



HAL
open science

Genèse du tourisme sportif à Hawaii

Jérémy Lemarié

► **To cite this version:**

Jérémy Lemarié. Genèse du tourisme sportif à Hawaii : le tourisme insulaire dan l'illustration du Beachboy. Nature et récréation, 2022, 13, pp.41-51. hal-03932427

HAL Id: hal-03932427

<https://hal.science/hal-03932427>

Submitted on 10 Jan 2023

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.

GENÈSE DU TOURISME SPORTIF À HAWAII : LE TERRITOIRE INSULAIRE DANS L'ILLUSTRATION DU BEACHBOY



Décembre 2022 - n°13

RÉSUMÉ : Cet article traite de la mise en tourisme d'une entité de l'archipel hawaïen : Waikīkī. Selon une approche socio-historique et anthropologique, il s'agit de montrer comment la marchandisation et la promotion d'une pratique indigène, le *he'e nalu*, participent de l'essor touristique d'Hawaïi, peu après l'annexion de l'archipel par les Etats-Unis en 1898. L'approche conceptuelle interroge l'adéquation entre le marketing territorial des élites annexionnistes, dit *Kama'āina*, et l'identité des ambassadeurs de la culture hawaïenne : les *beachboys*. À partir d'un corpus de documents composé de sources primaires (i.e. articles de presse et entretiens oraux), cet article étudie la manière dont la création de l'image de la destination repose sur une appropriation des élites euro-américaines de l'identité indigène *kānaka maoli*, d'une part, et de la valorisation des vagues, entendues comme des ressources territoriales, d'autre part. In fine, la mise en tourisme d'Hawaïi à travers le surf à Waikīkī participe à la construction de l'authenticité polynésienne de la glisse.

MOTS CLÉS : POLYNÉSIE, APPROPRIATION CULTURELLE, IMPÉRIALISME, INDIGÈNE, SURF

ABSTRACT : This article examines the development of tourism in the best-known place of the Hawaiian Islands: Waikīkī. From a socio-historical and anthropological standpoint, it seeks to show how the commodification and promotion of an indigenous practice, *he'e nalu*, contributed to the development of tourism in Hawaii, shortly after the annexation of the archipelago by the United States in 1898. The theoretical approach analyzes the linkages between the branding of Hawaii by the annexationists, known as *Kama'āina*, and the identity of the ambassadors of Hawaiian culture: the *beachboys*. Using primary sources (i.e. press articles and oral interviews), this article explores the ways by which the early Hawaii brand image is not only based on the cultural appropriation of the Hawaiian *kānaka maoli* identity by successful politicians, missionary descendants, and businessmen, but also based on the promotion of the waves, understood as territorial resources.

KEYWORDS : POLYNESIA, CULTURAL APPROPRIATION, IMPERIALISM, NATIVE, SURF

Jérémy LEMARIÉ

Maître de conférences,
UFR STAPS, Université de Reims
Champagne-Ardenne
sociologie, histoire,
anthropologie, management
Laboratoire Performance,
Santé, Métrologie,
Société (PSMS) - EA 7507
jeremy.lemarie@gmail.com

Introduction

Selon la définition la plus répandue, un territoire est un espace de la surface du globe peuplé par des êtres humains. Le territoire comprend une dimension purement géographique (espace, environnement, nature), augmentée d'une dimension sociale (organisation politique, frontière, culture). Cette acception s'intéresse essentiellement aux structures administratives et aux systèmes de gouvernance des groupes humains dans un espace donné, faisant que les rapports de pouvoir, d'autorité, et de domination sont souvent les clés de voûte de la composition territoriale (Dumont, 2012). En sus du politique, le territoire sert également de support aux réflexions menées sur les rapports de production, et la redistribution (in)égalitaire des richesses (Lefebvre, 2000). En d'autres termes, le territoire n'existe pas à l'état de nature. Il est le résultat d'une succession de constructions politiques, économiques et sociales. Dans de nombreux cas, les territoires font l'objet de convoitises parce qu'ils recèlent de ressources recherchées. Ces dernières peuvent être des ressources terrestres, comme les minerais, le gaz, ou encore le pétrole, ainsi que des ressources maritimes, puisque les océans gorgent d'être vivant, et d'hydrocarbures en ces fonds.

Depuis le XVIII^e siècle, les ressources maritimes et côtières sont régulièrement exploitées dans le cadre du tourisme moderne, puisque grâce à la production et à la distribution de biens et de services en milieu littoral, il est possible de générer des retombés économiques substantielles. Dans l'histoire du tourisme nautique en Polynésie, la question de la valeur d'un territoire maritime s'est posée relativement tôt à Hawaii, lorsque les élites politiques de cet archipel tentent d'acquérir une indépendance financière à la fin du XIX^e. De fait, depuis les années 1860, la monarchie constitutionnelle hawaïenne et les magnats du secteur agricole sont fortement tributaires du continent américain, puisque la majorité des richesses produites sur l'archipel proviennent de l'exportation vers le port de San Francisco du sucre, et de ses dérivés comme la mélasse. Alors qu'en 1864, Hawaii exporte environ dix millions de livre de saccharose vers les Etats-Unis, ce sont 300 millions de livre qui traversent le Pacifique en direction du continent nord-américain en 1894. Cette dépendance économique est intimement liée à l'intégrité territoriale d'Hawaii, puisque la session

de Pearl Harbor aux américains en 1875 résulte d'un accord sur la levée de taxes douanières dans le cadre d'un traité de réciprocité. Ainsi compris, le développement de l'économie touristique à Hawaii traduit une volonté profonde de recouvrer une souveraineté de plus en plus menacée par l'Union américaine (Pacific Commercial Advertiser, 1891). À partir d'une réflexion sur la genèse de la mise en tourisme d'Hawaii à travers la promotion du surf, cet article interroge l'adéquation entre le développement d'une identité indigène *kānaka maoli* et l'assise des élites euro-américaines *Kama'āina* au sein des affaires politiques et économiques de cet archipel polynésien.

1. Contexte, cadre de théorique et méthodologique

Au sein de la littérature foisonnante concernant la mise en tourisme du territoire hawaïen, cet article puise dans la sociologie et la géographie francophone (Coëffé, 2003 ; 2005 ; Coëffé, Guibert & Taunay, 2013, 2014 ; Coëffé et Violier, 2008 ; Équipe MIT, 2002, 2005, 2011), ainsi que dans l'anthropologie et l'histoire anglo-saxonne (Clark, 2011 ; Finney et Houston, 1996 ; Grant, 1996 ; Mak, 2008 ; Moser, 2008, 2020 ; Timmons, 1989). De surcroît, la construction d'Hawaii en un État-Nation monarchique, puis en un territoire annexé par les Etats-Unis durant le long XIX^e siècle, a donné lieu à une littérature conséquente qui sert de support historique au présent travail (Daws, 1968 ; Desmond, 1999 ; Huetz de Lempis, 2017 ; Kuykendall, 1967). Au regard de la portée généalogique de cet article, les données collectées proviennent d'un corpus de documents hétérogène. Les principales sources primaires sont des articles de presse, et des entretiens oraux, de type récit de vie. Les articles sont extraits de périodiques régionaux appartenant au mouvement annexionniste, comme le *Pacific Commercial Advertiser* ou *The Friend*. À cela s'ajoute des magazines grand public, tels que *Collier's Outdoor America* ou le *Mid-Pacific Magazine*. Ces articles sont souvent anonymes, ou rédigés par des *Kama'āina*, c'est-à-dire des euro-américains nés à Hawaii, ou ayant établi résidence durant au moins sept années (Ford, 1909c, p. 528). Concernant les récits de vie, ils ont été produits par l'Institut de recherche en sciences sociales de l'université d'Hawaii à Mānoa au milieu des années 1980, dans le cadre d'un projet d'histoire orale de Waikīkī. Plusieurs chargés de projet ont interrogé des



La population d'Honolulu passant de 15 000 à 30 000 âmes entre 1872 et 1896 (Kuykendall, 1967, p. 94), un nombre croissant de citadins se rendent à Waikīkī pour se divertir, se délasser, et se baigner. Cette pratique en vogue chez les élites américaines et européennes installées à Hawaïi s'inscrit dans les coutumes des grandes familles britanniques et françaises du XIXe siècle. Les loisirs de plage sont particulièrement célèbres à Long Branch, Newport, Brighton ou Trouville (Kuykendall, 1967, pp. 112-113). Quant à Waikīkī, ce sont les grands hôtels d'Honolulu, comme le Hawaiian Hotel ou le Hamilton House qui bâtissent leurs annexes afin d'accueillir les excursionnistes. Par exemple, le Long Branch Baths est érigé en 1888 et est équipé de dressing-room pour hommes et de boudoirs pour femmes (Coëffé, 2014, p. 59 ; Hibbard & Franzen, 1986, pp. 52-54). La plupart du temps, ces personnes font l'aller-retour entre le cœur économique de l'archipel et Waikīkī, puisqu'il faut entre 45 minutes et une heure de trajet. Une ligne régulière de calèches sur rail tirées par des chevaux et des mules est établie entre Honolulu et Waikīkī en 1889, et un tramway électrique est inauguré en 1903 (Neushul et al., 2013, p. 39 ; Kuykendall, 1967, p. 96).

Un accueil plus systématique de visiteurs étrangers débute dans les années 1890, à la suite d'efforts conjoints entre les entreprises de bateaux à vapeurs, et l'industrie hôtelière. Parmi les premiers hôtels, il convient de retenir le Sans Souci, inauguré en 1893, le Seaside Annex, érigé en 1894, et Moana Surfrider fondé en 1901. Le Moana Surfrider est la propriété de la célèbre entreprise de bateaux à vapeur Matson. Cette dernière a préalablement acheté un terrain à Waikīkī (Desmond, 1999, p. 37) afin de maîtriser les parties les plus fondamentales de l'expérience touristique : le transport et l'hébergement. En 1906, Mak (2008, p. 13) estime une modeste fréquentation de 2 000 visiteurs et excursionnistes par an, dont la majorité est citoyenne américaine.

Bien que Waikīkī soit faiblement habité, la multiplication des résidences secondaires, des hôtels et des berges forme des bassins marécageux fétides, remplis de miasmes et de moustiques. Il existe notamment des conflits d'usage entre les producteurs agricoles et les hôteliers, puisque le trop-plein des rizières et des champs de taro se déverse dans les zones de baignade du Moana Surfrider et du Seaside Hotel (Ejiri, 1996, p. 236). En 1906, Lucius Pinkham – alors président du bureau de la santé d'Hawaïi – plaide en faveur de la construction d'un canal afin d'assécher cette région marécageuse (Ejiri, 1996, p. 244). Il décrit Waikīkī comme une aire insalubre qu'il convient d'assainir afin d'accueillir décemment les excursionnistes, les touristes et les résidents (Pinkham, 1906, p. 12). À la suite de nombreuses études, l'assèchement de Waikīkī est entrepris par la compagnie Walter Dillingham's Hawaiian Dredging qui creuse le canal « Ala Wai » entre le quartier de Kālia et le parc Kapi'olani à partir de 1921. Le renflouement des rizières et bassins de taro sur 600 hectares est attribué au développement immobilier (Ejiri, 1996, p. 21). L'événement permet à Waikīkī d'être considéré comme une zone identifiable et dont le futur tracé urbain reproduit un plan en échiquier.

Achévé en 1928-1929, le canal Ala Wai unifie un espace complexe en un seul territoire (Mak, 2015, p. 35). D'un point de vue topographique, cette construction territoriale réduit l'appellation de Waikīkī à quelques 4,5 kilomètres carrés, en aval du canal. Dans le même temps, le toponyme Waikīkī est étendu au parc Kapi'olani et remplace le nom des quartiers de *Kālia*, *Āinahau*, *Helumoa*, *Hamohamo* (Love, 1986, p. 1673). À la suite des travaux du canal, l'activité touristique se développe de manière plus intensive. Le nombre de visiteurs annuel passe de 8 000 à 22 000 personnes entre 1920 et 1930 (Ejiri, 1996, p. 278), tandis que la population résidentielle augmente de 3 471 à 4 221 habitants (Schmitt, 1977, p. 18). L'entreprise de bateau à vapeur Matson continue son intégration verticale en ouvrant le Royal Hawaiian Hotel en 1927 (Illustration 2). L'hôtel offre 400 chambres supplémentaires, ce qui correspond à plus de la moitié de celles déjà disponibles. Autrement dit, Waikīkī a un taux de fonction touristique d'environ 30, ce qui signifie que ce territoire peut accueillir 1/3 de touristes que d'habitants permanents.



Illustration 2 : Photographie aérienne de Waikīkī figurant l'imposant Royal Hawaiian Hotel et le Moana Surfrider, situé derrière. À droite de la photographie, il convient de retenir le lit corallien et les vagues déferlantes, tous deux entendus comme des ressources maritimes. Photographie tirée de Wiegel (2008, p. 13).

2.2. Les Beachboys de Waikīkī

Un certain nombre des propriétaires d'Honolulu s'affairent à proposer une expérience touristique unique à Waikīkī. Dans leurs entreprises, ils concourent au développement des activités nautiques en faisant bâtir une jetée, et des bains publics. De surcroît, ils constatent un engouement croissant pour le *he'e nalu*, c'est-à-dire le surf hawaïien – qu'ils nomment plus communément *surfing* ou *surf-rifing*. Par exemple George W. Macfarlane, ancien colonel du roi David Kalākaua, et propriétaire du Seaside Hotel, est un ardent promoteur du surf auprès des Hawaïiens, et de l'élite euro-américaine, dite *Kama'āina* (Tourist, 1898). Dans la même veine, William Dimond, caucasien né à Honolulu devient le manager de la première concession touristique de surf au monde en 1897, le *Hui Pākākā Nalu*, ou le Club de surf en pirogue (Clark, 2011, p. 70). Cette organisation rémunère des autochtones à la tâche, et dont la profession consiste à embarquer les touristes sur des pirogues à balancier pour un dollar de l'heure (Davis, 1898; Tourist, 1898). Parfois, les touristes complètent cette rémunération par de généreux pourboires (Paoa, 1985, p. 557).

En d'autres termes, Waikīkī est le premier territoire où des indigènes reçoivent une rémunération régulière pour des tours et des cours de surf en pirogue à balancier à partir de la fin des années 1890. Ce service est essentiellement fourni des « garçons de plage », dit *beachboys* (Timmons, 1989). Ils sont souvent *kānaka maoli*, *hapa-haole* (métis caucasien-hawaïien) ou de sang-mêlé polynésien-asiatique, ou caucasien-asiatique. Recrutés dans la vingtaine et la trentaine, ils ont appris à surfer dans leur enfance (Holt, 1985, p. 796). Bien qu'il leur arrive de côtoyer la royauté, ils proviennent de familles modestes des quartiers de *Kālia*, *Āinahau*, *Helumoa*, *Hamohamo* (Paoa, 1985, p. 541 ; Love, 1986, p. 1673 ; Vida, 1985, p. 607). Afin de rassurer les touristes quant à leur professionnalisme et la qualité de leur service, les *beachboys* s'affichent comme d'excellents sauveteurs

en mer (The Friend, 1897). Jusqu'au début du XXe siècle, le *Hui Pākākā Nalu* est en situation de monopole, et au regard de l'attractivité potentielle du surf sur le territoire hawaïien, de nouvelles organisations concurrentes émergent à partir de 1905. Souvent, les beachboys travaillent pour les hôtels qui jonchent le littoral de Waikīkī, et se rassemblent en corps de métier dans des organisations associatives, comme le *Hui Nalu* (club de surf, ou club de vagues). Cette organisation a été officiellement fondée en 1911, mais la plupart de ces membres, comme Dudie Miller, travaillent pour le Moana Surfider depuis 1906. En démontrant la plus-value de leurs services, les membres du *Hui Nalu* obtiennent l'accès à la plage privée du luxueux établissement, ainsi qu'aux douches et aux vestiaires (Timmons, 1989, p. 26). Dans la continuité des membres du *Hui Pākākā Nalu*, ceux du *Hui Nalu* font preuve d'exemplarité. Durant leur temps de travail, ils ne boivent pas d'alcool, et n'engagent aucun comportement déplacé auprès des visiteurs. Ils sont facilement identifiables, grâce à leur uniforme, et leur visage fraîchement rasé. Par-delà les cours de surf, et les tours en pirogue à balancier, ils entretiennent la plage, et assurent la sécurité de la clientèle aisée (Illustration 3). Hommes à tout faire, ils divertissent les touristes, ils chantent et jouent du ukulélé, notamment le dimanche soir (Love, 1986, p. 1687 ; Vida, 1985, p. 605)



Illustration 3 : Photographie prise des *beachboys* surfant à Waikīkī, c. 1928. Le troisième d'entre eux, depuis la droite de l'image, surf en tandem avec une touriste qui n'est pas encore assez confortable pour se tenir debout. Image transmise par Timothy DeLaVega. Pour une collection de photographies concernant les *beachboys*, consulter DeLaVega (2011).

Souvent, les visiteurs se lient d'amitié avec leurs moniteurs de surf (Paoa, 1985, p. 559). Ils sollicitent les *beachboys* au titre de guides touristiques à temps plein. Ces derniers accompagnent des familles entières dans leur quotidien, notamment les femmes et les enfants (Paoa, 1985, p. 556). Ils les escortent durant des excursions champêtres, les introduisent chez les foyers hawaïiens lors des *lū'au* (i.e. festins et grands rassemblements), et les emmènent une dernière fois sur le port d'Honolulu, devant les bateaux à vapeur Claudine, Lurline,

Matsonia, ou Maui de l'entreprise Matson (Holt, 1985, p. 805 ; Paoa, 1985, p. 557). Le lien d'amitié entre les beachboys et les visiteurs est parfois si fort, que la clientèle la plus opulente rémunère les garçons de plage pour un séjour sur le continent américain à San Francisco ou à Los Angeles (Paoa, 1985, p. 557 ; Love, 1986, p. 1992).

Dès lors, les touristes demandent aux hôteliers à être escortés par un indigène afin d'observer des paysages, se familiariser avec de nouveaux usages et s'accoutumer au mode de vie local, n'hésitant pas à côtoyer les faubourgs asiatiques d'Honolulu (Paoa, 1985, p. 559). En tour, il faut se sentir investi par un passé immuable, celui dont la flèche du temps n'a aucun effet sur les populations locales et leur environnement pittoresque. Le ressenti doit être celui de la curiosité d'une culture dont on ignore à peu près tout, mais qui suscite l'émerveillement et l'intérêt. Dans ce tableau, l'image de l'Hawaïenne fait écho à la *bula girl*, version adaptée de la vahiné tahitienne. Quant aux hommes, on se représente l'image du beachboy, ce garçon de plage, surfeur servant de guide touristique.

2.3. L'Outrigger Canoe Club et l'Office du Tourisme Hawaïen

Le *Hui Pākākā Nalu*, et le *Hui Nalu* sont les deux premiers clubs et écoles de surf de Waikīkī, et une troisième organisation, l'*Outrigger Canoe Club* (OCC) voit le jour en 1908. D'après les archives de l'OCC, les membres fondateurs de cette organisation associative sont une centaine d'individus relativement influents, puisqu'ils ne sont pas des indigènes, mais des *Kama'āina*, des hommes politiques, des annexionnistes, des hommes d'affaires, et des notables appartenant au Big Five – un cartel de grandes entreprises du secteur agricole (Del Piano & Tregaskis, 2007, p. 223 ; Yost, 1971, p. 35). Cela comprend, entre autres, Sanford Dole, l'unique président de la République des Hawaï de 1894 à 1898, Lucius Pinkham, quatrième gouverneur d'Hawaï de 1913 à 1918, ainsi que J. P. Cooke de la puissante entreprise Alexander & Baldwin. Un des plus éminents membres fondateurs du club est Lorrin Andrews Thurston, propriétaire du *Honolulu Advertiser*, du *Pacific Commercial Advertiser* et qui participe au coup d'état contre la reine Lili'uokalani en 1893 en tant que membre de la Commission d'annexion. Avant même la création de l'OCC, Thurston publie un bon nombre d'articles en faveur du tourisme

insulaire dans le *Pacific Commercial Advertiser*, corroborant l'idée que les annexionnistes euro-américains s'emparent du territoire hawaïen jusque dans sa mise en tourisme. Son fils du même nom, Lorrin Thurston est l'un des plus importants *Kama'āina* et rédige plusieurs articles promouvant le surf à Waikīkī, notamment dans le *Mid-Pacific Magazine* (Thurston, 1915 ; Blake, 1983, p. 35 ; Walker, 2011, p. 185).

L'élite euro-américaine se trouve renforcée dans l'entreprise d'Alexander Hume Ford, un journaliste de la Caroline du Sud qui établit résidence à Honolulu à 39 ans, et se passionne pour la glisse. Après avoir côtoyé d'influents *beachboys*, comme George Freeth (Moser, 2022), et de remarquables vacanciers, comme Jack London (1907), Ford préside l'OCC. Toutefois, il ne s'agit pas d'encourager les insulaires à pratiquer le *be'e nalu*, mais plutôt de familiariser les hauts notables et les touristes aisés au surf. De fait, ce club de loisir est destiné à la haute société au regard des 5 \$ de cotisation annuelle. Ce montant est rehaussé à 10 \$ en 1911, puis 20 \$ en 1917. Cette somme en apparence modeste représente en réalité une dépense considérable pour un Hawaïen, puisque cela correspond environ 465 \$, si ce montant était remis au cours de l'inflation de 2022. Ainsi, Ford mise sur un tourisme mondain en vantant Waikīkī comme l'unique lieu au monde où l'on peut apprendre à marcher sur l'eau. En tant que premier président du club, il réalise un effort promotionnel important dans le *Mid-Pacific Magazine*. Il rédige frénétiquement dans la presse régionale et internationale (Ford, 1908a, 1908b, 1909a, 1909b, 1909c), et indique que l'OCC club permet la résurgence du « surf en planche et en pirogue » (Ford, 1910, p. 144). Il se félicite de réunir les plus éminents notables d'Honolulu, comme des juges de la Cour suprême (Ford, 1911, p. 146), et abonde dans l'idée que le surf est un sport de « Blanc à Hawaï » (Surf Riding, 1912, p. 279) (Illustration 4).



Illustration 4 : Image recadrée en carte postale à partir d'une photographie grand angle prise devant le Outrigger Canoe Club, circa 1910. Dans l'arrière fond, se situe le Moana Surfrider avec son ponton. La photographie originale intitulée « Surf Canoe and Surf Bathers at Waikiki Beach » est conservée par l'*Hawaiian Historical Society*.

De fait, la promotion de l'OCC et du surf à Hawaï sert de support dans l'attractivité touristique de l'archipel, d'une part, mais aussi dans l'attractivité résidentielle d'autre part (Hawaii Tourism Bureau, 1924 ; Laderman, 2014, p. 23). Le poids de la population asiatique étant trop important aux yeux des *Kama'āina*, ces derniers encouragent une immigration euro-américaine abondante (Laderman, 2014, pp. 21-22). Pour cela, ils fondent en 1903, le *Hawaii Promotion Committee* (HPC) (Moser, 2020, p. 503). Cette association provient de l'initiative des membres de la Chambre du Commerce et de l'Association des Commerçants d'Honolulu. Le HPC est un office du tourisme, principalement composé d'hommes politiques, de descendants de missionnaires, et d'hommes d'affaires directement impliqués dans le coup d'État fomenté à l'encontre de la reine Lili'uokalani en 1893, et dans l'annexion de l'archipel par les Etats-Unis le 6 juillet 1898. Bien que la mission du HPC soit de promouvoir le tourisme insulaire, l'organisation œuvre par ailleurs à consolider la prise de pouvoir des *Kama'āina*. Elle reprend les stratégies de communication déjà à l'œuvre au sein des entreprises de transport, comme la *Matson Steamship Company* et manipule habilement les signes représentatifs les plus singulier de la culture hawaïenne. La plupart des brochures, photographies et illustrations produites par l'office du tourisme représente les eaux turquoise de Waikīkī, sur lesquels les *beachboys* marchent sur l'eau à l'aide de leur planche (Illustration 5). L'office du tourisme diversifie les supports promotionnels à destination des visiteurs américains, australiens, ou néo-zélandais. En parcourant la presse du début du XIXe siècle, la recherche identifie des brochures, des réclames dans les magazines, en passant par des courts métrages, comme ceux de l'entreprise Pathé ou Edison.



Illustration 5 : Publicité du *Hawaii Promotion Committee* publiée en 1908, dans le célèbre magazine *National Geographic*, vol. 9, n° 4, p. 309. Image produite par Gr. Noetzel.

Pour l'élite euro-américaine et autres membres des Big Five, la culture hawaïenne correspond à un exotisme civilisé et distingué (Desmond, 1999, p. 50) qui peut potentiellement attirer des vacanciers, et des résidents. De facto, la genèse du tourisme à Hawaii provient en partie d'une fascination généralisée de la part de la bourgeoisie européenne et américaine envers l'exotisme des populations autochtones menacées par l'expansion coloniale des États-nations. Les représentations les plus souvent produites dans les journaux de bord des vacanciers sont celles l'indigène bienveillant et du mythe polynésien. Ce mythe prétend qu'Hawaii est un lieu de « touristicité idéale » (Coëffé, 2014), car la Polynésie correspond à cette tension parfaite entre l'Occident trop civilisé et la Mélanésie ainsi que la Micronésie, réputés trop sauvages (Desmond, 1999, p. 54).

Conclusion

Dans cet article, l'analyse de sources historiques et d'entretiens a permis d'étudier la mise en tourisme d'Hawaïi dans le contexte colonial du début du XXe siècle. Dans ce territoire si singulier, la coutume indigène *he'e nalu* est appropriée par les *Kama'āina* qui revendiquent leur appartenance à la culture hawaïenne, et incarné par les *beachboys* qui trouvent leur compte en tant qu'authentiques détenteurs d'un savoir-faire *Kānaka maoli*, recherché et prestigieux. Le développement de la pratique surf depuis le *he'e nalu* doit son succès à l'initiation des Indigènes et à l'investissement d'autres citoyens américains. Le rôle joué par ces derniers avec le concours de l'*Outrigger Canoe Club*, du *Hawaii Promotion Committee*, et autres institutions locales n'est pas sans poser la question du partage des richesses et de la manne que constitue l'offre des infrastructures touristiques. Toutefois, il est important de souligner que le développement du surf n'a pas engendré de nouvelles traditions, mais des transformations et des adaptations successives de la culture autochtone aux nouvelles conditions d'existence dans lesquelles elle survie (Friedman, 2008).

Il s'agit là d'une exploitation unique du littoral d'une part, et de la culture hawaïenne d'autre part, en ce sens que la mise en tourisme repose sur le renvoi ancestral à l'identité des locaux de Waikīkī, et leur maîtrise des eaux tumultueuses. Cette genèse du tourisme à Hawaïi signifie aussi qu'il existe des tensions et des remaniements perpétuels entre *Kama'āina* et *Kānaka maoli*, interrogeant ce qu'accueillir veut dire au sein d'un territoire nouvellement annexé. En dépit de l'ambivalence des relations inter-rationnelles qui caractérise les espaces publics à Hawaïi, et aux États-Unis plus largement, les activités touristiques nautiques contribuent ici comme ailleurs, à spécialiser la destination, en lui associant une image porteuse, popularisée par les marqueurs du territoire et les médias. Du local au global, la circulation de ces symboles se perpétue, formant un imaginaire qui s'enracine dans une nature par définition intemporelle : la vague, fruit de l'immensité de l'Océan.

SOURCES

- DAVIS O. (1898), « Surf-Riding: A vivid description of the national pastime of Hawaii », *Wave* [San Francisco], n° 8, 17 décembre.
- FORD A. (1909a), « Our Japanese territory », *Collier's Outdoor America*, 24 juillet, pp. 12-13.
- FORD A. (1909b), « Riding the Surf in Hawaii ». *Collier's Outdoor America*, vol. 43, n° 21, 14 août, pp. 17.
- FORD A. (1909c), « Hawaii: The Young Man's Land », *Van Norden Magazine*, n° 5, août, pp. 521-529.
- FORD A. (1908a), « Riding breakers. Sport of Waikiki ». *Evening Bulletin*, 17 juillet, pp. 7.
- FORD A. (1908b), « A Boy's Paradise in the Pacific », *St. Nicholas*, n°35, août, pp. 876-882.
- HAWAII TOURISM BUREAU (1924), « Our Japanese territory », *Collier's Outdoor America*, 24 juillet, pp. 12-13.
- HOLT L. (1985), « Interview with Michi Kodama-Nishimoto on May 15 », in *Social Science Research Institute* (dir.), *Waikīkī 1900-1985. Oral Histories: Volume II. Oral History Project*, University of Hawai'i at Mānoa, Honolulu, 1985, pp. 777-824.
- KA NUPEPA KUOKOA (1866), « Na mea hou o ke alo alii », 24 mai, pp. 2.
- LONDON J. (1907), « Riding the south sea surf », *Women Home Companion*, vol. 34, n° 10, pp. 9-10.
- LOVE A. (1986), « Interview with 'Iwalani Hodges on May 14, 1986 », in *Social Science Research Institute* (dir.), *Waikīkī 1900-1985. Oral Histories: Volume IV*, Honolulu, Oral History Project, University of Hawai'i at Mānoa, pp. 1649-1706.
- PACIFIC COMMERCIAL ADVERTISER (1891), « The volcano at the world's fair », 20 octobre, pp. 2.
- PAOA F. (1985), « Interview with Warren Nishimoto on May 15, 1985 », in *Social Science Research Institute* (dir.), *Waikīkī 1900-1985. Oral Histories: Volume II*, Honolulu, Oral History Project, University of Hawai'i at Mānoa, 1985, pp. 531-758.
- THE FRIEND (1897), « Surf riding at Waikīkī », vol. 55, n° 6, 1897, pp. 47.
- THRUM T. (1897), « Hawaiian surf riding », *The Hawaiian almanac and annual for 1896*. : Press Publishing Co. Steam Print, Honolulu.
- THRUM T. (1904), « Latest census Hawaiian Islands », *The Hawaiian almanac and annual for 1905* : Press Publishing Co. Steam Print, Honolulu.
- THURSTON L. (1915), « Surf-board riding in Hawaii », *The Mid-Pacific Magazine*, vol. 9, n° 4, pp. 317-327.
- TOURIST (1898), « Surf Riding », *Paradise of the Pacific*, vol. 11, n° 9, Septembre, pp. 129-130.
- VIDA E. (1985), « Interview with Warren Nishimoto May 18, 1985 », in *Social Science Research Institute* (dir.), *Waikīkī 1900-1985. Oral Histories: Volume II*, Oral History Project, University of Hawai'i at Mānoa, Honolulu, pp. 579-632.

50



DOSSIER
Décembre
2022
n°13

BIBLIOGRAPHIE

- BLAKE T. (1983), *Hawaiian Surfriders*, Mountain and Sea Publishing, Redondo Beach.
- CLARK J. (2011), *Hawaiian surfing: Traditions from the past*, University of Hawai'i Press, Honolulu.
- COÉFFÉ V. (2005a) « Les Hawai'i saisies par la géo-graphie : l'espace utopique de Mark Twain », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 49, n°137, pp. 225-240.
- COÉFFÉ V. et VIOLIER P. (2008), « Les lieux du tourisme : de quel(s) paradis parle-t-on ? Variations sur le thème de l'urbanité touristique », *Articulo - Journal of Urban Research* [En ligne], n° 4, Extrait en ligne le 8 avril 2016 de <https://articulo.revues.org/158>
- COÉFFÉ Vi. (2010), *Le paradigme de Waikiki ou l'itinéraire d'un lieu touristique qui a su passer le temps*. *Urbia*, n°10, pp. 53-72.
- COÉFFÉ V. (2014), *Hawaï. La fabrique d'un espace touristique*, Presses universitaires de Rennes, Rennes.
- COÉFFÉ V. et GUIBERT C. (2013), « Les enjeux touristiques de la marchandisation de l'image du surf à Oahu (Hawaï) », *ESO, Travaux & Documents*, n° 36, pp. 89-96.
- COÉFFÉ V., GUIBERT C., et TAUNAY B. (2012), « Émergences et diffusions mondiales du surf. De l'invention à la mise à l'épreuve de normes corporelles », *Géographie et Cultures*, n° 82, pp. 61-76.
- DAWS G. (1974), *A shoal of time. A history of the Hawaiian islands*. University of Hawaii Press, Honolulu.
- DELAVEGA T. (2011), *Surfing in Hawai'i. 1778-1930*, Arcadia Publishing, Charleston.
- DEL PIANO B. et TREGASKIS M. (dir.) (2007). *Outrigger Canoe Club: The first one hundred years, 1908-2008*, Outrigger Canoe Club, Honolulu.
- DESMOND J. (1999), *Staging tourism: Bodies on display from Waikiki to Sea World*, The University of Chicago Press, Chicago.
- DUMONT G-F. (2012), « Introduction », dans : *Diagnostic et gouvernance des territoires. Concepts, méthode, application*, sous la direction de DUMONT Gérard-François. Paris, Armand Colin, « Collection U », pp. 7-10. DOI : 10.3917/arco.dumon.2012.01.0007. URL : <https://rbu.univ-reims.fr:2154/diagnostic-et-gouvernance-des-territoires--9782200278304-page-7.htm>
- ÉQUIPE MIT (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin, Paris.
- ÉQUIPE MIT (2005), *Tourismes 2. Moments de lieux*, Belin, Paris.
- ÉQUIPE MIT (2011), *Tourismes 3. La révolution durable*, Belin, Paris.
- EJIRI M. (1996), *The development of Waikiki, 1900-1949: The formative period of an American resort paradise*, Thèse de doctorat en Civilisation américaine non publiée, University of Hawai'i, Honolulu.
- FINNEY B. et HOUSTON J. (1996), *Surfing: A history of the ancient Hawaiian sport*, Pomegranate Artbooks, San Francisco.
- FRIEDMAN J. (2008), « Morphogenesis and global process in Polynesia », in *Kajsa Ekohlm Friedman & Jonathan Friedman (dirs.)*, *Historical transformations: The anthropology of global systems*, Altamira Press, Plymouth, pp. 301-312.
- GRANT G. (1996), *Waikiki Yesteryear*, Mutual Publishing, Honolulu.
- HIBBARD D. et FRANZEN D. (1986), *The view from Diamond Head: Royal residence to urban resort*, Editions Limited, Honolulu.
- HUETZ DE LEMPS C. (2017), *Le paradis de l'Amérique : Hawaï, de James Cook à Barack Obama*, Vendemiaire, Paris
- KUYKENDALL R. (1967), *The Hawaiian Kingdom, volume III, 1874-1893, The Kalakaua dynasty*, University of Hawaii Press, Honolulu.
- LADERMAN S. (2014), *Empire in waves: A political history of surfing*. University of California Press, Berkeley et Los Angeles.
- MAK J. (2008), *Developing a dream destination: Tourism and tourism policy planning in Hawaii*. University of Hawai'i Press, Honolulu.
- MAK J. (2015), « Creating "Paradise of the Pacific": How tourism began in Hawaii », UHERO Working Paper No 2015-1, Economic Research Organization at the University of Hawaii, Honolulu, 3 février.
- MOSER P. (2008), *Pacific passages: An anthology of surf writings*, University of Hawai'i Press, Honolulu.
- MOSER P. (2020), « The Hawaii Promotion Committee and the Appropriation », *Pacific Historical Review*, vol. 89, n° 4, pp. 500-527.
- MOSER P. (2022), *Surf and Rescue: George Freeth and the Birth of California Beach Culture*. University of Illinois Press, Chicago.
- LEFEBVRE H. (2000), *La production de l'espace*, Anthropos, Paris.
- SCHMITT R. (1968), *Demographic Statistics of Hawaii, 1778-1965*, University of Hawai'i Press, Honolulu.
- SILVA N. (2004), *Aloha betrayed: Native Hawaiian resistance to American colonialism*, Duke University Press, Londres.
- TIMMONS G. (1989), *Waikiki beachboy*, Editions limited, Honolulu.
- WALKER I-H. (2011), *Waves of resistance: Surfing and history in twentieth century Hawai'i*, University of Hawai'i Press, Honolulu.
- WESTWICK P. et NEUSHUL P. (2013), *The world in the curl: an unconventional history of surfing*, Crown publishers, New York.
- YOST H. (1971), *The Outrigger Canoe Club of Honolulu*, Star-Bulletin Printing Company, Honolulu.
- WIEGEL R. (2008), « Waikiki beach, Oahu, Hawaii: History of its transformation from a natural to an urban shore », *Shore & Beach*, vol. 76, n° 2, pp. 3-30.

