professionnalisation, celle d'un professionnel de l'escalade et non celle d'un grimpeur professionnel (les professionnels de l'escalade sont nombreux : entraîneurs, moniteurs, responsables de salles; alors que les grimpeurs professionnels ne constituent qu'une catégorie particulière). Je commençais un apprentissage long et ardu, composé d'interactions constantes avec les grimpeurs, de visionnages de vidéos, de lecture de magazines et de sites Internet spécialisés, entrecoupés par une immersion physique dans la pratique, un engagement corps et âme dans une pratique vécue au quotidien (Wacquant, 2000).

Le rôle de la littérature et du contexte universitaire

Si la construction de l'objet est liée, et plus particulièrement dans la partie préalable au travail de terrain, à un dépouillement de la littérature visant à formuler un questionnement pertinent et novateur, elle repose également sur une inscription dans un ou plusieurs cadres institutionnels particuliers. Le choix d'un objet de recherche, malgré son apparent caractère éminemment personnel, reflète les influences d'un établissement d'accueil (l'université, les fonds de financements, etc.) et l'inscription théorique du chercheur. Initié à l'ethnographie au cours de ma formation en anthropologie, le choix d'une méthodologie qualitative s'est alors fait intuitivement.

En parallèle, les limitations de la littérature concernant la pratique de l'escalade ont débouché sur un élargissement de mon horizon théorique. Ce cheminement littéraire a fait émerger des concepts et en a effacé d'autres. Je me suis d'abord intéressé au tourisme sportif et aux pratiques sportives passionnelles, puis à la construction spatiale en escalade, pour finalement aboutir à une approche socioanthropologique des groupes professionnels centrée autour d'un groupe de pratiquants experts, médiatisés et extrêmement

mobiles. Après mon master en anthropologie en Belgique, mon inscription en thèse dans un département d'anthropologie espagnol en cotutelle avec un département de Sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS³ français m'a plongé dans deux univers théorico-méthodologiques différents. L'échange avec des collègues appartenant à des traditions distinctes, les manifestations scientifiques, ou encore la consultation de spécialistes du sujet ont conduit à l'élargissement des pistes bibliographiques et à la conceptualisation d'un cadre théorique particulier. Je pense notamment à des séjours dans des centres de recherche différents des universités d'origine. Par exemple, un séjour de recherche au département de sociologie de l'Université du Colorado, aux États-Unis, en parallèle à mon travail de terrain, a permis de travailler ma méthodologie et d'envisager l'utilisation de nouveaux outils technologiques – notamment Skype – afin de réaliser des entretiens.

Actuellement présent en Espagne au sein d'un centre de recherche sur Internet et la communication, je termine mon travail de terrain et complète ma réflexion et ma formation théoriques en collaborant avec des chercheurs travaillant dans des domaines disciplinaires proches mais différents, ce qui permet de donner une autre dimension à mon travail. Ce cadre particulier dans lequel est menée la recherche entraîne des logiques de négociation de l'objet, logiques nécessitant d'être prises en compte lorsque l'on s'interroge sur la réalisation, non pas uniquement du terrain ethnographique à proprement parler, mais de l'ensemble du parcours que constitue un travail de recherche, depuis son élaboration à son déroulement et aux résultats.

L'exploration comme outil de construction : les lieux et les acteurs

Combiner objet de recherche et objet de passion s'est avéré être une perspective enrichissante. Alors qu'auparavant je m'étais concentré sur le choix de sujets plus « exotiques », j'étais désormais confronté à un objet proche et contemporain, personnel et affectif. Ma passion pour l'escalade allait désormais se combiner avec la perspective d'une recherche ethnographique. Durant ma formation universitaire, j'ai eu l'occasion de voyager régulièrement en Europe, visitant de nombreux sites d'escalade et rencontrant de nombreux grimpeurs. Ces déplacements se sont formalisés par la mise en place d'une cartographie de la pratique, mais également par la création d'un carnet d'adresses.

Avec l'idée de réaliser de futures recherches dans ce domaine, je repérais petit à petit des sites propres à être examinés sous l'angle du « lieu anthropologique » (Augé, 1992). Alors qu'une partie des travaux aborde la pratique de l'escalade dans un lieu déterminé (Bogardus, 2011; De Léséleuc, 2004; Rickly-Boyd, 2012), j'ai décidé de réaliser une ethnographie multisite

(Marcus, 1995) afin de « saisir » des individus mobiles. Les défis d'une ethnographie du mouvement reposent notamment sur la sélection de sites permettant le travail avec la population de recherche. En effet, la dispersion géographique des sites dans lesquels s'est réalisée l'ethnographie (les sites d'escalade, de compétition et d'événement) a provoqué un éclatement du terrain. Ainsi, face à une population de recherche en constant déplacement, j'ai donc choisi de saisir son intense circulation à différents points de rencontre.

Comme le montre Rickly-Boyd (2012), l'objectif ultime pour ces grimpeurs est d'étendre au maximum leur séjour, ce qui influence la sélection des sites visités en fonction des possibilités d'hébergement, des possibilités de séjour de longue durée, de la qualité de l'escalade mais également de la fréquentation du site. Ces différents critères délimitent ainsi progressivement les sites au sein desquels réaliser une ethnographie. Ceux-ci sont donc visités à plusieurs reprises pour de courtes durées (quelques semaines), en amont et en aval de séjours plus longs (quelques mois). Ces sites sont l'occasion de participer et d'observer, de questionner et d'enregistrer différents grimpeurs, ainsi que de mettre par écrit leur pratique. Loin de l'idée d'une séance d'observation avec une « sortie du terrain » à un moment déterminé (par exemple, lorsque le chercheur rentre chez lui à la fin de la journée), les dispositions spatiales de ces lieux incitent à une « vie communautaire ». La proximité, l'espace de vie réduit et le partage d'un lieu de pratique encouragent dans une certaine mesure la création des liens sociaux entre les pratiquants.

Ces premières ethnographies⁴, en parallèle avec l'évolution de ma pratique et la construction de mon « identité de grimpeur », ont permis d'établir un réseau de contacts transnationaux. Des premières rencontres éphémères ont par la suite donné lieu à des visites de courte durée chez des individus. Certains de ces individus sont encore présents dans mon travail ethnographique actuel ou sont tout simplement devenus des amis.

Les acteurs déterminent l'information accessible « de première main », information et accès sous-entendus par la nature des relations avec les pratiquants. Ces grimpeurs ayant établi l'escalade et le voyage comme leur mode de vie mettent en avant leurs dilemmes quotidiens, notamment la complexité des ressources économiques. Dépenses réduites au minimum, mode de vie précaire où la tente (ou le véhicule) remplace l'hôtel et le « camping-gaz » le restaurant. Alors que la fin des économies met un terme au séjour, elle implique également une recherche de rentrées financières immédiates. Dans ce cadre, ces pratiquants vont développer différentes stratégies pour poursuivre leur activité, stratégies basées sur la production de médias spécialisés (photographies, vidéos), l'accompagnement (guides et moniteurs), le travail

dans des salles d'escalade ou la recherche de commanditaires. D'autres s'éloignent de la professionnalisation passionnelle pour se tourner vers un marché de l'emploi normalisé avec l'espoir de retourner (ou pas) à un mode de vie rêvé.

Une ethnographie multiple et virtuelle : l'évolution du rapport à l'enquête

L'ethnographie multisite ne constitue pas une délocalisation de l'objet de recherche, mais sa localisation plurielle dans un contexte d'intense circulation des acteurs et des constructions socioculturelles (Burawoy, Blum, George, Gille, Gowam, Haney, Klawiter, Lopez, O Riain, & Thayer, 2000; Urry, 2000). Être vigilant signifie ici questionner les multiples localités propres à la recherche ainsi que la (re)configuration des méthodes en examinant les processus de sélection et de construction des sites dans lesquels est conduite l'ethnographie (Amit, 2000). Les critères que j'ai utilisés s'articulent autour de la professionnalisation afin de repérer les sites dans lesquels elle est construite. La pratique de l'escalade professionnelle voit les médias spécialisés jouer un rôle central dans la circulation de l'information et la construction du statut de grimpeur professionnel au travers de différents supports. Il est nécessaire de combiner ethnographie « réelle » et « virtuelle » afin d'analyser la vie socioculturelle des individus (Boellstroff et al., 2012; Hine, 2000; Wilson, 2008). Je développe dans la section suivante le caractère mouvementé de ma recherche et discute l'utilisation des médias comme outil méthodologique.

Un contexte mobile

Si la mobilité est d'abord géographique, elle trouve également sa place dans les discours individuels, dans la circulation orale de récits et dans les productions textuelles et visuelles propres à la pratique. Les médias de l'escalade ne cessent pas de promouvoir une mobilité transnationale intense caractérisée par des voyages dans des sites de rêves, des « hauts lieux » (Sayeux, 2010) de la pratique disséminés autour du monde. Alors que l'ethnographie confirme cette mobilité, mettant en avant des participants constamment en voyage, elle permet également de s'interroger sur sa démocratisation affichée. En effet, le voyage au quotidien ne concerne qu'une partie réduite des professionnels de l'escalade et ces déplacements constants s'inscrivent dans les phénomènes de mobilité des élites sportives (Bruce & Wheaton, 2010; Giulianotti & Robertson, 2007; Thorpe, 2011, 2012). Ces grimpeurs particuliers s'inscrivent également dans le contexte d'intensification de la circulation des biens, des personnes et des représentations (Appadurai, 1990; Hannerz, 1996; Marcus, 1995), de manière « réelle » ou « virtuelle » (Burawoy et al., 2000; Urry, 2000).

L'ethnographie en mouvement

Ces caractéristiques influencent la démarche et la constitution de l'objet non plus par un lieu, comme dans le cas d'une ethnographie classique (Hine, 2000; Marcus, 1995, 2002, 2011; Urry, 2000), mais par une décentration du travail de terrain (Fergusson, 2011). Cette fragmentation ne signifie pas pour autant son éclatement; il s'agit de faire des choix et de construire le terrain sur un autre modèle pour illustrer comment ces phénomènes globaux sont présents dans le local (Burawoy et al., 2000). Dans une perspective ethnographique, la mobilité des sujets entraîne la mobilité du chercheur, ou plutôt sa circulation entre un réseau de sites « réels » et d'ancrages virtuels. De nombreux travaux proposent des pistes en faveur de ce qu'ils conçoivent comme une « ethnographie globale » (Burawoy et al., 2000), « ethnographie mobile » (Buscher, Urry, & Witchger, 2011; Marcus, 1995) ou encore « ethnographie transnationale » (Thorpe, 2011).

Cependant, cette mobilité ne va pas de soi et repose sur une élaboration propre au chercheur et au contexte de la recherche qui influence directement ses conditions de réalisation, par exemple l'affiliation universitaire, l'ampleur ou l'absence de financement, ou encore les opportunités apparaissant tout au long de la recherche. Ici, la sélection des sites s'est faite sur la base de travaux précédents et des modalités d'une mobilité rendue possible (mais également délimitée) par l'affiliation à différents établissements. Dans un premier temps, réaliser une cotutelle a permis d'alterner les séjours dans deux contextes nationaux différents. Dans un second temps, un statut de *Research scholar* m'a permis un long séjour aux États-Unis. L'ethnographie reste donc localisée dans différents sites, faisant de la mobilité une caractéristique d'un objet certes globalisé, mais bel et bien localisé. Ce caractère réflexif des représentations est supporté par un contexte de constante diffusion d'informations dans les médias sociaux ainsi que la circulation des connaissances et représentations de ces différents lieux créées et recrées au fil des visites. Toutefois, cette mobilité ne se réalise pas à moindre coût. J'ai dû négocier avec un modèle établi, le terrain ethnographique unilocal et de longue durée, tout comme réaliser des sacrifices méthodologiques, avec notamment l'impossibilité d'une présence constante sur le terrain en raison d'une absence de financement et d'une distribution géographique complexe des terrains.

Les médias comme outil ethnographique

L'évolution des technologies, la numérisation des informations relatives à l'activité (sites Internet, vidéos, actualités, blogues) et l'explosion des médias sociaux (dont Facebook, Instagram, Twitter) construisent le monde virtuel comme contexte ethnographique important (Wilson, 2008). L'assimilation

entre ce monde « réel » et « virtuel » (Hine, 2000) fait d'Internet et de son utilisation un élément clé du travail de terrain dans un cadre de négociation constante entre ces deux univers, puisque la population de recherche utilise intensément cette ressource. Le déroulement de l'enquête ethnographique et l'accès progressif à la population de recherche a mis en avant le rôle et l'intense utilisation des moyens de communication et de médias spécialisés par les athlètes. En effet, la visibilité de ces derniers se construit surtout au travers de ces médias et de réseaux sociaux, majoritairement en ligne. Internet devient donc un outil privilégié pour ces grimpeurs et pour moi-même, tout comme un site ethnographique à part entière (Miller & Slater, 2000).

Alors qu'à ses débuts l'enquête privilégiait l'ensemble des professionnels de l'escalade, le déroulement de l'ethnographie a progressivement redessiné les perspectives de recherche et le choix de la méthodologie. En effet, alors qu'une conceptualisation large de la notion de professionnel permettait une sécurité d'accès à la population de recherche et un objet localisé géographiquement (salles d'escalade, sites d'initiation, bureaux des entreprises), les grimpeurs professionnels sont difficilement localisables et peu accessibles. Cependant, l'itération ethnographique, c'est-à-dire les allers-retours qui caractérisent le travail du chercheur sur le terrain (Olivier De Sardan, 1995), a produit une multiplication des rencontres et des opportunités, lançant le projet dans une dimension inespérée et resserrant la population d'étude à ces grimpeurs professionnels. L'utilisation constante des moyens de communication en ligne par les athlètes les rend localisables. Ces mêmes moyens de communication permettent de travailler sur une échelle globale, que ce soit en réalisant des entretiens, en établissant le contact ou en maintenant des relations avec la population de recherche.

Dans ce contexte particulier, être flexible par rapport à sa méthodologie signifie pour moi intégrer les apports et les limitations de l'utilisation des nouveaux outils dans les processus de production des données, autrement dit l'utilisation d'Internet dans le contexte ethnographique, tout en m'interrogeant à propos de celle-ci. Ethnographier la vie socioculturelle en ligne ne se réduit pas à consulter un ensemble de ressources (Boellstorff et al., 2012), mais implique un double engagement (Hine, 2000; Wilson, 2008). Cette démarche ethnographique articule la rencontre physique avec les participants et l'observation et la participation en ligne. L'ethnographie virtuelle et ses méthodes ne sont pas autosuffisantes, mais trouvent leur richesse dans un usage complémentaire (Boellstorff et al., 2012; Hine, 2000). Dans ce contexte, Skype a été utilisé lorsque la distance géographique se transforme en obstacle. La rencontre physique avec l'autre reste une finalité. Cette rencontre est cependant déplacée, permettant de travailler tant au plan national que transnational, dans

le contexte d'une population éclatée à l'échelle mondiale. Ainsi, des entretiens ont été réalisés en Australie, aux États-Unis et dans différents pays européens, entraînant une redéfinition du cadre méthodologique, géographique et analytique, mais également des apports de ce travail.

L'influence des pratiques sur les modalités de l'ethnographie

Faire une place au monde virtuel répond à la prééminence des médias et des technologies numériques dans la pratique de l'escalade de haut niveau. Cette importance reflète les stratégies que les professionnels de l'escalade ont quelques fois créées et développées mais surtout récupérées (à l'image des plateformes classiques telles que les sites Internet ou les blogues) afin de diffuser leurs activités). De plus, l'accélération de la consommation et de la production de ces contenus amène un renouvellement constant de l'information numérique. Celle-ci se renouvèle quotidiennement. Selon ces qualités et intensités, une performance disparaît ainsi plus ou moins vite, prise dans un flux constant d'informations amenant quelquefois à la saturation du paysage médiatique spécialisé. Ces modalités dans l'utilisation d'Internet permettent de suivre en temps réel l'actualisation d'un monde social particulier grâce aux médias spécialisés et réseaux sociaux en ligne. Enfin, si l'accès à ces données peut paraître aisé de prime abord (elles sont à la disponibilité de quiconque bénéficie d'une connexion Internet), repérer, trier et sélectionner les données est toutefois indispensable. Il faut alors les sélectionner par rapport à la pertinence de l'information pour la recherche. Par exemple, un intérêt moindre sera porté aux blogues de grimpeurs passionnés pour concentrer l'attention sur les sites Internet de grimpeurs professionnels. De même, face à la multiplicité des sites de diffusion d'information à échelle nationale ou internationale (il y a généralement différents sites Internet selon le type de pratique, les pays, les revues d'escalade, etc.), cette information se voit souvent relayée et récupérée d'une plateforme à l'autre. Finalement, il faut garder une trace de ces informations, notamment grâce à la sauvegarde de pages Internet qui seront ensuite codifiées selon les besoins de l'analyse, ou par des captures d'écran des données disponibles sur Instagram ou Facebook. Une autre difficulté repose sur l'évaluation de la pertinence des données interprétées lors de l'analyse de ces informations numérisées par rapport aux objectifs de la recherche. Elles dépendent de logiques de consensus entre les différents utilisateurs et influencent la construction du discours. En effet, leur rôle clé dans les logiques de professionnalisation amène à une uniformisation des logiques de production et de diffusion de cette information.

La rigueur dans l'analyse vient alors de la triangulation des sources, dans un cadre où trois types de données sont produites et examinées, pour ensuite

donner lieu à une confrontation des discours. Premièrement, les productions de textes et contenus visuels normalisés, comme les interviews que publient les magazines et sites Internet spécialisés, les interviews réalisées pour les films et vidéos d'escalade qui accordent de plus en plus de place au discours des participants, dans les billets d'humeur que ceux-ci publient sur leur page personnelle ou encore sur des médias sociaux comme Facebook ou Twitter. Deuxièmement, les discours recueillis lors des entretiens réalisés avec les participants, tout en gardant toujours à l'esprit une certaine normalisation de l'information directement liée à la visibilité de grimpeurs plus habitués à répondre à des questions « conventionnelles » que de réaliser des entretiens semi-directifs de longue durée. Dans ce sens, il est clair que la multiplication des rencontres et interactions conduit d'une part à la clarification d'un objet d'enquête chez les participants, objet qui n'est jamais très clair lors de premiers contacts, mais favorise également la création d'une relation de confiance. De même, si le chercheur utilise l'entretien comme outil de travail, celui-ci occupe, sous une forme plus proche de l'interview, une place importante dans la vie professionnelle de ces grimpeurs, telle une compétence débouchant sur la production d'un discours répondant aux impératifs des magazines et des différentes sources de publication et de promotion brièvement soulignées ci-dessus. Finalement, l'observation participante révèle une construction du discours différente à contextualiser selon les différents lieux, leur caractère public ou privé et la nature des interactions.

Il est indispensable de trianguler ces sources et de contraster les différents discours d'un même participant pris dans différents contextes et dynamiques, imbriqués dans des logiques de visibilité propres à une position professionnelle particulière. Par exemple, un même événement sera commenté de manières différentes dans les entretiens semi-directifs, lors de l'observation participante et dans les publications faites sur différentes plateformes par un même grimpeur. En effet, les grimpeurs sont supposés adopter un comportement public approprié à une personnalité médiatisée, de modérer leurs propos et différents aspects de leur conduite. L'utilisation de l'image de ces grimpeurs, ou plus encore leur construction en figure d'ambassadeur pour les différentes marques qui les sponsorisent, produit un discours qu'il est nécessaire de déconstruire en confrontant les différentes informations recueillies au moyen de ce processus de triangulation.

La construction d'une relation ethnographique négociée

Finalement, j'aborde ici la construction de relations avec une population de recherche mobile, dispersée et au caractère prestigieux. Dans ce cas, il est indispensable de se dégager du statut de fan (Adler, 1984) et d'aborder la

population de recherche de manière stratégique comme des participants jugés plus accessibles. Je discuterai dans les paragraphes suivants la construction d'une démarche vigilante. Celle-ci se construit notamment en repérant et questionnant les relations conflictuelles entre les acteurs et plus particulièrement les associations dont fait l'objet le chercheur (« l'enclichage »), associations indispensables afin de multiplier les points de vue (Olivier De Sardan, 1995). De même, la prise en compte des médias spécialisés et réseaux sociaux influence la réalisation de la recherche en fournissant notamment des informations pratiques en termes de localisation permettant de dessiner les déplacements des grimpeurs. Cette prise en compte permet également parfois de négocier un accès complexe à la population de recherche par l'établissement de relations avec des individus qui gravitent autour des grimpeurs professionnels.

Les flous d'une catégorie professionnelle non établie

Les grimpeurs professionnels forment un ensemble varié d'individus aux trajectoires particulières. La majorité d'entre eux aspirent à une professionnalisation dans le milieu à plus ou moins long terme. D'autres envisagent leur parcours dans l'escalade sur le court terme et s'orientent progressivement vers des univers professionnels différents. Les logiques de présentation et d'action de ces grimpeurs diffèrent en fonction des profils et des relations avec l'industrie spécialisée à la source de la professionnalisation.

Sans se transformer en une course au podium dans un monde où l'activité est divisée entre compétition et escalade en extérieur, le nombre réduit des grimpeurs professionnels (quelques dizaines) reflète des carrières hétérogènes. De même, l'absence de formation institutionnalisée et de définition précise des actes et compétences font de ce groupe un ensemble aux frontières floues et aux appartenances variables. La professionnalisation se dessine sous deux aspects : se présenter comme un professionnel, acte rhétorique, et agir comme un professionnel, acte pratique. Combiner les deux aspects est un défi rarement relevé, débouchant notamment sur des phénomènes de légitimation au sein des membres questionnant et établissant qui est professionnel et qui ne l'est pas.

Un accès complexe et un statut prestigieux

Dans un grand nombre de sports, les athlètes de haut niveau bénéficient d'un certain prestige. Dans certains cas, ils bénéficient également d'une reconnaissance plus large, hors du monde social propre à leur pratique, et sont reconnus comme tels par le grand public. Cependant, le prestige des grimpeurs professionnels ne se diffuse que très rarement hors du monde social de l'escalade. Si certains jouissent d'un rayonnement externe à la pratique, c'est

en raison notamment d'un contexte particulier comme en Autriche où l'escalade de compétition bénéficie d'un soutien populaire et d'une visibilité médiatique conséquente. Sur le plan de l'activité, le prestige associé au statut de grimpeur professionnel les rend cependant difficilement accessibles pour l'ensemble des pratiquants.

À l'image de la mobilité constituant une difficulté spatiale conséquente à la prise de contact, la visibilité de ces grimpeurs est un autre obstacle. Ainsi que le décrit Adler (1984), ces « célébrités » se protègent des fans et curieux en tous genres par différentes stratégies, dont l'évitement et la prise de distance. L'établissement des contacts et la construction d'une relation de confiance doivent être adaptés. Influençant les variables à prendre en compte dans l'approche ethnographique, cette situation se négocie sous différents angles. La construction du rôle d'ethnographe sur le long terme en multipliant les contacts et les relations et en adoptant une « approche par le bas », ou « prise de contact pyramidale », est donc centrale afin d'établir les contacts et construire le terrain.

Une prise de contact pyramidale

Dans ce cadre, la relative amplitude de la population initiale (les professionnels de l'escalade) joue un rôle central dans l'accès à la population finalement étudiée, soit les grimpeurs professionnels, moins nombreux. Si les caractéristiques de ces derniers (prestige, mobilité, visibilité, flou du statut de professionnel) rendent leur accès compliqué, ces grimpeurs sont cependant étroitement dépendants d'autres professionnels tels que les photographes, les vidéastes, les personnels des salles d'escalade, les responsables de fédérations et les responsables de différentes marques spécialisées. Alors que le personnel des salles et les responsables des fédérations sont plus facilement approchables, il n'en va pas de même pour les photographes et vidéastes qui peuvent bénéficier d'un prestige semblable aux grimpeurs professionnels. Toutefois, la relation de dépendance entre grimpeurs et producteurs de médias fait de ces derniers des ressources indispensables en termes d'étendue des réseaux sociaux. Ma stratégie d'approche a pris la forme d'une pyramide inversée, où l'accès à la population de recherche se construit par la base, en établissant tout d'abord des relations avec différents professionnels, des grimpeurs d'un certain niveau ou d'autres personnages du monde de l'escalade. J'ai ensuite progressé par palier, en construisant des relations avec des membres des organisations officielles et fédérations, des compétiteurs et des grimpeurs sponsorisés en contact avec l'élite. Ces grimpeurs, s'ils ne constituent pas directement la population étudiée, représentent cependant des intermédiaires imbriqués dans des relations étroites avec les photographes, vidéastes et autres producteurs de

médias qui travaillent de manière étroite avec les grimpeurs professionnels. Finalement, l'établissement de relations avec ces producteurs de médias laisse alors apparaître la possibilité d'accéder aux grimpeurs professionnels. Ainsi, un solide contact avec un photographe a débouché sur un entretien avec un individu inaccessible du fait de sa position dans l'élite mondiale. Ce photographe a aussi permis la prise de contact avec d'autres professionnels, me faisant, dans le meilleur des cas, bénéficier de son prestige auprès d'autres grimpeurs.

Par leur extrême visibilité et leur constant usage des médias sociaux, ces grimpeurs donnent ainsi l'image d'une proximité et d'une accessibilité peu commune. Toutefois, au début de la recherche, mes quelques tentatives de prise de contact par ces différents supports ont automatiquement échoué. Courriels sans réponses, indisponibilité, annulation d'entretiens, etc. Même si l'utilisation des médias sociaux permet une connaissance en temps réel des activités d'autrui et une connaissance fine de ce que veulent rendre public les autres grimpeurs (autant pour moi que pour les grimpeurs), l'établissement de relations par ce support est précaire. Ce n'est que plus tard, dans le déroulement de l'ethnographie, que j'ai eu l'occasion de rencontrer ces mêmes individus, notamment en participant de près ou de loin à différents événements qui réunissent ces professionnels tels que les compétitions et manifestations internationales ou les salons commerciaux (*trade shows*), salons réunissant grimpeurs, médias et industrie spécialisée. Ma présence à ces événements et l'établissement essentiel d'un contact physique avec les participants m'ont alors permis d'introduire la recherche, de mettre une image sur le nom, l'adresse courriel ou le numéro de téléphone, et progressivement de construire une position particulière qui est celle d'étranger à ces relations professionnelles. En effet, à la différence des athlètes, mon objectif n'est pas d'obtenir ou négocier un contrat de parrainage, mais de nouer des liens et de construire mon terrain. Ainsi, la prise de contact avec des chefs d'équipe (*team managers*) ou des responsables de compagnies ou de fédérations a constitué une entrée relativement solide, mais également une association dont il convient de se détacher progressivement.

« L'enclicage » et la visibilité du chercheur

À moins d'être grimpeur professionnel, photographe/vidéaste ou responsable de l'industrie de l'escalade (ce qui n'est pas mon cas), il est difficile d'avoir accès à la population de recherche. Mettre en avant les affiliations et le contexte universitaires aide cependant quelque peu. L'intérêt que l'objet de recherche a progressivement suscité chez ces professionnels a permis d'établir une relation dialogique, le chercheur et le grimpeur ayant chacun des

informations susceptibles d'intéresser l'autre. Ces informations sont de natures différentes : données spécifiques à l'enquête, informations propres à la pratique tels les sites d'escalade, les voies ou les blocs particuliers, ou encore connaissances communes, transformant souvent les entretiens en dialogues entre passionnés. En parallèle, et derrière les difficultés propres à leur recueil, des informations d'une autre nature sont parfois difficiles à gérer, particulièrement les données concernant les modalités des contrats de parrainage, montants des salaires et primes, les types de relations avec les marques et leurs responsables ainsi que les discours internes propres aux organisations, grimpeurs et entreprises. Ces informations, de portée relative lors de leur sortie de ce monde particulier, se révèlent toutefois à double tranchant et aux implications importantes lorsqu'elles sont remises dans le contexte du travail de terrain et de ses acteurs. Ayant une portée stratégique pour les participants et pour moi-même, ces informations de nature compromettante et confidentielle m'octroient cependant une certaine forme de légitimité, certes limitée, mais propre à celui « qui est dans l'intimité ».

Le chercheur devient celui qui, dans une certaine limite, essaie de « briser les tabous » entourant le milieu du parrainage professionnel. Dans ce cadre, les relations conflictuelles entre les grimpeurs révèlent la portée de leurs discours, discours qu'il convient donc de contextualiser. L'association du chercheur avec certains individus ferme certaines fois très clairement des portes à des données qui ne sont pas révélées lors des entretiens ou à d'autres grimpeurs avec lesquels les informateurs privilégiés sont en conflit. Être introduit par le chef d'équipe revient à être introduit directement par « l'employeur », rapport influençant la construction des premières relations avec le participant. Afin de minimiser le biais de cet « encliquage », il est donc important de garder à l'esprit et d'élucider la construction et le type de relations entre chercheur et population de recherche. Les médias sociaux peuvent ainsi être un outil ambivalent, produisant une certaine légitimité au sein d'un groupe particulier, mais aussi mettant à distance d'autres individus avec lesquels ce groupe est en conflit. Mon apparition à l'écran dans un film spécialisé ou dans les commentaires faits par certains grimpeurs sur ma page Facebook ont ainsi déclenché des événements inattendus, aux retombées positives, notamment dans l'établissement de nouveaux contacts et la construction de réseaux de relations, mais également négatives. Considéré comme interlocuteur d'une « figure médiatique » de l'escalade, j'ai été pris à partie par différents grimpeurs en désaccord avec les pratiques et le comportement de ce grimpeur sur un site d'escalade local, position somme toute assez inconfortable lors du déroulement du travail de terrain. De même, la visibilité que j'ai pu acquérir du fait de cette association à certains grimpeurs « célèbres et célébrés » a

également provoqué une soudaine réactivation d'anciennes relations dont j'étais sans nouvelles depuis plusieurs années, leur intérêt principal étant d'obtenir des informations ou de créer des opportunités de rencontres, rencontres au sein desquelles je devais jouer le rôle d'intermédiaire.

Pour conclure

Si la popularisation de l'ethnographie en fait une posture commune à différentes disciplines, elle implique cependant des outils méthodologiques et des positions épistémologiques variés. Alors qu'une reconfiguration de la démarche ethnographique implique de s'écarter des canons et recommandations formulées par l'intégration de méthodes différentes, elle requiert un processus de négociation entre différentes instances, processus auquel je me suis retrouvé confronté. D'un point de vue pratique, la prise en compte de ces éléments dans la réalisation du travail de terrain peut s'avérer complexe, notamment par rapport à la question des mobilités. La formalisation par l'écriture de l'ethnographie multi-sites est révélatrice à cet égard. En effet, les critiques faites par ses principaux opposants mettent en avant deux aspects : un malaise révélateur devant une tentative de dérogation à la méthode établie ainsi que des difficultés de réalisation pratique de l'ethnographie multi-sites. Dans ce contexte, le choix de l'objet de recherche délimite les modalités de réalisation de l'ethnographie. Objet et méthodologie étant propres à un contexte académique, il est donc important d'intégrer ces aspects dans la recherche (Laplantine, 1996). Ainsi, être vigilant par rapport aux implications et limitations méthodologiques permet une prise en compte des nécessités, mais également du caractère particulier de l'objet de recherche, et l'inscription de l'ethnographie dans le long terme, un réajustement et une prise en compte effective de ces difficultés.

Ma recherche met en avant une population de recherche mobile et géographiquement dispersée qui impose une multiplication des outils méthodologiques et l'utilisation de nouvelles technologies. Comme le montre cet article, les conditions d'accès propres à la population de recherche étudiée soulèvent d'autres questionnements et conditionnent l'élaboration de différentes stratégies d'approche. Ce contexte, constitué d'une méthode particulière et de différents outils, se caractérise par un ensemble de limitations. Dans ce cas, la vigilance ethnographique est donc une posture quotidienne sur le terrain, mais également lors de sa construction et durant l'analyse des données et le processus d'écriture. L'élaboration de l'objet et sa négociation soulignent l'importance de la recherche de longue durée, notamment par une élaboration minutieuse, délimitée, et flexible de l'objet mais également en discutant les modalités et caractéristiques de mon rôle et de mon

positionnement dans et sur le « terrain » en fonction des relations établies avec les individus. Certains aspects sont problématiques, notamment les conditions d'accès à cette population, et ont dessiné et délimité l'ethnographie. Derrière l'affichage de relations sociales prestigieuses, les conditions de présence et de participation reposent sur la personnalité et la connaissance fine « du milieu ». Les capacités d'adaptabilité (Adler & Adler, 2003) et de présentation de soi, l'engagement corps et âme dans le terrain sont des éléments importants de cette intégration. Ma présence est donc définie et appréciée ou contestée différemment et je suis engagé dans des relations d'intensités différentes (Bizeul, 1998).

Cependant, ces phénomènes de négociation, ces stratégies d'entrée et jeux de rôles sont trop peu souvent explicités alors qu'ils jouent un rôle fondamental dans le déroulement de la recherche. Ainsi, itinérance ne signifie pas errance et il serait malvenu de considérer le façonnement de l'ethnographie comme seul fruit du hasard et des rencontres. Il est important de tracer ses rencontres et de les établir dans le temps, de mettre en avant les choix et le contexte de la recherche, en gardant à l'esprit la singularité du rapport entre chercheur, méthodologie de recherche et acteurs.

Notes

¹ Voir *Qualitative Sociology*, 28(2), 2005.

² Le terme *Lifestyle Sports* conceptualise différentes pratiques telles que le *skateboard* et le *snowboard*, ou encore le surf dans une approche majoritairement « subculturelle ». Peu répandues dans la littérature francophone, les publications dans le monde anglophone se multiplient peu à peu. Cependant, l'homogénéité des travaux réalisés sur le sujet a laissé de côté certains aspects cruciaux de ces nouvelles pratiques sportives tels que la professionnalisation, le développement des médias spécialisés et la mobilité transnationale des pratiquants.

³ Les STAPS sont une filière universitaire française qui forme aux Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives par différentes orientations.

⁴ Lors de cette première recherche, les sites principaux au sein desquels ont pris place l'ethnographie furent respectivement Albarracin, en Espagne, et Averstal, en Suisse.

Références

- Adler, P. (1984). The sociologist as celebrity : the role of the media in field research. *Qualitative Sociology*, 7(4), 310-326.

- Adler, P., & Adler, P. (2003). The promise and pitfalls of going into the field. *Contexts*, 3(2), 41-47.
- Agar, M. (1973). *Ripping and running. A formal ethnography of urban heroin addicts*. New York, NY : Seminar Press.
- Amit, V. (Ed.). (2000). *Constructing the field : ethnographic fieldwork in the contemporary world*. London : Routledge.
- Anderson, E. (1999). *Codes of the street : decency, violence and the moral life of the inner city*. New York, NY : W.W. Norton.
- Anderson, E. (2002). The ideologically driven critique. *American Journal of Sociology*, 107, 1533-1550.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory Culture Society*, 7, 295.
- Atkinson, P. (1990). *The ethnographic imagination : textual construction of the reality*. London : Routledge.
- Augé, M. (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris : Le Seuil.
- Becker, H. (1963). *Outsiders : studies in the sociology of deviance*. New York, NY : The Free Press.
- Bizeul, D. (1998). Le récit des conditions d'enquête : exploiter l'information en connaissance de cause. *Revue française de sociologie*, 39(4), 751-787.
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., & Taylor, T. (2012). *Ethnography and virtual worlds : a handbook of method*. Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Bogardus, L. (2011). The bolt wars : a social world perspective on rock climbing and intragroup conflict. *Journal of Contemporary Ethnography*, 41, 283-308.
- Bourdieu, P. (2003). Participant objectivation. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 9(2), 281-294.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago, IL : University of Chicago Press.
- Bourgeois, P. (1995). *In search of respect : selling crack in El Barrio*. Cambridge : Cambridge University Press.

- Bruce, T., & Wheaton, B. (2010). Diaspora and global sports migration : a case study in the British and New Zealand context. Dans J. Maguire, & M. Falcous (Éds), *Sport and migration : borders, boundaries and crossings* (pp. 189-199). Abingdon : Routledge.
- Burawoy, M., Blum, J., George, S., Gille, Z., Gowam, T., Haney, L., Klawiter, M., Lopez, S., O Riain, S., & Thayer, M. (2000). *Global ethnography : forces, connections, and immigrants in a postmodern world*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Buscher, M., Urry, J., & Witchger, K. (Éds). (2011). *Mobile methods*. London : Routledge.
- Chapoulie, J. (2000). Le travail de terrain, l'observation des actions et des interactions, et la sociologie. *Sociétés contemporaines*, 40(1), 5-27.
- Clifford, J., & Marcus, G. (Éds). (1986). *Writing cultures. The poetics and politics of ethnography*. Berkeley, CA : University of California Press.
- De Léséleuc, E. (2004). *Les voleurs de falaise : un territoire d'escalade entre espace public et espace privé*. Pessac : Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
- Demazière, D., & Gadea, C. (2009). Introduction. Dans D. Demazière, & C. Gadea (Éds), *Sociologie des groupes professionnels. Acquis récents et nouveaux défis* (pp. 16-24). Paris : La Découverte.
- Denzin, N. (1997). *Interpretive ethnography : ethnographic practices for the 21st century*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Duneier, M. (1999). *Sidewalk*. New York, NY : Farrar Strauss and Giroux.
- Duneier, M. (2002). What kind of combat sport is sociology? *American Journal of Sociology*, 6, 1551-1576.
- Fassin, D. (2011). *La force de l'ordre. Une anthropologie de la police des quartiers*. Paris : Seuil.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud [Jeunes, bandes et tribus. Anthropologie de la jeunesse]*. Barcelona : Ariel.
- Fergusson, J. (2011). Novelty and method. Reflections on global fieldwork. Dans S. Coleman, & P. Hellermann (Éds), *Multi-sited ethnography : problems and possibilities in the translocation of research methods* (pp. 194-207). New York, NY : Routledge.
- Freidson, E. (1986). Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique. *Revue française de sociologie*, 3(27), 431-443.

- Geertz, C. (1983). *Local knowledge : further essays in interpretive anthropology*. New York, NY : Basic Books Paperback.
- Giulianotti, R., & Robertson, R. (Éds). (2007). *Globalization and sport*. Oxford : Wiley-Blackwell.
- Hannerz, U. (1996). *Transnational connections : culture, people, places*. London : Routledge.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London : Sage.
- Kilani, M. (1994). *L'invention de l'autre : essais sur le discours anthropologique*. Lausanne : Éditions Payot.
- Kusenbach, M. (2005). Across the Atlantic : current issues and debates in US ethnography. *Forum : Qualitative Social Research*, 6(3), 47.
- Laplantine, F. (1996). *La description ethnographique*. Barcelone : Éditions Armand.
- Latour, B. (2001). Sol amazonien et circulation de la référence. Dans B. Latour (Éd.), *L'espoir de Pandore. Pour une version réaliste de l'activité scientifique* (pp. 33-81). Paris : La Découverte.
- Leach, E. (1957). *Man and culture : an evaluation of the work of Bronislaw Malinowski*. London : Routledge and Kegan Paul.
- Malinowski, B. (1922). *Les Argonautes du Pacifique occidental*. Paris : Gallimard.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the world system : the emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- Marcus, G. (2002). Au-delà de Malinowski et après *Writing culture* : à propos du futur de l'anthropologie culturelle et du malaise de l'ethnographie. *Ethnographies*, 1. Repéré à <http://www.ethnographiques.org/2002/Marcus>
- Marcus, G. (2011). Multi-sited ethnography : five or six things I know about it now. Dans S. Coleman, & P. Hellermann (Éds), *Multi-sited ethnography : problems and possibilities in the translocation of research methods* (pp. 16-34). New York, NY : Routledge.
- Marcus, G., & Fischer, M. (Éds). (1986). *Anthropology as cultural critique : an experimental moment in the human sciences*. Chicago, IL : University of Chicago Press.
- Menger, P.-M. (1989). Rationalité et incertitude de la vie d'artiste. *Année sociologique*, 3(39), 111-150.

- Miller, D., & Slater, D. (2000). *The internet : an ethnographic approach*. Oxford : Berg.
- Newman, K. (2002). The view from the left bank. *American Journal of Sociology*, 107(6), 1577-1599.
- Olivier De Sardan, J.- P. (1992). The exocitizing of magic from Durkheim to 'postmodern' anthropology. *Critique of Anthropology*, 12(1), 5-25.
- Olivier De Sardan, J.- P. (1995). La politique du terrain. *Enquête*, 1, 71-109.
- Pulman, B. (1986). Le débat anthropologique/psychanalyse et la référence au « terrain ». *Cahiers internationaux de sociologie*, LXXX, 5-26.
- Rickly-Boyd, J. (2012). Lifestyle climbing : toward existential authenticity. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 85-104.
- Rinehart, R. (2000). Emerging arriving sport : alternatives to formal sports. Dans J. Coakley, & E. Dunning (Éds), *Handbook of sport studies* (pp. 504-519). London : Sage.
- Sayeux, A.- S. (2008). *Surfeurs, l'être au monde. Une analyse socio-anthropologique*. Rennes : Presses universitaires de France.
- Sayeux, A.- S. (2010). Les paysages vagues. *Sociétés*, 109, 91-103.
- Ticineto-Clough, P. (1992). *The end(s) of ethnography. Form realism to social criticism*. Newbury Park, CA : Sage.
- Thornton, S. (1996). *Club cultures : music, media and subcultural capital*. Middletown, CT : Wesleyan University Press.
- Thorpe, H. (2011). Representing the boarding body : discourse, power, and the snowboarding media. Dans H. Thorpe (Éd.), *Snowboarding bodies in theory and practice* (pp. 76-108). Sydney : Palgrave Macmillan.
- Thorpe, H. (2012). Transnational mobilities in snowboarding culture : travel, tourism and lifestyle migration. *Mobilities*, 7(2), 317-345.
- Urry, J. (2000). Mobile sociology. *British Journal of Sociology*, 51(1), 185-203.
- Wacquant, L. (2000). *Corps et âme. Carnets ethnographiques d'un apprenti boxeur*. Marseille : Agone.
- Wacquant, L. (2002). Scrutinizing the street : poverty, morality, and the pitfalls of urban ethnography. *American Journal of Sociology*, 107, 1468-1532.
- Wheaton, B. (Éd.). (2004). *Understanding lifestyle sports : consumption, identity and difference*. Routledge : London.

Wheaton, B. (2010). Introducing the consumption and representation of lifestyle sports. *Sport in Society*, 13(7-8), 1057–1081.

Wilson, B. (2008). The impact of the internet on sport-related subcultures. Dans M. Atkinson, & K. Young (Éds), *Tribal play. Subcultural journeys through sport* (pp. 135-152). Bingley : Emerald Group Publishing Limited.

Guillaume Dumont est doctorant en Anthropologie Publique à l'Université Autonome de Madrid (UAM) en cotutelle STAPS à l'Université Claude Bernard Lyon 1 au sein du Centre de Recherche et d'Innovation sur le Sport (CRIS EA-647). Il est titulaire d'un Master en Anthropologie à finalité approfondie à l'Université Libre de Bruxelles (ULB). Ses champs d'intérêt sont les pratiques sportives, la professionnalisation, les médias et les mobilités dans une approche résolument ethnographique.