



HAL
open science

Ethno-esthétique du surf en Floride : impact des relations esthétiques entre surf et musique sur le marquage identitaire.

Anne Barjolin

► **To cite this version:**

Anne Barjolin. Ethno-esthétique du surf en Floride : impact des relations esthétiques entre surf et musique sur le marquage identitaire.. Littératures. Université Paul Valéry - Montpellier III, 2018. Français. NNT : 2018MON30017 . tel-01980164

HAL Id: tel-01980164

<https://theses.hal.science/tel-01980164>

Submitted on 14 Jan 2019

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.



THÈSE

Pour obtenir le grade de Docteur

Délivré par l'Université Montpellier III - Paul Valéry

Préparée au sein de l'école doctorale 58
Et de l'unité de recherche EMMA,
Études Montpelliéraines du Monde Anglophone

Spécialité : LLCE
Langues, Littératures, Civilisations Étrangères

Présentée par **Anne Barjolin-Smith**

ETHNO-ESTHÉTIQUE DU SURF EN FLORIDE : IMPACT DES LIENS ENTRE SURF ET MUSIQUE SUR LES MARQUAGES IDENTITAIRES

Dirigée par Monsieur le professeur Claude Chastagner
Soutenue le 17 novembre 2018 devant le jury composé de :

Mme Monica MICHLIN, Professeure, Université Paul Valéry - Montpellier III	Jury
Mme Pascale SMORAG, Maître de Conférences, Université de Bourgogne Franche-Comté	Jury
M. Philippe BIRGY, Professeur, Université Toulouse - Jean Jaurès	Rapporteur
M. Laurent-Sébastien FOURNIER, Maître de Conférences HDR, Aix-Marseille Université	Rapporteur
M. Claude CHASTAGNER, Professeur, Université Paul Valéry - Montpellier III	Directeur



Résumé en français

Cette thèse en civilisation américaine s'intéresse à la mise en œuvre du *surf lifestyle* (mode de vie du surf) à travers une *surf music* ancrée dans un espace géographique et socioculturel peu observé par les spécialistes du surf et pourtant particulièrement enclin à la créativité culturelle et au développement d'une esthétique à la fois singulière et inclusive. Les pratiques culturelles des surfeurs de la Space Coast en Floride sont analysées dans une étude ethnographique conceptualisant l'ethno-esthétique et puisant dans les théories de l'ethnomusicologie et de la psychologie sociale. Cette étude interdisciplinaire explore la manière dont l'expérience musicale inhérente à l'activité et au mode de vie du surf peut être considérée comme un marqueur des identités de diverses subcultures américaines du surf. De la naissance d'un mouvement musical dans un espace physique donné à une mythologie construite autour de scènes idéologiques, le lieu dans lequel une musique se développe et se consomme joue un rôle vital dans son évolution et sa conservation. Nous dépassons le mythe d'une culture de la *surf music* exclusivement californienne pour mettre au jour la glocalisation d'une *surf music* redéfinie et utilisée comme espace permettant le marquage d'identités locales. Des modèles théoriques relatifs aux systèmes culturels étudiés ainsi que des concepts comme les *surf strands*, le principe d'inclusion relative ou encore la surfanisation des espaces urbains sont développés selon les besoins de la recherche.

Mots clés : Ethno-esthétique, *Surf music*, Floride, Marquage identitaire, Surfanisation

Résumé en anglais

This thesis in American studies focuses on the implementation of the surf lifestyle through a surf music anchored in a geographic and sociocultural space overlooked by surf specialists even though it is prone to cultural creativity and to the development of singular and inclusive aesthetics at once. Cultural practices of surfers from Florida's Space Coast are analyzed in this ethnographic study that conceptualizes ethno-aesthetics and draws from ethnomusicology and social psychology theories. This interdisciplinary work explores the ways in which musical experience pertaining to the surf lifestyle can be considered as a marker of the various American surf subcultures. From the physical space in which music comes to life to a mythology built around ideological scenes, the place in which music is developed and consumed plays a vital role on its evolution and its conservation. We move past the myth of a surf music marked by Californian exclusive aesthetics in order to suggest the glocalization of a redefined surf music used as a space allowing the marking of local identities. Theoretical models related to the cultural systems under scrutiny as well as concepts such as surf strands, the principle of relative inclusiveness, or the surfanization of urban spaces are developed according to the needs of the research.

Key words: Ethno-aesthetics, Surf music, Florida, Identity marking, Surfanization

Remerciements

Mèm si ou lé loin,
Si ou lé pa coté moin
Mèm de lot' coté d'la terre
Ou s'ra toujours dans mon kèr.

Mèm si ou lé loin,
Si ou lé pas coté moin
comme un roulèr, un kayamb
Nous sera toujours ensemb'
« Même si ou lé loin » (Ousanousava, 2008).

Le doctorat est un travail d'endurance ponctué de défis intellectuels et sociaux. C'est une expérience de vie que beaucoup décrivent comme solitaire car le doctorant se plonge dans un univers intellectuel qu'il construit alors que sa vie sociale menace de se déconstruire. Je pense avoir eu beaucoup de chance en entreprenant mon doctorat car malgré le travail intense et la distance physique avec mes pairs, ma famille et mes amis, je ne me suis jamais sentie aussi soutenue.

Je tiens d'abord à remercier mon directeur de thèse, Mr. Claude Chastagner, de m'avoir acceptée en Master 2 alors qu'il avait décidé de ne pas prendre d'étudiant supplémentaire et qu'il avait été sollicité par d'autres avant moi. Je lui suis reconnaissante de m'avoir fait confiance dès le départ, de m'avoir offert ses précieux conseils et d'avoir pris le temps de « skyper » avec moi dès que j'en avais besoin. Cela fait quatre ans que je travaille sous la tutelle de Claude qui a dirigé mes recherches de Master 2 sur la musique country, puis ce travail de thèse que j'ai pu effectuer en trois années grâce à son soutien dans les moments où je doutais.

Je remercie les surfeurs de m'avoir accordé un peu de leur temps et de s'être intéressés à mon travail.

Un simple remerciement ne suffirait pas pour une personne si chère à mes yeux et qui m'a tant donné, alors je souhaite dédier cette thèse à ma mère Hélène sans qui tout cela ne serait jamais arrivé. Je voulais être actrice et à mon grand désarroi, ma mère m'a « obligée » à passer une licence d'anglais... Puis je n'ai plus voulu m'arrêter d'apprendre. C'est elle qui m'a ouverte aux mondes des lettres et des voyages ; c'est elle qui m'a donné le goût des langues et celui des sports de glisse (même si elle ne le sait pas). C'est à elle que je dois mon éducation musicale ancrée dans les musiques de Nat King Cole, Ray Charles, George Brassens et même

Johnny. Je remercie aussi mon beau-père, Jacky, dont la curiosité a été un formidable gage d'encouragement.

Je n'aurais jamais pu accomplir ce travail sans le soutien inconditionnel de mon mari Dustin. Le travail de thèse est un travail solitaire, difficile à supporter pour ceux qui vivent avec le/la thésard(e) et je ne remercierai jamais assez Dustin pour sa patience, pour avoir accepté de passer des soirées et des weekends seul, pour m'avoir fait à manger lorsque j'oubliais de m'arrêter. You are my rock and I am so grateful to be married to you.

J'ai une pensée particulière pour mon frère Rémy qui a toujours été une source d'inspiration dans les domaines sportif et intellectuel.

À mon père Michel qui m'a donné le goût de la philosophie. Nos discussions m'ont aidée à développer un esprit critique.

Enfin un grand merci à mes amis que je considère comme une deuxième famille. Ils m'ont toujours soutenue dans mes projets même lorsqu'ils leur semblaient extravagants. Cela fait six ans que je vis en Floride mais à chaque visite en France, c'est comme si je n'étais jamais partie. Merci de toujours me redonner confiance en moi et de jouer le jeu de mes superstitions.

Je ne peux pas ici remercier toutes les personnes qui ont eu un impact positif sur mon travail ou ma condition de doctorante mais je tiens à ce que ces individus, s'ils sont amenés à lire ces quelques lignes, s'approprient mes remerciements.

Sommaire

Résumé en français.....	1
Résumé en anglais.....	2
Remerciements.....	3
Introduction.....	8
1 Présentation de la thématique et du terrain de recherche.....	9
2 Cadre conceptuel.....	13
3 Cadre méthodologique et démarche de recherche.....	31
4 Annonce du plan.....	41
PREMIÈRE PARTIE Cadre contextuel et objet de recherche : les surfeurs floridiens.....	44
Chapitre 1. La Floride : société et cultures populaires.....	45
1.1 Géographie humaine en diachronie.....	46
1.2 Structure et organisation sociale.....	51
1.3 Répartition culturelle et modes de vie.....	58
1.4 Focus sur Brevard County et la Space Coast.....	61
Chapitre 2. Mise en œuvre de l'observation des surfeurs.....	70
2.1 L'observation participante.....	70
2.2 Enquête sociologique : le questionnaire.....	82
2.3 Caractéristiques des entretiens sociologiques.....	89
2.4 Investigation des réseaux sociaux.....	92
2.5 Balisage des critères démographiques.....	94
Chapitre 3. Constitution d'un échantillon.....	100
3.1 Variables de terrain : prise en compte de la typologie des surfeurs.....	101
3.2 Présentation de l'échantillon : données issues des questionnaires.....	104
3.3 Profils des sujets d'entretiens en diachronie.....	109
3.4 Objectivation des données issues des réseaux sociaux.....	112
3.5 Sun Bum : port d'entrée dans la culture du surf et microcosme objectif.....	116
DEUXIÈME PARTIE Formations et transformations de deux spécificités culturelles américaines : le surf et la <i>surf music</i>	119
Chapitre 4. Genèse du <i>surf lifestyle</i> : de Hawaï à la Floride.....	120
4.1 Hawaï : <i>Ke'e Nalu</i>	120
4.2 La Californie : l'icône américaine.....	125
4.3 La Floride : histoire et particularités d'une oubliée.....	129
4.4 Conceptualisation du surf : un mode de vie et une subculture.....	145
4.5 Rouages culturels d'une machine industrielle américaine.....	163
4.6 Un monde exclusif ?.....	171

Chapitre 5. Spécificités de la <i>surf music</i>	182
5.1 Histoire d'une naissance et théorie des résurrections.....	182
5.2 D'un style sonore à un mouvement musical.....	190
5.3 Histoire de la scène floridienne.....	196
5.4 Vers une appropriation du surf et de la <i>surf music</i>	199
TROISIÈME PARTIE Effets de la mobilité du surf et de la <i>surf music</i> sur l'appropriation culturelle.....	204
Chapitre 6. Modèle ultra marin de l'hybridation culturelle.....	205
6.1 Préambule : Localismes et prise en compte du « glocal ».....	205
6.2 Présentation du modèle.....	209
6.3 Créolisation du surf et de la <i>surf music</i>	214
6.4 Émergence d'un répertoire musical adapté.....	217
Chapitre 7. Contextualisation des mobilités ethno-esthétiques.....	224
7.1 Connexions et distinctions dans le surf et sa musique.....	224
7.2 Nostalgie culturelle, pouvoir hégémonique et nouveaux canons du surf.....	234
7.3 Mobilité spatio-temporelle du surf et de la musique.....	242
7.4 Adaptation et singularisation du surf et de la <i>surf music</i>	248
7.5 Socialité culturelle dans les mouvements ethno-esthétiques.....	256
Chapitre 8. Modèle des phases d'appropriation culturelle.....	260
8.1 Présentation du modèle.....	260
8.2 Contact et acquisition.....	267
8.3 Appropriation.....	272
8.4 Modification.....	276
8.5 De l'apprentissage d'un capital culturel à l'appartenance ethno-esthétique.....	281
QUATRIÈME PARTIE La question de l'identité dans l'appartenance ethno- esthétique.....	286
Chapitre 9. Retour sur les réflexions théoriques autour de l'identité.....	287
9.1 Questions du rapport entre identité et <i>surf music</i>	287
9.2 Problème des représentations et des relations endo- et exogroupes.....	295
9.3 Négociations identitaires et fonctionnalités des diverses identités.....	309
Chapitre 10. Postures des sujets dans la subculture et consommation musicale	318
10.1 Cultures et sentiment d'appartenance.....	318
10.2 Rapport au monde.....	330
10.3 Modalités de consommation des surfeurs floridiens.....	335
Chapitre 11. Synthèse ethno-esthétique et mise en perspective.....	353
11.1 Mobilisation des ressources sémiotiques du surf.....	353

11.2 Réalisation des potentialités identitaires.....	364
11.3 Valorisation ethno-esthétique.....	375
Conclusion.....	390
1 Retour sur la démarche.....	391
2 Observations et intérêts de la recherche.....	393
3 Propositions : nouveaux horizons contemporains.....	398
Annexes.....	407
Annexe 1. Questionnaire d'enquête.....	408
Annexe 2. Tableaux synoptiques des enquêtés.....	412
Annexe 3. Lance-O (Kulcha Shok). Surf Expo, Orlando 16 janvier 2016.....	422
Annexe 4. Dustin. Sun Bum, Cocoa Beach 10 septembre 2016.....	426
Annexe 5. Sean Slater. Rusty's, Port Cape Canaveral 7 juin 2017.....	443
Annexe 6. Ricky Carroll et Bart Kelley. Usine de Ricky Carroll, Rockledge 13 juin 2017	455
Annexe 7. Britty. Squid Lips, Cocoa Beach 15 juin 2018.....	479
Annexe 8. Tableau synoptique des artistes les plus mentionnés dans les enquêtes, les entretiens et sur les réseaux sociaux.....	491
Annexe 9. Synopsis des publications des sujets sur Instagram.....	496
Bibliographie.....	505
1 Travaux sur la Floride et les États-Unis.....	506
2 Travaux sur le surf et les <i>lifestyle sports</i>	509
3 Travaux sur la musique.....	517
4 Travaux généraux.....	521
5 Sources audio-visuelles.....	530
Glossaire du surf.....	533
Index des illustrations.....	536
Index alphabétique.....	537
Table des matières.....	540

Introduction

1 Présentation de la thématique et du terrain de recherche

Une clé universelle ne peut pas ouvrir toutes les serrures ; à chaque fois que vous voulez ouvrir une serrure différente, vous devez créer une clé spécifique.

(Serre & Latour¹, 1994, cité dans Cervulle *et al.*, 2010, p. 25)

1.1 Choix de la discipline et du domaine

Le surf est à la fois une activité sportive, un mode de vie et une culture. Né à Hawaï, il s'est démocratisé dans la Californie des années soixante qui fut aussi le berceau de la *surf music*. Cette thèse examine l'impact des liens entre cette construction musicale et la culture du surf sur les tendances identificatoires des participants. Comme le suggère le titre, ce travail en civilisation américaine s'est construit à l'intersection de plusieurs sciences humaines et sociales puisqu'il relève à la fois de l'histoire, de la linguistique, de l'ethnomusicologie, du sport, de la sociologie, de l'anthropologie culturelle et de la psychologie sociale mais fonde aussi une partie de sa réflexion dans la philosophie. La recherche transcende volontairement les lignes disciplinaires dominantes afin de faire ressortir de nouvelles dynamiques dans l'étude de la culture américaine du surf principalement entreprise aujourd'hui des points de vue socio-historiques ou de la performance physique. Notre approche s'inspire de plusieurs domaines scientifiques afin d'examiner les potentialités d'un univers connu de tous mais dont l'esthétique est rarement explorée. Comme le soulignent Thorpe & Rinehart (2013),

[w]hile evocative writing styles may not necessarily bring the researchers' (and participants') experiences 'alive' in social science writing², experimenting with new ways of presenting research may help to bring the alternative sports world a little 'closer to our skin³, a little closer to lived experience. (p. 219).

Nous engageons les outils des sciences humaines et sociales ainsi que des concepts philosophiques tels que l'esthétique et les questions ontologiques et épistémologiques qui lui sont propres afin de créer un passage entre l'intelligible et le sensible dans l'exploration d'un

1 Serre, M., & Latour, B. (1994). *Éclaircissements. Entretien avec Bruno Latour*. Paris : Flammarion.

2 Rinehart, R. (1989). Fictional methods in ethnography: Believability, specks of glass, and Chekhov. *Qualitative Inquiry* 4, 200-24.

3 Thrift, N. (2008). *Non-representational theory: Space, politics, affect*. London: Routledge.

mode de vie que nous appellerons le *surf lifestyle* et dont l'une des composantes majeures est la *surf music*⁴.

Deux domaines des sciences humaines sont néanmoins privilégiés dans cette recherche. Étant donné qu'il s'agit de comprendre les liens qu'entretiennent les surfeurs avec la musique, notre recherche emploie les outils théoriques de la psychologie sociale et de l'ethnomusicologie qu'Alan P. Merriam a tenté de définir comme le champ de la musique dans la culture : « Citing, comparing, and classifying about forty definitions culled largely from American publications, Merriam believes that the proper way of defining a field is not on the basis of observing what its practitioners do, but of what it ought to be » (Nettl, 2010, p. 91). Cette recherche ne se contentera donc pas de l'analyse de données empiriques mais tentera aussi d'interroger les pratiques des champs dans lesquels elle s'inscrit. La psychologie sociale sera alors elle aussi critiquée en amont afin de rendre ses outils plus efficaces. Intrinsèquement lié à l'histoire socio-culturelle des États-Unis, le surf examiné à l'aide des outils ethnomusicaux et psycho-sociaux permettra de mettre à jour de nouvelles pistes de travail en civilisation américaine ainsi que de nouvelles perspectives sur sa société.

1.2 Revue de littérature

1.2.1 Travaux sur le surf

Les travaux sur le surf sont abondants et s'inscrivent dans différentes démarches. La liste proposée ici n'est pas exhaustive mais a pour but d'illustrer le fait que malgré la richesse des écrits relatifs au surf, très peu traitent ou s'inspirent de la Floride. En effet, la majorité des travaux concernent Hawaï, la Californie, l'Australie, l'Afrique du Sud, l'Indonésie ou encore la France. Ils peuvent être historiques (Brown, 2006 ; Clark, 2011 ; Kampion, 2003 ; Lemarié, 2016), géographiques (Falaix, 2012), sociologiques (Coëffé, 2014 ; Ford & Brown, 2006, Beaumont, 2011 ; Sayeux, 2005), psychologiques (Bennett, 2004), philosophiques (Kreeft, 2008), biographiques (Noll & Kampion, 2007 ; Verge, 2017). Ils peuvent traiter des pratiques culturelles (Beaumont & Brown, 2014 ; Booth, 2004 ; Usher & Kerstetter, 2015), des pratiques sportives (Stranger, 1999), de la création artistique qui en découle (Chidester & Piore, 2008 ; Colburn, 2002 ; Cooley, 2014), de la question du genre (Booth, 2001 ; Comer, 2010 ; Evers, 2009 ; Harris, 2007). Enfin, ils peuvent appréhender le surf selon des approches

4 L'étude traitant d'une culture née à Hawaï puis développée et dominée par la société anglo-américaine, nous préservons la terminologie anglaise telle qu'elle est utilisée par les participants et les spécialistes à l'international. Nous posons que des nuances peuvent se perdre dans la traduction systématique des noms et notions alors nous choisissons de conserver les labels conceptuels dans la langue qui leur a donné jour et de proposer en parallèle une traduction des termes tout au long de ce travail afin de rester le plus proche possible de leur signification originale. Le *surf lifestyle* correspond au mode de vie adopté par les surfeurs, quant à la *surf music* (musique surf), elle sera redéfinie tout au long de ce travail.

globales et/ou régionales (Anderson, 2014 ; Augustin, 1996 ;), économiques (Moutinho, Dionísio & Leal, 2007), géographiques et identitaires (Lawler, 2011 ; Preston-Whyte, 2001, 2011).

Parmi tous ces auteurs incontournables dans l'étude du surf, aucun ne se penche sur la Floride. Il a donc fallu reconstruire une histoire du surf floridien principalement d'après les travaux de Matt Warshaw (2003, 2010), Paul Aho (2014), Jarratt & Slater (2008), puis d'après des entretiens. Les archives locales consultées à la Library of Florida History de Cocoa ne comprennent quasiment aucun document sur la naissance et le développement du surf en Floride ou sur la Space Coast⁵. Matt Warshaw (2003, 2010) est un ancien surfeur professionnel et rédacteur en chef de *Surfer Magazine* qui est à l'origine d'un projet encyclopédique du surf consultable en ligne. Le site référence tous les domaines du monde du surf (athlètes, industries, lieux, etc.) et contient une section sur l'histoire du surf qui n'est pas achevée (elle s'interrompt au chapitre cinq couvrant la période des années soixante-dix). Malgré sa richesse, le site risque de disparaître par manque de moyens⁶. Paul Aho (2014) est un artiste et surfeur qui propose une histoire photographique du surf en Floride. Son travail est le seul à avoir tenté de capturer l'héritage historique et culturel du surf floridien de manière exhaustive. Il est le résultat d'une exposition à Florida Atlantic University. L'auteur y contextualise l'avènement du surf et son développement dans la péninsule au cours du XX^e siècle à travers des anecdotes, des biographies, des documents d'archive et un corpus photographique riche et informatif. Un chapitre relativement court écrit par Cunningham (2014) est dédié à l'histoire de la *surf music* en Floride. Les travaux de Borte & Slater (2004) et de Jarratt & Slater (2008) sont pour le premier une biographie de Kelly Slater axée sur le rêve d'un jeune surfeur floridien de conquérir la vague de Pipeline à Hawaï⁷, et pour le second une sorte de deuxième volet biographique plus intime et illustré de photographies personnelles du surfeur. Les deux ouvrages ont été écrits à des moments charnières de sa carrière, lors de pré-retraites (Slater a depuis fait son retour sur le circuit professionnel). Bien que les deux ouvrages reflètent la carrière internationale du surfeur résolument tourné vers Hawaï, ils informent aussi sur la mise en œuvre d'une culture floridienne du surf et la fabrication

5 Mes recherches sur l'histoire du surf en Floride dans les archives de la Florida Historical Society à Cocoa ont été infructueuses malgré l'aide de l'archiviste.

6 L'abonnement ne coûte que trois dollars par mois, ce qui n'est pas assez pour maintenir le site à jour alors en 2017, le fondateur a lancé une campagne de sauvetage du projet. Les résultats de cette démarche ne sont pas connus au moment de l'écriture de la thèse.

7 Kelly Slater est reconnu par ses pairs comme l'un des plus grands surfeurs au monde depuis l'avènement du surf dans les années soixante. Né à Cocoa Beach, il a gagné onze fois le titre de champion du monde. Alors que les vagues irrégulières de Floride sont sujettes à la critique, voire à la moquerie, Slater et d'autres surfeurs floridiens ont à plusieurs reprises montré leur habileté à dompter la vague hors norme de Pipeline située sur le fameux North Shore de l'île d'Oahu à Hawaï. Le Pipeline Masters est l'une des compétitions de surf les plus prestigieuses au monde. Le frère de Kelly Slater, Sean Slater, est l'un des sujets de cette recherche.

d'acteurs du surf hors normes. En effet, la Floride est le berceau d'un grand nombre de surfeurs exceptionnels et d'entreprises devenues influentes sur les scènes nationale et internationale.

1.2.2 Travaux sur le surf et la musique

La majorité des productions écrites traite la musique et le surf selon deux grandes approches, l'une géo-historique et l'autre ethnomusicologique. La démarche géo-historique (Crowley, 2011 ; Blair, 1995, 2015 ; Carney ; 1999) décrit la *surf music* comme une suite successive de scènes musicales sans cesse moribondes et sans cesse réanimées par des prédicateurs d'une scène historique inexorablement attachée à la Californie mais vouée à la disparition⁸. Cette démarche retrace en majorité le parcours d'artistes canoniques de la *surf music* californienne des années soixante à soixante-dix (Badman, 2004 ; Dalley, 2015) et se caractérise par la tentation d'une conclusion définitive du propos. La démarche ethnomusicologique consiste à appréhender la relation entre le surf et la musique (Cooley, 2011, 2014) sans pour autant se borner à une *surf music* historisée. Dans *Surfing about music*, l'ethnomusicologue Tim Cooley (2014), explore la manière dont le surf comme pratique culturelle accompagnée de rituels semble s'agréger en communautés grâce à la musique. L'auteur retrace les liens entre surf et musique à travers l'histoire des chants hawaïens (*mele*) et de la *surf music* californienne, mais aussi à travers l'analyse de concerts en Europe et d'entretiens avec des surfeurs professionnels devenus musiciens. Il fait émerger trois thèmes d'ouverture dans sa conclusion : premièrement, il existe une homologie⁹ entre participation à l'acte musical et pratique du surf ; deuxièmement, à travers le surf et la musique, les surfeurs créent des communautés de partage ; troisièmement, la musique permet aux surfeurs d'exprimer et de partager l'expérience corporelle qui les pousse vers l'océan. Si ce livre a été déterminant pour donner une impulsion à notre travail, nous dépassons la notion d'homologie et apportons une réflexion esthétique et identitaire qui manque au travail de Cooley (2014).

8 Le terme « scène » est compris comme un monde de création musicale dont l'esthétique est marquée par un style, une communauté et un lieu à un moment donné. Une scène musicale se constitue lorsqu'une programmation répond aux attentes d'un public qui peut se revendiquer de son répertoire parce que des musiciens ont coopéré à l'élaboration d'un point d'ancrage social et esthétique (Roueff, 2006).

9 L'homologie est comprise comme la correspondance entre structure sociale et organisation du corpus musical (Bourdieu, 1979 ; Hebdige, 1991).

2 Cadre conceptuel

2.1 Cadre théorique en lien avec la conception de la discipline et du domaine

2.1.1 Esthétique : questions ontologique et épistémologique

La notion d'esthétique est déterminante dans notre travail puisque qu'elle le parcourt et l'articule. C'est l'élément qui nous permet d'une part, d'établir des liens affectifs et cognitifs entre les sujets et l'objet d'étude, et d'autre part d'introduire les critères d'interprétation, d'authenticité et d'évaluation des représentations de tout ce qui est inclus dans la culture du surf comme ici, la musique. Alors la relation esthétique à la *surf music* est comprise comme l'activation de choix stylistiques mis en œuvre selon des critères d'expression et de représentation des différentes subcultures du surf¹⁰. La notion est complexe et s'inscrit dans la philosophie, donc dans un discours spéculatif dont les réflexions seront mises à profit pour engager de nouvelles pistes de recherche en sciences humaines et sociales. La notion d'esthétique soulève des questions ontologiques et épistémologiques¹¹. Nous entendons par ontologie, la compréhension de l'*être* (prédicat) défini comme des potentialités d'existence d'une entité, par opposition à l'absence de ces potentialités : on se réfère à des phénomènes qui peuvent être connus et expérimentés. En d'autres termes, dès qu'un objet ou une notion montre des possibilités de reconnaissance dans le réel, alors il ou elle existe par essence. L'ontologie est ainsi différente de la métaphysique qui, du moins dans notre compréhension aristotélicienne du terme, s'attacherait à l'existence des êtres au delà du sensible. Ici, nous ne spéculons pas sur l'existence d'un phénomène super-sensible mais sur la réalisation de potentialités réelles introduites par des prédispositions phénoménologiques. Il n'y a ontologie que si les phénomènes objectifs peuvent devenir expériences (esthétique ou autre). Si l'on s'appuie sur l'idée d'Edmond Husserl (2000) selon laquelle toute science factuelle prend ses fondations théoriques dans les sciences pures des êtres essentiels, nous pouvons justifier le croisement de la question esthétique (spéculative) à celle de l'*ethnos* (pratique) puisque la première donne à la seconde les outils nécessaires pour dépasser ses bornes factuelles et potentielles imposées par sa réflexivité afin de mettre au jour des réalisations sensibles. La question devient alors de savoir si l'existence de ces potentialités est pertinente dans l'analyse d'interactions objectives mais de nature subjective entre une culture (des individus) et une pratique artistique (une esthétique). Toute science fait appel à un niveau d'abstraction pour la

10 Nous définirons le terme subculture et justifierons son emploi dans le chapitre 4. Notons simplement pour l'instant qu'il s'agit d'une unité régionale de la culture globale du surf.

11 Nous reconnaissons les discours controversés vis-à-vis de ces concepts particulièrement critiqués dans le domaine de l'anthropologie mais nous posons qu'ils sont nécessaires à une réflexion préliminaire pour la recherche.

création de notions, de relations, etc., comme par exemple les mathématiques et les nombres. Selon la même démarche, l'ethno-esthétique a donc pour but de faire ressortir, d'analyser, d'interpréter et de construire des paradigmes socio-culturels temporalisés et spatialisés¹².

La question épistémologique permet d'affiner notre définition de l'esthétique dans la mesure où nous tentons d'établir une connaissance d'un phénomène particulier et une manière d'appréhender ce phénomène. Il n'y a pas qu'une seule façon d'acquérir la connaissance d'un objet de recherche ; il en existe en revanche plusieurs conceptions relatives à des problématiques spécifiques. Alors parmi nos objectifs multiples, nous tentons de proposer une autre façon d'aborder le problème de l'identité à travers un rapport à l'esthétique d'une subculture donnée. Au delà des aspects purement philosophiques, les questions ontologiques et épistémologiques de notre travail nous permettent d'aborder les problématiques relevant des potentialités (l'ontologique) d'un phénomène encore peu exploré et ses réalisations (l'épistémique) en établissant des parcours *a priori* et *a posteriori*. Les objets culturels tels que la musique ou le surf, offrent une vision des êtres dans leur contexte. Dès lors, la musique peut révéler des communautés esthétiques spécifiques et en tant qu'objet culturel, elle peut représenter des paradigmes culturels. Heidegger (2003) considère l'ontologie de l'œuvre d'art ainsi : « a condensed manifestation of that cultural comprehension of being in which it is rooted¹³ » (p. 19, cité dans Pio & Varkøy, 2012, p. 111). Notre double approche de l'esthétisme nous permet ainsi de comprendre les communautés étudiées à travers des modes de réalisation de leurs pratiques culturelles et artistiques. La vision ontologique montre un arrière plan culturel, inconscient et indépendant du libre arbitre alors que la vision épistémologique de l'esthétique montre des interactions sociales comme conscientes et impliquant le libre arbitre. La musique comprise comme l'un ou l'autre offre des perspectives différentes sur les phénomènes socio-culturels. Là où Heidegger (2003) semble rejeter l'approche esthétique de l'art et donc de la musique, nous suggérons la mise en avant de la musique comme expérience d'une réalité (Pio & Varkøy, 2012, p. 114) à laquelle nous ajoutons la dimension esthétique telle qu'elle vient d'être décrite.

Dans cette étude, nous posons que le surf, compris dans sa dimension musicale et sub-culturelle, possède ses propres caractéristiques esthétiques, et c'est à travers une exploration de son discours, de sa mise en œuvre et de la validation de ses attributs musicaux et culturels que la notion de doctrine esthétique du surf sera définie dans le but de mieux comprendre les liens psycho-sociaux qu'elle entretient avec son auditoire. Nous soutenons que le surf dans ses

12 Nous posons que l'universel se construit dans le singulier. À partir de là, nous considérons que les principes paradigmatiques font courir le risque d'enfermer un phénomène dans une fixité subjective à moins que le paradigme ne soit compris dans la temporalité et la spatialité.

13 Heidegger, M. (2003). *Holzwege*. Frankfurt: Vittorio Klostermann. (Original work published in 1950).

deux dimensions, pratique et mode de vie incluant la musique, est un art populaire qui possède une valeur esthétique puisqu'un lien affectif se dégage de l'interaction entre l'objet culturel et les individus. Pour aller plus loin, nous affirmons que l'esthétique du surf est plus intéressante d'un point de vue éthologique, c'est-à-dire du point de vue de l'étude des mœurs comme faits sociaux (« Éthologie », 2012) que celle par exemple de la musique classique dans la mesure où ses liens avec le public sont plus complexes d'un point de vue socioculturel. Le surf engendre une réponse à la fois cognitive, affective et instigatrice d'action comme le montrera le chapitre 10 de ce travail.

2.1.2 Reformulation d'un concept : l'ethno-esthétique

Le concept anthropologique d'ethno-esthétique a été emprunté à Jacqueline Delange (1967) puis reformulé selon les besoins de notre recherche. L'étude de Delange sur les préconçus ethnologiques et eurocentriques des sociétés occidentales concernant une prétendue homogénéité des arts africains nous a donné dès le départ les moyens de mettre en lumière des défaillances dans l'évaluation qui est faite des diverses communautés de surfeurs de par le monde. En effet, le milieu du surf souffre des mêmes maux que celui des arts africains en ce qu'ils sont tous deux perçus au travers de préconçus simplistes sur l'uniformité culturelle et esthétique de leurs sphères respectives. En d'autres termes, le monde du surf est représenté par le biais de conceptions unilatérales étroites et stéréotypées par l'industrie audiovisuelle et pour les besoins de la grande distribution (pas nécessairement au sein de l'industrie du surf). Ainsi, pour reprendre les termes de Delange (1967), c'est l'approche ethnocentrique des caractéristiques de ce mode de vie qui prévaut (dominée par la pensée marchande nord américaine) et qui de manière réductrice, l'associe presque systématiquement à la *surf music* des Beach Boys¹⁴. Il convient alors de déconstruire l'image monolithique du surfeur similaire d'une région à l'autre du globe pour poser la question des relations esthétiques entre surf et musique dans le cadre singulier que constitue chaque communauté en ce qu'elle comprend d'historiquement, de culturellement et de socialement identifiable. L'adaptation du concept de Delange (1967) permet de dépasser certaines simplifications qui consisteraient à entrevoir le monde du surf comme étant homogène dans sa dimension esthétique, ici, sa relation à la musique. Le problème n'est pas nouveau et cette perception est sans doute due à divers facteurs comme par exemple la mise en scène d'une image stéréotypée du surfeur blond écoutant les Beach Boys dans les années soixante-dix. Le problème peut aussi être lié à la

14 The Beach Boys était un groupe de rock des années soixante. Originaire de Californie, le groupe est considéré de manière controversée comme l'un des premiers *surf bands* (groupe de musiciens jouant de la *surf music*). Le débat sur la légitimité des Beach Boys dans le monde du surf provient du fait que leurs chansons parlaient de surf mais qu'un seul des membres, Dennis Wilson, surfait (Crowley, 2011 ; Warshaw, 2003 ; Badman, 2004). Le groupe a néanmoins joué un rôle important dans la popularisation du surf à travers les États-Unis et dans le monde.

dissémination d'images exploitées pour leur potentiel commercial mais sans reconnaissance d'une quelconque profondeur culturelle. Grâce à l'ethno-esthétique, cette étude cherche à montrer que les communautés de surfeurs varient d'une région à une autre, et c'est entre autres à travers leurs choix musicaux que ces singularités peuvent être exprimées. C'est par l'observation de leur jugement esthétique que les représentations socio-culturelles propres aux groupes en question peuvent être analysées afin de mieux comprendre les marquages identitaires de certaines communautés de surfeurs dans l'État de Floride, le *redneck surf state*¹⁵ (d'après les usagers eux-mêmes).

Dans notre approche révisée de l'ethno-esthétique, le vocable *ethnos* prend un sens ethnographique car on observe les principes liés au discours d'une culture donnée tels qu'ils sont mis en pratique par les individus au sein de leur groupe et de leur société (ici américaine). La culture constitue alors les connaissances, les croyances, les pratiques coutumières et les compétences acquises, appliquées et partagées par les individus et les communautés. Le terme culture implique donc la reconnaissance d'une expérience surf partagée mais distincte des autres éléments constitutifs des États-Unis d'une part, et de la culture globale du surf d'autre part. Le surf, dans son acception de *lifestyle*, est catégorisé comme culture au niveau global mais comme subculture au niveau local car il est propre à des communautés socio-culturelles et n'est pas représentatif d'une culture majoritaire aux États-Unis. Notre approche du culturel s'agrège à un *ethnos* qui va au delà de l'ethnique en incluant le groupe social et esthétique constitué d'êtres d'origines ou de conditions diverses mais vivant ensemble et partageant des pratiques dont le discours culturel leur permet de se regrouper par affinités : « [the cultural] allows one to move beyond ethnicity and toward other ways of social grouping and identity construction such as affinity groups » (Cooley, 2011, p. 26). Dans la multitude de leurs identités, les communautés de surfeurs se constituent en subcultures dont elles composent et actualisent la pensée dans la musique.

Le terme ethno-esthétique emprunté à Jacqueline Delange (1967) a été redéfini pour les besoins de cette recherche car la discipline en elle-même semblait poser un problème d'interprétation. En effet, l'ethno-esthétique allie des sciences humaines et sociales (sensibles) à une science spéculative (intelligible). Il a fallu alors repenser le terme d'esthétique et le définir selon des principes applicables à une étude de terrain. Ce travail est consacré à l'étude de communautés souvent comparées à des tribus en vertu de comportements sociaux fortement marqués culturellement et de relations intergroupes exclusives. Alors les choix musicaux de ces groupes sont pensés comme des représentations de leur appartenance à des sous-groupes socioculturels. En cela, la notion d'ethno-esthétisme semble répondre aux

15 Le terme *redneck* fait référence à une classe de paysans blancs assimilée au sud des États-Unis. La notion est antinomique de celle du surf, un sport à la mode dont le stéréotype est l'athlète californien.

besoins de l'étude puisque du point de vue esthétique ce sont les interactions sensibles des individus envers leur musique et selon les caractéristiques de ces dernières qui sont observées. Mais c'est d'après des méthodes ethnographiques que les individus sont observés puis catégorisés en fonction de leur partage d'un espace de pratique du surf et de consommation de la *surf music* s'apparentant à des rituels socio-culturels et relevant de préférences artistiques observables empiriquement. Ce n'est alors pas une théorie de la production artistique qui est envisagée mais la relation sensible entre la forme artistique et son usagé, rendant ainsi les faits esthétiques observables par le truchement des groupes en question. Une double perspective s'offre alors qui renvoie dos à dos deux phénomènes : d'une part, il est posé que le surf étant un sport individuel (l'individu est seul dans un milieu naturel et sans moyen de partage des émotions ressenties lors de l'action) la musique peut devenir l'espace de partage des émotions et le moyen de reconnaissance d'un groupe répondant aux mêmes besoins expressifs ; d'autre part, la musique prend une dimension nouvelle lorsque son existence et ses spécificités esthétiques sont reconnues par les individus. Ainsi le croisement de ces deux phénomènes est susceptible d'offrir la validation empirique recherchée par l'étude ethnographique tout en incluant la notion d'esthétique qui se tourne alors du côté des pratiques culturelles par opposition à son attribution commune d'évaluation du beau dans l'art.

2.2 Définitions des concepts théoriques en ethnomusicologie

2.2.1 Musicking

Notre approche de la musique est principalement culturelle même si nous prenons en compte ses caractéristiques instrumentales. Alors que nous ne rejetons pas l'idée que la musique puisse être un objet culturel, dans ce travail, elle est avant tout comprise comme une activité, selon les préceptes du musicologue Christopher Small (1998). Il est l'inventeur du terme *musicking*, un verbe qui recouvre toutes les activités liées à la musique, de sa composition à sa mise en œuvre, en passant par toutes ses formes d'écoute. Small (1998) définit le terme *musicking* ainsi : « To music is to take part, in any capacity, in musical performance, whether by performing, by listening, by rehearsing, or by practicing, by providing material for performance (what is called composing), or by dancing » (p. 9). L'auteur illustre son propos en décrivant les interactions humaines qui se produisent dans les salles de concerts classiques et en démontrant qu'il s'y forment des rituels qui permettent aux participants (et au chercheur) d'explorer les relations qui constituent leur identité sociale. Nous utiliserons ce concept pour examiner la manière dont les surfeurs construisent un sens de leurs identités personnelles et sociales dans la *surf music*.

2.2.2 Typologie des genres musicaux

L'une des difficultés liées à l'étude d'un mouvement culturel tel que celui de la *surf music* consiste à déterminer la nature du phénomène musical. Les travaux à ce sujet évoquent la *surf music* en termes de genre (Blair, 1995, 2015 ; Crowley, 2011), mais de notre point de vue, cette catégorisation est problématique et la notion de genre doit être définie. Selon Brackett (2016), les genres existent au sein de systèmes plus larges et se définissent selon les critères suivants :

A musical genre is 'a set of musical events (real or possible) whose course is governed by a definite set of socially accepted rules' [that can be divided into five categories]: 1) 'formal and technical rules'; 2) 'semiotic rules'; 3) 'behavior rules'; 4) 'social and ideological rules'; 5) 'economic and juridical rules'. (p. 6).

La *surf music* ne répond pas à cette définition et ne peut alors pas être qualifiée de simple genre puisqu'elle recouvre elle-même un ensemble de genres comme par exemple le rock ou le punk dont les règles sociales évoquées par Brackett (2016) diffèrent. Par ailleurs, les genres qui composent la *surf music* sont compris dans ce travail comme appartenant au pop-rock tel que la catégorie est définie par Motti Regev (2013) : « [a]s much as they are sometimes perceived by fans and critics to be opposite categories, 'pop' and 'rock' are obviously linked together in their sonic textures and in their cultural histories » (p. 1). Pour lui, le pop-rock est un genre générique défini par ses caractéristiques soniques :

[Pop-rock is] music consciously created and produced by using amplification, electric and electronic instruments, sophisticated recording equipment . . . , by employing certain techniques of supposedly untrained vocal delivery, mostly those signifying immediacy of expression and spontaneity, and by filtering all these through sound editing, modification, and manipulation devices. (*Ibid.*, p. 18).

Regev (2013), explique ensuite que le pop-rock est une sous-catégorie de la musique populaire qui selon lui caractérise la culture musicale des sociétés urbaines modernes (p. 22). Nous utiliserons son concept théorique pour accomplir l'objectif qui consiste à redéfinir la *surf music* potentiellement comme genre générique mais surtout comme un mouvement¹⁶.

2.2.3 Glocalisation

Le concept de glocalisation a été utilisé en sociologie pour la première fois par Roland Robertson (1995) dans son essai intitulé *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*. Comme l'indique le sociologue, il s'agit d'un terme qu'il a emprunté au

16 Nous introduisons l'idée de mouvement culturel ici mais ne souhaitons pas anticiper sur la modification justifiée de la définition de la *surf music* qui constitue l'un des objectifs de cette recherche.

vocabulaire des affaires pour expliquer la production du culturel global à travers une inter-connectivité de diverses cultures locales :

The idea of glocalization in its business sense is closely related to what in some contexts is called, in more straightforwardly economic terms, micro-marketing: the tailoring and advertising of goods and services on a global or near-global basis to increasingly differentiated local and particular markets. (p. 28).

Selon Robertson (1995), les frontières entre le global et le local se troublent mais cela ne signifie pas pour autant que le monde s'homogénéise (contrairement à ce que suggère le terme globalisation). Le local devient l'un des aspects de la globalisation puisque les processus globaux prennent tout leur sens dans les processus culturels locaux, rendant le global et le local dépendants l'un de l'autre. La notion est utilisée dans les travaux spécialisés en musique populaire pour décrire l'appropriation de styles musicaux globaux et de leur re-territorialisation et redéfinition dans des communautés locales autour du globe (Kndusen, 2011, p. 88). Les idées de glocalisation et de glocal seront présentes tout au long de notre travail pour expliquer les changements relatifs à l'évolution de la *surf music* et aux pratiques culturelles des surfeurs américains.

2.3 Définitions des concepts théoriques en psychologie sociale

2.3.1 Discipline et interprétation des concepts

Dans ce travail, les réflexions ethnomusicologiques sont enrichies par les concepts théoriques élaborés en psychologie sociale. Il est important d'ancrer ces approches (en l'occurrence identitaire et représentationnelle) dans une discipline spécifique car leur acception et leur mise en œuvre peut différer de l'une à l'autre. Nous faisons référence ici aux écrits anthropologiques dont certains dénoncent les notions d'identité et de représentation comme des certitudes qui figeraient la pensée (Laplantine, 1999). Ces attaques sont fondées sur une tendance de la psychologie sociale dans les années quatre-vingt-dix à se concentrer sur le psychologique et à s'éloigner du social comme l'expliquent les entretiens croisés de psychosociologues dans l'article de Richardot (2004) : « la psychologie sociale a quitté la rue, la vie réelle, pour se confiner au laboratoire, dans l'artificiel des manipulations, dans des espaces protégés¹⁷ » (Néculau, 2004, cité p. 43). La psychologie sociale est une discipline qui repose (ou doit reposer) sur le quantitatif et le qualitatif. Il faut à tout prix éviter de s'éloigner de la réalité des sujets observés et appuyer le travail quantitatif sur le travail qualitatif. Il faut

17 Néculau, A. (2004). Commentaires : Une préface « manifeste ». *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, (62), 13–17.

prendre en compte les différences qui existent dans la réalité sociale, musicale et culturelle, les confronter entre elles et aux hypothèses de recherche.

2.3.2 Définition des identités personnelles et sociales

La mise en œuvre des théories de la psychologie sociale sur l'identité et les représentations est justifiée dans ce travail par l'idée que l'individu se définit au travers d'un spectre allant d'un pôle psychologique à un pôle sociologique, autrement dit d'un pôle personnel à un pôle social. Il s'agit d'un système qui doit nous permettre de mieux appréhender les marquages¹⁸ identitaires des sujets observés. On s'attache à l'intégration des individus dans un espace socioculturel, celui du *surf lifestyle* tel qu'il est envisagé par une fraction de la population américaine, et on analyse les interactions entre individus et musique. L'étude de la relation entre identité et forme musicale associée à une culture émerge du champ de l'ethnomusicologie. Timothy Rice (2007) suggère qu'il s'agit d'une perspective de la musique et de l'identité comme théorie sociale, ce qui peut nous permettre d'éclairer notre compréhension du lien qui existe entre ces deux notions. Toujours dans la volonté de mettre en œuvre des méthodes multiples selon des principes fonctionnels, le choix d'une association entre ethnomusicologie et psychologie sociale permet d'examiner les contextes socioculturels dans lesquels une subculture (donc ses composants comme la musique) peut être assimilée comme fondement d'une identité. Comme le souligne Tim Cooley (2011), la tâche n'est pas aisée : « This may be our greatest challenge as musicologists in Charles Seeger's sense as those who science about music—all of us who take music seriously enough to wonder how it works as sound, as social behavior, as cultural practice » (p. 22). Sans prétendre appartenir au groupe spécialisé des musicologues, nous pensons néanmoins pouvoir participer à la conversation et proposer de nouvelles perspectives en nous appuyant sur deux concepts identitaires de la psychologie sociale : d'une part, l'identité personnelle qui correspond à « ce qui rend semblable à soi-même et différent des autres » (p. 19) ; et d'autre part, l'identité sociale qui selon Deschamps & Moliner (2012) est acquise à travers « [l']appartenance à différents groupes », définit « la place particulière [qu'un individu] occupe dans la société » et correspond aux relations de discrimination entre groupes (pp. 65-66). Ces deux concepts seront utilisés pour expliquer les phénomènes de marquage identitaire des individus et du groupe tels qu'ils se manifestent dans le *surf lifestyle* à travers la participation à l'acte musical.

18 Le terme « marquage » implique l'adoption de valeurs socioculturelles de la part d'un individu qui s'inscrit dans un système symbolique déterminé par un espace et un temps donnés. Il s'agit d'une appropriation de symboles redéfinis qui permet de délimiter une identité singulière et d'appartenir à des groupes de valeurs (sociales, culturelles, esthétiques) en leur donnant du sens. Nous reviendrons sur les concepts de construction et de marquage identitaires plus bas.

2.3.3 Approches représentationnelles

Au sein de la psychologie sociale et de l'anthropologie, il y a eu « une crise des représentations » dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix (Koskoff, 2010, p. 102). Dans le travail de terrain, beaucoup d'universitaires ont suggéré que la présence du chercheur rendait l'interaction artificielle et donc que les représentations étaient faussées ou trop interprétées. Mais le concept peut être réhabilité selon les modalités d'approche mises en œuvre. En effet, nous posons que l'expression des interactions humaines telles qu'elles sont observées à travers les formes culturelles qui les matérialisent ne sont pas influencées par la présence du chercheur ainsi que le montre la théorie de performativité expliquée par Koskoff (2010) : « expressive processes of strategic impression management and structure improvisation through which human beings normally articulate their purposes, situations and relationships of everyday social life » (Schieffelin, 1998, p. 195 cité p. 102). En d'autres termes, la réalité est construite par les interactions humaines ce qui signifie premièrement que la présence du chercheur ne modifie par nécessairement le cours de la réalité, deuxièmement que le chercheur peut faire partie de ces interactions et troisièmement, que cela ne remet pas en cause ses facultés de distanciation dans l'observation ethnographique, ni ses capacités d'analyse des données qui, en dépit de tout, sont effectuées selon un objectif établi en amont. Dès lors, nous proposons une première définition des représentations basée sur celle de Deschamps & Moliner (2012) selon qui le terme comprend au moins deux principales significations : « La première renvoie à l'action de rendre présent quelque chose d'absent. La seconde renvoie à l'idée de substitution, où la représentation remplace son objet » (p. 82). Nous nous intéressons particulièrement aux représentations cognitives qui ne peuvent exister sans être « véhiculées et actualisées par des individus » (*ibid.*). Il ne s'agit pas ici de simples substitutions du complexe par le schématique mais de phénomènes de reconnaissance partagée d'idées, de principes, etc. par des individus au sein de leur groupe ainsi que d'appréciations différenciées d'une même réalité d'un groupe à l'autre, comme nous le verrons dans l'analyse de la participation aux actes musicaux.

2.4 Problématique

Cette recherche se donne pour but de comprendre dans quelle mesure l'expérience musicale inhérente à l'activité et au mode de vie du surf peut être considérée comme un marqueur des identités de diverses subcultures américaines du surf. Nous posons d'une part, que la *surf music* est une construction culturelle qui se manifeste comme la somme de phénomènes d'appropriation localisés au sein d'un mouvement global ; d'autre part, qu'au lieu de se demander si un lien existe entre surf et musique, il est plus productif d'un point de vue ethno-

esthétique de considérer ce lien comme la réalisation d'une construction culturelle digne d'être étudiée et analysée à travers des exemples concrets mis en évidence par des observations de terrains, des entretiens et des questionnaires. Dès lors, on s'intéresse spécifiquement au cas des surfeurs de la Space Coast en Floride en postulant que dans sa singularité, le fonctionnement de ce microcosme peut être représentatif de celui d'un macrocosme. D'un point de vue théorique, nous soutenons que les cultures, qu'elles soient sub-, populaires ou autres, peuvent être systématisées et expliquées selon des logiques similaires à celles des langues. Ainsi, le problème du lien entre surf et musique sur le marquage identitaire des participants est exploré à travers la mise en œuvre d'outils psycholinguistiques déjà mis à l'épreuve dans des savoirs constitués.

La musique nous permet de donner un sens aux interactions humaines qui prennent place par et pour elle. Comme le suggère Small (1998), « [there are] so many different settings, so many different kinds of action, so many different ways of organizing sounds into meanings, all of them given the name *music* » (Small, 1998, p. 2). Les liens entre musique, artistes et fans ont déjà été expliqués dans les recherches des années soixante-dix dans des travaux empiriques et théoriques. La consommation culturelle émane d'un sentiment collectif de connexion, de participation et de camaraderie qui provient de leur intérêt commun et de leur goût partagé pour un genre de musique. Ces sentiments se transforment en schémas collectifs à travers la construction d'un mode de vie à l'esthétique commune agrémentée d'idéologies sociales et politiques (Regev, 2013, p. 126). Cette recherche ne porte pas sur la création musicale mais sur les personnes qui la mettent en œuvre dans le contexte culturel qui est le leur à travers la participation à l'acte musical (l'écoute, les concerts, la diffusion). Nous tentons d'expliquer comment se manifeste le besoin de musique et ce qu'il apporte à une entité culturelle marquée par son histoire américaine. En d'autres termes, c'est l'expérience musicale inhérente à l'activité et au mode de vie du surf comme construction, reflet et marquage des identités de subcultures américaines du surf qui est examinée à travers le cas des surfeurs de la Space Coast en Floride.

2.5 Objectifs, logiques de mise en œuvre et notions liminaires

2.5.1 Enrichir le corpus sur la culture du surf en Floride

Étant donné le manque de documents à la fois sur le surf en Floride et sur les liens entre surfeurs et musique, l'un des objectifs fixés dans ce travail consiste à repérer et coordonner des documents rares de toutes les natures possibles afin d'enrichir le corpus relatif au thème. Il

s'agit alors dans un premier temps de retracer une historiographie de la subculture du surf, et dans un deuxième temps, d'inscrire l'histoire qui en découle dans un système glocal.

2.5.2 Établir les relations esthétiques entre un mode de vie et la musique

Comme nous l'avons vu, la notion de *surf music* telle qu'elle est communément employée (comme un genre ponctué de résurgences successives) ne nous semble pas appropriée à cause de sa forme paradigmatique qui ne correspond pas ou plus à la réalité. Il convient alors de redéfinir la *surf music* dans le *surf lifestyle*. Comme le souligne Laplantine (1999), « [i]l est . . . pour le moins difficile aujourd'hui de se référer encore et encore à un paradigme d'ordre » (p. 8). Celui de la *surf music* nous semble dépassé car nous ne considérons pas la *surf music* comme un genre mais comme une musique populaire selon le sens qu'en donne Regev (2013) : elle n'est ni un genre ni un style mais elle renvoie à un contexte socioculturel dans lequel la musique est produite et reçue : « Popular music is usually characterized as the musical culture of modern urban societies » (p. 22). Il considère ainsi le pop-rock comme une sous-catégorie de la musique populaire et comme une catégorie meta- ou supra-, voire générique des autres genres (reggae, rock, etc.). Selon Regev (2013), toutes les musiques qui relèvent de productions en studio, d'instruments électriques et de techniques vocales héritées du style pop-rock s'inscrivent en réalité dans le supra-mouvement pop-rock (p. 29). Les genres qui composent la *surf music* s'inscrivent dans cette définition. Ainsi nous tentons de montrer que la *surf music* en tant que mouvement culturel constitue à la fois un élément pop-rock mais en diffère de par son statut similaire de supra-mouvement¹⁹. Notre travail devra montrer que la *surf music* est un terme générique parce qu'il inclut des genres différents et des pratiques différentes d'une région à l'autre²⁰. Ainsi que le souligne Regev (2013) :

As socio-cultural entities, genres should be seen as sub-fields that can be simultaneously avant-gardist or scenic and industrial—that is, commercial. In addition, given the strong connotation of the term genre as referring to purely musical conventions, it seems that even as a socio-cultural unit, the term should be seen as pertaining primarily to the sphere of production and much less consumption. (p. 129).

C'est la consommation musicale des surfeurs qui nous intéresse avant tout, alors suivant la logique de Regev (2013), considérer la *surf music* comme un genre ne conviendrait pas à notre approche. La *surf music* est appréhendée ici selon l'appartenance à l'esthétique d'un

19 Nous utilisons le préfixe *supra* car il renvoie à l'idée de catégorie principale englobante placée au dessus et primant sur la diversité des unités stylistiques composant le mouvement.

20 Comme nous le verrons au cours de ce travail, un certain nombre d'artistes apparaissent comme des références pour les surfeurs floridiens. Ces artistes qui s'inscrivent pour une grande majorité dans les genres reggae, rock et alternatif sont référencés en annexe 8).

mouvement culturel à travers la participation au *surf lifestyle*. Par ailleurs, en incluant l'ethnomusicologie dans notre travail de recherche, nous nous fixons pour objectif tacite d'interroger nos propres pratiques de recherche. Le travail ne peut être fait que sur la collecte et l'analyse de données mais aussi sur la manière d'appréhender le thème *a priori* insaisissable des relations humaines avec la musique au sein des diverses cultures et sociétés. Comme le souligne Nettl (2010), les conceptions du monde musical doivent évoluer :

[T]he concept of the world of musics as consisting of distinct and separable 'musics', one of the paradigms of the second half of the twentieth century, has covertly been under attack. To be sure, the world of music has changed more, perhaps, in the era since ca. 1990 than ever before . . . not so much in the creation of new sounds, styles, and genres, but in the ways in which music is communicated and in the experience of musical perception. (p. 87).

La musique est partagée grâce aux nouvelles technologies ; elle a voyagé, elle s'est métissée mais cela n'a pas donné lieu à une homogénéisation des pratiques. Si comme l'explique Regev (2013), les genres musicaux contemporains semblent appartenir à la supra-catégorie pop-rock, l'accès à la musique a enrichi les répertoires des participants, et c'est maintenant leur usage de la musique qui en fait sa diversité. Dès lors, dans ce travail, nous devons déconstruire la chape théorique qui plombe la *surf music* pour que les surfeurs puissent se réapproprier le mouvement qu'ils ont eux-mêmes contribué à former et à transformer. Il convient pour cela d'appliquer le concept de *musicking* à notre champ. En comprenant ce que les individus font lorsqu'ils participent à l'acte musical, nous sommes en mesure de commencer à comprendre le rôle et l'impact de la musique dans les interactions humaines. Selon Small (1998), « [t]he fundamental nature and meaning of music lie not in objects, not in musical works at all, but in action, in what people do » (Small, 1998, p. 8). Le simple fait de prêter attention à la musique, constitue déjà l'acte musical (*musicking*) et c'est dans la réaction à ces moindres interactions avec la musique que l'on peut déceler des comportements socioculturels pertinents pour l'analyse ethno-esthétique. Des relations se créent avec la musique et les autres participants lorsque l'on écoute de la musique : « The act of musicking, in its totality, itself provides us with a language by means of which we can come to understand and articulate those relationships and through them to understand the relationships of our lives » (*ibid.*, p. 14). Ainsi l'un de nos objectifs nous permet d'appréhender l'esthétique comme expérience puisqu'il consiste à appliquer le concept de Small (1998) à un groupe de surfeurs américains très attachés à la musique mais souvent incapables de s'expliquer ce en quoi consiste leur *surf music* indépendamment du paradigme californien.

2.5.3 Créer des modèles théoriques relatifs aux systèmes culturels étudiés

La mise en œuvre de modèles théoriques constitue une partie importante de ce travail. L'un des objectifs de la recherche consiste à proposer deux modèles qui expliquent d'une part la mobilité des cultures et d'autre part l'appropriation culturelle afin de mieux comprendre le parcours de la culture du surf d'une région à l'autre des États-Unis et de mettre en lumière l'impact des acteurs locaux dans l'évolution globale de la culture. Le choix du processus de représentation par modèle ainsi que l'ancrage théorique et la mise en œuvre des modèles sont expliqués dans la partie de l'introduction dédiée au cadre méthodologique et à la démarche de recherche.

2.5.4 Réhabiliter la psychologie sociale en mettant ses concepts à l'épreuve

Deux des disciplines sur lesquelles repose cette recherche en civilisation américaine se caractérisent par la propension de leurs spécialistes à l'autocritique. L'ethnomusicologie et la psychologie sociale sont deux sciences relativement nouvelles datant du début du XX^e siècle (Rice, 2014 ; Fischer, 1987) qui n'ont depuis leur création cessé d'alterner entre périodes d'auto-critique et de satisfaction (Nettl, 2010 ; Richardot, 2006). Cela leur permet de proposer constamment de nouvelles perspectives critiques. Notre travail s'inscrit dans cette optique au fait des rapides changements technologiques, économiques, politiques et socioculturels de ces cinquante dernières années qui ont pour conséquences de rendre certains concepts ou leur acception, obsolètes. Le social et le culturel se construisent au sein de ces transformations et dans un système global guidé par la doxa capitaliste nord américaine. Dans notre objectif de réhabilitation de la psychologie sociale, nous prenons en compte ces nouvelles dynamiques afin d'être au plus près de la réalité sociale et de ré-ancrer la discipline dans le social à travers un échantillon de la population américaine.

Notre travail consiste par ailleurs à exposer et à dépasser les problèmes terminologiques liés aux approches identitaires et représentationnelles. Dans nos définitions simplifiées de l'identité et de la représentation (que nous approfondirons à des moments opportuns au cours du travail de recherche), nous avons mis en avant certaines des critiques qui leur sont faites dans le but de pouvoir dépasser les arguments selon lesquels les notions d'identité et de représentation sont aussi « affligeantes l'une que l'autre [et] font partie du stock de réflexes qui est aujourd'hui obstacle à la réflexion » (Laplantine, 1999, p. 12). L'un de nos objectifs consiste à montrer que l'identité n'est pas absolue et que l'approche représentationnelle permet d'envisager les interactions socioculturelles selon des perspectives diverses et

originales²¹. Nous avons pour ambition de déconstruire l'idée que « [l]e verbe *être* est la pierre angulaire de la logique de l'identité » (*ibid.*, p. 31) et de mettre en avant les contradictions des propos de Laplantine (1999) à l'égard de l'identité mais aussi à l'égard de la représentation car nous ne considérons pas qu'elle soit « une répétition et une reproduction du même, une réitération de l'identique, un redoublement du monde qui a pour effet de l'immobiliser, une duplication » (*ibid.*, p. 105). L'un de nos objectifs est alors de défendre nos conceptions de l'identité et de la représentation qui, rappelons-le, n'est pas comprise dans notre travail dans le sens linguistique d'un signifiant pour un signifié ou d'un mot pour une réalité (en cela nous somme d'accord avec Laplantine).

Par ailleurs, nous considérons qu'il est nécessaire de définir une progression conceptuelle partant de la notion de construction identitaire pour aller vers celle de marquage. Nous reconnaissons que les études portant sur les questions d'identité (en particulier sur les constructions identitaires) montrent que la notion est problématique : « musicologists and sociologists are by no means agreed on how, if at all, music affects collective identity » (Waligorska, 2013, p. 2). Au début de la recherche, le questionnement visait les divers statuts de la musique dans les constructions identitaires, mais les limites de cette approche sont vite apparues laissant place à l'idée d'un marquage identitaire permettant d'appréhender la complexité des dynamiques socioculturelles mises en place dans les interactions avec la musique. Nous insistons sur le fait que le concept de construction identitaire n'est pas complètement écarté car nous considérons qu'il fait partie du processus identificatoire mais n'en est qu'une étape et appartient à un plus grand ensemble : l'un de nos objectifs est de montrer qu'il est possible de parler de construction identitaire lorsque l'ensemble de la culture surf est prise en compte (*lifestyle*, pratique, etc.) parce qu'elle comprend assez de facteurs déterminants pour en effet construire une identité ; mais nous ne pensons pas qu'il soit possible de parler de construction identitaire par le biais d'un seul aspect de la culture comme celui de la *surf music*. Dans cette recherche, nous tentons alors de comprendre comment les facteurs marqueurs d'identité s'équilibrent et s'articulent dans la relation entre surf et musique, et comment cela se manifeste, voire se matérialise.

2.6 Hypothèses et questions de recherche

La question préliminaire à ce travail de recherche relevait d'une interrogation personnelle assez large : que faisons-nous ici (sur une planche de surf, à un concert, etc.) ? Pourquoi faisons-nous les choses comme ça (mêler une pratique culturelle, celle du surf, à une autre,

21 Pour Laplantine (1999), « L'identité . . . est une captation frauduleuse de significations qui en dit toujours trop, elle affirme de tout son poids la Totalité et l'Absolu ; la représentation, elle, se fait toute petite. Modeste et presque timorée, elle n'en dit jamais assez » (p. 12).

celle de la musique) ? Comment ces pratiques se sont-elles implantées ici (en Floride mais aussi ailleurs) ? Afin d'établir des liens entre surf et musique, il a fallu se poser les bonnes questions et s'inspirer de celles qui ont été posées par d'autres. Pour l'ethnomusicologue Timothy Rice (2014), saisir les liens qui unissent les hommes et la musique consiste d'abord à comprendre comment les individus construisent historiquement, maintiennent socialement, puis créent et font l'expérience individuelle de la musique. Il s'agissait par ailleurs, de procéder selon des méthodes ethnographiques en retraçant les mouvements des cultures dans le temps et l'espace, et d'observer les diverses expériences que ces mouvements impliquaient. À partir de là, un questionnement plus spécifique a émergé : comment expliquer l'impact de la musique sur une communauté culturelle constituée d'individus singuliers ? Comment expliquer que la musique les fasse agir et interagir ? Existe-t-il une explication ? Si oui, est-elle démontrable dans un travail en sciences humaines ? Ces interrogations ont donné lieu aux hypothèses qui suivent.

Si certaines approches du sociologue Pierre Bourdieu (1979) sont critiquées dans ce travail, il n'en reste pas moins que ses théories sur la construction sociale des goûts peuvent nous permettre d'avancer des hypothèses sur les liens qu'entretiennent les individus avec le surf et la musique. Bourdieu (1979) défend l'existence d'une hiérarchie des goûts et des pratiques culturelles en considérant qu'il existe des domaines culturels plus ou moins légitimes, ou plus ou moins nobles, et en ce sens, la culture du surf appartiendrait à ce que les universitaires anglophones qualifient de *lowbrow art*²². Malgré cette appellation dépréciative, nous voyons un intérêt certain à l'étude de cette culture du point de vue de la civilisation américaine parce qu'elle ressortit d'un choix culturel et de revendications d'appartenance de la part de ses membres. Nous n'adoptons pas la dichotomie que Bourdieu fait entre les formes d'arts puisqu'il pratique une esthétique des classes et distingue l'art noble apprécié par l'esprit d'un côté, et la culture populaire appréciée par le corps et l'appétit de l'autre. En opposition à cela, nous posons que le jugement esthétique opère à différents niveaux, par le corps et l'esprit, que l'objet soit noble ou pas, et nous considérons que les valeurs esthétiques ne sont pas innées mais qu'elles s'apprennent²³. Dès lors, nous postulons qu'en choisissant d'adhérer à la culture du surf, beaucoup de sujets attestent de leur mépris pour des valeurs perçues comme opposées et représentées entre autres par l'hyper-marchandisation de produits culturels ou d'usage. Nous y présageons donc une volonté consciente d'appartenir au groupe culturel, ce qui implique une forme d'exclusion de ce qui ne correspondrait pas à des critères du surf jugés

22 *Lowbrow* désigne une culture du peuple par opposition à une culture de l'élite.

23 Pour cette étude, nous avons élaboré deux modèles théoriques. L'un d'eux, présenté en troisième partie au chapitre 8, porte sur les phases d'appropriation culturelle et a pour objectif d'expliquer comment des individus parviennent à s'approprier une culture mobile, donc exogène, puis ensuite à en dériver une création culturelle singulière répondant à leurs besoins identificatoires.

comme valides. Néanmoins, au sein même de la culture surf, il semble que certains artistes soient validés et d'autres non mais pas forcément à cause du genre dans lequel ils s'inscrivent. On peut alors se demander si cela se traduit par une différence du jugement esthétique selon les approches diverses du surf, autrement dit, selon le rapport à l'objet artistique et socioculturel qu'est le surf. On peut par exemple se demander s'il existe différentes sensibilités entre les diverses catégories de surfeurs (*soul surfers*, professionnels, amateurs, *wannabes*, etc.²⁴). Peut-on alors poser la question « Quelles musiques pour quels surfeurs ? ». Si comme l'affirme Bourdieu (1979) dans *La Distinction*, l'acquisition des compétences culturelles renforce la légitimité culturelle, alors il doit y avoir un impact sur la validation des acquis culturels par les membres d'une communauté. Cela pose par ailleurs le problème de l'état du capital culturel des sujets²⁵. Afin de caractériser l'ensemble des principes qui déterminent les préférences esthétiques de l'échantillon et des sujets observés pour ce travail, il semble nécessaire de comprendre la notion d'habitus qui selon Bourdieu (1979) permet l'acquisition et la préservation des compétences culturelles. Il s'agit selon lui d'un dispositif intériorisé résultant des effets du milieu d'origine alliés aux parcours individuels et collectifs de chaque personne. Selon cette théorie,

Du fait que des conditions d'existence différentes produisent des habitus différents, . . . les pratiques qu'engendrent les différents habitus se présentent comme des configurations systématiques de propriétés exprimant les différences objectivement inscrites dans les conditions d'existence sous la forme de systèmes d'écarts différentiels qui, perçus par des agents dotés des schèmes de perception et d'appréciation nécessaires pour en repérer, en interpréter et en évaluer les traits pertinents, fonctionnent comme des styles de vie. (Bourdieu, 1979, p. 190).

Le style de vie en question correspond à des goûts et des pratiques caractéristiques d'une classe et d'une culture données, et donc à leurs préférences esthétiques et leurs pratiques culturelles. Mais comme nous le verrons, la distinction ne s'arrête pas là et il nous faudra prendre en compte les contextes d'écoute essentiels dans les *lifestyle sports*. À cet égard, des entretiens et questionnaires menés pour cette étude révéleront l'importance du contexte et donc de la dimension fonctionnelle que prend la musique dans la culture du surf. On peut aussi se demander où réside l'intérêt de connaître les artistes préférés des individus interrogés²⁶. La *surf music*, que nous avons définie comme un mouvement, répond aux besoins

24 Nous définissons ces catégories dans la section 3.1.1.

25 La troisième partie de ce travail est axée sur les phénomènes d'hybridation du surf et de la *surf music*. Nous y développons aussi la notion de capital culturel pour expliquer les effets de ces mobilités, ce qui crée une transition vers la quatrième partie dédiée à une réflexion sur l'identité et l'appartenance ethno-esthétique.

26 Dans ce travail, les sources primaires sont les relevés ethnographiques situés dans les annexes (entretiens, questionnaires, photographies, observations de terrain transcrites dans un journal et investigation de réseaux sociaux). Des artistes sont mentionnés et les genres dans lesquels ils s'inscrivent sont explorés mais ils ne sont pas utilisés comme sources primaires.

expressifs de groupes socio-culturels selon des contextes spatio-temporels donnés et ce sont ces groupes qui déterminent la légitimité des artistes à appartenir ou non au mouvement. On peut alors supposer qu'il existe un lien entre la validation esthétique des artistes et certains rituels sociaux attachés au surf, similaires à des rites de passage. Qu'il s'agisse de reggae, de ska, de rock, etc., la sémiotique des artistes à travers l'instrumentation, les sons, les discours et les symboles constitue l'arrière plan du surf (dans la vie, dans l'imaginaire, dans les médias), or cette étude cherche précisément à établir des liens entre esthétique musicale et sens social. Dans l'esprit de la communauté des surfeurs de la Space Coast, le surf en tant que musique est indissociable du surf comme identité et expérience sociale et culturelle. Tout cela s'inscrit dans des pratiques linguistiques, idéologiques et sociales ainsi que dans l'application de ces valeurs dans la vie de tous les jours.

S'il est possible d'admettre dans une certaine mesure que « [l]'art est le miroir de l'esprit et représente un précieux témoignage de la matrice conceptuelle et psychologique de l'homme » (Anati, 2006, p. 95), il est aussi possible de convenir qu'une analyse de sa réception peut mettre en évidence le rôle de l'art dans les divers groupes culturels qui constituent une société (ici, américaine). S'il existe plusieurs façons d'appréhender un même objet ou un même discours (en l'occurrence celui du surf), alors les aspects idiosyncrasiques de la culture du surf, (c'est-à-dire les possibilités d'organiser le même discours surf de manières différentes selon les inclinations intellectuelles ou affectives singulières de chaque individu) peuvent être valorisés. L'interprétation subjective du discours du surf ne peut être validée comme authentique que si sa fonction esthétique répond aux attentes symboliques, représentatives et pratiques des surfeurs. Ce qui revient à dire que l'esthétique d'une subculture comme celle du surf ne peut pas produire les associations mentales appropriées chez des sujets qui n'en connaissent pas les principes et en cela, ce *lowbrow art* est particulièrement complexe des points de vue sociaux et culturels. Pour ne parler que de la dimension musicale du surf, on peut supposer que plus les retours affectifs, cognitifs et praxéologiques sont marqués entre musique et auditeur, plus on se rapproche de l'expérience réelle du *surf lifestyle*²⁷.

Par contraste, pour le grand public, il semble que la commercialisation d'une vie rêvée soit plus intéressante que l'histoire culturelle du mouvement²⁸. Ce phénomène se manifeste à travers l'engouement de ce public pour une *surf music* dont les surfeurs eux-mêmes se distancient. Il convient alors de déconstruire les usages conceptuels qui enferment le surf dans

27 Ce point sera repris plus loin pour expliquer les modèles théoriques impliquant l'appropriation culturelle et l'hybridation ou créolisation des cultures, puis un lien sera établi entre l'affect, la cognition et la mobilité comme structurant les comportements esthétiques dans leurs dimensions sémiotique, représentative et pragmatique.

28 Cela renvoie aux statuettes africaines décrites par Delange (2006) qui sont achetées par des touristes qui ne s'attachent qu'aux « formes les plus primitives de la création plastique » (Lombard, 1967).

un absolu socio-culturel et de montrer que les choix musicaux des différentes communautés de surfeurs révèlent des liens esthétiques singuliers avec des styles de musiques variés mettant en avant les caractéristiques hétérogènes de cet ensemble de communautés. Dès lors, il est possible de penser que l'esthétique musicale du surf pensée dans l'imaginaire collectif comme étant uniforme et provenant d'un même registre, se trouve en réalité être une multitude d'expressions artistiques, donc identitaires. Nous postulons que ces mouvements expressifs sont adoptés puis validés par des groupes socio-culturels localisés, en fonction des facultés des mouvements à répondre à des besoins de représentations affective, culturelle, sociale, symbolique et esthétique inter et intra-groupes. Ainsi, l'approche interdisciplinaire adoptée dans cette recherche devrait permettre de replacer les liens entre surf et musique dans le contexte culturel singulier de la Floride tout en démontrant la volonté d'un certain nombre d'acteurs locaux de distinguer l'expression esthétique et culturelle de l'est des États-Unis de celle de l'ouest californien, point de départ des stéréotypes. La communauté de Cocoa Beach est ainsi mise en relief d'après les choix esthétiques de ses membres démontrant assez de caractéristiques communes pour former un échantillon distinct du stéréotype du surfeur californien et représentatif de la péninsule floridienne. En d'autres termes, il est posé que le milieu d'origine est capital pour différencier les groupes d'affinités, qu'il s'agisse d'espaces géographiques, culturels ou sociaux. C'est ce cadre de référence qui est défini à travers le terme ethno-esthétique tel qu'il est employé pour cette recherche. Les phénomènes observés en termes ethnographiques se retrouvent au sein des communautés de surfeurs et peuvent être déchiffrés à travers leurs choix musicaux. Nous posons que ces préférences reflètent des caractéristiques qui permettent la reconnaissance ou la discrimination entre groupes d'appartenance. Ainsi des artistes sont populaires dans une communauté ou un groupe spécifique en ce qu'ils représentent et marquent une identité esthétique mais pas l'ensemble des individus pratiquant le surf. Dans les groupes les plus marqués par les phénomènes d'appartenance communautaire (ceux dans lesquels les attributs physiques, langagiers ou géographiques sont observables), la musique peut constituer l'un des symboles d'une cohésion et d'une sensibilité esthétique commune qui devient ainsi un vecteur d'intégration des individus au groupe socio-culturel.

Grâce à la mise en place des cadres géographiques, historiques et socio-culturels propres aux sujets de l'étude, il sera possible de parler précisément des fonctions identitaires des relations esthétiques entre surf et musique. Nous avançons que ces relations sont l'un des aspects déterminants du marquage identitaire d'individus appartenant à une communauté composite. Ainsi la notion de marquage identitaire est préférée à celle de construction identitaire car elle englobe des possibilités de constructions de l'identité, mais aussi d'affirmation de celle-ci dans ses dimensions multiples. Dans les interactions des sujets avec leurs *surf musics*, on peut

alors se demander comment se traduisent les relations entre éléments stylistiques et éléments symboliques et représentatifs qui orientent les affinités esthétiques. Du point de vue des surfeurs musiciens, on peut se demander si l'inspiration musicale est affectée par des conditions non artistiques (le surf), et du point de vue des usagers, on peut concevoir que certaines expressions musicales sont préférées pour leurs valeurs soniques, symboliques et des potentiels de ritualisation dans l'usage. Reconnaître la spécificité des musiques affectionnées par l'ensemble des individus d'un groupe, c'est s'interroger sur les éléments artistiques et socio-culturels ainsi que sur le potentiel de représentativité que ces musiques permettent. Il est alors fondamental de s'interroger sur les contextes d'écoute des différents genres inclus dans la *surf music* puisque cela établit la fonction de la musique dans la vie des participants.

Précisons enfin qu'une théorie de la création artistique qui limiterait le champ de l'étude aux musiciens n'a pas été adoptée dans ce travail mais que les surfeurs musiciens sont inclus dans la recherche puisqu'il est raisonnable d'envisager que leurs créations puissent répondre d'un besoin d'expression des perceptions, des sensations et des émotions ressenties sur la vague. Enfin, il semble nécessaire d'insister sur le fait qu'une théorie de l'universalité des goûts n'est pas retenue ici et il est entendu qu'une création artistique peut être appréhendée de différentes manières selon les groupes socio-culturels. Nous avançons l'idée que l'évaluation esthétique d'un même artiste peut différer selon les groupes, ce qui souligne l'importance de prendre en compte les contrastes entre identité et altérité, et entre régional et global. Ces contrastes expriment la tension entre affect culturel et lien social, et ils imposent l'idée d'une polarité dans la recherche ethno-esthétique se déployant du particulier au général, de l'individu à la communauté, du régional au global (on parlera aussi de glocal). La prise en compte de ces contrastes devrait nous permettre de décrire des phénomènes socio-culturels à partir d'un terrain particulier et de les transposer à d'autres contextes analogues.

3 Cadre méthodologique et démarche de recherche

3.1 Port d'entrée dans la subculture et approche de l'objet d'étude

3.1.1 La musique à travers le prisme de la subculture du surf

Au début de ce travail de recherche, il a fallu déterminer quelle serait la porte d'entrée dans la culture et l'esthétique du surf pour mieux comprendre les marquages identitaires des participants. Alors la question s'est posée de savoir s'il convenait d'appréhender le surf à travers le prisme de la musique ou le contraire. Il s'est avéré qu'il s'agissait dans un premier

temps de concevoir la musique à travers le prisme du surf, donc des surfeurs puisque ce sont eux qui déterminent les codes de la culture et non la forme musicale qui détermine le *lifestyle* ; puis dans un deuxième temps, il s'agissait de comprendre comment la musique organise les espaces où se construisent et s'articulent les idéologies et les mythes de la subculture. Les surfeurs définissent les critères de validité et entérinent des espaces, des comportements, des artistes, etc., créant ce que Welsch (1996) appelle une aura esthétique : « The aesthetic aura is then the consumer's primary acquisition, with the article merely coming alongside [...] [A]esthetics altogether is not just the vehicle, but rather the essence²⁹ » (cité dans Stranger, 2013, p. 69). Les produits relevant de la culture comme les planches, les vêtements ou les musiques ainsi que les espaces auxquels ils sont associés endossent une valeur symbolique, voire conceptuelle que les surfeurs déterminent en amont puis valident en aval. Dès lors, qu'il s'agisse d'étudier des marques de surf ou de la *surf music*, ce sont les surfeurs qui prescrivent la légitimité esthétique des objets culturels, car cette esthétique constitue leur idéal et non l'inverse. Dans une recherche qui se veut représentative de l'ethno-esthétique des surfeurs telle que la notion a été définie, tenter de pénétrer dans la subculture directement à travers sa musique nous contraindrait à monter un corpus musical de manière subjective et artificielle, mettant en péril les aspects ethnographiques et psycho-sociaux de l'étude puisque nous observerions les représentations des musiciens là où il convient de comprendre comment les surfeurs interagissent avec la musique et comment ces interactions contribuent au marquage d'une certaine identité. Le point de départ de l'étude est donc le *surf lifestyle* en Floride et l'objectif est de comprendre l'un des aspects de ce mode de vie : la relation des participants avec la musique. Le surf est le prisme au travers duquel une certaine idée du *musicking* est analysée parce qu'il s'agit d'une construction idéologique de la musique se manifestant dans le mouvement *surf music* qui apparaît comme une subjectivation de certains genres basée sur des critères expressifs, socio-culturels et esthétiques. Ainsi, dans leurs singularités respectives, la Floride et la pratique du surf qui s'y est développée nous permettent d'observer la manière dont une communauté produit, consomme, comprend, utilise la musique, mais aussi comment elle s'y reflète, s'y projette et s'y construit, en incluant certains genres et artistes dans leur panthéon de la *surf music*. À travers le prisme d'observation des surfeurs, nous avons été en mesure d'appréhender la musique telle que les participants la perçoivent et la mettent en œuvre (selon les critères qu'ils en ont donné, selon leurs propres lectures).

Après avoir déterminé le port d'entrée, deux options complémentaires se sont présentées : la première consistait à analyser la sémiotique d'un échantillon d'artistes selon les préconisations

29 Welsch, W. (1996). Aesthetization processes: Phenomena, distinctions and prospects. *Theory, culture and society*, 13(1), 1-24.

de nos sujets, et la deuxième consistait à comprendre la manière dont ces musiques sont consommées par les sujets. Si la première option est indispensable à cette étude, elle fait courir le risque de nous faire basculer du côté d'une musicologie dure négligeant les participants de la subculture et donc la recherche ethnographique à visée psycho-sociale. Alors cette option est une étape de l'analyse mais pas sa finalité. Dès lors, après avoir créé un corpus musical selon les recommandations des surfeurs interrogés (voir annexe 8), il a été possible de mettre au point une sémiologie socio-culturelle, historique, ethnique et stylistique de leur musique pour enfin dégager des tendances concernant la manière dont le genre principal, le reggae, était consommé selon des besoins contextuels spécifiques à Floride. La façon dont les sujets s'approprient une musique commune et un genre pour en faire leur *surf music* et leur idée du surf selon l'expérience qu'ils en ont en tant que Floridiens reste le point focal.

3.1.2 Approche diachronique dans une perspective ethno-esthétique

La perspective diachronique empruntée aux sciences du langage nous permet de reconstituer le parcours d'une entité de manière à en restituer temporellement les événements déterminants et de les mettre en lien avec l'objet d'étude et les problématiques qui lui sont allouées dans le but de proposer une meilleure interprétation d'éventuels phénomènes de cause à effet. Cette approche permet d'objectiver le propos en l'inscrivant dans la continuité ou la discontinuité de phénomènes causaux et informatifs quant aux potentialités de répétition de certains mécanismes socio-culturels que nous cherchons à comprendre (Thamin, 2007, p. 28). Dans un premier temps, cette approche a justifié de retracer les histoires de la Floride, du surf et de la *surf music* ainsi que les parcours des sujets interrogés. Dans un deuxième temps, l'ajout d'entretiens et d'observations de terrain ancrés dans le présent nous a permis de synthétiser les descriptions thématiques et historiées afin de déterminer d'éventuels paradigmes ethno-esthétiques. Notons dès à présent que certains sujets n'ont été observés qu'à partir du début de la recherche et jusqu'à la fin, mais que d'autres faisaient déjà partie du cercle de la chercheuse avant l'étude. Ainsi, les données empiriques les concernant sont préalables à ce travail de recherche et y ont été ajoutées. L'ensemble des données pré et per recherche sont compilées et analysées ici. L'approche en diachronie permet donc d'entrevoir des schémas qui auraient tendance à se répéter et de les mettre en tension avec les comportements observés puis de comparer les évolutions, et enfin de prévoir des phénomènes en prenant en compte tous les paramètres prédictibles et en anticipant ceux qui ne le sont pas.

3.2 Mise en œuvre des modèles théoriques

3.2.1 Choix du processus de représentation : définition du terme modèle

L'impératif de construire des modèles théoriques est apparu dès le début de la recherche alors que ce besoin était encore ineffable et indéterminé. Le point d'ancrage théorique sous la forme de modèles n'a été mis au point qu'après qu'une réflexion a été menée sur la manière la plus adéquate de représenter et d'expliquer des théories sur les relations aux cultures. Au cours de la deuxième année de la recherche, l'émission de radio Les Matins de France Culture (Erner, n.d.) présentée par le sociologue Guillaume Erner a apporté une réponse méthodologique. L'un des chroniqueurs expliquait le modèle Rubicon des phases de l'action élaboré dans le cadre des sciences psychologiques et sociales (Cluzel, avril 2017). Il s'agissait de l'ensemble cohérent des quatre phases de l'action intégrant motivation et volition, et dont la première intersection intentionnelle était appelée Rubicon en référence à la célèbre phrase de Jules César sur un impossible retour en arrière une fois le pont du Rubicon passé. L'utilisation d'une référence historique dans la création d'un modèle visant à représenter un phénomène psychologique a mis des mots et une méthode sur l'ineffable besoin théorique manquant à la recherche. La découverte de ce modèle a été le point de départ de l'approfondissement des recherches conceptuelles et terminologiques qui ont permis de déterminer les outils nécessaires pour notre étude. Deux modèles ont alors été élaborés, l'un pour expliquer la naissance et l'évolution des subcultures, l'autre pour illustrer les relations identitaires à une culture donnée. L'utilisation de modèles a semblé évidente à ce point puisque comme le souligne Willet (1996), « un modèle est développé dans le prolongement d'une théorie, dont il est en fait une projection » (p. 10). Ici la première théorie concernait le statut des langues créoles (voir chapitre 6, Modèle ultra marin de l'hybridation culturelle) et la deuxième était celle de la didactique des langues étrangères (voir chapitre 8, Modèle des phases d'appropriation culturelle). Toutes deux ont été transposées à nos observations empiriques dans le but de représenter et de schématiser les phénomènes de mobilité et d'appropriation culturelles observés sur le terrain. Le but était de « préciser les aspects du réel à propos desquels on peut repérer des ressemblances et des différences importantes et significatives » (Willet, 1996, p. 10) entre des phénomènes linguistiques validés scientifiquement et des phénomènes culturels restant à valider.

Les modèles ne se veulent pas exhaustifs mais tentent de représenter « certaines caractéristiques de l'objet . . . étudié » (Willet, 1996, p. 10), l'aspect ethno de la problématique, afin de créer des liens avec l'aspect esthétique. Les modèles ont été élaborés à partir de spéculations sur les mécanismes concourant aux phénomènes observés. Selon les

recommandations de Willet (1996), ils ne sont pas trop détaillés afin de permettre une généralisation ultérieure à d'autres phénomènes (p. 12) comme nous le ferons à la fin de la quatrième partie. Les trois principes du modèle scientifique définis par Willet (1996) ont servi de garde-fous dans l'élaboration et l'utilisation des modèles : le principe d'objectivité comme fil d'Ariane rappelait que « ce qui constitue la réalité ne correspond pas nécessairement à la manière dont nous la percevons » (p. 10) ; le principe d'intelligibilité comme mode de représentation des articulations du réel devait témoigner du fait que « la réalité est compréhensible dans la mesure où l'on recherche des relations déterminées entre les faits » ; et le principe de rationalité comme validation devait montrer que « les relations entre les faits peuvent s'exprimer de manière cohérente par un raisonnement structuré suivant des règles logiques » (p. 10). Enfin, il existe selon Willet (1996), quatre types de modèles : ils peuvent être cognitifs, prévisionnels, décisionnels et normatifs. Les deux modèles présentés ici sont de type cognitif car ils servent à « représenter [des] système[s] existant[s] et à mettre en évidence [leurs] propriétés structurelles ou fonctionnelles jugées comme étant les plus importantes et les plus intéressantes » (*ibid.*, p. 11). Il faut ajouter que même si les modèles ne sont pas de type prévisionnel ils ont néanmoins pour but de permettre « d'anticiper et de prédire des événements ainsi que leur déroulement » (*ibid.*, p. 11), ce qui les rendrait applicables à d'autres situations et domaines des *cultural studies*. Les modèles seront mis en œuvre dans la troisième partie, puis dans la conclusion nous proposerons des pistes de recherche permettant de les appliquer à la subculture du snowboard dans le Colorado. Si l'attribution des modèles parvient à représenter des articulations simples de la culture témoin alors ils auront acquis une certaine validité.

3.2.2 Raisonnement et ancrage théorique

Les modèles sont basés sur l'hypothèse que les phénomènes culturels (ethnos) peuvent être expliqués par transposition avec des schémas linguistiques (sociaux et généalogiques)³⁰. Il est posé que les modèles langagiers offrent les outils permettant de représenter les dynamiques de deux phénomènes culturels : le premier étant l'évolution des cultures mobiles dans leur nouveau milieu d'ancrage (celle du surf selon le parcours retracé dans la première partie de ce travail), le deuxième concernant les relations entre individus et culture ou subculture (les sujets de Brevard et le *surf lifestyle*). Les recherches en didactique des langues étrangères traitent de l'acquisition et du développement des langues mais aussi des liens entretenus par les sujets multilingues avec des langues aux statuts différents. Les paramètres d'expression, de volatilité, de cognition et de représentation explorés dans la didactique des langues permettent de comprendre les systèmes langagiers de manière concrète. C'est par la transposition de ces

30 Les modèles créés ici par la chercheuse sont inspirés de sa formation de Master 1 en sciences du langage.

connaissances à nos modèles théoriques des cultures que nous faisons ressortir les articulations de deux aspects de notre objet d'étude : le rapport des individus à leur subculture du surf, et l'évolution de la subculture selon ses points d'ancrage spatio-temporels.

La détermination du modèle comme méthode de représentation a posé les jalons d'une réflexion menée *a priori* sur l'intérêt d'une étude homologique entre les phénomènes langagiers et culturels. En effet, mon³¹ double cursus académique a été déterminant dans la construction de la réflexion présentée ici. Les éléments linguistiques, culturels et psychosociaux de ma pensée proviennent directement de mon travail de Master en sciences du langage (Barjolin, 2011), et particulièrement des travaux de mon directeur de recherche, le professeur Cyrille Trimaille, sur le multiculturalisme et l'identité. Les éléments civilisationnels et ethno-musicaux proviennent quant à eux de mon Master en civilisation américaine (Barjolin-Smith, 2015) et particulièrement du domaine de mon directeur de recherche, le professeur Claude Chastagner. Lors des recherches pour le mémoire de Master en sciences du langage, j'ai lu la thèse de Nathalie Thamin (2007) sur les identités plurilingues de sujets en situation de mobilité, et son travail ethnographique a transformé ma vision de l'approche des langues. À cela s'est ajouté un réel intérêt pour l'approche des langues et des cultures selon des perspectives identitaires. Les travaux de Claude Lévi-Strauss ainsi que l'approfondissement des concepts de la psychologie sociale à travers le travail liminaire de Jean-Claude Deschamps et Pascal Moliner (2012) sur les processus identitaires et les représentations sociales ont fortement influencé mes perspectives de recherche. J'ai basé mon mémoire de Master 2 en civilisation américaine sur mes travaux en sciences du langage axés sur les constructions identitaires d'enfants issus de familles migrantes bi-plurilingues. En effet, dans une approche analogique, j'ai appliqué certains concepts théoriques de ma recherche en sciences du langage à une ethnographie de la musique country afin de mettre en avant les relations que pouvaient entretenir certains publics à cette musique et son mode de vie. À partir de là, je me suis rendue compte qu'il existait dans nos rapports aux phénomènes langagiers, des dynamiques transposables à celles que l'on entretient avec les cultures. Cependant l'analogie et la comparaison semblaient montrer des limites dans l'objectivation de situations données. Le modèle offre quant à lui l'avantage de ne retenir que certains aspects essentiels de ces situations pour permettre de n'en représenter que les articulations pertinentes. Dès lors l'approche analogique adoptée lors du Master 2 a été écartée car elle faisait courir le risque de ne présenter que des similitudes entre deux situations alors que le modèle permet de disposer d'aspects spécifiques des situations à des moments clés de la représentation sans se contraindre à la recherche de conformité à tout prix. De plus dans le cadre spécifique qui est le

31 Dans les sections en lien avec mon expérience personnelle en tant que chercheuse, la première personne du singulier sera employée.

nôtre, le surf et la musique, il faut repenser les questions d'identité puisque comme le souligne Cooley (2011), « there are no models in ethnomusicology for studying affinity groups that form around a sporting affinity group, or that form around something other than place, belief systems, occupations, or occasionally musical systems » (p. 26). Le manque d'outils théoriques pour l'étude conjointe du surf et de la musique a été déploré par Cooley (2011) dans un article servant de préambule au livre sur lequel l'auteur travaillait lorsqu'il a fait part de ce constat. À la fin de son livre, *Surfing about music*, Cooley (2014) ne fournit aucune conclusion et admet lui-même qu'il ne saurait répondre aux questions qu'il a posées. Notre intention est de pouvoir apporter des réponses à l'aide des modèles proposés ici.

3.3 L'approche ethnographique

3.3.1 Mise en œuvre de l'ethnographie : considérations d'ordre général

Cette recherche pluri-disciplinaire s'inscrit dans la continuité d'un travail d'anthropologie culturelle mené pour mon mémoire de Master 2 en civilisation américaine dans lequel la recherche qualitative était basée sur la méthode ethnographique telle que la concevait Claude Lévi-Strauss : elle consiste en une observation participante qui permet de répondre à la problématique et aux objectifs de recherche. Comme le souligne Jean Comaroff (2005) dans son article sur l'ethnographie, « it is a mode of deriving knowledge about particular, local worlds through direct engagement with their peoples and ways of life ». En effet, ce mode de recueil de données intègre le chercheur aux communautés observées et lui permet de compiler des éléments biographiques, des affects, des expériences personnelles mais aussi partagées. Ce travail repose donc sur une recherche empirique fondée sur l'enquête de terrain dont le recours aux entretiens ainsi que la participation active de la chercheuse aux activités concernées forment la base. Ces techniques ont fait ressortir les objets de recherche et ont permis de les lier à des problématiques ethno-esthétiques.

Les observations participantes, au même titre que les entretiens, sont qualitatifs et empiriques puisque les données dégagées ne proviennent pas de statistiques empruntées à d'autres écrits théoriques mais concernent directement des individus formant un ensemble limité et dont le discours a été analysé dos-à-dos avec les observations de la chercheuse. Le processus de recueil des données lui a permis de s'inclure au sein du groupe observé, devenant ainsi observatrice et participante. Dès lors, les événements sportifs et artistiques ont fourni des données primaires au même titre que les entretiens qui endossent une double fonction car ils constituent des données primaires et ils permettent aussi aux sujets de réfléchir à leur propre

condition au sein de la subculture (beaucoup d'entre eux ont admis n'avoir jamais pensé à leurs pratiques socioculturelles de cette manière).

Ainsi la recherche qualitative dans les deux formes qu'elle prend ici se veut riche des points de vue sémantique et sémiotique, offrant un large champ d'interprétations. Cela sert bien notre objectif qui est d'abord d'explorer et de décrire les dimensions socioculturelles qui déterminent les individus interrogés, et ensuite d'interpréter et d'expliquer les données recueillies afin de montrer leur intérêt pour la recherche. Dans ce travail, les sujets agissent et parlent ; la chercheuse écoute, observe, participe, consigne, analyse et explique. La pluralité des discours et des expériences permet de catégoriser des pratiques et de les interpréter en évitant deux écueils de la part de la chercheuse : ne donner qu'un point de vue ethnocentré en ne se basant que sur des observations personnelles, et devenir sujet en oubliant le statut de chercheur. Dans sa thèse en sociolinguistique, Nathalie Thamin (2007) insiste sur le fait que la pratique de l'observation participante exige : « la capacité à se détacher de soi pour comprendre l'autre dans son expérience . . . pour pouvoir interpréter les marques de cette expérience » (p. 30). Par ailleurs, il est posé que là où l'anthropologie aurait tendance à chercher l'uniformisation dans les interactions sociales, les outils ethnographiques utilisés dans la recherche sociale et culturelle permettent au contraire de mettre en avant les singularités des individus et des groupes. Ce parti-pris suppose la prise en compte de la question de l'altérité qui est fondamentale pour une approche à deux niveaux de l'objet d'étude, des individus se revendiquant d'une certaine culture du surf. C'est en appréhendant l'autre en tant que réalité distincte dans son intégrité qu'il pourra être soumis à une analyse objective (rapport sujet-chercheuse), mais c'est aussi en le confrontant à ses alter egos que sa singularité sera dégagée (rapports intergroupes). L'altérité sera ainsi un élément clé dans la méthodologie de recherche et dans les dynamiques psycho-sociales analysées.

3.3.2 Recherche émique ou étique : situations académique et personnelle de la chercheuse

Ma position de chercheuse participante par rapport à l'objet d'étude doit être éclaircie car elle a évolué au cours de l'observation (durant les trois années passées sur le terrain). Cette étude ne concerne qu'un seul site d'observation restreint géographiquement si l'on se réfère à la multitude de terrains disponibles pour l'étude du surf en Floride, sur la côte Atlantique ou aux États-Unis. Le travail multi-site tel que celui effectué par Jérémy Lemarié (2016) dans sa thèse sur une genèse d'un système global surf peut être très pertinent dans une étude socio-historique comparative telle que la sienne mais dans le cas de ma recherche basée sur un phénomène ethno-esthétique *a priori* transposable, celui du rapport entre culture et esthétique, on court le risque de tomber dans la subjectivité d'une forme de choix aléatoire des terrains

d'observation³². De plus, le fait de travailler sur un terrain borné géographiquement et socio-culturellement m'a permis de vraiment m'intégrer à la communauté observée. Par contraste, de par l'aspect comparatif de son projet et à cause de son statut dans le monde du surf, Lemarié (2016), affirme être passé « d'un statut *etic* à une investigation *emic* » (p. 266) au cours de sa recherche. Ma perspective est davantage émique qu'étiqque même si les deux approches de la subculture sont présentes dans ce travail. En effet, d'un côté ma démarche est principalement émique parce qu'ethnographique : elle décrit des comportements culturels selon les points de vue des participants (je m'inclus dans ce groupe), elle s'inscrit dans la durée et se concentre sur un groupe culturel singulier (Morris *et al.*, 1999, p. 782) ; mais de l'autre côté, la recherche comprend certains aspects étiqques parce qu'elle a été commencée selon une méthode anthropologique en apposant des facteurs scientifiques (comme l'économie, l'histoire ou la géographie) à des pratiques culturelles, et elle décrit des phénomènes susceptibles d'être appliqués à travers les cultures (*ibid.*, p. 781). En revanche, là où ma démarche ne correspond plus aux critères d'une recherche étiqque, c'est dans le fait que les observations ne concernent pas plusieurs groupes culturels dans différents espaces (*ibid.*, p. 782). Mes parcours personnel et académique illustrent ces deux aspects puisque lorsque j'ai commencé mon travail de recherche en 2015, je surfais à peu près une dizaine de fois dans l'année (mes sports de prédilections sont le wakeboard mais surtout le snowboard, impraticable en Floride). L'immersion dans le milieu du surf m'a amenée à passer plus de temps à l'eau et dans les espaces de la pratique culturelle comme dans les surf shops, les concerts, les usines, etc. Alors grâce à l'évolution de mon statut de surfeuse d'une part, et grâce à mon statut de chercheuse d'autre part, j'ai eu l'avantage de pouvoir inscrire ma recherche dans les deux approches ce qui m'a permis d'éviter les critiques faites à l'égard de l'une ou l'autre démarche entreprise séparément :

On one side, *emic* accounts based on ethnographic observation are often discounted on the basis of inconsistency across reports³³ (Kloos, 1988) and for inheriting misconceptions from cultural insiders³⁴ (Marano, 1982). On the other side, *etic* accounts based on survey data are often dismissed because researchers remained at a distance from respondents, potentially insensitive to how

32 Dans sa thèse, Jérémy Lemarié (2016) reconnaît les critiques envers une approche multi-site ; cependant son objectif s'inscrivant dans l'histoire du processus de formation de la subculture du surf comme un système global, la comparaison entre Hawaï et la Californie, deux expressions américaines du surf, semble fonctionner.

33 Kloos, P. (1988). *Door het oog van anthropoloog (Through the eyes of the anthropologist)*. Muiderberg, The Netherlands: Coutinho.

34 Marano, L. (1982). Windigo psychosis: The anatomy of an emic-etic confusion. *Current Anthropology*, 23, 385–412.

respondents were affected by their questions³⁵ (Geertz, 1983). (Cités dans Morris *et al.*, 1999, p. 183)³⁶.

Ma situation académique en lien avec la recherche étant établie, il convient, dans un souci de transparence dans la recherche, de revenir sur des aspects plus personnels de mon statut des points de vue de la pratique sportive et de mon entourage. En qualité de praticienne des sports de glisse tels que le snowboard (en tant que monitrice), le wakeboard (en tant que pilote de télésiège) et le wakesurf (en amateur), j'ai relativement vite appris le surf, ce qui m'a conféré une place légitime au sein de la communauté de Cocoa Beach. En ce qui concerne mon entrée dans le groupe, elle s'est faite grâce à mon mari qui est aussi l'un des sujets de cette étude à cause de son implication dans la subculture : il est l'un des membres fondateurs de la marque de crèmes solaires Sun Bum et il est aujourd'hui responsable du bureau originel situé à Cocoa Beach. J'ai rencontré Dustin dans le Colorado il y a dix ans lorsque nous étions moniteurs de snowboard. Nous nous sommes mariés à mon arrivée en Floride il y a cinq ans. Je reviendrai sur ses qualités en tant que sujet d'étude pertinent dans le chapitre 3. Plutôt que de concevoir notre relation privée comme une entrave à la recherche objective, il convient de la voir comme un port d'entrée privilégié dans une subculture exclusive lorsqu'il s'agit d'y être reconnu comme un membre légitime. C'est le cas de Dustin mais ça n'était pas le mien. Par ailleurs, aux critiques qui viseraient une influence affective sur mon jugement rationnel et théorique, je propose deux contre-arguments : premièrement, ma proximité avec l'un des sujets signifie que j'ai juste assez de recul pour ne pas être au cœur de l'objet d'étude mais pour pouvoir y entrer et y sortir quand je le souhaite. Notons que dans leurs recherches, beaucoup de doctorants sont impliqués de manière affective beaucoup plus forte parce qu'ils traitent de cultures et d'expériences qui sont les leurs (souvent premières) mais ils font la part des choses entre affect et cognition, et c'est aussi mon cas. Deuxièmement, je n'ai jamais porté un grand intérêt au surf avant de commencer la recherche (seul le snowboard comptait). Alors ma neutralité ne me pousse ni à l'antagonisme, ni à la conciliation vis-à-vis des propos de Dustin sur le monde du surf. Par ailleurs, le nombre d'entretiens menés me permet de croiser les informations collectées mais aussi de constater que Dustin est reconnu par ses pairs comme un membre légitime de la communauté, donc un sujet pertinent pour ma recherche.

35 Geertz, C. (1983). *Local knowledge: Further essays in interpretive anthropology*. New York: Basic Books.

36 Ces perspectives ont été créées par analogie avec des approches du langage : les analyses phonémique et phonétique. De la même manière, rappelons qu'une méthode analogique développée lors de mon travail de recherche en Master 2 a abouti à la mise en place des deux modèles théoriques proposés dans cette recherche.

3.4 Conventions d'écriture

Ce travail en civilisation américaine reposant davantage sur les sciences sociales (psychologie sociale et ethnomusicologie) que sur les sciences humaines (lettres et arts), nous avons adopté la sixième édition des normes d'écriture de l'American Psychological Association (APA). L'ouvrage de référence, *The Bedford Handbook*³⁷, étant en anglais, certains éléments ont dû être modifiés pour s'adapter à un environnement français.

Les entretiens intégraux sont transcrits de manière « fidèle et intégrale » (Rioufreyt, 2016, p. 3) en annexe. La syntaxe n'est pas modifiée, les fautes d'accord ne sont pas corrigées, les tics de langage, les pauses et les hésitations ne sont pas supprimés selon les recommandations de Descamps (n.d.) :

Nous préconisons . . . de transcrire intégralement et littéralement les enregistrements. 'Littéralement' signifie mot à mot, avec les interjections, les tics de langage, les fautes de syntaxe et de concordance des temps, les subordonnées hachées ou bouleversées, les redites, les répétitions, les impropriétés de langage, les mots d'argot ou familiers, les mots de liaison ou de ponctuation du discours, les mots destinés à entretenir la communication ou l'attention de l'interlocuteur... (Descamps³⁸, cité dans Rioufreyt, 2016, p. 16).

En revanche les passages cités dans le corps du texte sont parfois épurés afin de faciliter la lecture ; les hésitations et les tics de langage sont supprimés. Cependant, la numérotation en fin de chaque citation renvoie à chacune des questions-réponses de l'entretien situées en annexe (donc à la transcription fidèle et intégrale des passage modifiés, le cas échéant).

4 Annonce du plan

La thèse s'organise en quatre parties dans lesquelles se succèdent des considérations théoriques, des observations méthodologiques et des analyses interprétatives construites d'après le travail ethnographique et l'investigation historique de la culture du surf telle qu'elle s'est développée dans la société américaine. Nous entrons dans la subculture par la pratique musicale des surfeurs ce qui nous permet de redéfinir la *surf music* afin de pouvoir traiter de l'expérience musicale inhérente au *surf lifestyle* et de son impact sur les marquages identitaires des individus adhérant à la subculture.

La première partie présente le cadre contextuel et l'objet de recherche. Une brève histoire de

³⁷ Hacker, D., & Sommers, N. (2014). *The Bedford Handbook* (9th ed.). Boston: Bedford St. Martin's.

³⁸ Descamps, F. (s.d.). « Chapitre premier : De l'extraction des informations à la transcription intégrale ». In *L'historien, l'archiviste et le magnétophone. De la constitution de la source orale à son exploitation*. Paris : Comité pour l'histoire économique et financière de la France, pp. 433-449.

la Floride y est faite en lien avec les mouvements de populations et la structure de la société. La péninsule est ensuite découpée selon des régions culturelles ce qui permet un centrage sur le Comté de Brevard, là où se situe la ville de Cocoa Beach qui est le point focal de notre recherche. Cette partie présente les choix de mise en œuvre de la recherche qualitative. Les partis pris méthodologiques relatifs aux questionnaires et entretiens y sont décrits ainsi que les méthodes d'investigation des réseaux sociaux. Les critères démographiques et l'objectivation des données sont mis en perspective avec la caractérisation des générations. Les variables de terrain relatives aux types de surfeurs et les diverses définitions de la notion de localisme sont prises en compte pour introduire les dynamiques représentationnelles à l'œuvre dans la subculture. L'échantillon de population est présenté selon l'objectivation des données extraites des questionnaires, des entretiens et des réseaux sociaux, et les profils des sujets d'entretiens sont dressés en diachronie.

La deuxième partie présente la formation et la transformation des deux spécificités américaines que sont le surf et la *surf music*. Une genèse du surf retrace son parcours de Hawaï à la Floride en passant par la Californie. Le *surf lifestyle* est ensuite conceptualisé puis défini comme une subculture à laquelle sont associées les pratiques idéologiques du surf. Le surf est ensuite brièvement appréhendé dans son contexte néolibéral et capitaliste américain. La professionnalisation et la marchandisation du mode de vie y sont explorées pour mieux comprendre ce que signifie la subculture dans la réalité états-unienne. Les questions de genres et d'ethnicité y sont abordées des points de vue de la nature exclusive de la subculture. Les particularités floridiennes sont exposées en contrepoint de Hawaï et de la Californie, puis la répartition du surf sur les côtes floridiennes est régionalisée. Une transition sur l'appropriation culturelle introduit le chapitre suivant concernant les spécificités de la *surf music* et dans lequel sont retracés l'histoire de la *surf music* ainsi que les caractéristiques sonores du mouvement originel. Nous traitons ensuite les questions de la marchandisation de la musique au niveau global pour mieux appréhender le local à travers la description de la scène floridienne.

La troisième partie met en lien les éléments des deux premières parties. C'est là que nous présentons le modèle ultra marin³⁹ de l'hybridation culturelle, puis nous le mettons en application à travers les phénomènes de créolisation du surf et de la *surf music* donnant lieu à l'émergence de répertoires musicaux adaptés aux espaces, aux cultures et aux périodes. Après avoir expliqué et illustré les mouvements des cultures du surf et de la *surf music* ainsi que les circonstances de leur ancrage en Floride, nous sommes en mesure dans la troisième partie, de

39 Le terme « ultra marin », qui fait référence à l'outre-mer, a été choisi comme nom pour ce modèle car il implique les notions de mobilité et de créolisation des hommes et des langues, ainsi que l'idée de résurgence rhizomatique des cultures.

traiter des effets de la mobilité du surf et de la *surf music* sur l'appropriation culturelle. Les mouvements ethno-esthétiques des populations et des cultures sont contextualisés. Nous y décrivons les processus de connexions et de distinctions dans le surf et la *surf music* du point de vue de la construction mémorielle et idéalisée d'une culture par des individus et des sociétés. Les mouvements spatio-temporels du surf et de la *surf musique* sont mis en perspective dans les processus d'acquisition culturelle et de construction d'un capital culturel qui débouchent sur la singularisation et la production d'une subculture subjective. La socialité culturelle dans les mouvements ethno-esthétiques introduit le paradoxe de l'enracinement et du mouvement qui sera latent dans la suite du travail. Le modèle des phases d'appropriation culturelle est ensuite présenté puis mis en œuvre pour montrer que la subculture floridienne est bien singulière mais qu'elle joue un rôle dans la construction de la culture globale du surf. Cette troisième partie constitue le lien effectif entre des circonstances décrites en deuxième partie et les implications ethno-esthétiques développées dans la dernière partie.

La quatrième partie reprend les conclusions des parties précédentes pour mettre en abîme la question de l'identité dans l'appartenance ethno-esthétique. Nous procédons à un retour sur les réflexions théoriques autour de l'identité afin de déterminer les rapports entre identité et *surf music*. Le problème des représentations y est repris pour expliquer les relations endo- et exogroupes selon la symbolique et les constructions idéalisées de la subculture dans des postures alternatives opposant des courants génériques. Les négociations identitaires et la fonctionnalité des diverses identités y sont expliquées et défendues à contrepied de certaines théories anthropologiques. Nous sommes ensuite en mesure de traiter de la posture des sujets au sein de la subculture et de leurs modalités de consommation musicale. Les phénomènes d'appartenance sont modulés par la conscience d'un relativisme ethno-esthétique, puis le rapport au monde des surfeurs floridiens est repensé d'après les réflexions identitaires. On entre ensuite dans le cœur de l'analyse sur le lien entre surf et musique pour mettre à plat les enjeux d'une ethno-esthétique du surf glocalisée. Cela nous permet de proposer une transition vers une synthèse de l'ethno-esthétique et une mise en perspective identificatoire. Nous évaluons alors la manière dont les surfeurs mobilisent les ressources sémiotiques du surf, ce qui rend possible l'analyse du phénomène de socialisation par le surf et la *surf music*. Nous mettons en perspective les réalisations des potentialités identitaires en les plaçant sur les terrains instables de la question de l'authenticité et du paradoxe de l'immobilité culturelle évoquée en troisième partie afin de mieux appréhender le problème identitaire en lien avec le *crossover* musical. Dans un dernier mouvement relatif à notre objet d'étude, nous caractérisons l'ethno-esthétique singulière du surf floridien à travers la « surfanisation » de Cocoa Beach.

PREMIÈRE PARTIE

Cadre contextuel et objet de recherche : les surfeurs floridiens

Chapitre 1. La Floride : société et cultures populaires

And thinking that this land was an island, they called it *La Florida*, because it was very pretty to behold with many refreshing trees, and it was flat, and even: and also because they discovered it in the time of Flowery Easter, Juan Ponce wanted to agree in the name, with these two reasons⁴⁰.
(Gannon, 2013, p. 20).

La péninsule floridienne a été découverte par l'Espagnol Juan Ponce de Leon en 1513. Malgré ce que la mémoire collective retient, c'est sur la côte est de la Floride, à Saint Augustine, que fut établie en 1565 la première communauté permanente aux États-Unis (Gannon, 2013, p. 1). Le 17 juillet 1821, le drapeau américain a remplacé le drapeau espagnol dans la capitale de l'époque, Pensacola, en présence du Général Andrew Jackson qui devint par ailleurs le premier gouverneur américain de la Floride après la défaite des Anglais (Schafer, 2013, p. 220). La Floride est devenue le 27^e État américain le 3 mars 1845 lors de la présidence d'Andrew Jackson.

Au delà de son histoire, la Floride se distingue des autres États par ses caractéristiques géographique et climatique uniques et déterminantes dans son évolution. En l'espace de 175 ans, l'État a été caractérisé par plusieurs épithètes géographiques : d'abord « Vieux Sud », puis « Nouveau Sud » et enfin « Sud de la Sunbelt » (Mohl & Mormino, 2013, p. 497). Par ailleurs, toutes les phases de son histoire y ont laissé une empreinte permanente. En effet, la Floride est un État marqué par les migrations nationales mais aussi internationales depuis ses origines. Sa formation et son développement ne se sont pas faits de manière continue et uniforme et l'État s'est réinventé au cours des événements liés à l'histoire des États-Unis, à son environnement difficile et à l'évolution des mouvements sociétaux et culturels. Comme le souligne Marjory Stoneman Douglas (1967), « Florida constitutes 'a region in the greatest possible contrast to the others of this continent. It has shaped uniquely the history of man within it'⁴¹ » (cité dans Davis, 2013, p. 354). À ce titre, la Floride est un État des superlatifs et afin de mieux saisir la place de la culture du surf dans ce contexte, il convient d'en cerner les

40 Traduction de James E. Kelley Jr. (1991, January-June). Juan Ponce de León's Discovery of Florida: Herrera's Narrative Revisited. *Revista de Historia de América III*, 42.

Gannon (2013) a changé la traduction de Kelley du mot « Pascua ». Il a préféré « Easter » à l'original « Passover ».

41 Stoneman Douglas M. (1967). *Florida: The long frontier* (p. 21). New York: Harper and Row.

enjeux géographiques, historiques, sociaux et culturels dont la Space Coast, côté Atlantique, offre un aperçu particulièrement riche.

1.1 Géographie humaine en diachronie

1.1.1 Environnement

L'histoire de la Floride est liée à son environnement puisque ce sont le climat et le découpage de l'État qui ont déterminé les migrations ainsi que l'organisation territoriale au cours des siècles. Comme le souligne Jack Davis (2013), « [i]t is hard to write about Florida without including a line or clause about its natural aura. Any researcher experiencing the state firsthand encounters its visual, aural, and aromatic assertions » (p. 353). En ce qui nous concerne, comprendre l'environnement est aussi important pour saisir l'évolution de l'État que pour saisir le rapport de nos sujets à ce dernier. La Floride est principalement composée de marécages (*swamps*) dans son centre et de mangroves et plages de sable le long des côtes. Il semble alors tout naturel que les activités liées à l'océan s'y soient développées ; on pense notamment aux activités halieutiques et bien entendu aux sports aquatiques qui sont d'autant plus pratiqués que les eaux de la Floride sont chaudes même en hiver grâce au Gulf Stream. Pourtant ce portrait idyllique ne représente pas les difficultés liées à l'implantation de populations non-autochtones dans un tel lieu. En effet, dès sa conquête par les Européens, cet environnement peu accueillant, humide et chaud était connu pour ses vagues de fièvre jaune dont personne ne connaissait les causes. Ce n'est que lors de la guerre d'indépendance de Cuba à la fin du XIX^e siècle que les causes de la maladie furent déterminées. En effet, au cours d'expériences menées lors de son déplacement sur l'île de Cuba, le Major Walter Reed découvrit que la fièvre jaune était transmise par les moustiques. Les autorités floridiennes ont alors lancé une campagne anti-moustique sur la péninsule, ce qui marqua le début d'une forte augmentation de la population (Graham, 2013, p. 289). Outre son climat propice aux infections, la Floride est située sur la route des ouragans et des tempêtes tropicales. Or, si les Indiens Calusa savaient s'en protéger en surélevant leurs îlots ou leurs terres à l'aide de coquilles d'huitres empilées (ces îlots sont toujours visibles aujourd'hui comme par exemple à Homosassa, sur le Golfe du Mexique), ce n'était pas le cas des colons. Davis (2013) rappelle que presque 40% des ouragans qui se développent sur les États-Unis touchent la Floride (p. 359), un phénomène qui risque de s'accroître dans les prochaines années selon les prédictions de la NASA, mais qui fait le bonheur des surfeurs des deux côtés de la Floride.

Si l'environnement a beaucoup donné à l'homme, entrepreneur ou poète, il a aussi souffert de sa présence. Les zones humides ont été asséchées pour les besoins industriels ou immobiliers,

et certaines espèces sont aujourd'hui menacées ou ont disparu comme l'oiseau *ivory-billed woodpecker* (Davis, 2013, p. 380). La construction d'axes routiers comme l'autoroute Tamiami (reliant Tampa à Miami dès 1927) a presque été fatale à la panthère de Floride. Plusieurs associations dont la Surf Rider Fondation font en sorte de rétablir un certain équilibre entre homme et nature afin de renverser la tendance. Beaucoup d'animaux sont aujourd'hui protégés en Floride comme le lamantin⁴² ou les tortues qui sont devenus des emblèmes de l'État au même titre que l'orange ; cependant, les espaces naturels ont eux été modifiés de manière permanente. Par exemple, la construction de pontons altère les vagues (comme à Sebastian Inlet, au sud de la Space Coast), les rivières sont bordées de murs de rétention et les lois sur la protection des littoraux sont arrivées trop tardivement de sorte que beaucoup de bâtiments ont pu être construits sur la plage comme à Clearwater Beach ou à Cocoa Beach pour ne citer que ces agglomérations.

1.1.2 Migrations

Les premiers habitants de la péninsule floridienne étaient des Indiens, Appalaches, Creek, Calusa, Seminoles, qui furent décimés par les migrations successives d'Européens espagnols, français, anglais, puis par la réorganisation du territoire par des entrepreneurs américains (Milanich, 2013, p. 11). Le contact avec les Européens a plus ou moins anéanti les populations locales à cause de maladies contre lesquelles les indigènes n'étaient pas immunisés, puis à cause des exploitations nécessitant des esclaves ou le déplacement pur et simple des populations indigènes. La nomination d'Andrew Jackson comme gouverneur du territoire de la Floride marqua le début de ces migrations forcées de Creeks et Seminoles. Devenu président, Jackson passa la Indian Removal Law de 1830 qui déplaça les communautés d'Indiens dans des réserves à l'ouest du Mississippi (Schafer, 2013, p. 228). Ces lois ne furent pas sans conséquences et engagèrent les Indiens dans des guerres avec les occupants, les Seminole Wars. Vers la fin du XVIII^e siècle, les populations originales avaient été détruites (Milanich, 2013, p.16). En 1934, il ne restait que 500 Indiens Seminoles, et l'Indian New Deal fut mis en place pour préserver ces communautés déplacées (Rogers, 2013, p. 321).

Selon MacManus & Colburn (2013), au début du XX^e siècle, la Floride s'est agrégée en un microcosme représentatif des États-Unis puisqu'elle avait importé ses politiques et cultures d'autres parties de l'Union ainsi que des Caraïbes et d'autres pays latins ou européens (p. 427). Dès la fin du XIX^e siècle, les populations bahamiennes noire et blanche se sont installées dans l'archipel des Keys situé tout au sud de la Floride ; les Cubains ont développé l'industrie du tabac et ont imposé leur culture culinaire à Miami (en 1980, plus de 60 % de la

⁴² En 2017, le lamantin est passé du statut d'espèce en danger à celui d'espèce menacée (« Florida Manatee », 2017).

population cubaine sur le sol américain résidait dans le sud de la Floride) ; les Grecs se sont installés à Tarpon Springs pour récolter les éponges et la ville revendique encore aujourd'hui son héritage grec (Mohl & Pozzetta, 2013, pp. 475-483). Depuis les années quatre-vingt-dix, les Nicaraguayens ont dépassé les Cubains en termes de nombre d'enfants scolarisés dans les écoles de Miami et dans la zone d'Orlando, à une heure à l'ouest de Cocoa Beach. D'un point de vue général, les Portoricains sont devenus le groupe latin dominant depuis les années quatre-vingt (*ibid.*, p. 489). L'immigration hispanique mais aussi européenne et caribéenne n'a cessé d'augmenter depuis les années soixante et en 2010, la Floride a accueilli 3.7 millions d'immigrants. Cette même année, les études ont montré que 3.5 millions de résidents (19 % de la population) parlaient une langue autre que l'anglais (*ibid.*, p. 488). Au-delà de ces groupes principaux, la Floride inclut aussi un grand nombre d'Indiens, de Jamaïcains et de Canadiens, ces derniers formant une population à la mobilité pendulaire sur la côte ouest (*ibid.*, p. 493).

Pour comprendre la diversité de cet État, il faut donc le concevoir au travers des migrations qui ont forgé sa culture et organisé son territoire. Par moments très accueillante, à d'autres très restrictive, la Floride fait reposer ses politiques migratoires sur une forme d'opportunisme économique. En dépit de son histoire culturelle et ethnique composite, Mohl & Pozzetta (2013) rappellent le besoin de cohésion identitaire ressenti par les nouveaux autochtones :

Concerns over the effects of introducing foreign religions, alien political ideologies, and potentially disturbing new racial strains rose to the surface. By 1910, most Floridians believed that if the state were to retain its racial integrity, preserve its unique 'American' character, and protect its cherished institutions, it now had no room for foreign immigrants. (p. 473).

Alors que la Floride était l'un des États les moins peuplés des États-Unis à cause de son climat difficile, et malgré un sentiment de méfiance envers l'étranger (encore très présent et observable aujourd'hui), les politiciens floridiens comprirent dès l'entrée de l'État dans l'Union que la seule façon d'attirer des investisseurs extérieurs était de favoriser une fiscalité basse et de promouvoir un minimum d'intervention de l'État dans les affaires des compagnies privées. Si au début de son développement, vers la fin du XIX^e siècle, la population se centralisait dans le nord, l'avènement du train de Flagler⁴³ dans les années 1910 a permis une plus grande mobilité vers le sud et d'est en ouest. De nouvelles industries comme celles des agrumes importée d'Espagne pendant la colonisation, ou du tourisme ont permis à la Floride de se sortir de l'industrie du coton, mais surtout d'attirer de nouvelles populations. C'est

43 Henry M. Flagler était un entrepreneur originaire de New York. A partir des années 1890, il développa le système ferroviaire en Floride introduit avant lui par Henry Bradley Plant dans les années 1880. Son investissement dans le Plant's Southern Railway marqua le début de l'expansion du rail jusque dans le sud de la Floride (Graham, 2013, pp. 279-80).

durant cette période que la Floride est passée d'un État peu attrayant au Sunshine State comme il est encore appelé aujourd'hui (Graham, 2013, p. 276).

1.1.3 Urbanisation favorable au développement du surf

Avant les années vingt, presque toute la population de la Floride résidait dans le nord, de Jacksonville à Pensacola. Le sud de la Floride était délimité par une ligne imaginaire allant de Tampa à Melbourne et il était relativement inoccupé (Mohl & Mormino, 2013, p. 498). Avec l'avènement du train, de l'automobile, de l'avion dans les années vingt et enfin de l'air conditionné dans les années trente⁴⁴, les villes se sont étendues et ont développé dans un premier temps un tourisme dédié aux personnes aisées venues du nord du pays, puis après la guerre, ouvert à des individus de tous les niveaux sociaux et en quête d'un paradis accessible. Les routes bitumées ont fait leur apparition dans les années 1890 mais c'est avec l'avènement de l'automobile que le réseau routier s'est fortement développé, redessinant ainsi les zones urbaines. Dès le début du XX^e siècle, les automobiles ont été introduites en Floride avec un système de régulation permettant de lever des fonds pour construire encore plus de routes (Graham, 2013, p. 291). En 1915, le Dixie Highway Motorcade relia Jacksonville à Chicago, permettant ainsi aux touristes du nord de descendre sur la Floride dans un mouvement touristique alliant toujours activités balnéaires et amour de l'automobile (un rapport à la voiture aussi très marqué dans les débuts du surf). C'est au début de l'ère automobile et en fonction de ce nouveau mode de transport que se sont développées les zones métropolitaines de manière horizontale plutôt que verticale (Mohl & Mormino, 2013, p. 509).

Parallèlement à l'expansion automobile du début du XX^e siècle, la Floride développa son industrie immobilière de manière agressive. Afin d'attirer les promoteurs et les familles, des parcelles de terres furent vendues à distance lors d'enchères rendues populaires par le faible coût, encore aujourd'hui, de l'accès à la propriété en Floride. Des versets de la Bible étaient même cités pour attirer ces investisseurs (Rogers, 2013, p. 300). Le boom immobilier des années vingt marqua le début du développement urbain et il est estimé qu'en l'espace de deux ans, entre 1923 et 1925, 300 000 personnes s'installèrent en Floride au-delà du nord de l'État (*ibid.*, p. 300). Le développement urbain, grâce au réseau routier et au train, permit à 2.5 millions de touristes de visiter la Floride en 1925. Les « Tin Can Tourists of the World » (*ibid.*, p. 301) arrivèrent en masse et développèrent des camps de touristes qui au cours des années

44 L'air conditionné ne s'est pas démocratisé très rapidement. Selon Mohl & Morminon (2013), dans les années trente et quarante, il ne se trouvait que dans certains lieux publics comme les cinémas ou les grandes surfaces (p. 551). Les habitations ont commencé à être équipées dans les années cinquante, et les voitures et avions dans les années soixante. Dans les années soixante-dix, 60 % de la population était équipée, 84 % dans les années quatre-vingt et 90 % dans les années quatre-vingt-dix. Selon une observation personnelle, il est aujourd'hui impensable pour un Floridien de vivre dans un lieu non équipé d'air conditionné, et la majorité vit à 18 degrés lorsque l'extérieur affiche 38 degrés.

sont devenus des camps de *mobiles homes* pour les *snowbirds*⁴⁵. Mohl & Mormino (2013) parlent d'un tripode station essence, *diner* et motel (p. 506) caractéristique du nouveau visage de la Floride tel qu'il a été modelé par et pour le tourisme. L'urbanisation fut plus forte en Floride que partout ailleurs (Rogers, 2013, p. 310) ce qui lui conféra une image dynamique marquée par l'opportunisme et effaçant ainsi le caractère sudiste de la culture.

Le dernier facteur qui a contribué au peuplement de la Floride est l'air conditionné qui a fait évoluer l'architecture des maisons et a aussi permis à la péninsule de se développer plus rapidement. Au XIX^e siècle et dans la première moitié du XX^e, dans l'ère pré-climatisation, les maisons étaient construites en bois local (cèdre ou pin résistants aux termites) et en élévation pour laisser circuler l'air et préserver l'habitation de l'humidité, voire des inondations. Il y avait une ouverture devant et derrière pour permettre aux courants d'air de passer à travers ce qui s'appelle le *dog trot*⁴⁶. La maison était entourée d'une avancée du toit pour éviter au soleil de trop pénétrer à l'intérieur à travers les multiples fenêtres. Les plafonds étaient hauts et pentus pour recueillir la chaleur. Ces maisons sont aujourd'hui à la mode chez les personnes les plus aisées mais elles ont été remplacées par des maisons en brique du type *Cracker architecture* (Davis, 2013, p. 361). Dès les années deux mille, l'air conditionné a permis la construction de maisons à même le sol, aux plafonds bas, sans *dog trot*, avec moins de fenêtres, s'éloignant ainsi peu à peu des contraintes naturelles qui avaient donné à la Floride son cachet. Comme le soulignent Mohl & Mormino (2013), la climatisation a permis à la saison touristique de ne plus connaître de limites proprement saisonnières (p. 512). D'une activité semi-annuelle, le tourisme est devenu une industrie permanente.

1.1.4 Démographie

Dès les années vingt, la Floride s'est établie comme une destination touristique majeure sur le plan international. C'est là que les premiers *snowbirds* (les retraités des États du nord) ont commencé à migrer vers le sud pour l'hiver. En 1960, la Floride était le dixième État le plus peuplé des États-Unis et en 1990 elle est passée quatrième. Dans les années deux mille, 12 millions de personnes se sont installées sur les côtes, 20 millions de touristes leur ont rendu visite chaque année et moins de 4 millions habitaient au milieu des terres. Le relevé le plus récent date de 2017 et établit la population de la Floride à environ 20.9 millions de personnes (U.S Census Bureau, 2018). Mais la population floridienne est vieillissante car les *snowbirds*

45 Les *snowbirds* sont des retraités du nord des États-Unis qui ne passent que la saison d'hiver en Floride. Ils vivent en général dans des *mobiles homes* (des maisons modulables) rassemblées dans des parcs appelés *trailer parks*.

46 Le *dog trot* ou *dogtrot*, aussi appelé *breezway*, est un passage ouvert entre les deux parties principales d'un ensemble se trouvant sous le même toit. Il s'agit d'un style d'habitation très répandu dans le sud des États-Unis surtout dans les XIX^e et XX^e siècles (Hinson & William, 2009, p. 285).

finissent par s'installer de manière permanente et souvent dans les *trailer parks* si caractéristiques de la péninsule. C'est la raison pour laquelle la Floride est aussi appelée « God's waiting room » (Mohl & Mormino, 2013, p. 500). Néanmoins, de 1950 à 1980, la population floridienne a augmenté de 2.7 à 9.74 millions et cette augmentation de 250 % ne comprenait que 11 % d'individus âgés de plus de 65 ans. Dans les années soixante-dix, le groupe démographique le plus dense était celui des 10-14 ans (Aho, 2014, p. 1), et ce sont ces jeunes qui sont responsables de l'avènement de la subculture du surf dans la péninsule.

1.2 Structure et organisation sociale

1.2.1 Répartition générale de l'activité professionnelle

Le centre de la Floride est devenu le cœur de la vie sociale puis économique dès les années 1820 (Schafer, 2013, p. 225). Le coton et le sucre faisaient alors la richesse des exploitants esclavagistes. Au XIX^e siècle, les plantations de pins alimentaient l'industrie de la térébenthine, un travail fastidieux réservé aux catégories les plus pauvres et aux Afro-Américains. À Key West et vers Tampa, la fabrication de tabac s'est développée grâce à la guerre d'indépendance de Cuba en 1868. Ybor était au cœur de cette industrie qui intégrait une communauté cosmopolite de Cubains, Italiens et Hispaniques (Graham, 2013, p. 285).

Dès la Première Guerre mondiale, la Floride s'est révélée posséder un environnement propice à l'aviation. Ainsi la Pensacola Naval Air Station fut l'une des premières bases d'entraînement de pilotes, suivie de Miami et plus tard de Cape Canaveral avec le programme du Space Shuttle (Graham, 2013, p. 293). Homestead est encore une base de l'Air Force très active mais depuis 2011, la NASA a arrêté son programme. L'armée est restée encore très présente sur la côte est de la Floride et les nouvelles économies incluent les industries *high tech* ainsi que la recherche (avec l'université Florida Institute of Technology) dans la zone qualifiée de « Silicone Beach » entre le nord de Miami et Cape Canaveral (Mohl & Mormino, 2013, p. 518).

L'orange, symbole de la Floride, a été importée par les colons espagnols puisque les agrumes n'étaient en réalité pas endémiques. Selon Davis (2013), « A citrus grove is what environmental historians call second nature, a human-modified environment that resembles an indigenous one » (p. 363). Les fermes d'agrumes ont fait la richesse de l'État pendant le XX^e siècle (Rogers, 2013, p. 307) mais les maladies ainsi que les gelées des années quatre-vingt ont décimé la production et l'on voit de moins en moins d'orangeries aujourd'hui (Davis, 2013, p. 365). Ces dernières ont été remplacées à Orlando par Walt Disney World dont l'empire n'a cessé de s'étendre depuis sa création en 1971. D'ailleurs à ce jour, l'industrie du

tourisme est très fortement axée sur les parcs à thèmes (Mohl & Mormino, 2013, p. 514), des lieux où les touristes affluent et se cloîtent sans vivre l'expérience floridienne authentique, un mode de vie tourné vers l'océan le long des côtes mais aussi une culture résolument country selon les comtés⁴⁷.

Comme nous avons commencé à le voir, les activités liées à la mer sont essentielles pour le dynamisme économique de la péninsule. Le Golfe du Mexique est connu pour l'abondance des poissons et surtout pour son mérou que l'on retrouve dans tous les menus de restaurants. En 2009, le Golfe fournissait 83 % des crevettes de la nation et 56 % de ses huitres. Les industries de la pêche sportive et commerciale emploient à elles seules 60 000 personnes (Davis, 2013, p. 374). La Floride est aussi la première destination nationale en termes de plongée sous-marine, encore une fois surtout dans le Golfe. Ses eaux claires, ses poissons tropicaux et ses épaves historiques en font un lieu touristique exceptionnel (Scott-Ireton Mitchell-Cook, 2013, p. 412)⁴⁸. Comme nous l'avons vu dans la description du développement urbain, le tourisme est devenu l'industrie majeure de la Floride et en 2011, le nombre de visiteurs était de 86 millions (Mohl & Mormino, 2013, p. 513). Dans les années quatre-vingt-dix, cette industrie pesait 32 milliards de dollars et elle est devenue le fondement de l'économie floridienne (*ibid.*).

Notons que malgré les diverses publications sur les industries qui font l'économie de la Floride, rien n'est dit sur l'industrie dynamique du surf. Même dans les ouvrages qui se veulent exhaustifs comme celui dont nous nous sommes inspirés pour la rédaction de ce chapitre, le surf ne semble tout simplement pas exister. Seules quelques productions spécialisées dans le surf apportent des informations sur son développement dans la péninsule, mais les écrits universitaires en sont dépourvus. Il y a donc bien un vide théorique que nous nous efforcerons de combler.

1.2.2 Industrie du surf

L'industrie du surf a pu se développer et connaître son succès actuel grâce à la démocratisation des vacances. La Floride est très vite devenue le lieu où les touristes pouvaient se dénuder sous le soleil. Selon Davis (2013), « St. Petersburg captured a spot in *The Guinness Book of*

47 Nous entendons par culture country un mode de vie rural promouvant le travail manuel, les activités de plein air comme la pêche ou la chasse (par opposition à l'environnement factice des parcs à thèmes) ainsi qu'un répertoire musical plus largement axé sur la country que sur des musiques urbaines telles que le rap ou les musiques de Disney.

48 Dans cet ouvrage sur l'histoire de la Floride, rien n'est dit au sujet du surf et de son industrie, pas même dans un chapitre dédié aux activités maritimes. Cela est d'autant plus surprenant que les surfeurs sont très largement impliqués dans la préservation des fonds marins, de la faune et la flore, et que leur industrie génère des profits au travers de la vente de biens et de services et que leur image est utilisée dans la promotion de la Floride.

World Records with a run of 768 sun-filled days, from February 9, 1967, to March 17, 1969 » (p. 373). À cette époque encore, la crème solaire ne servait guère à se protéger du soleil mais à en accentuer les effets et assombrir la couleur de la peau. Par ailleurs, c'est dans un garage de Volusia County qu'un professeur de chimie nommé Ron Rice élaborait l'huile de bronzage Hawaiian Tropic (Davis, 2013, p. 373). Dans ce milieu propice à son développement, l'industrie du surf est devenue un réseau complexe qui ne peut se résumer à la simple fabrication de planches pour un public type. Dans les faits, elle brasse des compagnies internationales, nationales et locales dans tous les domaines de l'activité : des planches aux maillots de bain, en passant par les produits solaires et les vêtements, le surf suscite l'intérêt des médias et des consommateurs participants ou non. À ce titre, nous verrons qu'il est difficile pour des amateurs de faire la différence entre le *mainstream* et le légitime, deux notions fondamentales à la compréhension de la subculture. Si dans le monde du surf la Californie exerce un monopole, ou du moins tente de le préserver, la Floride reste compétitive même au niveau international. Pour concurrencer l'industrie californienne, les Floridiens ont dû faire preuve d'inventivité et de ténacité et ont dû se soutenir mutuellement comme le souligne l'un des sujets de cette recherche, le *shaper* Ricky Carroll⁴⁹. Voyons à présent comment se sont développées trois branches fondamentales du surf en Floride à travers des noms emblématiques : le *hardware*⁵⁰ avec Ricky Carroll Surfboards, les surf shops avec Quiet Flight, Ron Jon et Catalyst, le *lifestyle* avec Sun Bum.

Le surf est arrivé en Floride au début des années soixante. En 1963, les Californiens Doug et Dan Haut, Jimmy Hoffman et Jim Campbell ouvrirent la boutique Campbell Surfboards à côté de l'aéroport de Melbourne, dans le comté de Brevard. C'est là que le *shaper* Robert Reeves s'associa à Campbell pour créer la première équipe de surfeurs sponsorisés de la côte est, la Campbell Competition Team. Dans le sud, Dick Catri faisait des planches pour Surfboards Miami ; sur la Space Coast, Pat O'Hare créa la marque de surf Surfboards by O'Hare ; toujours au début des années soixante, Bill and Marjane Feinberg créèrent Oceanside Surfboards à Rockledge (où se trouve l'usine de Ricky Carroll aujourd'hui) et ils ouvrirent un magasin à Cocoa Beach (Aho, 2014, p. 172) ; dès 1979, Ed et Jim Leasure, les fondateurs des magasins Quiet Flight, fabriquaient leurs planches Leasure Surfboards ; Spectrum Surfboards fut fondé en 1980 mais la production de planches s'arrêta dans les années 2000 ; Tom Neilson devint l'un des *shapers* les plus reconnus de la Space Coast (aujourd'hui la boutique Neilson

49 Un *shaper* est une personne qui fabrique des planches de surf (*to shape* signifie donner forme). C'est aussi le terme employé dans le milieu du surf francophone, et c'est pour cela que le vocable anglais est utilisé tout au long de ce travail (voir glossaire).

50 Le *hardware* correspond à tout le matériel utilisé pour la pratique du surf : principalement la planche, le *leash* (aussi appelé ainsi en milieu francophone, il s'agit d'un lien qui maintient la planche et le surfeur attachés en cas de chute), les ailerons (voir glossaire).

se trouve dans la même rue que des enseignes emblématiques du surf en Floride comme le surf shop Catalyst, le bureau de Sun Bum ou le café Surfinista, dans le centre ville historique de Cocoa Beach). Le *shaper* Ricky Carroll est l'un des sujets interrogés pour cette étude (nous reviendrons sur lui en détail dans le chapitre 3). Il fabrique des planches à son nom mais aussi pour d'autres marques comme Surfboards Hawaii. Il prête ses locaux à d'autres *shapers* comme Tom Neilson car la construction des planches est réglementée le long des côtes à cause des risques de pollution liés aux composants chimiques utilisés. Ricky Carroll est reconnu comme étant l'un des meilleurs *shapers* de son temps, une réputation renforcée par ses nombreux trophées gagnés en tant que surfeur mais aussi en tant que *shaper*, notamment celui de Tribute to the Masters Shape-Off de 2007, 2008, 2012 au Sacred Surfboard Expo à Del Mar en Californie (Aho, 2014, p. 180). Dès les débuts du surf, l'ensemble des *shapers* décrits ici ont créé des planches selon des objectifs formels et fonctionnels spécifiques adaptés à la Floride (*ibid.*, p. 173). C'est-à-dire que la longueur de la planche, son épaisseur, sa courbe, la forme de ses extrémités, etc. ont toujours été pensés en fonction du type de vague et des performances envisagées par les surfeurs. Selon Aho (2014, p. 173) et de l'aveu de Ricky Carroll lors de son entretien, en matière de construction et d'innovation, les *shapers* de la Space Coast ont toujours été en avance dans ce domaine.

Les surf shops se sont développés avec la production de *hardware*. Il en existe beaucoup en Floride (et dans le reste des États-Unis) mais certains ont particulièrement marqué l'histoire de leur État. Ed et Jim Leasure, les *shapers* de Leasure Surfboards ont fondé Quiet Flight en 1978. Leur compagnie est devenue l'une des pierres angulaires de l'industrie locale et a sponsorisé beaucoup des meilleurs surfeurs de l'État dont Kelly Slater, Damien et C.J. Hobgood, Matt Kechele et bien d'autres (Aho, 2014, p. 176). Le surf shop Catalyst est l'une des enseignes de la compagnie. Depuis ses débuts, Quiet Flight a ouvert une demi douzaine de magasins dans l'État (*ibid.*, p. 181) et continue de travailler avec les meilleurs surfeurs et *shapers* américains comme C.J. Hobgood et Matt Biolos pour Lost. Cela dit, malgré l'influence et la persistance des enseignes de Quiet Flight, deux autres se sont particulièrement démarquées : Ron Jon Surf Shop créée par Ron Dimenna, et Coca Beach Surf Company créée par Bob Baugher, son voisin direct. Leurs deux magasins principaux se trouvent près de Canaveral Pier et ont une histoire commune. Baugher a commencé en travaillant pour Dimenna mais leur histoire s'est terminée au tribunal. Baugher a ensuite ouvert un *surf shop* hors norme tant par la taille du bâtiment que par la diversité des services offerts. Son immeuble comprend un magasin occupant trois étages, un Sheraton Four Point Hotel, un café Starbucks, un restaurant et un aquarium à requins. Ron Dimenna a quant à lui ouvert son premier Ron Jon dans le New Jersey, puis un petit magasin dans le centre de Cocoa Beach dans les années soixante avant de se déplacer dans les locaux actuels. Depuis, le magasin a

ouvert des franchises à Orlando, Tampa, Clearwater Beach, Miami, J.K.F. International Airport, etc. Le Cape Caribe Resort à Cape Canaveral inclut un Ron Jon Surf Grill, et il existe une Ron Jon surf school tenue par Craig Carroll (Aho, 2014, p. 181). Paradoxalement, si les surfeurs locaux acceptent de participer à des événements organisés par la chaîne de magasins, ils considèrent Ron Jon comme un fournisseur illégitime, un piège à touristes. On pourrait comparer l'appréciation faite de Ron Jon par le grand public et les surfeurs à celle qui est faite des Beach Boys : les non-participants les considèrent comme les symboles ultimes du surf alors que les participants rejettent leur manque d'authenticité (une notion que nous développerons au cours de ce travail).

Comme nous l'avons indiqué plus haut, l'industrie du surf ne se résume pas à la fabrication de planches mais inclut aussi les produits relatifs au mode de vie (*lifestyle*) tels que la protection solaire. Sun Bum est une entreprise locale (implantée historiquement à Cocoa Beach) qui est avant tout ce que l'on appelle une *lifestyle brand*, c'est-à-dire qu'elle se spécialise dans ce qui accompagne le mode de vie du surfeur ou de l'utilisateur de la plage. Les *surf* et *beach lifestyle* ciblés par la marque comprennent des produits (crèmes solaires, équipement de plage comme les serviettes, etc.), des activités (concerts, compétitions, etc.), des modalités d'expression (tatouages, vêtements, etc.). Au départ, Sun Bum vendait principalement des crèmes solaires de haute qualité (assez performantes pour être utilisées par des surfeurs), puis ils ont développé toute une gamme de produits allant des shampoings aux crèmes de jour, etc. L'entreprise touche aujourd'hui aussi à l'aspect *hardware* du surf à travers ses divers partenariats (des planches de surf en association avec l'un des *shapers* de la marque Lost, un bateau de wakeboard⁵¹ en association avec l'armateur Mastercraft). Sun Bum a mis en place des stratégies de vente d'un mode de vie axé sur le surf mais ouvert aux autres *lifestyle sports*⁵² et a réussi à s'adresser aussi bien à un public de connaisseurs qu'à un public de masse. La mission de la marque telle qu'elle est définie par les fondateurs est directement liée au *lifestyle* :

Our mission at Sun Bum is to create a quality brand of sun care products specifically formulated for people who live and love in the sun. A brand that captures the essence and aesthetic of the lifestyle while protecting us, and the ones we love, from the harmful dangers of the sun. A brand, with a little edge, that reminds our customers that we are like them and not a giant disconnected

51 Le wakeboard est un sport de glisse (*wake* signifie sillage et *board* signifie planche). Comme en ski nautique, le wakeboarder est tiré derrière un bateau mais ses deux pieds sont attachés au travers d'une seule planche et le but est de sauter d'une vague à l'autre du sillage.

52 Le terme *lifestyle sport* sera défini en détail dans le chapitre 4. Notons pour l'instant qu'il s'agit de sports autour desquels se développe un mode de vie et où la créativité des participants ne doit pas être restreinte par des normes contraignantes.

corporation. We're just a small company with a big dream of becoming the most trusted sun care brand in the world⁵³.

Sun Bum est l'entreprise la plus importante dans cette recherche car d'une part, c'est à partir de l'un de ses fondateurs et d'autres employés de la marque que s'est construit le réseau de connaissances sur lequel repose le travail ethnographique ; d'autre part, l'entreprise mise tout particulièrement sur la musique pour la diffusion et la promotion du *surf lifestyle*. En effet, elle a créé des alliances musicales avec deux D.J. et surfeurs locaux, Lance-O et Bart Kelly, qui sont des sujets de cette étude. L'une des pratiques de Sun Bum qui s'est révélée être primordiale pour notre recherche a été leur mise en œuvre de concerts gratuits dans le jardin du bureau de Cocoa Beach. Des références à ces concerts appelés Sonny's Porch seront faites tout au long de ce travail car ils se sont avérés être des microcosmes offrant un point d'observation privilégié aux phénomènes de construction d'un sens de l'identité des surfeurs de la région.

1.2.3 Activités associées à l'industrie du surf

L'activité professionnelle qui s'est développée autour du surf dans le cadre qui est le nôtre, dépasse les aspects pratiques relatifs à notre description de l'industrie (à travers le *hardware*, les enseignes de surf shops, etc.). En effet, des activités artistiques se sont développées en lien avec l'industrie du surf et ces dernières forment l'une des composantes du *lifestyle* que sont la musique et les tatouages. Sun Bum a su créer une passerelle entre les aspects pratiques (produits et compétitions) et mode de vie du surf (concerts), tout en tissant des liens entre les différents acteurs du milieu comme avec les D.J. Lance-O et Bart Kelley ou le tatoueur Mark Longenecker.

L'industrie musicale est très dynamique en Floride grâce à l'abondance des lieux dédiés à la musique comme les restaurants, les bars et les salles de concerts mais aussi grâce à la mise en œuvre d'événements musicaux organisés par des acteurs locaux (comme Sun Bum avec Sonny's Porch) et en association avec des entreprises caritatives (comme Surfers For Autism). Certaines organisations locales sont parvenues à s'imposer spécifiquement dans le monde du surf. On pense notamment à Kulcha Shok ou encore à la chaîne radiophonique, Endless Summer. Les deux entités ont créé des partenariats avec Sun Bum. Ils se promeuvent réciproquement et sponsorisent ensemble des événements tel que le Rootfire Festival (au même titre que Ricky Carroll Surfboards ou Endless Summer Tattoo présenté plus bas). Dans le chapitre 3, nous reviendrons sur les personnes (Lance-O et Bart Kelley) qui représentent ces organisations puisqu'ils font partie des sujets interrogés dans ce travail. Nous nous attelons à

53 Cette description provient du cahier des charges créé au lancement de la marque en 2011.

décrire ici l'activité professionnelle et son intérêt pour la recherche. Kulcha Shok est un label créé par l'artiste Lance-O en 2009 d'abord comme une émission de radio qui a évolué en organisation regroupant aujourd'hui des artistes spécialisés dans la musique reggae, qu'ils soient musiciens ou D.J. Le site web (Kulcha Shok Musik) décrit le label ainsi :

Kulcha Shok is all about Reggae Muzik. We are a Muzik company that focuses & specializes on reggae muzik. Everything Kulcha Shok does focuses on reggae: from our surf events, to our clothing line and to our live streaming Kulcha Shok Radio, the bottom line is REGGAE MUZIK (sic).

L'entreprise sponsorise des surfeurs et des événements axés sur le surf tels que Surf Expo (voir chapitre 2). La marque a développé une ligne de vêtements et d'accessoires aux couleurs du reggae (vert, jaune, rouge) qui lui permet d'être présente lors de concerts sans participer musicalement mais en vendant ses produits dérivés. Le site web se veut aussi une source d'informations pour tout ce qui concerne le surf et le reggae : « Kulcha Shok Muzik brings you daily surf and reggae news, keeping you informed with the latest in the industries » (« Surf & Reggae News »). La musique est ici intimement liée au surf et il ne s'agit pas d'un cas exceptionnel. En effet, Endless Summer Radio (ou E.S.R.) est une organisation radiophonique qui combine elle aussi musique et surf de par ses origines (créée par le *shaper* et musicien Ricky Carroll), et de par ses partenariats et sa participation à des événements locaux. Là aussi, le reggae est le genre de prédilection. La page web propose des informations relatives au surf dans son ensemble (météo des vagues, festivals de surf, compétitions, etc.). La mission de la radio est décrite ainsi : « We're here to support our community and local artist [sic]. This station runs off positivity » (Endless Summer Radio), et de fait, la station diffuse une émission appelée « Sun Bum Positive Sunday » que l'animateur Bart Kelley présente dans notre entretien comme étant décontractée et représentative de l'esprit Sun Bum, celui d'un mode de vie décrit en amont dans la mission de la marque.

Comme nous l'avons vu, la musique n'est pas le seul vecteur du *surf lifestyle*. Les tatouages sont associés à différentes subcultures dont celle du surf même s'ils peuvent aujourd'hui être arborés par des membres de tous les groupes socio-culturels. L'enseigne de tatouage de Mark Longenecker, Endless Summer Tattoo, est implantée à Cocoa Beach et doit être mentionnée car elle participe de l'ébullition entrepreneuriale du surf floridien que nous décrivons. Le salon de tatouage se trouve tout près des bureaux de Sun Bum et son propriétaire, artiste tatoueur, musicien et surfeur, soutient lui aussi les projets locaux liés au surf. Par exemple, à chaque fois que Surfers For Autism s'arrête à Cocoa Beach, il offre au tirage au sort une planche sur laquelle il dessine pendant toute la durée de l'événement. Endless Summer Tattoo participe au Rootfire Festival et se décrit en ces termes : « We are a good vibes tattoo shop located in the

heart of Cocoa Beach, FL » (Endless Summer Tattoo). Le thème d'une approche positive de la vie se retrouve dans les discours des enseignes dédiées au *surf lifestyle* mais aussi dans ceux des particuliers. Cette récurrence caractérise un mode de vie revendiqué dans la station balnéaire de Cocoa Beach et offre à la recherche un terrain d'observation original.

1.3 Répartition culturelle et modes de vie

1.3.1 Les régions sub-culturelles : découpage territorial et idéologique

Après avoir décrit l'organisation de l'activité humaine en Floride, quelques précisions sur les différentes cultures qui la constituent affineront le portrait socio-culturel de la péninsule. Les entrepreneurs blancs des XVIII^e et XIX^e siècles sont en partie responsables de la répartition des populations en Floride. Ce sont eux qui ont déplacé les communautés d'Indiens et ce sont aussi eux qui ont promulgué les lois ralentissant le mouvement d'égalité des droits entre Blancs et Afro-Américains de sorte que certaines activités ainsi que certaines régions étaient exclusivement réservées à des groupes ethniques déterminés. En 1896, la Court Suprême énonça la doctrine « Separate but Equal ». Selon Roger (2013), la séparation était effective mais pas l'égalité en termes de salaires ou d'accès aux lieux publics (p. 309). La société obéissait au système Jim Crow qui imposait un statut de subordonnés aux Afro-Américains jusque dans la deuxième moitié du XX^e siècle (MacManus & Colburn, 2013, p. 417). Par ailleurs, le Ku Klux Klan avait une présence très forte au début du XX^e siècle et le mouvement n'est pas encore éradiqué dans le centre de l'État et dans certains comtés comme celui de Citrus County. Par exemple, en 1969, ces groupes du centre de la Floride se sont déplacés dans le comté de Brevard pour soutenir l'un des leurs dans un conflit avec des lycéens afro-américains de Melbourne High School (Thomas, 1999, p. 114). Ces systèmes ont marqué de manière permanente la politique, les relations inter-ethniques, les pratiques culturelles et le découpage territorial de la Floride jusqu'à ce jour. Par exemple, le travail des esclaves afro-américains dans les camps de térébenthine semble avoir marqué leurs choix en termes de loisirs. En effet, selon Davis (2013), « The social memory of the camps and the history of woodland abuse, according to researchers, contributed to a general aversion to outdoor recreation and conservation » (p. 383). Comme les entretiens et les relevés démographiques des questionnaires le montrent, très peu d'Afro-Américains s'adonnent au surf et très peu d'entre eux apprennent aussi à nager. Cela souligne à quel point les microcosmes floridiens sont des espaces géographiques réels mais auxquels les différentes populations d'immigrants ont apposé leurs propres imaginaires socioculturels relatifs à leur histoire avec les lieux. Effectivement, si pour les colons espagnols la plage était synonyme de danger ou de champ de bataille, pour les habitants d'aujourd'hui elle est synonyme de loisirs, de détente, de pêche,

d'opulence pour certains, de simplicité pour d'autres. Les régions sub-culturelles de la Floride sont inventées par les habitants à travers l'histoire, les territoires physiques et le tissage socio-culturel. Par ailleurs, la politique obéit aussi à ce découpage territorial puisque le sud-est de la Floride est principalement démocrate alors que le sud montre de fortes tendances républicaines. Le centre de la Floride quant à lui, le long de la route I-4 entre Tampa et Orlando, est divisé de manière presque égale entre les deux partis politiques (MacManus & Colburn, 2013, p. 434). Dans cet État pivot (*swing state*⁵⁴), c'est le nombre d'électeurs indépendants qui fait basculer le vote. Les divisions sont très marquées et portent sur plusieurs points : comme l'expliquent MacManus & Colburn (*ibid.*), elles peuvent être d'ordre régional, natal, racial, idéologique, générationnel ou partisan (p. 435). On le voit, la Floride est un État complexe et varié sur les plans historique et socio-culturel et cela se retrouve dans la contradiction entre une identité conservatrice *redneck* et une autre libérale souvent plus proche du *beach lifestyle* comme nous nous apprêtons à le voir.

1.3.2 Le *redneck surf state* : héritage politique et culturel

La Floride est appelée le *redneck surf state* par les surfeurs interrogés pour cette étude. La définition du terme *redneck* a connu quelques variantes au cours de ses 200 ans d'existence (Huber & Drowne, 2001, p. 434). Si au début, le terme renvoyait à l'ouvrier blanc et pauvre du sud des États-Unis (dont la nuque était rougie par le soleil), il a aussi été appliqué de manière dérogatoire aux fermiers blancs et reste aujourd'hui assimilé aux *crackers* dont il est question dans ce paragraphe. Les familles de *Florida crackers* sont arrivées en Floride dans la seconde moitié du XIX^e siècle. Le terme *cracker* renvoie au bruit de claquement que faisaient les fouets en cuir que les fermiers utilisaient pour garder leurs troupeaux (Davis, 2013, p. 367). Ces paysans à la recherche de terres fertiles et bon marché étaient connus pour leur antipathie vis-à-vis des Indiens et des Afro-Américains. Ils devinrent très vite majoritaires dans les régions fermières de l'État (Schafer, 2013, p. 232). Ces antagonismes raciaux ont marqué la Floride dès les débuts de son occupation par les Européens et se sont accentués lors de la guerre de Sécession puisque la Floride défendait l'esclavagisme pour des raisons économiques, sociales et culturelles. Le 10 janvier 1861, la Floride a signé sa participation à la formation des États Confédérés d'Amérique procédant ainsi à une affirmation légale de l'esclavage, à la mise en place d'une nouvelle constitution et à l'adoption d'un drapeau encore revendiqué aujourd'hui comme héritage culturel et visible sur les véhicules (des *pick up trucks* en général) ou à l'abord des maisons. Comme le soulignent MacManus & Colburn

54 Un *swing state* est un État dans lequel les deux grands partis américains (Républicain et Démocrate) ont un nombre équivalent de sympathisants. Ces États sont en général déterminants dans le résultat d'une élection présidentielle puisque le parti qui remporte le suffrage gagne tous les grands électeurs de l'État (Vallet & Grondin, 2004, p. 55).

(2013), « Florida politics was white, conservative, segregationist, and one-party Democratic » (p. 415). L'État garde, dans certains endroits, les stigmates de cette histoire comme l'ont démontré les élections présidentielles de 2017⁵⁵.

Au delà des traces d'un passé ségrégationniste, l'héritage *redneck* se retrouve aussi dans une forme de conservatisme acerbe sur les questions sociétales. Dans le centre de l'État, il est courant à ce jour de rencontrer des individus mais aussi des communautés sceptiques vis-à-vis des théories darwiniennes et défendant les idées créationnistes. Il s'agit en effet de groupes qui préfèrent se référer à la Genèse biblique pour l'éducation de leurs enfants. Par ailleurs, lorsque l'on traverse l'État, on peut voir le long des routes des encarts publicitaires promouvant très clairement les idées créationnistes⁵⁶. Cela est sans doute lié à l'histoire même de la Floride qui pendant les années vingt a connu une période de fortes controverses législatives sur le bannissement des théories de l'évolution dans l'enseignement scolaire (Rogers, 2013, p. 298). Néanmoins, malgré son histoire, la Floride a toujours su se diversifier sur le plan économique, avec ses plantations de coton, tabac, agrumes, arbres à térébenthine, son élevage ou encore son tourisme. Elle a donc su s'ouvrir au monde, ce qui s'est répercuté sur sa culture et sa société : selon MacManus & Colburn (2013), la Floride s'est dégagée partiellement du « southern way of life » (p. 418), ce que ses voisins comme l'Alabama ou la Géorgie par exemple n'ont pas su faire.

1.3.3 Le *beach lifestyle*

En contradiction avec le portrait qui vient d'être peint de la Floride, sa situation géographique proche des Caraïbes⁵⁷ et son climat (subtropical et tropical du nord au sud) lui ont permis de développer le *beach lifestyle* auquel font référence les surfeurs ainsi que Sun Bum dans la description de sa mission. La Floride est le seul État continental qui descende au-delà de la zone tempérée et dans lequel les plantes tropicales peuvent se développer (Davis, 2013, p. 354). Qu'il s'agisse de rivières, de lacs, d'étangs ou de l'océan bordé de plages de sable blanc, l'eau est omniprésente. La Floride attire ainsi des populations en quête de tropicalité. Les Floridiens les plus aisés voyagent souvent dans les Caraïbes et importent le mode de vie (la musique reggae, l'alimentation, l'architecture, les objets décoratifs) sur le continent. « Even in

55 Dans les régions du centre de la Floride mais aussi dans le comté de Brevard, j'ai pu observer un regain des discours ouvertement racistes envers les populations afro-américaine et étrangères. Lors des élections présidentielles de 2016, il y avait des défilés de *pick up trucks* et de motos arborant le drapeau des confédérés dans les rues de Melbourne, à une demi-heure au sud de Cocoa Beach.

56 L'un des principaux axes routiers traversant le comté de Sumter, au centre de la Floride, est jalonné de panneaux pro-crétionnistes et anti-avortements. Sur l'un d'eux on peut voir une représentation de l'évolution du singe à l'homme barrée de rouge à côté de laquelle est écrit : « In the beginning, GOD CREATED ».

57 Dans l'imaginaire des surfeurs interrogés pour cette étude, la Floride se trouve au cœur des Caraïbes.

the early twentieth century, Florida's southern region was closely linked to the Caribbean, and people from the islands moved freely to south Florida » (MacManus & Colburn, 2013, p. 417). Les légendes de pirates, elles aussi importées des Caraïbes, font le jeu des restaurants et autres industries du service. La Floride elle-même a sa propre histoire de bateaux coulés et de trésors ensevelis le long de ses côtes. Les habitations sont décorées d'après le thème de la mer, et le long des propriétés, on entrevoit des signes en bois avec les inscriptions « Gone surfing », « Captain Morgan⁵⁸ » etc. Les coquillages, statues de pélicans, sirènes et pirates sont de mise dans la plupart des habitations ainsi que les poteaux d'arrimage soigneusement encordés sur la devanture de maisons de ces navigateurs sans bateau. Il semble que, de connivence avec les entreprises locales, les particuliers cultivent aussi le mode de vie positif⁵⁹ et décontracté caractéristique du *beach lifestyle* et de rigueur sur les côtes floridiennes.

1.4 Focus sur Brevard County et la Space Coast

1.4.1 Du nord au sud : de Cape Canaveral à Sebastian Inlet

La description générale de l'histoire de la société et de la culture floridienne étant faite, il convient de se concentrer maintenant sur l'espace géographique qui nous concerne, le comté de Brevard (Illustration 1). Au nord du comté, la Space Coast est un territoire qui s'étend du sud de Titusville à Palm Bay, mais nous nous intéressons aussi à Sebastian Inlet tout au sud du comté. Cet espace recouvre une fine bande de terre entre l'Atlantique et la Banana River au nord qui conflue avec l'Indian River au niveau de Melbourne, au centre du comté (Illustration 2). C'est à Melbourne Beach que Ponce de Léon a débarqué, découvrant ainsi la Floride en 1513 (Thomas, 1999, p. 10). Après que la Floride est devenue un État en 1845, le comté de Brevard s'est d'abord appelé Mosquito County en référence aux moustiques très présents à cause des mangroves et des marais (*ibid.*, p. 8). Ce n'est qu'après la Seconde Guerre mondiale que des avions ont commencé à pulvériser des produits anti-moustiques, ce qui a permis à la population de se développer (*ibid.*, p. 9). Les routes et les ponts ont quant à eux commencé à relier l'île au continent dès les années vingt. Au sud, Sebastian Inlet ne fut relié par la route A1A qu'au début des années cinquante. Par la suite, Sebastian Inlet a été relié au nord à la Space Coast, et donc au territoire de ses surfeurs, en 1965 avec la construction d'un pont (*ibid.*, p. 9). Même si l'Illustration 2 semble montrer Sebastian à l'extérieur des frontières du comté, l'*inlet* dont il est question ici se trouve juste à l'intérieur des limites, ce qui permet aux surfeurs de Brevard de le revendiquer.

58 Captain Morgan est un rhum très populaire aux États-Unis. Son nom lui vient d'un pionnier gallois, Sir Henry Morgan, parti conquérir le Nouveau Monde au XVII^e siècle (Captain Morgan®, n.d.).

59 Le mot « positif » est souvent employé par les surfeurs dans les entretiens pour définir leur vision du surf et de la musique qu'ils associent à la pratique.

Du point de vue économique et social, la Space Coast est une région très diversifiée et active surtout en matière de nouvelles technologies. S’y sont développées l’ingénierie aéronautique avec le Florida Institute of Technology à Melbourne, la recherche aérospatiale avec le NASA Kennedy Space Center à Cape Canaveral, et la présence militaire avec la Patrick Air Force Base à Satellite Beach. Le succès spatial de Neil Armstrong en 1969 a permis à la région d’attirer beaucoup de jeunes cerveaux qui se sont aussi intéressés au surf. Par ailleurs, l’industrie du tourisme, et par extension celle du surf, participe au dynamisme de la région qui est desservie par l’aéroport d’Orlando, l’un des trois principaux aéroports de la Floride avec Tampa et Miami. Cocoa Beach est la plage la plus proche d’Orlando, à environ une heure, et accueille les flux de touristes et d’étudiants de la métropole. Dans son ensemble, le comté de Brevard comprend des communautés issues de toutes les classes sociales, et à l’instar du reste de la Floride, de toutes les origines ethniques. Enfin, l’une des particularités de Brevard réside dans son expansion urbaine horizontale. En effet, les municipalités du comté sont très étalées et se touchent ce qui crée un conglomérat de villes qui s’étend du nord au sud et d’est en ouest brouillant ainsi les frontières communales mais permettant néanmoins l’observation d’un phénomène de segmentation sociale et ethnique⁶⁰. Malgré cette segmentation concernant principalement l’organisation des lieux de vie, on constate que les modes de vie qui y sont représentés (surf, *redneck* et *beach lifestyle*) peuvent être inclusifs et ne sont pas en contradiction avec l’innovation, la création et l’entrepreneuriat. Dans la deuxième partie de ce travail, nous définirons les caractéristiques qui font de cet espace un lieu propice au développement du surf.



Illustration 1: Comté de Brevard en Floride (Florida Counties Map).

60 À titre indicatif, le U.S. Census Bureau établit le nombre d’habitants en 2016 à environ 76 000 à Melbourne, 3 000 à Melbourne Beach, 10 000 à Satellite Beach, 11 000 à Cocoa Beach, 8 000 à Indian Harbor Beach.

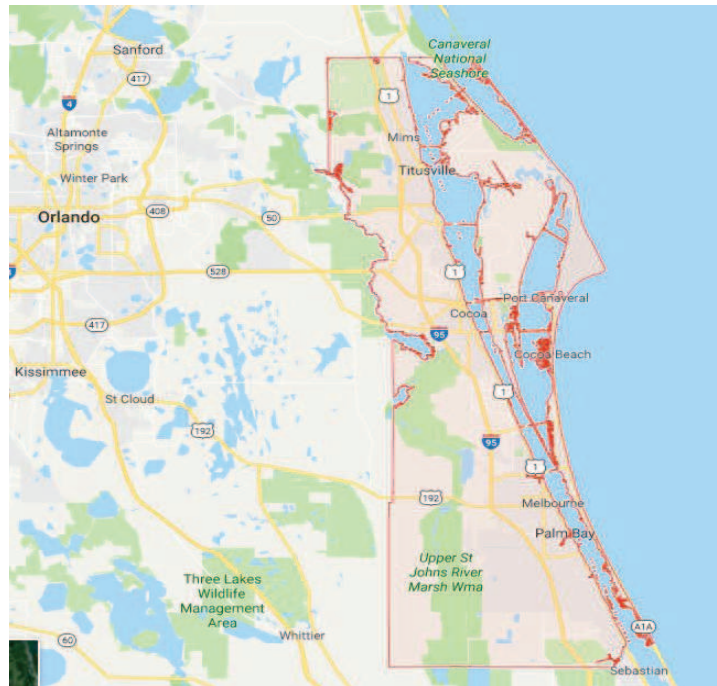


Illustration 2: Comté de Brevard : de Cape Canaveral à Sebastian Inlet (Google Maps).

1.4.2 Les Cocoa : nomenclature d'un marquage ethnique et socio-culturel

Dans le comté de Bevard, deux villes portent le nom de Cocoa mais l'une d'elles se trouve sur une île (Cocoa Beach), et l'autre dans les terres (Cocoa). Leur situation géographique respective semble avoir eu une incidence sur leur développement socio-culturel et économique. On notera néanmoins que Cocoa se fractionne quasiment en deux entités séparées car son centre, Cocoa Village, se distingue du reste de la ville par son dynamisme culturel et économique. Il est alors intéressant de constater les différences socio-culturelles entre les trois Cocoa (Beach, Village et City) même si en réalité il n'existe que deux villes distinctes. D'est en ouest (de l'Atlantique vers les terres), on passe en effet d'une ville centrée principalement sur les activités nautiques et touristiques, à un village historique plus axé sur l'artisanat et les arts, à une ville plus largement défavorisée économiquement. Le prix des habitations donne une idée des différences socio-économiques qui peuvent exister entre les trois Cocoa. Selon les données du U.S. Census Bureau, la population de Cocoa Beach est estimée à environ 11 760 en 2016, avec une valeur médiane des habitations évaluée à 270 000 dollars ; selon les données du site City Data pour 2016, à Cocoa Village, la population est

estimée à un millier avec une valeur médiane des habitations qui serait de 125 000 dollars ; encore selon le U.S. Census Bureau, à Cocoa la population est d'environ 18 000 habitants avec des logements à 93 000 dollars mais aussi de grandes disparités selon les quartiers. De même, les salaires moyens par an et par foyer vont de 52 000 dollars à 32 000 dollars par an de Cocoa Beach à Cocoa, et le taux de pauvreté est de 7,7 % à Cocoa Beach contre 26,8 % à Cocoa⁶¹. À titre de comparaison, sur l'ensemble du territoire américain, la valeur médiane des habitations est de 184 700 dollars, le salaire moyen par an et par foyer est de 55 000 dollars, et le taux de pauvreté de 12,7 % en 2016. Paradoxalement, si parmi les surfeurs interrogés, aucun ne vit à Cocoa ni ne souhaite y vivre, on constate que la plage reste un espace inclusif puisque selon des sondages de terrain informels menés sur les plages de Cocoa Beach et Melbourne Beach, toutes les classes sociales et situations géographiques y sont représentées. Alors le type d'activité pratiquée est sans doute l'un des éléments les plus susceptibles de trahir la provenance des participants puisqu'en majorité, ceux qui s'adonnent aux activités nautiques sont aussi ceux qui vivent à proximité des lieux d'usage. Revenons à présent en détail sur les trois Cocoa.

La ville de Cocoa Beach a été imaginée par un certain Gus Edward dans les années vingt comme une réponse au succès du Miami Beach de Carl Fisher (Parrish, Field, Harrell, 2001, p. 8). La ville a bénéficié de l'essor de Cape Canaveral et de son programme spatial dans les années cinquante et soixante, et aujourd'hui c'est encore une station balnéaire très prisée des touristes. Cocoa Beach est connue par les surfeurs pour le Cocoa Beach Pier (Illustration 3) qui a sans doute été construit dans un but récréatif et commercial mais dont les effets sur la nature ont développé un attrait tout autre : les vagues s'y enroulent de manière tout particulièrement effective créant une destination du surf connue dans le monde entier. Comme nous l'avons vu, depuis l'avènement du surf et de l'aérospatial dans les années soixante et grâce à sa proximité avec Cape Canaveral et Orlando, Cocoa Beach a attiré les jeunes hommes blancs astronomes ou surfeurs. La ville offrait déjà alors tout ce que ce public attendait d'une ville balnéaire : des plages, des restaurants, des *strip clubs* et des motels (Aho, 2014, p. 76). C'est à Cocoa Beach que se trouvent le bureau de Sun Bum, le salon Endless Summer Tattoo, le café Surfinista ainsi que les surf shops originaux de Ron Jon, Catalyst/Quiet Flight ou encore Neilson (Illustration 3). Les politiques d'urbanisation ont fortement capitalisé sur le thème nautique avec les motifs de cocotiers, de cordes d'amarrage, etc., ce qui donne à la ville

61 Cocoa Village est inclus dans les moyennes de Cocoa ce qui fait monter les chiffres positivement. Lorsque l'on regarde les parties de la ville à l'ouest du chemin de fer et pour lesquelles il existe des données, on se rend compte de la pauvreté qui demeure à Cocoa. Le U.S Census Bureau fournit des données pour Cocoa West : la population était d'environ 6 000 habitants en 2010 (chiffres les plus récents), la valeur médiane des habitations est de 66 800 dollars, le salaire moyen est de 23 000 dollars par foyer et le taux de pauvreté est de plus de 46 %.

une atmosphère décontractée. Cocoa Beach est composée de deux parties distinctes : l'une au nord caractérisée par un plan urbain très étalé, l'autre au sud constituant un centre-ville à l'organisation architecturale plus dense. Alors que Ron Jon Surf Shop est excentré au nord sur la portion de la ville moins intime, les petites entreprises considérées par les locaux comme les plus authentiques se concentrent au cœur de Cocoa Beach, autour de l'avenue Minutemen, un axe routier de référence qui dessert une plage très prisée des touristes, et l'un de ses restaurants les plus populaires : Coconuts on the Beach. C'est aussi là, juste en face de Sun Bum, que se trouve Surfinista, le café préféré de Kelly Slater (l'un des meilleurs surfeurs au monde que nous présenterons au chapitre 4). La statue de Kelly Slater marque par ailleurs l'entrée dans cette portion de la ville car c'est bien là que se trouve le cœur de l'industrie du surf (Illustration 4). C'est aussi là que les Surfing Santas se réunissent chaque année en décembre pour surfer en costume de père Noël et célébrer le lancement des fêtes de fin d'année.



Illustration 3: Cocoa Beach. Les limites de la ville sont en rouge. Le centre de la ville est encadré en bleu et renvoie à la prochaine illustration ; c'est là que se situe Sun Bum (Google Maps).

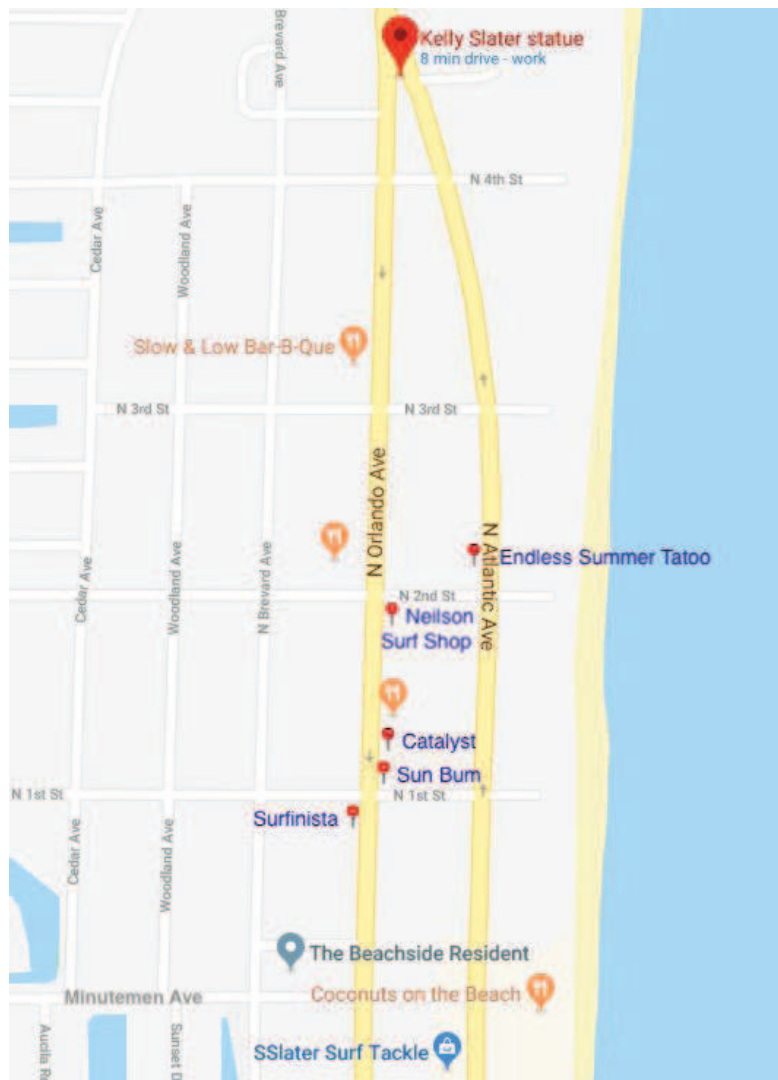


Illustration 4: Le centre de Cocoa Beach. Du nord au sud, les points importants sont la statue de Kelly Slater, Endless Summer Tatoo, les surf shops Neilson et Catalyst, Sun Bum, le restaurant Surfinista, le journal local The Beach Resident, le restaurant Coconuts on the Beach à l'extrémité est de l'avenue Minutemen, et tout au sud, SSlater Surf Tackle de Sean Slater (Google Maps).

Cocoa Village est aussi appelé Historic Cocoa Village et se trouve sur le continent, au bord de l'Indian River. Le quartier est séparé du reste de la ville à l'ouest par une autoroute et une voie ferrée. Cocoa Village est le résultat de l'un des projets de rénovation des centres villes les mieux réussis en Floride (*City Data*). L'une des marques de ce succès est la restauration d'un théâtre appelé le Cocoa Village Playhouse qui est inscrit depuis 1991 sur la liste du National

Register of Historic Places, une organisation gouvernementale de protection des ressources historiques et archéologiques américaines (History of the Playhouse). Ce théâtre est l'une des représentations du dynamisme culturel du centre ville, tout comme le River Front Park, sur les rives de l'Indian River, dans lequel ont lieu le Roofire Festival et beaucoup d'autres événements artistiques. Par ailleurs, c'est aussi à Cocoa Village que se trouvent la Florida Historical Society et la Library of Florida History dont certaines ressources ont été consultées pour ce travail.

Plus à l'ouest, la ville de Cocoa a été fondée en 1860 par des familles de pêcheurs. Les origines de son nom sont difficiles à retracer. Le seul consensus est que la ville a d'abord été appelée Indian River City mais que les autorités des U.S. Postal Services ont décrété que ce nom était trop long pour pouvoir être utilisé sur des enveloppes alors Cocoa a été adopté⁶². C'est durant cette période, au début des années 1890, que Cocoa s'est développée grâce à l'expansion de Jacksonville et de Saint Augustine au nord, et à la construction de l'Indian River Railway. Plus tard, la population a augmenté de manière importante à la suite du développement de l'industrie aérospatiale : on est passé de 3 098 habitants en 1940 à 12 244 en 1960. C'est durant cette période que les touristes commencèrent à affluer pour les lancements des fusées, le climat et les activités nautiques. Comme nous l'avons vu, le niveau social de Cocoa est relativement bas, et selon City Data, il y a aussi une plus grande mixité ethnique avec en 2016, 50 % de Blancs, 30 % d'Afro-Américains et 17 % d'Hispaniques (en comparaison, on trouve à Cocoa Beach 92 % de Blancs, 3,6 % d'Hispaniques et environ 1 % d'Afro-Américains). Sans chercher ici à expliquer des liens de causes à effets, on constate néanmoins certaines tendances : plus de Blancs que d'Afro-Américains vivent sur les côtes dans les quartiers les plus chers, et les Blancs représentent la majorité des surfeurs dans le comté de Brevard (par inférence, sur l'ensemble de la péninsule).

La Floride, à l'instar des villes qui viennent d'être décrites, n'est ni une société uniforme, ni le résultat d'une histoire linéaire. Selon les parcours des groupes qui s'y sont installés, des rapports différents se sont forgés avec et en fonction de l'environnement, permettant le développement de pratiques culturelles diverses et singulières. Dans cette recherche, nous observons ceux qui ont choisi de vivre côté océan et nous nous interrogeons sur la place de la musique dans leur mode de vie puisqu'elle semble intrinsèquement liée à la subculture du

62 L'une des versions provient du *Cocoa Tribune* de 1925, selon lequel en 1884, le Capitaine R.C. May adopta la désignation Cocoa lors d'une assemblée de village. Pour les participants à la réunion, il s'agissait de trouver un nom qui était caractéristique de l'endroit comme une plante ou un produit, alors ils choisirent le cacao (notons que le cacao ne pousse pas en Floride, alors cette histoire semble dépourvue de logique, mais il s'agit de la plus répandue parmi les habitants et sur les sites relatant l'histoire de Cocoa). Une autre version raconte qu'une boîte de cacao, Baker's Cocoa, servait de boîte aux lettres et que les services postaux adoptèrent ce nom dont la longueur était acceptable ("History & culture," n.d.).

surf. Nous proposons donc maintenant une présentation de la mise en œuvre de la recherche qualitative effectuée dans des espaces physiques et virtuels choisis pour leur pertinence par rapport à la musique, au surf et aux participants.

Chapitre 2. Mise en œuvre de l'observation des surfeurs

Kelly and Sean hung out at the beach 24/7 in the summer. . . . At that particular beach [Third Street North in Cocoa Beach], there was the Apollo Building, left over from the *Apollo 11 mission*, and that was the hangout for all the good local surfers, kind of the energy center. Kelly lived three blocks off the beach just by the Minuteman Causeway. . . . The [Apollo] building was abandoned, but the Islander Hut was right next to it, this classic Florida snack bar serving burgers and beer. Kelly's dad was always there drinking beers. (Matt Kechele⁶³ cité dans Jarratt & Slater, 2008, p. 26).

Après avoir décrit le cadre contextuel de la recherche, il nous a semblé cohérent de le mettre en lien avec la manière dont les espaces et les individus ont été observés. Ce chapitre présente les logiques de mise en œuvre de la recherche qualitative. C'est ici que sont décrits les lieux choisis pour les observations, les méthodes d'enquêtes et d'entretiens sociologiques ainsi que les procédés d'investigation des réseaux sociaux. Ce chapitre se termine sur la délimitation des critères démographiques pris en compte dans le balisage des groupes et individus étudiés, ce qui permet d'introduire le dernier mouvement de la partie relatif à la constitution de l'échantillon des surfeurs observés.

2.1 L'observation participante

Les descriptions suivantes ne concernent pas les aspects historiques, géographiques et socioculturels des lieux dont il est question et qui ont été traités dans le premier chapitre, mais elles touchent à la pertinence stratégique de ces espaces d'observation pour la recherche. Exceptionnellement, la première personne du singulier est employée car le chapitre traite de mon expérience de chercheuse en immersion au sein de la communauté des surfeurs observés. J'y définis la mise en œuvre des observations ainsi que leur fréquence et leur intérêt méthodologique par rapport aux modalités de recherche ethnographique et par rapport aux résultats escomptés. Notons qu'au début de la recherche, je n'ai pas effectué d'entretiens ou de questionnaires lors de ces événements parce que mon statut ne me le permettait pas. En effet, comme je l'ai expliqué plus haut, le monde du surf reste exclusif surtout lors de ces rencontres, et les participants peuvent être suspicieux, voire agacés par l'intrusion d'une étrangère qui leur poserait des questions dans un espace qu'ils considèrent comme une

63 Matt Kechele a été le mentor de Kelly Slater. C'est un *shaper* toujours actif et réputé qui est aussi l'un des pionniers des figures aériennes en surf.

protection. J'ai donc pris des notes de mes observations après les événements pour ne pas susciter de comportements artificiels. Aujourd'hui, il m'est beaucoup plus facile de poser des questions car les participants, en l'occurrence les sponsors locaux comme les surf shops, les artistes ou les *shapers*, me connaissent. Tous les événements qui suivent ont pour points communs le surf comme raison d'être et la musique comme moyen de délimitation d'espaces physiques et identitaires.

2.1.1 Plages : événements divers et compétitions

Comme nous l'avons vu, la Space Coast en général, et Cocoa Beach en particulier, sont l'un des centres névralgiques du surf sur la côte Atlantique des États-Unis. Beaucoup d'événements s'y déroulent, de la compétition à l'œuvre caritative. J'ai été plongée au cœur du processus d'organisation de certains de ces événements grâce à mon intégration à l'équipe de Sun Bum⁶⁴ qui sponsorise ce genre de rencontres dans le but d'accentuer sa visibilité et de promouvoir une prise de conscience des risques liés au soleil. Lors de ces événements, Sun Bum propose gratuitement de la protection solaire aux spectateurs et aux participants tout au long de la journée. Lorsque des tombolas sont prévues, la marque offre des sacs contenant des crèmes solaires, des échantillons, des autocollants, ainsi que des frisbees ou raquettes de plage portant son logo. À chacune de mes participations, j'ai aidé à la mise en place de la tente et à l'accueil des personnes qui souhaitaient se protéger du soleil ou simplement s'asseoir et parler de surf avec nous.

Grâce à Sun Bum, j'ai pu observer de l'intérieur des compétitions telles que la Slater Brothers Invitational en octobre 2012 à Cocoa Beach (quelques mois après mon arrivée en Floride). Sans savoir que cela m'aiderait pour une future recherche doctorale, cet événement a été le premier à me plonger dans le microcosme du surf de la Space Coast. J'y ai rencontré beaucoup d'acteurs locaux comme Sean Slater, créant ainsi mes premiers liens avec eux en tant qu'initiée puisque j'étais avec Sun Bum. La photographie du podium à la page suivante illustre le travail collectif de la communauté car des entreprises locales y sont représentées comme Sun Bum, mais aussi Ron Jon ou la World Skin Cancer Foundation (Illustration 5). Grâce à Sun Bum j'ai assisté à d'autres compétitions comme le Salty Sweet Surf Contest réservé aux femmes professionnelles et amateurs. La rencontre a été créée il y a seulement quatre ans mais elle est déjà l'une des plus importantes du pays dans le surf féminin.

64 Pour rappel, mon mari, Dustin, est le responsable de la branche originale de la marque à Cocoa Beach. Il a aidé à fonder la marque en 2010. Plus bas, nous reviendrons en détail sur son rôle au sein de la marque et sur mes liens avec les autres membres fondateurs de Sun Bum, dont le P.D.G., Tom Rinks.



Illustration 5: Slater Brothers Invitational (octobre 2012, World Skin Cancer Foundation). Sponsors de l'événement affichés sur le podium des juges de la compétition : Sun Bum, Ron Jon, etc.

Depuis 2012, je participe aux Surfers For Autism (SFA) qui ont lieu à Cocoa Beach une fois par an au mois de juin. SFA comme l'appellent les participants est une organisation à but non lucratif qui se déploie dans toute la Floride de septembre à avril (je me rends aussi à ces autres rencontres mais cela dépasse le champ de ma recherche). Le fondateur, Don Rian et sa femme, Kim, ont monté une organisation d'envergure nationale afin de faire surfer des enfants atteints de retards du développement. Des volontaires (dont certains participent de manière ponctuelle alors que d'autres suivent la caravane) se rendent sur la plage pour faire surfer les jeunes dans le but de stimuler leur corps, leur esprit, leurs affect et leur sociabilité⁶⁵. Là encore, beaucoup de compagnies locales sont mises à contribution comme les restaurants, les D.J., les musiciens, Sun Bum (sponsor officiel de SFA présent à tous les événements) ou encore des artistes locaux. À Cocoa Beach, chaque année, c'est le tatoueur très connu au niveau national, Mark Longenecker, qui offre ses services. Mark a participé à l'émission Ink Masters (une compétition de tatoueurs très populaire aux États-Unis) et il fait partie de ce que l'on peut appeler le réseau des surfeurs de Cocoa Beach. Le terme *réseau* dépasse la notion de communauté dans laquelle des individus partageraient des biens ou des idées communes presque par hasard. En effet, dans ce que nous appelons réseau, il y a l'idée de volition car les individus agissent en volonté, se connaissent, interagissent et se soutiennent mutuellement,

⁶⁵ En participant en tant que volontaire, j'ai assisté à des transformations ponctuelles du comportement de certains enfants : il pouvait s'agir d'un premier mot devant des parents époustouffés, d'un sourire, voire de rires chez des enfants qui ne s'exprimaient que par grognements.

comme ici lors de SFA Chaque année, pendant que les enfants surfent, Mark customise une planche de surf sur la plage et l'offre comme lot d'une tombola à laquelle Sun Bum pourvoit aussi des lots (Illustration 6). Ce sont les subventions, les dons et la participation des parents, des volontaires et des sponsors qui financent SFA. Ma participation à ces événements dès mon arrivée aux États-Unis m'a permis de créer des liens avec les acteurs locaux à travers l'implication de Dustin qui a promu la collaboration entre Sun Bum et SFA dès le départ.

Qu'il s'agisse de compétitions ou de SFA, ces événements sont toujours accompagnés de musique. La plage est un espace ouvert, et à l'exception de quelques tentes de sponsors, rien n'indique précisément où se trouvent les limites du rassemblement. La musique permet de façon indirecte de situer le cœur de la manifestation et d'en déterminer les limites. La musique sert d'invitation aux passants (ils peuvent accepter ou refuser d'entrer dans cet espace), elle matérialise la volonté d'un groupe de se solidariser à travers un objectif commun, enfin elle permet d'animer les événements tout en les personnalisant.

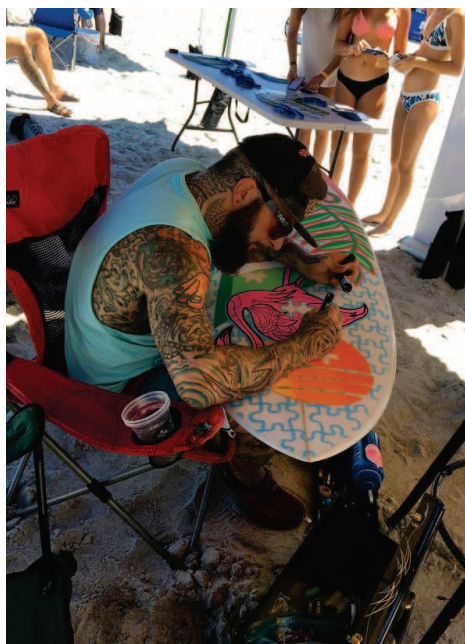


Illustration 6: Mark Longenecker à SFA (juin 2017, Cocoa Beach, photographie personnelle). Mark décore une planche pour la tombola pendant que les enfants surfent. Les morceaux de puzzle représentent l'autisme, et le flamant rose représente la Floride.

2.1.2 Surf Expo

Surf Expo est un salon très important pour les marques de surf (*hardware* et *lifestyle*) qui doivent y participer afin de se tenir à jour sur les nouveautés et d'être vu par concurrents et clients potentiels. En effet, c'est là que l'on découvre les innovations et les tendances, mais c'est aussi là que l'on ouvre de nouveaux comptes, que l'on crée de nouveaux partenariats, etc. Chaque année depuis trois ans, je reçois une invitation grâce à Sun Bum, et cela me permet d'observer la construction du monde du surf à travers la mise en œuvre de sa marchandisation. C'est ici que les industriels se réunissent et proposent des réponses adaptées aux besoins des surfeurs. Grandes et petites entreprises y ont une place (de Quiksilver aux petites marques locales) mais ce qu'il est important de souligner, c'est que chacune de ces enseignes envoie une délégation de *vrais* surfeurs pour les représenter (ils pratiquent l'activité et ne sont pas simplement des commerciaux). Il est fascinant d'observer les interactions entre participants car tous semblent se connaître par rapport à leur expérience du surf. Au cours des trois jours, il y a des animations diverses comme par exemple des défilés de maillots de bain, des petits concerts, des sessions de skateboard sur une rampe, etc. Il y a aussi un espace dédié à toutes les nouvelles inventions relatives à ce qu'on appelle l'« action sports industry » (entretien de Dustin du 10 septembre 2016 – 20-22). À cet égard, Surf Expo n'est pas uniquement le lieu des inventions approuvées par les *vrais* surfeurs. Beaucoup de produits allant de l'objet pratique à l'article vestimentaire ne correspondent pas à ce que les surfeurs incluraient dans leur mode de vie et qu'ils qualifient de *kookie*⁶⁶. Il peut s'agir de simulateurs de surf tels que les *ripsticks*⁶⁷, de chemises hawaïennes ou de crèmes solaires utilisant tous les stéréotypes du surf dans la stratégie marketing comme si le manque de qualité pouvait être camouflé par un excès de symboles.

L'emplacement de Sun Bum est toujours très travaillé afin de garder l'esprit *lifestyle* : il s'agit de recréer le bureau de Cocoa Beach, donc le décor du salon d'une ancienne maison floridienne. Il y a toujours un canapé et des *beanbags* (fauteuils poires) pour que les gens puissent s'asseoir et bavarder. Les panneaux qui enclosent la cabine sont recouverts de tons jaunes et bois (les couleurs de la marque). Les présentoirs sont fabriqués spécialement pour l'occasion. Des statues en vinyle du logo, le gorille Sonny, sont disposées un peu partout, avec depuis 2018 une version gonflable de plusieurs mètres de haut (Illustration 7). Pendant trois jours, les mêmes discours sont répétés à des milliers de personnes. Toute l'équipe est

66 Le qualificatif *kookie* désigne un objet, une personne ou un comportement étrange. C'est un terme souvent employé par les surfeurs.

67 Les *ripsticks* sont une sorte de skateboard à deux roues et dont l'avant et l'arrière sont articulés autour d'un axe (*stick*). Les skateurs et surfeurs ont tendance à se moquer des utilisateurs de *ripsticks* d'autant plus que dans le monde des sports de glisse, le verbe *rip* signifie *déchirer* dans le sens où des manœuvres techniques sont exécutées avec succès.

présente : le P.D.G. (Tom Rinks) et certains employés du bureau de Californie, les représentants régionaux (parmi lesquels Britty, l'un de nos sujets), le bureau de Cocoa Beach (représenté par Dustin). De plus, chaque année, le D.J. officiel de Sun Bum anime l'emplacement : il s'agit de Lance-O, l'un des sujets interrogés pour cette étude. C'est avec lui, à Surf Expo que j'ai mené mon premier entretien libre en 2015 par l'entremise de Dustin. En effet, à moins d'être présentée directement aux individus par l'intermédiaire de l'une de mes connaissances, je n'abordais pas les participants pour leur poser des questions parce que Surf Expo est un lieu de travail pour eux. En revanche, je scrutais, je prenais des notes et des photographies. Pour un observateur, Surf Expo permet d'explorer la pensée marketing qui se construit derrière un mode de vie et de prendre acte du contraste entre une subculture qui se veut instinctive, individuelle, spontanée et sa mise en œuvre industrielle pensée et organisée.



Illustration 7: Surf Expo 2018. (Photographie personnelle). Emplacement de Sun Bum sur l'allée centrale. Le logo de la marque est le gorille (Sonny), les meubles sont rapportés du bureau de Cocoa Beach. Les aspects du mode de vie sont rappelés sur l'arrière plan mural.

2.1.3 Concerts : Sonny's Porch

Sun Bum organise des concerts appelés Sonny's Porch sur la terrasse de son bureau à Cocoa Beach. L'ancienne maison floridienne rénovée offre le décor idéal pour une vitrine de la marque qui en tire profit en accueillant quotidiennement toute personne intriguée par les lieux, désireuse de boire un café ou une bière, de faire une partie de billard sur la table qui se trouvait à Camp David durant la présidence de John F. Kennedy, de s'asseoir dans le salon pour discuter avec l'équipe (Dustin, Brock et Devon). Ce bureau ressemble à une maison avec un grand salon au centre, une petite cuisine dont le frigidaire est toujours approvisionné en bières, une salle de bains dont l'entrée est décorée d'une peinture murale tropicale, trois chambres servant de bureaux et un ancien garage transformé en salon indépendant où sont exposés tous les gorilles en vinyle jaune et marron dédiés par les différents artistes qui se sont produits ici. La terrasse située dans l'arrière-cour est l'endroit où se déroulent les concerts mais aussi parfois les sessions de *brainstorming*. Par ailleurs, il est arrivé que par mauvais temps, le concert se déroule à l'intérieur, donnant une atmosphère très intimiste à la prestation malgré la puissance sonore de certains groupes, et produisant le sentiment enfantin d'avoir échappé à l'orage après une session de surf volée lors d'une éclaircie. La terrasse est protégée par une haie d'Areca Palm Trees (des palmiers très populaires en Floride). À l'entrée du parking se trouve une douche de jardin, accessible au public (principalement composé de surfeurs).

La durée des concerts est d'environ une demi-heure. Ils ne font pas l'objet de beaucoup de promotion, si ce n'est sur les réseaux sociaux à travers des groupes privés créés par l'équipe de Sun Bum. Les passants sont invités à prendre place dans l'un des canapés pour regarder le spectacle et boire une bière proposée par le sponsor de l'événement, Florida Beer Company⁶⁸. Pour chaque concert, Dustin choisit les groupes qui viennent jouer, selon ses goûts et ses envies. Il contacte ensuite les agents qui négocient les termes du contrat selon les souhaits des artistes. Ces derniers reçoivent une somme modique d'environ 3 000 dollars pour la performance. Lors des concerts, on voit souvent les mêmes visages, des figures locales telles que certains surfeurs ou wakeboarders professionnels, des *shapers* de renom comme celui de la marque Lost, les gérants de surf shops locaux tels que Catalyst, ou de cafés comme Juice and Java ou Surfinista, etc. Souvent, les artistes dorment sur place dans le salon situé en contre-bas de la salle principale. À la fin des concerts, le public reste pour discuter avec les musiciens ou prendre des photos, et il est demandé à chaque artiste de signer un Sonny en vinyle pour l'exposer dans le *hall of fame* de Sun Bum.

68 Florida Beer Company (F.B.C.) est une entreprise originaire de Brevard County qui appartient à Edward W. Scott. L'homme d'affaire est un ancien membre du gouvernement de Jim Carter et le créateur du Scott Center for Autism à Melbourne. À mon arrivée en Floride en 2012, j'ai travaillé dans le restaurant d'un club de tennis huppé dont il était le propriétaire.

Le but commercial de ces concerts est la promotion d'un mode de vie. Il s'agit de donner des signatures sonores⁶⁹ et une image à Sun Bum à travers des groupes choisis par Dustin mais en leur apposant le décor de Sun Bum. L'ensemble est toujours filmé par Drew qui vient spécialement de Saint Augustine pour l'occasion, et je suis la photographe dans la mesure de mes disponibilités. Dès mon arrivée en Floride, j'ai été fascinée par l'intelligence marketing des concepteurs de la marque (Tom, René, Brian). Alors avant même de commencer ma recherche, je m'étais déjà intéressée à leurs attentes en termes d'image et de représentation. J'ai eu l'opportunité d'en savoir plus lors de dîners d'affaires auxquels j'étais conviée en qualité d'épouse. Grâce à cela, j'ai réussi à devenir la photographe des événements lorsque je me suis proposée de le faire à la dernière minute après que la photographe officielle eut décidé de démissionner. Il me semblait avoir compris l'exigence esthétique de Tom qui ne recherchait pas une photographie parfaite macro et bien cadrée, mais une image de détails incongrus de personnes réelles à des moments où elles transmettaient une émotion, un ressenti (celui du mode de vie au soleil) et une certaine extase vis-à-vis de l'artiste qui se trouvait justement à proximité d'un logo Sun Bum. Il s'agissait de capturer un sourire, une mèche de cheveux décolorée par le soleil, une fesse dépassant d'un short, des grains de sable sur un tatouage, les pieds nus d'un artiste, etc. Les attentes de Tom étaient donc très claires en termes picturaux : la photographie idéale consiste à capturer l'un de ces moments avec le logo Sun Bum en arrière plan, un logo pouvant prendre la forme d'autocollants, de t-shirts ou de casquettes portées par les participants, mais pouvant aussi être rappelé par la présence incongrue de Sonny dans un arbre, sur une table, etc. En tant que photographe de ces concerts j'ai bénéficié d'un accès privilégié à l'organisation, aux artistes, mais aussi au public qui se prêtait au jeu de la mise en scène spontanée car beaucoup savaient que ces images paraîtraient sur le blog officiel de Sun Bum et sur YouTube.

Il y a environ quatre concerts par an. Ceux auxquels j'ai eu la chance de participer en qualité de photographe sont Nude Party, Passafire, Swimm, Iron Jane et récemment Mike Love (différent du Mike Love des Beach Boys). Ceux auxquels j'ai participé en qualité de spectatrice sont Collie Buds et Donovan Frankeinreiter⁷⁰. La différence entre les deux statuts réside dans le fait que l'objectif de mon appareil photo me permettait de saisir des moments très particuliers. Mon statut de photographe m'autorisait une plus grande intrusion dans l'espace personnel des artistes et du public ; en effet, je pouvais les scruter, m'approcher, entrer dans leur salon, accéder aux meilleurs points de vue. Par ailleurs, les artistes interagissaient avec un objectif différemment d'avec un spectateur car ils étaient conscients

69 La signature sonore implique la qualité d'un son, or le but des concerts est de donner une identité sonore à la marque au travers du caractère particulier des artistes choisis pour leur expressivité.

70 Le concert de Donovan Frankeinreiter est mon premier Sonny's Porch en tant que spectatrice. L'artiste est un surfeur originaire d'Hawaï. Son style est très similaire à celui de son ami Jack Johnson.

que leur image serait capturée puis publiée et refléterait ce qu'ils faisaient de cette image. L'inscription dans le temps et l'accord tacite entre la photographe et l'objet ou le sujet photographiés transformaient les interactions puisque l'entité publique (la musique ou l'artiste) allait être publiée à travers mon regard et mon interprétation des attentes de Sun Bum.



Illustration 8: Sonny's Porch : Concert de Mike Love (mai 2016, photographie personnelle). Mike Love est l'homme aux longues dreadlocks blondes, ici de dos sur la terrasse du bureau de Sun Bum à Cocoa Beach. La photographie est intéressante pour la marque car elle met en avant le lieu, les artistes, leur public et deux logos de Sun Bum : le gorille en vinyle à gauche, sur la table, et l'autocollant à droite, sur la fenêtre.



Illustration 9: Sonny's Porch : Mike Love signe un Sonny en vinyle. Chaque artiste écrit le nom de son groupe sur le mur (on voit celui de Swimm en arrière plan). La Florida Beer Company est aussi représentée ici.

2.1.4 Rootfire Festival

Beaucoup de concerts et d'expositions en lien avec la culture du surf ont lieu sur la Space Coast. Chaque année, le Rootfire at the Park (ou Rootfire Festival) a lieu à Cocoa Village dans un parc au bord de la rivière. Il se déroule au mois de novembre sur trois jours pendant lesquels des groupes de reggae internationaux mais aussi locaux se succèdent⁷¹. Lors des entretiens, le D.J. d'Endless Summer Radio, Bart Kelley, a insisté sur l'aspect local comme étant l'une des conditions pour accueillir l'événement, et de ce fait, le site web du festival revendique l'inclusion d'entreprises locales pour la restauration mais aussi pour la musique et le *lifestyle*. Dès lors, Sun Bum ainsi que Kulcha Shok sont deux des sponsors de l'événement. Pendant ces trois jours, des activités comme le yoga ou des ateliers artistiques pour les enfants sont proposées, et l'utilisation de vélos est encouragée, même récompensée par une réduction

71 En 2017, le festival a eu lieu du 10 au 12 novembre, et l'intégralité des recettes ont été reversées à l'aide pour les personnes affectées par l'ouragan Irma qui a touché la Floride au début du mois de septembre 2017 (Foster, 2017).

de cinq dollars sur un ticket d'entrée à 89 dollars. Les organisateurs décrivent Rootfire at the Park ainsi :

A music & lifestyle festival with the promise of exceptional music and thoughtful details that make a day outside better. Things like free sunscreen, games, and discounted tickets if you ride your bicycle. We are highlighting craft vendors who create thoughtful food, and local vendors who keep the energy close to home. In the beverage world, we extend the term craft to not only cover quality beer and wine, but to also offer a place to enjoy other beverages ranging from kombucha to kava kava, and beyond. (Foster, 2017).

Le festival est né à Monterey, en Californie sous le nom de Rootfire Soundclash (RF 001). Le deuxième avatar du festival s'appelle Rootfire at the Beach (RF 002) et se déroule à Avila Beach en Californie. Rootfire at the Park (RF 003) a eu lieu pour la première fois en Floride en octobre 2016. Rootfire in the Emerald City (RF 004) se tient à Seattle dans l'État de Washington. Le but de ces concerts est de financer le Rootfire Cooperative qui offre aux artistes des prêts à taux zéro et propose ainsi une alternative aux labels d'enregistrements traditionnels (Foster, 2017). Lors de ces concerts, l'esprit reggae est allié à la subculture du surf, ce qui fait de ce festival un lieu privilégié d'observation d'une mise en œuvre du *lifestyle* de la subculture du surf particulièrement représentative de la Floride comme nous le verrons au cours de ce travail. En tant que chercheuse, j'ai pu observer la manière dont les participants articulaient leurs relations sociales et personnelles sous leurs statuts respectifs de surfeurs, entreprises ou artistes et la proximité qui existait entre ces trois statuts. C'est lors de ces concerts qu'un lien entre surf et reggae est apparu pour la première fois en termes de valeurs propres aux *lifestyles* respectifs : les deux subcultures prônent le respect de l'environnement, l'inclusion des enfants, le respect du corps et son exploration à travers les activités physiques mais aussi les substances psychotropes (les odeurs de marijuana sont facilement décelables lors des concerts malgré la présence de policiers). Il est intéressant de noter que les noms choisis pour les événements dans le milieu du surf ont souvent à voir avec les sources culturelles de l'activité (Root renvoie aux racines de la culture reggae associée lors de ce festival à la culture surf, Kulcha Shok signifie choc culturel, etc.).

2.1.5 Cocoa Beach Surf Museum

L'un des autres lieux intrinsèquement liés au foisonnement artistique dont il est question ici est le Florida Surf Museum à Cocoa Beach. Le musée n'est pas très grand et peu visible de la route mais il propose des expositions pertinentes pour toute personne désireuse de découvrir la culture du surf locale. Le musée fait partie de Ron Jon Surf Shop et a pour but de préserver l'histoire du surf floridien : « The Florida Surf Museum preserves and documents all aspects

of the unique history and culture of East Coast surfing » (Florida Surf Museum). La première exposition à laquelle j'ai assisté était une rétrospective de la vie des frères Hobgood, deux surfeurs professionnels originaires de Satellite Beach. Les présentations du musée sont ludiques mais du point de vue de notre recherche leurs contenus n'ont que très peu d'intérêt informatif puisqu'il s'agit souvent de données que je connais déjà ou que je peux me procurer autrement de façon plus complète et formelle. L'intérêt du lieu réside alors dans les vernissages car les personnes ou artistes concernés peuvent être présents, et ce sont les réactions et commentaires des visiteurs, souvent proches des artistes ou surfeurs concernés, qui mettent les œuvres ou les objets en perspective. En effet, c'est lors des vernissages que j'ai créé des liens et que j'ai pu observer les interactions d'individu à individu et d'objet à individu. À ce titre, le vernissage de l'artiste et pionnier du surf floridien, Gary Propper, était un succès ethnographique. La majorité des membres du public étaient des baby-boomers, anciens surfeurs, de *vrais* Floridiens qui se retrouvaient autour de l'œuvre rétrospective du père du surf en Floride. J'ai pu observer Gary Propper au milieu de ses pairs, présentant son travail artistique (Illustration 10). J'ai par ailleurs gagné une reproduction de son travail (Illustration 11). Comme j'étais seule, j'ai intrigué certains membres du public qui m'ont abordée et m'ont présentée à leurs amis. J'ai discuté avec des *shapers* et des artistes locaux comme Honey Miller que l'on aperçoit discutant avec Gary Propper sur l'Illustration 10. Lors de ces événements, qu'il s'agisse de compétitions, de concerts ou d'expositions, je jouais toujours deux rôles, celui de participante et celui d'observatrice. Je passais de l'un à l'autre de ces statuts, et les deux points de vue me permettaient d'effectuer un travail de recherche à la fois empirique et théorique. C'est le croisement de ces deux approches qui m'ont permis d'établir des pistes d'analyse.



Illustration 10: Surf Museum : Exposition de Gary Propper (août 2017, photographie personnelle). Gary Propper (l'homme à la casquette noire) discute avec le chanteur de Honey Miller (l'homme aux cheveux longs).

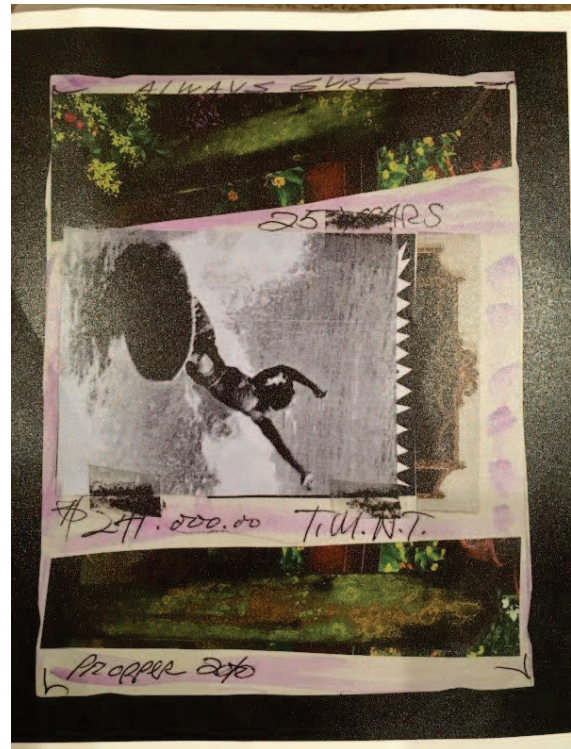


Illustration 11: Surf Museum : Exposition de Gary Propper (août 2017, photographie personnelle). Sérigraphie d'une des œuvres de l'artiste.

2.2 Enquête sociologique : le questionnaire

2.2.1 Interrogations préliminaires et parti-pris théorique

Afin d'obtenir une vision d'ensemble de la population étudiée, nous avons créé un questionnaire adressé aux surfeurs de Brevard censé dégager des tendances démographiques, sociales et culturelles (Paugam, 2012). Les catégories et questions ont été pensées en fonction de notre problématique. Par exemple, nous nous sommes demandés si la relation que les surfeurs développent avec leur musique varie en fonction de la nature de leur implication dans ce mode de vie, et si cela pouvait avoir un impact sur les marquages identitaires. Nous avons tenté de comprendre comment les participants entraînent dans la subculture et sous quelles conditions ils y restaient et développaient une conscience d'eux-mêmes à travers elle. Nous nous sommes interrogés sur l'expression même du surf (une activité formelle publique mais ritualisée dans sa sphère privée) et sur sa propension à se trouver représentée à travers la musique, alors langage symbolique nécessaire pour l'union légitime ou légitimée de la

communauté et pour le passage du singulier au collectif. Conscients du fait que certains aspects de la pratique du surf peuvent être fortement ritualisés (comme des gestes systématiquement répétés avant d'entrer à l'eau), nous nous sommes demandés si ces façons d'agir pouvaient être observées à travers les modalités d'écoute des participants. Notons à cet égard que nous anticipions que les genres musicaux choisis par les surfeurs devaient nous éclairer sur leurs modalités d'écoute puisqu'il était posé que chaque grand genre musical se distingue par des comportements de consommation spécifiques particulièrement observables lors des concerts. Ainsi des concerts de punk, de musique classique ou de reggae impliqueraient par exemple divers agencements de l'espace, des publics différents, des réactions corporelles spécifiques à chaque genre ainsi que des pratiques culturelles et sociales appropriées. Nous avons aussi constaté que le terme *organic* était souvent employé par les surfeurs pour parler de nourriture, de surf et de musique (entretien de Lance-O du 16 janvier 2016 – 1). Le mot dénote une relation harmonieuse entre les éléments d'un ensemble (la nourriture *organic*, biologique en français, renvoie au fait que les produits sont élaborés dans le respect de leur environnement, la nature ; en musique, cela signifie que la création est vivante et en accord avec l'*ethos* de celui qui la produit ; en surf, il s'agit d'une relation respectueuse et collaborative avec l'environnement). Alors grâce au questionnaire, nous souhaitions déterminer comment les composants de la subculture s'harmonisent entre eux pour créer un mode de vie dans lequel la musique serait susceptible de jouer un rôle identificatoire.

La question du mode d'entrée dans la subculture du surf et donc de son mode de vie a soulevé des points fondamentaux. En effet, si l'on considère qu'au départ un néophyte choisit un groupe d'appartenance pour la valorisation identitaire que celui-ci lui offre, il y a d'emblée un choix qui s'opère en fonction de critères affectifs et esthétiques déjà formés. Ce sont les attitudes, les discours, les activités, les modes ou encore les choix musicaux qui sont adoptés dans leur ensemble puisqu'ils constituent le fondement du groupe choisi. Cela nous a amené à définir certains stéréotypes engagés dans ces choix initiaux puisqu'ils constituent des attentes relatives à un groupe social comme le soulignent Lee & Fiske (2008) :

Stereotypes constitute a person's set of expectations about a social group's characteristics, including traits, behaviors, and roles. They are the categorical associations perceivers make to group members based on their membership. Although cognitive in form, stereotypes are interlocked with affect and behavior. (Para. 1).

Il a donc fallu explorer la question des stéréotypes et voir jusqu'où elle pouvait affecter des individus sur un éventail incluant toutes les catégories de surfeurs : du néophyte au professionnel, du simple participant à l'acteur du *lifestyle*. Nous avons aussi fait le choix de

nous inspirer de certaines approches marketing et de leurs enquêtes de consommateurs puisqu'elles sont par essence des études sociologiques approfondies pouvant être appliquées à nos sujets. L'une de ces études, celle de Moutinho *et al.* (2007), offrait des points de départ théorique à confirmer ou infirmer en fonction des réponses obtenues dans nos questionnaires. Par exemple, nous étions en accord avec les auteurs sur le fait que le surf est un mode de vie : « [m]ore than just a sport, surfing is a way of life that has a great deal of influence on the fashion world, music and brands » (p. 672). En revanche, nous émettions des réserves sur leur idée que les membres de prétendues tribus de surfeurs ne consommaient que des images : « [a] tribe member becomes 'an illusion consumer [who] buys images not products' (Elliot, 1999)⁷² » (*ibid.*, p. 671). Alors nos questions devaient nous permettre d'une part de dégager des interactions bilatérales entre surfeurs et objets de consommation comme le matériel ou la musique, et d'autre part de déterminer si la notion de « tribu » était valide, tout comme celle de « consommateur d'illusion ». Sur ce dernier point, nous présagions que cela pouvait être le cas du touriste mais pas du surfeur actif dans le mode de vie. Dès lors, nous postulions que premièrement, les vrais acteurs de la subculture sont aussi ceux qui la modulent et qui en dessinent les contours et les orientations ; que deuxièmement, ce sont les surfeurs qui créent l'équipement et qui décident quand une marque est devenue *soft-shell*⁷³ comme Quiksilver ; et que troisièmement, il existe deux types de publics attirés par ce mode de vie, l'un à qui l'on peut vendre une image du produit, l'autre qui donne les critères de l'authentique et qui en est aussi le gardien (un postulat qui s'appliquait par ailleurs à la musique). Dans la continuité de la pensée sociologique du marketing, nous nous sommes aussi demandés si la musique pouvait être envisagée comme une valeur ajoutée pour la subculture et ses participants (de la même manière qu'une marque le serait pour une gamme de produits). Les caractéristiques fonctionnelles et relationnelles des marques décrites par Moutinho *et al.* (2007) pouvaient alors être appliquées aux musiques choisies par nos échantillons de surfeurs pour exprimer des fonctions symboliques, représentatives et identitaires. La musique prendrait alors une valeur symbolique qui permettrait de projeter une image, celle d'une culture à laquelle on souhaite appartenir, celle du surfeur que l'on souhaite être ou celle d'un paraître. Si l'action (la technique en surf) n'est pas ou plus suffisante pour justifier l'appartenance au groupe, alors le dévouement à un style musical permettrait d'intégrer ou de perdurer au sein d'un groupe.

Dans l'élaboration du questionnaire, nous sommes aussi partis du constat que la musique n'est pas limitée géographiquement, en d'autres termes, que les surfeurs de Floride n'écoutent pas

72 Elliot, R. (1999). Symbolic meaning and postmodern consumer culture. In Brownlie, D. *et al.* (Eds), *Rethinking Marketing* (pp. 112-125). London: Sage.

73 La division entre *hard-core* et *soft-shell* (littéralement traduits, noyau dur et enveloppe molle), marque le degré de crédibilité d'une marque ou d'un mouvement culturel comme celui de la *surf music* en termes de popularité aux yeux d'un public plus ou moins large, plus ou moins connaisseur.

que de la musique floridienne. En revanche, il nous semblait que leur consommation musicale était partagée de manière significative pour lui donner un sens social. Ce que l'article de Moutinho *et al.* (2007) nous apprend de la relation entre consommateurs et marques nous est apparu applicable à la relation entre consommateurs et musiques puisque nous estimions que les artistes pouvaient être considérés comme des marques à part entière : « Consumers perceive brands as a promise for a specific experience that, when socially shared with others, leads to the formation of a community and a shared sense of identity » (p. 674). Il est alors devenu pertinent de se demander si la manière d'adhérer à un mode de vie tel que celui du surf pouvait être projetée dans une musique, surtout si la mise en œuvre de l'appartenance prenait des formes tribales de « reconnaissance, d'approbation, d'intégration, et de fidélité » (*ibid.*, p. 674) envers le groupe. Ces théories de consommation ont alors soulevé deux questions : d'abord il s'agissait de déterminer si les surfeurs adoptent une musique parce qu'elle est une représentation de leurs identités esthétique et culturelle, ou à l'inverse, si la musique est créée pour répondre aux besoins de ce public de surfeurs (la musique la plus représentative doit-elle alors être créée par des surfeurs eux-mêmes ?). Ces interrogations renvoient directement à un problème fondamental de notre étude : la *surf music* est-elle un reflet de l'identité, en est-elle une construction ou faut-il dépasser cette dichotomie ?

Enfin, une question relative à l'appartenance sociale devait aussi être posée puisqu'il était envisageable que selon les communautés, le surf puisse être perçu différemment et donc être placé à divers niveaux de l'échelle sociale. En accord avec Maffesoli⁷⁴ (2000) et Moutinho *et al.* (2007), nous prédisions que cette catégorisation n'était pas figée et pouvait évoluer rapidement en fonction du contexte économique, social et historique, ce qui permettait de penser que les perceptions sociales étaient sans doute elles aussi volatiles : « These postmodern communities, according to Maffesoli (1996), are inherently unstable, but can be held together by shared emotions, lifestyles, and consumption practices (Cova, 1997)⁷⁵ » (*ibid.*, p. 677). Si le questionnaire attestait cette hypothèse, on pouvait se demander si les perceptions sociales des sujets envers le surf pouvaient être mises en lien avec leurs choix musicaux selon un principe fonctionnel d'ancrage identitaire dans ces communautés. L'affiliation et la possibilité de socialisation par l'appartenance à un groupe de surfeurs se manifesteraient par l'adoption de musiques validées par la communauté.

74 Nous sommes conscients de la controverse portant sur le sérieux du travail de Michel Maffesoli mais son ouvrage a nourri la réflexion de cette recherche à la fois par les questions qu'il posait et par l'absence de réponses à ces questions, alors il ne peut être omis.

75 Cova, B. (1997). Community and consumption: towards a definition of the 'linking value' of products and services. *European Journal of Marketing*, 31(3/4), 297-316.

2.2.2 Description du questionnaire

Le surf et sa culture se retrouvent sur tous les continents alors l'impact socio-culturel du surf sur les sociétés ne peut être ignoré d'autant plus que le phénomène est accentué par sa démocratisation ces vingt dernières années en Floride ainsi que sur l'ensemble de la planète. Cela dit, il y a un manque de recherche empirique sur le surf en tant que phénomène socio-culturel (dans le monde et en Floride), et une quasi absence d'exploration des marquages identitaires des individus inscrits dans la culture. Comme nous l'avons vu, il existe différents types de participants ainsi que des consommateurs non-participants orbitant autour du monde du surf. Si ces derniers ne peuvent être ignorés à cause de leur impact sur le rayonnement de la culture, nous avons fait le choix de ne pas les interroger car les questionnaires étaient censés apporter des données empiriques sur les surfeurs en termes de démographie et de liens à leur subculture⁷⁶. L'enquête sociologique a donc pris la forme d'un questionnaire adressé aux participants et aux acteurs du surf. Pour rappel, le but des questions était de comprendre les liens entre *musicking* (choix musicaux et pratiques de consommation musicale) et subculture du surf au sein d'une communauté localisée évoluant dans un espace défini socio-culturellement et géographiquement. Les notions qui ont régi l'élaboration du questionnaire sont celles d'identité, de représentation et d'expression conjointe de ces deux notions. Il convenait alors d'essayer de comprendre la nature des liens qui existent entre une implication dans la subculture et une esthétique idiosyncrasique dans les questions identitaires.

Le questionnaire est divisé en trois grandes catégories : « A - Direct Questions », « B - Photo Elicitation », « C - Comments ».

La section A est divisée en quatre parties. La première partie du questionnaire a permis d'établir des catégories démographiques en mettant au jour des possibilités de liens de cause à effet entre les origines sociales, géographiques et culturelles dans la détermination esthétique. La deuxième partie intitulée « Level of involvement with surfing : Group belonging » nous a permis de constituer des catégories d'individus selon leur implication dans la subculture. Cela nous a renseigné sur leurs interactions avec les symboles du surf, et par déduction, avec ceux des musiques qu'ils écoutent (ce qui renvoie aux parties trois et quatre respectivement intitulées « Relation to music » et « Music and representation »). La première partie a aussi

76 Au début du travail de recherche, deux types de questionnaires avaient été créés : l'un pour les surfeurs, l'autre pour les non-participants ayant des liens avec la subculture. Il s'agit d'individus attirés par l'aura esthétique du surf comme des touristes ne s'adonnant au surf que lors de leur séjour sur les côtes ou de personnes plongées dans le milieu par hasard ou à cause de leur travail ; on pense à certains vendeurs de surf shops ou encore au personnel de bureau comme chez Sun Bum. Beaucoup vivent le mode de vie par procuration ou sont simplement fascinés par la culture du surf comme on peut l'être par un artiste. Mais il s'est avéré que les données relevées par leur questionnaire orientaient la recherche sur un tout autre propos : celui du stéréotypage des cultures par des exogroupes.

permis de déterminer les ports d'entrée dans la subculture et de comprendre l'influence des différents groupes impliqués dans l'évolution, la validation et les représentations de la subculture du surf sur la Space Coast à travers la musique. Nous posions que l'un des stades de la construction identitaire peut se faire lors de l'introduction à une culture, ici un *lifestyle sport*. Alors d'une part, le questionnaire a permis de déterminer le port d'entrée dans la subculture et donc de comprendre les liens affectifs et socio-culturels entre le sujet et le surf, et d'autre part, il a permis d'établir les modalités de maintien et de cohésion dans la subculture du point de vue du jugement esthétique de la musique. Les questions des parties trois et quatre sont directement liées à la musique et à la culture du surf. Elles nous ont permis de dégager des informations précieuses sur l'appartenance communautaire, les représentations sociales et les préférences musicales en lien avec la culture du surf.

La section B du questionnaire consiste en une technique empruntée à la psychologie du marketing appelée *photo elicitation* qui permet de comprendre les habitudes de consommation et de goûts des enquêtés sans influencer leurs réponses (Bignante, 2010 ; Epstein *et al.*, 2006 ; Harper, 2002). Cette pratique inspirée des théories sur les comportements de consommateurs est utilisée parce qu'il est posé que la musique et le surf sont des biens consommables, et qu'alors cette approche permet de comprendre comment et selon quels critères ils le sont. Les résultats ont été mis en perspective avec les représentations externes à l'individu mais aussi internes quant à sa propre place au sein de la communauté. Cette partie du questionnaire est composée de deux questions.

La première question consiste à présenter au sujet des groupes de photographies en lui demandant laquelle il préfère. Chaque groupe de photos a été choisi pour ce qu'il pouvait potentiellement révéler au sujet des individus dans le domaine qui est le nôtre des points de vue affectifs, socio-culturels et esthétiques. Les individus interrogés ne connaissaient pas le système d'élaboration des catégories et ne voyaient pas les titres sous lesquels étaient placées les photos puisque ces derniers indiquaient la nature de ce qui était observé. Les assemblages de photos ont été élaborés selon les hypothèses suivantes :

- « Consumption » : on supposait que les surfeurs choisiraient le surf shop local parce que d'abord ils se devaient de soutenir leurs réseaux d'influence, ensuite ils affirmaient leur statut d'initié à un groupe exclusif et enfin ils se démarquaient des consommateurs non-participants (qui faute de connaissances authentiques du surf arborent les logos des chaînes de magasins sur leurs voitures et leurs vêtements).
- « Intergroup Relations » : on cherchait à savoir s'il existe une tendance au conformisme ou à l'individualisation en déterminant un type d'individu attiré par une

forme d'uniformité ou au contraire, en quête de différence dans l'hétérogénéité du milieu.

- « Recognition - Visual Symbols » : deux *boardshorts* de la même marque portés par Kelly Slater étaient présentés. L'une des photos montrait Kelly Slater posant avec le short, l'autre était seulement la photographie du short. Nous avons émis l'hypothèse que les surfeurs choisiraient la photo du short seul car leur légitimité leur permettait de ne pas se servir de l'image de Slater pour affirmer leur identité de surfeur.
- « Territoriality » : les drapeaux de la Floride, de la Californie et d'Hawaï étaient proposés. Nous supposons que malgré un regard tourné vers l'ouest, les surfeurs resteraient très locaux et choisiraient le drapeau floridien.
- « Lifestyle » : certaines marques misent plus que d'autres sur un système de promotion axé sur le mode de vie de la culture surf. Malgré la renommée de Banana Boat, nous pensons que les surfeurs choisiraient Sun Bum, une marque qui fonde sa stratégie marketing sur un mode de vie et une culture du surf localisée (un produit lancé et fabriqué à Cocoa Beach).
- « Authenticity » : deux photographies d'une même personne étaient proposées ; il s'agissait d'un mannequin de mode inconnu. Dans l'une des photos elle apparaissait au naturel, sans maquillage, dans l'autre, elle posait de manière très sophistiquée. Nous supposons que les surfeurs opteraient pour la première moins glamour à cause de son style épuré et plus proche de la réalité malgré les qualités conventionnellement esthétiques de la seconde.
- « Collaboration » : le surf est un sport individuel (il ne se joue pas avec ou contre une équipe et il se pratique souvent seul). Étant donné le choix entre du canoë à deux ou du kayak en solitaire, nous pensons que les surfeurs choisiraient le kayak.

Notons que ces hypothèses émises envers les surfeurs ont été conçues à partir d'observations préalables et donc de connaissances antérieures de ce milieu. L'objectif était donc d'affirmer ou d'infirmer de manière formelle une vision empirique mais extrinsèque de la subculture telle qu'elle se présente en Floride.

La deuxième question du test par photographie consistait à associer l'image d'un accessoire musical à la culture du surf. Une seule catégorie d'instruments a été choisie afin de garder une certaine cohésion. Il s'agissait d'instruments à corde censés représenter des grands styles musicaux. La guitare électrique (tournée vers le rock est nécessairement associée à la mise en scène et à l'aspect historique de la *surf music*), la guitare acoustique (plus polyvalente, est

transposable dans une variété de contextes—scène, plage, concert privé—et est associée à l’aspect mode de vie glocal du surf), le ukulélé (instrument hawaïen très marqué culturellement, voire stéréotypant).

Les notions clés d’altérité, de glocalité et de relations intergroupes transcendent le questionnaire afin de nous permettre l’analyse des réponses dans la perspective d’une ethno-esthétique du surf en Floride. Les réponses aux questions devaient ancrer de manière empirique l’idée que la subculture se compose d’individualités cohérentes qui choisissent la démarcation, le local et l’affirmation par la pratique socialisante et l’action esthétique. Cela devait nous aider à mettre en relief la mise en œuvre de procédés performatifs (d’interactions) dans l’appartenance à une subculture par opposition au simple désir d’appartenance symbolique (de rapports) à un univers uniforme.

Trente-cinq enquêtés ont répondu aux questions. Le questionnaire se trouve en annexe 1. Les moyennes de leurs réponses se trouvent en annexe 2.

2.3 Caractéristiques des entretiens sociologiques

2.3.1 Entretiens semi-directifs : protocole de mise en place et transcriptions

La constitution des entretiens s’est faite sur la même base réflexive que celle du questionnaire mais en privilégiant l’ouverture aux interprétations des sujets et à une expérience plus intime de la subculture. Si les entretiens semi-directifs diffèrent de la technique des récits de vie en ce qu’ils comportent des questions, la finalité est similaire puisque dans la perspective ethno-esthétique, les réponses des individus interrogés témoignent de leur expérience d’un même objet socioculturel qui s’inscrit dans la chronologie de leur vie (Pruvost, 2011). Tous les sujets interrogés lors des entretiens libres ou semi-directifs avaient pour point commun le surf (en tant qu’acteurs) et la Floride (par naissance ou par choix). Leur implication dans la culture était homogène : tous pratiquaient l’activité, vivaient le mode de vie, en étaient des acteurs et tous étaient originaires de la Floride ou y avaient vécu assez longtemps pour y être assimilés à des natifs (la question de l’appartenance régionale étant un aspect important et controversé du surf). Par contraste, les questionnaires ont pris en compte des personnes qui vivent le mode de vie mais n’en sont pas forcément des acteurs déterminants. Les questionnaires représentent alors des individus rattachés à la Floride soit à travers leur pratique du surf, soit à travers leur adoption du *surf lifestyle* floridien.

Pour les entretiens, le protocole a consisté à prendre contact avec les sujets après qu’ils m’ont été recommandés par Dustin (Sun Bum) en premier lieu, puis par les personnes interrogées *a posteriori* créant un effet boule de neige dans la recherche. Je contactais ensuite la personne et

m'organisais en fonction des disponibilités et surtout des envies de chacun. Ainsi certains sujets ont préféré me rencontrer dans leur restaurant préféré, d'autres chez eux, d'autres encore sur leur lieu de travail. Tous les échanges ont eu lieu en face-à-face et j'ai utilisé mon téléphone pour enregistrer les conversations parce que c'est un objet qui fait partie de la vie de tous les jours et qui semblait alors moins susceptible de distraire mes interlocuteurs. Je n'ai pas utilisé de microphone parce que je ne voulais pas mettre les sujets dans une situation inconfortable dans laquelle ils auraient pu se focaliser sur l'objet inhabituel et intrusif qu'est le microphone. Le thème de la recherche, les grandes lignes de l'entretien, ainsi que les finalités étaient annoncées dès le début des entretiens de manière à stimuler la curiosité de mes interlocuteurs, ce qui a fort bien fonctionné puisqu'il se trouvait toujours un moment où eux-mêmes finissaient par interroger leurs propres pratiques.

Les entretiens semi-directifs étaient orientés par un fil conducteur thématique. Avant chaque rencontre, un questionnaire était préparé spécifiquement selon ce que le sujet pouvait apporter à la recherche. Un plan de questions types avait été créé en amont, qui était retravaillé en fonction des sujets. Ces derniers n'avaient pas accès aux questions afin de permettre un échange plus libre et d'éviter qu'ils se sentent prisonniers d'un cadre théorique qui risquait d'avoir un impact sur leur spontanéité et donc la qualité de leurs réponses. Par ailleurs, je connaissais assez bien mes questions pour ne pas avoir à m'y référer de manière systématique et cela m'a aussi permis de rebondir de façon naturelle sur ce que pouvait dire mes interlocuteurs. L'entretien semi-dirigé comprenait quatre grands thèmes (dont les questions étaient ensuite adaptées à chaque sujet). Les thèmes étaient organisés selon l'ordre suivant : données biographiques, surf et *lifestyle*, *surf music* et *lifestyle*, relations intergroupes. Les transcriptions ont été analysées en utilisant une large approche thématique qualitative qui s'est focalisée sur l'incorporation de la musique dans le *lifestyle* des surfeurs. À partir des entretiens, quatre grands thèmes ont émergé concernant les liens qu'entretiennent les surfeurs avec leur subculture (surf et musique) : les problématiques de représentation, de consommation, d'organisation, de participation.

Six personnes ont été interrogées pour un volume d'enregistrement d'environ quatre heures et dix minutes. J'ai tenté de préserver les traces de l'oralité en marquant les hésitations, les phrases inachevées, les structures syntaxiques erronées et les digressions parce que tous ces éléments reflètent des potentialités interprétatives. Les onomatopées sont gardées et certains comportements physiques traduisant des émotions comme les rires sont retranscrits. J'ai limité au maximum mon intervention en tant qu'intermédiaire dans la transcription en essayant d'y inclure autant de détails que possible.

<i>Conventions de transcriptions</i>	
Notation	Interprétation
Gras	Intervention de la chercheuse
<u>A.S.</u>	Identité des enquêtés (entretiens groupés)
[Crochets]	Description para-linguistique comme des rires ou l'intervention de phénomènes extérieurs
MAJUSCULES	Syllabe marquée par une accentuation prosodique
(XXX)	Fragment d'enregistrement inaudible ou incertain
Retour à la ligne	Marque le changement d'interlocuteur
« Guillemets »	Discours rapporté

2.3.2 Entretiens libres : approche spontanée

Les entretiens libres se sont faits de manière impromptue lors de rencontres imprévues comme lors de l'exposition de Gary Propper à Cocoa Beach. Ils faisaient suite à la rencontre d'une personne dont le parcours de vie semblait correspondre à un aspect de la recherche. La rencontre et l'entretien étant quasiment simultanés, le lieu n'était pas choisi à l'avance et l'entretien se déroulait donc en milieu naturel avec les contraintes que cela suppose. Il pouvait y avoir du bruit, des interruptions, des oublis, etc. Après avoir proposé à la personne un entretien enregistré sur le ou les thèmes qui avaient suscité ma demande, la recherche était expliquée ainsi que les objectifs théoriques. Le téléphone était utilisé pour l'enregistrement mais l'écran était caché pour faire oublier sa présence à mon interlocuteur (contrairement aux entretiens semi-directifs, les sujets n'avaient pas ici le temps de se faire à l'idée que leur discours allait être enregistré). Les normes de transcriptions sont les mêmes que pour l'entretien semi-directif.

Qu'il s'agisse d'entretiens semi-directifs ou libres, j'étais toujours consciente de l'idée bourdieusienne que :

La différence n'est pas entre la science qui opère une construction et celle qui ne le fait pas, mais entre celle qui le fait sans le savoir et celle qui, le sachant, s'efforce de connaître et de maîtriser aussi complètement que possible ses actes, inévitables, de construction et les effets qu'ils produisent tout aussi inévitablement⁷⁷. (Bourdieu, 1993, cité dans Dantié, 2004, p. 4).

Alors je me suis efforcée de ne montrer aucune opinion lors des entretiens, et tout en affirmant une connaissance de mon objet d'étude, je n'ai jamais tenté d'imposer mes vues à mes interlocuteurs afin de leur permettre d'exposer librement leur vision de la subculture.

⁷⁷ Bourdieu, P. (1993). *La misère du monde* (Collection Points). Paris: Éditions du Seuil.

2.4 Investigation des réseaux sociaux

2.4.1 Facebook : *playlists* des surfeurs de la Space Coast

Le fait de m'être intégrée dans la communauté des surfeurs de la Space Coast m'a aussi permis de créer de nouveaux contacts sur les réseaux sociaux. Facebook est souvent plus protégé qu'Instagram alors « être amis » facilite l'accès aux publications d'une personne ou à ses données privées. Cela étant, la plupart des utilisateurs ne vont pas jusqu'à protéger les sections préférences musicales, filmiques, etc., alors il est facile de faire des recherches sur leurs inclinations esthétiques, du moins telles qu'elles sont représentées dans la construction de leur image publique. En effet, Facebook a une fonction qui permet aux utilisateurs de mettre en avant leur sensibilité musicale. Il leur suffit pour cela « d'aimer » la page de leurs artistes favoris. J'ai donc visité toutes les pages des personnes interrogées pour les entretiens ainsi que celles de leurs contacts surfeurs résidant dans le comté de Brevard. Les résultats sont souvent apparus surprenants car ils ne correspondaient pas toujours à nos attentes de départ. En fait comme nous le verrons dans la partie objectivation des données, beaucoup de facteurs tels que la génération, le genre de la personne, ainsi que son appartenance à d'autres subcultures sont reflétés dans la diversité des choix musicaux affichés sur le réseau social. La notion d'affichage est importante car l'image que les utilisateurs souhaitent montrer d'eux sur les réseaux sociaux n'est pas toujours le reflet de la réalité. Par ailleurs, il faut distinguer deux types de listes musicales présentes sur Facebook : celles des particuliers qui ont une fonction de marqueur d'appartenance communautaire, c'est-à-dire que l'utilisateur cherche à se qualifier socialement pour appartenir à un groupe à des fins identitaires ; et celles des professionnels (du surf ou de la musique) qui cherchent une légitimité auprès d'un certain public à des fins commerciales.

Dès lors, en apport à l'enquête et aux entretiens sociologiques, les *playlists* observées sur Facebook nous ont permis de renforcer la délimitation d'une *surf music* spécifique à la Space Coast à travers le prisme des surfeurs tout en gardant à l'esprit le besoin de prise en compte des différences entre une esthétique privée et l'autre public. L'objectif était alors d'une part de mettre en valeur l'influence potentielle de l'élément musical dans le marquage identitaire social, et d'autre part d'appréhender la musique comme le reflet d'une identité subculturelle (la quatrième partie montrera que la dichotomie initiale entre musique comme construction identitaire ou miroir d'une identité a été dépassée pour parler de marquage identitaire dans l'inscription à la subculture par le rapport à l'objet artistique). Enfin, en utilisant un effet de double miroir, nous avons mis en tension les discours personnels et publics des surfeurs afin de tenter de déterminer des *surf musics* imaginées localement à travers les réseaux sociaux et

dans la réalité, puis nous avons entrepris d'explorer la manière dont les surfeurs associent certaines musiques à des pratiques du surf globales et locales, et à un mode de vie régionalisé.

2.4.2 Instagram : sémiotique du surf et de la *surf music* sur la Space Coast

Instagram ne propose pas de section sur les préférences musicales des utilisateurs. Tout se fait à travers la publication de photographies auxquelles il est possible d'ajouter des commentaires sous formes de phrases, d'icônes (les émojis) et de *hashtags* (mot-clic ou mot-dièse). Les données des usagers sont souvent plus accessibles que sur Facebook puisque beaucoup de profils sont publics. En effet, sur ce réseau social, le principe est d'être vu (à travers des photos de soi souvent contextualisées) et le but de nombreux utilisateurs est d'obtenir un maximum de *followers* (suiveurs ou abonnés). Certains particuliers sont ainsi devenus des célébrités Instagram grâce à leurs publications personnelles.

Instagram est pertinent pour cette étude car la plateforme nous permet de lire et d'analyser les messages explicites et implicites contenus dans les images sélectionnées par une personne, un artiste ou une compagnie, ainsi que dans les sous-titres et les commentaires reçus en réponses. Dès lors, nous avons observé les comptes Instagram des sujets interrogés (ceux qui en avaient un), ceux des compagnies locales les plus citées, ceux d'artistes observés lors des Sonny's Porch, ainsi que ceux des artistes les plus récurrents dans les enquêtes, les entretiens et les *playlists* Facebook. Les relevés ont été effectués sur deux périodes d'un mois pour les pages professionnelles et trois périodes d'un mois pour les pages personnelles car elles sont moins alimentées. Le surf étant une activité directement influencée par les saisons (qualité des vagues, fréquentation des plages, températures, envies et besoins liés au temps), un relevé a été effectué selon les saisons au cours de la dernière année de la recherche. Les publications ont été catégorisées selon les critères suivants :

- Rapport entre la durée de l'observation et le nombre de publications (certains sont beaucoup plus actifs que d'autres).
- Contexte physique et activités : en Floride, à Hawaï, etc. ; sur la plage, dans un bateau, à la montagne, etc. ; en surf, en skateboard, à la pêche, etc.
- Musique : présence ou non de l'élément musical (concerts, instruments, mentions, etc.).
- Contexte social : en famille, entre amis, seul, etc.
- Mode de transport : en van, en vélo, en moto, etc.
- Représentations : du genre féminin (objectivation ou action) ; ethnicité.

- Emphase sur l'élément non-humain : animaux, nature, alimentation, etc.
- Portraits : images personnelles (*selfies*, individu au centre du message, etc.).
- *Hashtags* les plus utilisés.
- Intertextualité : croisement de plusieurs discours.
- Pour les artistes et entreprises seulement : logos, campagnes promotionnelles, produits dérivés.

L'analyse sémiotique des publications d'Instagram est un travail synchronique puisque des relevés ont été effectués à différents moments de la recherche. Mis bout-à-bout, ces relevés offrent une vue d'ensemble de la période couverte par l'étude. Les résultats reflètent la manière dont les individus et professionnels observés se présentent et souhaitent être identifiés. Chez Sun Bum par exemple, nous avons constaté que les publications concernaient en majorité le surf, la plage, les filles en maillot de bain.

2.5 Balisage des critères démographiques

2.5.1 Potentiel démographique et besoin d'objectivation

Dans cette recherche qualitative, l'effort d'objectivation a été constant. La chercheuse a tenu un journal dans lequel ont été consignés des éléments parfois anodins mais qui *a posteriori* ont permis le maintien d'un cap inductif. Les descriptions d'éléments concrets concernant les entretiens y ont été consignées comme les lieux, le temps, les conditions extérieures et dans une moindre mesure, les relations aux sujets. De plus le questionnaire, comme nous l'avons vu, avait pour but d'établir un relevé démographique mais aussi de comprendre les différences générationnelles entre participants. Il convient maintenant de distinguer les termes démographie et génération, deux notions pourtant corrélées et essentielles pour catégoriser les individus enquêtés pour cette recherche. Dans le mot démographie on retrouve le grec *demos* (peuple), *graphia* (description, enregistrement). Ce relevé d'informations comprend un aspect purement quantitatif (âge, sexe, ethnicité, mobilité) et un aspect qualitatif lié à la méthode (par construction du cadre générationnel) et à l'interprétation. La richesse des données collectées lors des entretiens, des questionnaires et des observations participantes peut être difficile à mettre à profit de manière objective sans une méthode de classification de tous les paramètres. Dès lors, l'objectif du relevé démographique est de permettre d'interpréter et expliquer ces données afin de proposer une analyse des phénomènes sociaux à travers les pratiques culturelles des individus observés selon des critères spatio-temporels et en fonction de milieux socio-économiques et culturels spécifiques.

La recherche ethnographique telle qu'elle a été décrite fait courir le risque d'une interprétation ethnocentrée ou faussement objective, alors afin de garantir l'objectivation d'un travail de terrain qui implique de s'intégrer à une communauté (risque de subjectivation⁷⁸) il faut prendre en compte les paramètres les plus objectifs et objectivants que sont les caractéristiques démographiques que nous appliquons dans un deuxième temps aux spécificités générationnelles des sujets. Notons que la détermination des diverses générations relève d'une part d'un consensus théorique concernant leur délimitation temporelle, et d'autre part d'une reformulation des catégories générationnelles selon les contextes spatio-temporels dans lesquels se situent les individus concernés. Des données de bases sont systématiquement recueillies (qui seront rappelées pour chaque sujet) comme les variables socio-démographiques, les trajectoires culturelles, les raisons et motivations des choix de vie liés au *lifestyles* dont il est question et qui constituent la pierre angulaire de notre approche géo-générationnelle. Dans la section suivante, un cadre de référence des caractéristiques générationnelles est défini. Pour aller plus loin, nous parlons ici de potentiel démographique car il est difficile de catégoriser des générations quand les experts eux-mêmes ne sont pas toujours d'accord sur la question, même si tous s'accordent à dire qu'il existe des tendances selon les générations (Reeves, 2014, p. 296). L'intérêt porté à ce facteur est né de certaines observations de terrain ainsi que de commentaires de la part de sujets qui faisaient références aux différences de générations en termes d'approche du *lifestyle* (donc de la musique) et de la représentation de soi (particulièrement à travers les réseaux sociaux). Lorsqu'il s'agit de définir les générations, il est plus aisé de s'accorder sur les labels que sur les dates, alors nous avons établi une moyenne de ce qui est proposé dans Reeves (2014) en termes de délimitation des générations. Nous ne prenons pas en compte la Génération Silencieuse de la première moitié du XX^e siècle parce qu'aucune personne interrogée n'appartient à cette génération. Chronologiquement nous prenons alors en compte :

- Les baby-boomers nés entre 1946 et 1964 (Lancaster & Stillman, 2002⁷⁹ ; Tapscott, 1998⁸⁰, cités dans Reeves, 2014, p. 296)
- La Génération X née entre 1965 et 1980 (Lancaster & Stillman, 2002 ; Oblinger et Oblinger, 2005⁸¹, *ibid.*, p. 296)

78 Foucault, Deleuze, Guattari, Althusser.

79 Lancaster, L. C., and Stillman, D. (2002). *When generations collide. Who they are. Why they clash. How to solve the generational puzzle at work*. New York: Collins Business.

80 Tapscot, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill.

81 Oblinger, D. and Oblinger, J., (Eds.). (2005). *Educating the net gen*. Washington, D.C.: EDUCAUSE.

- La Génération Y, ou Millennial née entre 1981 et 2000 (Howe & Strauss, 2000⁸² ; Lancaster & Stillman, 2002 ; Martin & Tulgan, 2002⁸³, *ibid.*, p. 296)
- La Génération Z, née depuis 2000 (*ibid.*, p. 297).

Ce qui caractérise une génération n'est pas tant une date de début ou de fin mais un contexte historique déterminant lors de la construction de la personne passant de l'enfance à l'âge adulte. Alors comme le suggèrent Howe & Strauss (2000) cités dans Reeves (2014), nous prenons en compte trois facteurs pour déterminer géographiquement, historiquement et socialement les bornes générationnelles (p. 297). Les trois attributs sont :

- « Perceived membership » : il s'agit de la manière dont un individu perçoit son appartenance à une génération qui commence à l'adolescence et se consolide à l'âge adulte.
- « Common beliefs and behaviors » : cela touche aux domaines sociaux et sociétaux et concerne les comportements en liens avec les groupes d'appartenance, la vie personnelle et privée, les occupations (comme le surf), ainsi que les choix des individus vis-à-vis des composantes sociales qui caractérisent leur génération (rapport au travail, aux institutions, à la drogue, etc.).
- « Common location in history » : des moments clés de l'histoire comme des changements politiques, des guerres, des événements climatiques qui arrivent pendant la phase de transformation d'une génération (de l'adolescence à l'âge adulte).

Dans la section suivante, nous nous attachons à définir ces générations selon les attributs définis ci-dessus et dans leurs contextes géographique et historique tels qu'ils ont été présentés dans le premier chapitre et avec les données du site du Florida Department of State, Division of Historical Resources. Il ne faut pas perdre de vue que les événements décrits pour une génération sont évidemment vécus par les générations qui les précèdent mais sont sans doute moins déterminants dans la construction de l'individu (fondée en partie sur le sentiment d'appartenance à une génération) s'il est déjà dans la phase adulte.

2.5.2 Caractéristiques générationnelles

Dans cette section, nous rappelons des faits historiques marquants pour les générations concernées. Nous insistons particulièrement sur les événements qui ont été déterminants dans l'évolution de la Floride, du surf et de la *surf music*, puis nous indiquons les noms des sujets qui appartiennent à chaque génération.

82 Howe, N. and Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books

83 Martin, C. A., and Tulgan, B. (2002). *Managing the generational mix*. Amherst, MA: HRD Press.

Les baby-boomers floridiens nés entre 1946 et 1964 ont connu l'aisance de l'après guerre mais ont vécu dans les vestiges de la construction d'une force militaire navale, aéronautique et spatiale. En effet, comme nous l'avons vu dans le chapitre 1, la première fusée a été lancée de Cape Canaveral en 1950, inscrivant les États-Unis dans la course à la conquête spatiale et mettant la Floride sur la carte géopolitique internationale. La ségrégation dans les écoles ainsi que les droits civiques universels ont été sources de tensions entre les années 1954 et 1960. Cette histoire récente explique sans doute en partie l'absence des communautés afro-américaines dans le monde du surf associé à la plage, un espace de touristes blancs. Dans les mêmes années, en 1955, l'autoroute a été mise en place reliant la Floride au reste du continent. La première vague d'immigrants cubains est arrivée entre 1959 et 1961 (Florida Department of State, 2018a), marquant le début d'une hispanisation du sud de la péninsule en particulier. Du point de vue de la culture du surf, le film *Gidget* (Wendkos, 1959) est sorti à la fin des années cinquante, commençant la médiatisation du surf. Dans les années soixante, Dick Dale a créé la *surf music* et les Beach Boys ont sorti leur album *Surfin' Safari* (The Beach Boys, 1962). Dick Catri a surfé à Waimea entre 1960 et 1964 et a été le premier « Easter Coaster » à surfer Pipeline et les autres vagues hors normes d'Hawaï offrant une représentation floridienne dès les débuts du surf continental (Aho, 2014, p. 3). Le *shaper* Ricky Carroll est l'un des sujets interrogés qui fait partie de cette génération. Les indicateurs des liens à sa génération sont ressortis lors des entretiens.

La Génération X née entre 1965 et 1980 a vu la deuxième vague d'immigrants cubains de 1965 à 1973. C'est entre 1966 et 1967 que le sentiment de la nécessité de préserver l'héritage historique de la Floride est né puis a été mis en œuvre plus tard à travers des lois comme The Florida Historical Resources Act passée en 1986 (« Florida's Comprehensive Historic Preservation Plan », 2012). Une conscience culturelle d'un soi floridien a alors commencé à être exprimée. En 1969, la mission Apollo 11 a été lancée du Kennedy Space Center portant le premier homme sur la lune. Disney World a ouvert ses portes en 1971 ce qui attira un nouveau tourisme, plus loin des plages. Des institutions de préservation de l'histoire floridienne se sont ouvertes comme le Museum of Florida History. En 1980, la troisième vague d'immigrants cubains a débarqué à Key West (« A brief timeline of Florida history », 2018). En 1970, le groupe démographique le plus large en Floride comprenait des individus âgés de 10 à 14 ans ce qui représentait environ 645 000 individus sur les 6,7 millions que comptait la péninsule (U.S. Department of Commerce). Cela explique en partie l'explosion du surf qui répondait aux critères des subcultures et était un phénomène créé par les jeunes, pour les jeunes. Kelly Slater est né en 1972 à Cocoa Beach, Michel Barland a créé la première machine à *shaper* en 1979 et Bruce Brown a sorti son film, *The Endless Summer*, en 1966. Parmi nos sujets, ceux qui font partie de cette génération sont l'ancien pro-surfeur et frère de Kelly Slater, Sean

Slater ; l'artiste surfeur Lance-O, le D.J. d'Endless Summer Radio, Bart Kelley. Leur attachement à leur génération n'est ni homogène ni clairement revendiqué.

La Génération Y, ou Millennial, née en Floride entre 1981 et 2000 a vu beaucoup de réformes d'urbanisation et a assisté à la mise en place du programme Florida Underwater Preserve en 1987 (« Underwater preserves », 2018). L'un des objectifs de cette urbanisation a été d'orienter les villes vers l'océan pour en faciliter l'accès et promouvoir un atout touristique de taille. En 1990, la Floride était le quatrième État le plus peuplé des États-Unis, une évolution encore une fois due à l'image de la péninsule comme paradis continental pour les États du nord. Les Millennials sont aussi ceux qui ont le plus été marqués par les élections présidentielles de George W. Bush qui a mis la Floride au centre de la vie politique américaine (« A brief timeline of Florida history », 2018) à un moment où ils étaient en âge de comprendre les implications de sa politique, un âge aussi où les opinions se forment et s'expriment. C'est la génération qui a connu l'avènement des réseaux sociaux et qui les a exploités pour s'ouvrir au monde, partager des choix de vie, mais aussi explorer les possibilités en termes de musique et de surf dans son ensemble. C'est pendant cette période, en 1982, qu'Ian Cairns a créé The Association of Surfing Professionals (A.S.P.). En 1984, Glen Hening et Tom Pratte ont fondé la Surfrider Foundation. En 1987, California Games a été le premier jeu vidéo à mettre en scène des surfeurs. En 1992, Kelly Slater a gagné son premier titre de l'Association of Surfing Professional World Tour (A.S.P. World Tour), ce qui a installé la Floride sur la scène internationale dans la durée car Slater n'en était qu'à ses débuts médiatiques (Aho, 2014). Dustin et Britty font partie de cette génération mais ils s'inscrivent sur les deux limites opposées de la chronologie, Dustin étant le plus âgé. Notons aussi que Britty est l'unique sujet féminin de cette étude (le chapitre 4 traitera entre autres des difficultés à entrer en contact avec des surfeuses).

La Génération Z née depuis 2000 a vu s'abattre sur la Floride une série d'ouragans dévastateurs en 2004 et 2005, puis récemment avec Matthew en 2016 et Irma en 2017. Ils ont grandi pendant la crise économique de 2008, et bien qu'étant jeunes, ils l'ont vécue à travers l'expérience de leurs parents. Cela a pu contribuer à la fondation de leur vision du monde. Par ailleurs, en 2010, leurs parents ont aussi été confrontés à la fuite de pétrole dans le golfe du Mexique qui a blessé l'économie floridienne encore davantage. Avec eux, la fin du programme spatial Space Shuttle à Cape Canaveral a marqué le terme d'une histoire propre à la Floride. Les commémorations des 500 ans de l'arrivée de Ponce de Leon en Floride ont été célébrées en 2013 (« A brief timeline of Florida history », 2018), un événement sans doute couvert à l'école pour l'occasion et qui a pu marquer les consciences sur les origines de la Floride. Instagram et Facebook ainsi que les smartphones sont devenus omniprésents dans la vie des

adultes comme dans celle des adolescents qui ont grandi et se sont construits socialement à travers les réseaux sociaux. En 2016, le Comité Olympique International a voté pour l'inclusion du surf comme discipline olympique aux jeux de Tokyo de 2020 (Pierson, 2016). Ces adolescents ont pu créer des rêves ou un refus de se conformer aux normes des jeux olympiques dans un esprit de rébellion pubère.

Chapitre 3. Constitution d'un échantillon

Observer, c'est choisir, c'est classer, c'est isoler en fonction de la théorie. Élaborer une théorie, c'est résumer la pertinence de l'observation passée et attendre confirmation ou infirmation empirique des problèmes posés par la théorie.
(Malinowski, 1968, p. 12).

Pour cette recherche ethnographique nous avons dû constituer un échantillon de population aussi représentatif que possible de la communauté de surfeurs observée. Pour cela nous avons mis au point les enquêtes et entretiens décrits plus haut en réponse aux exigences spécifiques de notre objet d'étude et dans le but de nourrir notre réflexion théorique. Ainsi notre approche repose sur l'idée d'un artisanat intellectuel développé par Wright Mills⁸⁴ (cité dans Kauffman, 1996, p. 10). Il s'agirait là du modèle idéal de la position du chercheur « qui construit lui-même sa théorie et sa méthode en les fondant sur le terrain » (*ibid.*). C'est précisément ce que nous avons tenté de faire. En effet, l'originalité des méthodes d'observation et d'analyse ainsi que celle de nos modèles théoriques repose sur un effort d'adaptation au réel et sur le besoin de combler un vide théorique relatif à notre domaine. De ce fait, la constitution de l'échantillon reflète notre tentative de couvrir la plus grande diversité possible en termes démographiques tout en tenant compte des inégalités présentes dans le réel. Ainsi, notre échantillon n'est pas constitué d'un nombre égal d'hommes et de femmes, ou des représentants de certaines générations car dans un souci de justesse, nous avons respecté les proportions des catégories d'individus telles qu'elles se présentaient dans la réalité, puisque « [l]'important est simplement d'éviter un déséquilibre manifeste de l'échantillon et des oublis de grandes catégories » (*ibid.*, p. 22). Dès lors, si dans ce travail la disproportion des catégories est volontaire, une large gamme de critères démographiques est néanmoins couverte : de fait, nous avons pris en compte le statut socio-économique, la situation socioculturelle, l'approche du surf, le genre, l'âge, la mobilité (physique et culturelle), le port d'entrée dans la subculture et son statut⁸⁵ (culture première ou d'appartenance ; nature des répertoires culturels ; variété des processus d'acquisition), etc. En revanche, comme l'échantillon le montre, la population féminine est nettement plus restreinte et moins visible que la population masculine. De fait, aucun des sujets masculins formant le port d'entrée de la chercheuse dans la culture n'a suggéré de surfeuses comme références pertinentes pour

84 Mills, W. (1967). *L'imagination sociologique*. Paris : Maspéro.

85 La notion de statut de la culture du surf est développée dans le modèle des phases d'appropriation culturelle présenté au chapitre 8.

l'étude. La recherche de terrain montre qu'il existe des surfeuses, amateurs ou professionnelles dans la région mais elles sont en nette infériorité numérique, et la figure féminine ne semble simplement pas faire partie du prototype adéquat lorsqu'il s'agit de parler de surf, un point sur lequel nous reviendrons dans le chapitre 4⁸⁶. Enfin, chaque entretien et son analyse sont contextualisés, c'est-à-dire que les conditions d'énonciation sont cadrées et expliquées. Par ailleurs, la constitution de l'échantillon n'a jamais été bornée à des éléments prédéterminés. En d'autres termes, parallèlement à notre progression quant à l'objet d'étude, l'échantillon s'est trouvé reformulé selon des rencontres pertinentes de personnes susceptibles d'enrichir notre propos.

3.1 Variables de terrain : prise en compte de la typologie des surfeurs

3.1.1 Types de surfeurs observés

Dès le début de l'étude, il a fallu déterminer des catégories d'individus à inclure dans la recherche en fonction d'un cadre théorique fixé en amont par les lectures spécialisées, l'expérience de la chercheuse avec ce milieu et les enquêtes sociologiques existantes menées par les industriels du surf. C'est pourquoi nous avons insisté sur le fait que l'échantillon n'a jamais été figé : il a été constitué en fonction d'une connaissance générale de la culture *a priori*, puis reformulé selon l'apport de données nouvelles. Néanmoins, au delà des catégories générales applicables à toute étude sociologique, nous avons pris en compte des catégories propres à la culture du surf et correspondant aux diverses approches qu'en ont ses participants. Ces représentations sont ancrées dans le réel et sont visibles dans l'utilisation qu'en fait l'industrie du surf dans sa globalité. Il s'agit des différentes façons de vivre le surf qui déterminent un comportement au sein de la subculture et qui a des conséquences sur la vie sociale des individus concernés. Parmi nos sujets, on parlera principalement d'amateur, de *soul surfer*, de professionnel (Booth, 2003 ; Maillot, 2004 ; McGoin, 2005 ; Beaumont, 2011).

L'amateur est une personne qui pratique le surf et peut faire des compétitions ou s'intéresser à l'approche professionnelle de la subculture. C'est un surfeur qui accepte la normalisation de l'activité mais qui n'est pas rémunéré à travers elle. Nous considérons qu'il existe des degrés d'amateurisme dépendants du niveau du participant et de sa proximité avec les professionnels du surf. Dans cette étude, les sujets interrogés se situent dans un amateurisme inscrit dans ce que Stebbins (1992) a appelé les loisirs sérieux (« serious leisure ») et qu'il a défini ainsi :

86 Ce n'est que dans les derniers mois de la recherche et après plusieurs demandes de mise en contact avec des surfeuses que l'un des sujets a pensé à me parler de Frieda Zamba, une surfeuse floridienne reconnue par ses pairs comme l'une des meilleures de sa génération. J'ai signalé à mon interlocuteur que j'avais noté un comportement commun aux surfeurs masculins qui consistait à omettre les femmes de leur discours, une remarque qui a semblé l'offenser.

« the systematic pursuit of an amateur, hobbyist, or volunteer activity that is sufficiently substantial and interesting for a participant to find a career there in the acquisition and expression of its special skills and knowledge » (p. 3). Ainsi les surfeurs amateurs prennent leur activité très au sérieux, ils peuvent parfois être rémunérés mais ils ne dépendent pas de cette activité pour vivre. Les amateurs se situent dans une zone grise entre la pratique professionnelle et le loisir (certains auraient souhaité devenir professionnels mais n'y sont pas parvenus, d'autres ont réellement choisi cette approche de la subculture). Comme l'indique Stebbins (1992), « by their very lifestyle, amateurs are consigned to a peripheral role in the activity system of their 'significant others,' the professionals » (p. 57). Les amateurs entretiennent des liens étroits avec les professionnels mais ils ne se perçoivent pas comme inférieurs. Par exemple, dans notre étude, les employés de Sun Bum sont des amateurs et leur rôle dans la subculture est valorisé car leur travail a un impact sur la sphère professionnels. Ajoutons qu'un professionnel ordinaire (donc pas quelqu'un comme le multiple champion du monde, Kelly Slater) peut être perçu par la communauté comme un bon amateur (*ibid.*, p. 54).

Les *soul surfers* peuvent de nos jours être considérés comme des amateurs ou des professionnels, mais à la naissance du mouvement dans les années soixante-dix, ces surfeurs s'opposaient à toute forme de normalisation incluant celle du surf à travers sa professionnalisation. En effet, comme Booth (2003) le rappelle : « The single greatest obstacle to the development of professional surfing was the anti-competition ethic of soul-surfing » (p. 321). Les *soul surfers* étaient les représentants du mouvement contre-culturel des débuts du surf, et pour eux la compétition signifiait l'abandon des valeurs de liberté et de résistance aux normes sociales sur lesquelles ils fondaient leur approche du surf. Selon Booth (2003), « Disciples of the prevailing counterculture, an amalgam of alternate, typically utopian, lifestyles and political activism, soul-surfers transformed the traditional work-leisure dichotomy into a work-is-play philosophy » (p. 319). À travers leur philosophie de vie, ces surfeurs sont les premiers à avoir fait de la subculture un mode de vie, c'est-à-dire qu'il ne fallait plus distinguer entre un temps pour les loisirs et un temps pour le travail. C'est peut-être cela qui a changé l'opinion des *soul surfers* sur la professionnalisation du sport : « these surfers realized that professionalism had the potential to offer surfers an avenue to eternal hedonism » (*ibid.*, p. 321). Aujourd'hui, un *soul surfer* est quelqu'un qui approche la subculture de manière très spirituelle : il est à l'écoute de son corps et de l'environnement, et il a souvent une sensibilité artistique développée. Maillot (2011) décrit un couple dans lequel l'un des membres est un *soul surfer* : « le surfeur vit sa passion depuis le 'monde de l'inspiration' (Boltanski & Thévenot, 1991), c'est-à-dire en tant que surfeur-artiste—*soul surfer* à l'affût de la grâce au contact des vagues—qui voit le 'monde domestique' sous un angle négatif, synonyme de contraintes mutilant sa disponibilité. » (p. 523). Comme on le voit

ici, le *soul surfer* peut s'enfermer dans une forme de refus des normes sociales tout en participant à leur mise en œuvre (ici le mariage). Parmi nos sujets, Lance-O et Britty sont des *soul surfers* et correspondent bien à cette description.

Les surfeurs professionnels vivent de leur activité à travers la rémunération que leur apportent les compétitions, les sponsors, etc. Il existe une grande disparité au sein des professionnels puisque l'on passe d'inconnus à des individus de renommée internationale. Les professionnels peuvent être *soul surfers* comme Kelly Slater décrit ici par Booth (2003) à travers un entretien qu'il a donné dans un magazine : « American Kelly Slater, is the quintessential professional surfer athlete : 'I always want to portray a good image, don't do drugs, stay in school. . . . It is really important for me to say that in every interview »⁸⁷ (p. 321). En effet, Kelly Slater est connu à Cocoa Beach pour avoir transformé de manière plus saine son mode de vie afin de promouvoir le respect du corps et de l'environnement (il est devenu végétarien, sa vague artificielle fonctionne grâce à l'énergie solaire, etc.). L'un de nos sujets, Sean Slater (ancien professionnel et frère de Kelly Slater), était lui connu pour ses excès de consommation d'alcool durant sa carrière. Il était alors loin de représenter l'athlète professionnel ou le *soul surfer*, mais ces dernières années, il a effectué un virage vers cette approche plus saine du mode de vie en promouvant avec sa femme des compléments alimentaires naturels.

Nous procéderons à une analyse de la typologie des surfeurs dans la deuxième partie de ce travail afin de mieux comprendre les manières dont peuvent se définir nos sujets dans leur subculture et dans la culture globale du surf selon ses différentes expressions sociales et esthétiques.

3.1.2 Intérêt des poseurs dans les dynamiques de représentations de la subculture

Pour cette recherche, nous avons restreint la constitution de l'échantillon aux participants de l'activité surf. Cependant, il convient de prendre acte de ceux que l'on appelle les poseurs ou *wannabes*, ceux qui désirent être (Surf Tsunami, 2010). Il s'agit de non-participants qui sont pourtant tout au fait de l'activité et du mode de vie et qui consomment les produits du *lifestyle* tels que la musique. Les poseurs ne sont pas dans l'action mais dans l'apparence alors que le *lifestyle sport* dont il est question ici se caractérise dans l'engagement et la performance. Dès lors, la mentalité « just do it » ou « do-it-yourself » du surf est en conflit direct et de manière universelle avec ces « pseudo-surfers » (Ormrod, 2007, p. 141). En Floride, on les voit sur les plages des mois de juin à septembre, lorsque les vagues sont quasi-inexistantes. À Cocoa Beach, on les aperçoit lors des concerts, des compétitions ou dans les campagnes de promotion des marques locales auxquelles ils se prêtent pour un prestige par assimilation. Ils

⁸⁷ Entretien de 1992 dans *The Surfer's Journal*, 1(2), p. 90.

ont une fonction de source secondaire par rapport à la subculture car ils la connaissent de l'intérieur pour l'avoir fréquentée mais ils n'en font pas partie. Ils sont des satellites de retransmission d'un savoir purement spéculatif relatif à un domaine qu'ils admirent⁸⁸. Les poseurs ne sont pas uniquement des hommes. Par exemple, la responsable des réseaux sociaux de Sun Bum, Devon, peut être assimilée à cette catégorie puisque son savoir est exclusivement théorique, elle se vêt selon les codes de la subculture, elle apparaît sur les photos de promotion et elle n'entretient de relations affectives qu'avec des *riders*⁸⁹. Comme le soulignent Beal & Smith (2013), « [t]he allure of surfing has made the consumption of surfing-related products, as well as the surfing lifestyle, increasingly popular. In fact, the international surf industry generates much of its multi-billion US dollar revenue from selling branded products to individuals who do not surf » (p. 46). Les poseurs consomment les produits dérivés et entretiennent une certaine aura du surf. S'il est clair que les surfeurs sont nécessaires à la survie et à l'évolution de l'industrie du surf, nous ajoutons que les non-participants participent au rayonnement des entités liées au *lifestyle* (les produits dérivés, la musique, etc.) et à la dissémination de ce que Beal & Smith (2013) appellent les « romantic discourses of individualism, risk and nature that represent antidotes to urbanization and over-rationalization characteristic of modernity » (p. 49). Cet imaginaire des poseurs relève d'un discours travaillé par l'industrie du surf dans la dynamique globale que nous avons définie en introduction.

3.2 Présentation de l'échantillon : données issues des questionnaires

Nous avons fait le choix de présenter et d'objectiver les données recueillies dans les questionnaires dès le deuxième mouvement de ce chapitre sur la constitution de l'échantillon observé. Nous ne proposons pas ici une analyse des données mais bien un portrait de la communauté de surfeurs sur lequel nous construirons nos analyses ethno-esthétiques tout au long de la recherche. Dès le début de l'enquête, la représentation inégale des genres féminin et masculin a constitué l'élément sensible et objectif le plus manifeste au sein de la communauté observée. Pour cette raison, nous procédons à l'objectivation des données selon les groupes hommes et femmes et en tenant compte des générations dans les deux groupes. À partir des questionnaires, nous avons établi des tableaux synoptiques placés en annexe 2. Chaque tableau reprend les questions de l'enquête et établit des moyennes ou des pourcentages. Nous avons choisi de constituer certaines catégories et options en fonction des réponses les plus récurrentes. S'il s'agit de phrases originales directement extraites des enquêtes, elles sont en anglais entre guillemets dans les tableaux, s'il s'agit d'options créées à partir des données

88 Il s'agit là d'un constat fait lors des observations de terrain.

89 Devon est qualifiée de *pro-hoe* par les hommes qui travaillent avec elle. Il s'agit d'un terme péjoratif qui désigne des femmes qui n'entretiennent des relations sentimentales et sexuelles qu'avec des *pro-riders* (des professionnels des sports de glisse). La relation est comparable à celle d'une groupie avec son artiste.

recueillies (comme des lieux ou des artistes), les catégories sont marquées d'une astérisque. Le nombre total de personnes interrogées est de trente cinq (comprenant vingt-cinq hommes et dix femmes). Les chiffres sont accompagnés de lettres qui représentent les générations (B pour baby-boomers, X, Y, Z pour les générations suivantes). Dans cette section nous procédons à une objectivation des données accumulées dans les questionnaires et qui permettent de faire ressortir des tendances démographiques, socio-culturelles et esthétiques relatives à l'échantillon représentatif de la communauté observée de janvier 2016 à janvier 2018. Les para-données, c'est-à-dire les commentaires annexes des enquêtés annotés sur les questionnaires, sont aussi prises en compte.

3.2.1 Hommes

Les données démographiques montrent qu'un peu plus de la moitié des surfeurs interrogés sont nés en Floride. Toutes les générations telles qu'elles ont été décrites en amont sont représentées (environ 20 % de baby-boomers, 20 % de Génération X, 40 % de Génération Y qui avaient tous un diplôme universitaire et 20 % de Génération Z). La grande majorité était blanche et travaillait dans le domaine du surf, souvent dans la vente ou le marketing. En revanche, dans la population qui ne travaillait pas dans le domaine du surf, on trouvait des catégories professionnelles très variées comme des employés du secteur de la santé.

En ce qui concerne l'implication des individus dans la subculture, une phrase est souvent revenue pour indiquer la fréquence de la pratique : « As often as possible ». Cela signifiait qu'il s'agissait de l'activité principale hors travail et que les conditions météorologiques et l'emploi du temps étaient déterminants. Ceux qui travaillaient dans l'industrie du surf avaient la possibilité de surfer plusieurs fois par semaine, ce qui justifiait leurs choix de carrière professionnelle. Pour l'ensemble des surfeurs, l'entrée dans la subculture s'est faite soit grâce aux amis, soit selon la propre volonté des enquêtés. Tous les individus interrogés (à l'exception de la génération Z) surfait depuis plus de vingt ans. Parmi les lieux les plus fréquentés pour le surf, Sebastian Inlet, Satellite Beach et Melbourne Beach étaient les plus cités. L'absence de Cocoa Beach dans cette liste s'explique par le fait que la ville est trop touristique et synonyme de travail pour une majorité des enquêtés. Cependant, tous s'accordaient à dire que Cocoa Beach est le lieu où il faut s'implanter si l'on désire se développer dans l'industrie du surf de la côte Est. Contrairement à ce que l'on attendait au début de l'enquête, Hawaï n'a jamais été cité comme un lieu de rêve pour les surfeurs malgré l'histoire qui lie la Floride à la source du surf américain. Le lieu le plus convoité était l'Indonésie (spécifiquement les Îles Mentawai) parce que les vagues y sont constantes, non surpeuplées et que l'on peut y faire des expéditions de plusieurs jours en bateau pour surfer

(des *surfaris*). Tous les rituels associés au surf étaient en lien avec des protocoles pré-pratiques. Il s'agissait avant tout d'étirements, de la musique écoutée, des boissons et aliments consommés et de l'application de la *wax*⁹⁰ sur le surf. Les planches de prédilection étaient en majorité des marques locales comme Lost ou Cannibal Surfboards. Tous les surfeurs interrogés considéraient qu'ils avaient un très bon niveau amateur sans jamais aller jusqu'au niveau professionnel. Les surfeurs de référence étaient Joel Parkinson (australien), Kelly Slater (floridien), Andy Irons (hawaïen) ou encore John John Florence (hawaïen). Si Hawaï ne semblait plus être une destination de prédilection pour les surfeurs floridiens, certains athlètes issus de l'archipel étaient considérés comme des modèles alors que les pro-surfeurs indonésiens semblaient encore mal connus (malgré l'engouement pour la destination). Une forte majorité pensait que le surf est une activité ouverte à toutes les classes sociales. Pour les enquêtés, le prototype du surfeur était un individu ouvert et approachable. La façon dont les Floridiens reconnaissaient des surfeurs de leur communauté était à travers les marques de leurs planches, leurs vêtements et leur attitude : un Floridien ne faisait pas preuve d'agressivité (« to be aggro ») ou de territorialité comme un Hawaïen, un Brésilien ou un Français. De plus, les Floridiens se considéraient souvent comme les « underdogs » du surf : leur statut de surfeurs d'une région principalement connue pour ses vagues médiocres les minimisait de manière consensuelle dans la culture du surf, or ils ont su développer leurs talents et imposer des compétiteurs sur le circuit international. Les enquêtés concevaient aussi Brevard comme : « the hub for east coast surfing », c'est-à-dire que le comté, et Cocoa Beach en particulier, est une référence en terme de nombre d'athlètes champions du monde mais aussi en termes de création et de développement de l'industrie du surf.

Les données en lien avec la musique ont confirmé certains préjugés relatifs à la contextualisation de l'écoute. Deux types de questions ont été posées : l'une concernant les musiques favorites de manière générale (sans penser nécessairement au surf), l'autre concernant les musiques les plus représentatives du surf et de ses valeurs. Les résultats ont montré que les musiques favorites dans la vie des tous les jours n'étaient pas forcément les mêmes que celles associées au surf. En effet, pour le quotidien, les genres mentionnés étaient très divers parmi toutes les générations, allant du surf punk à la country, en passant par le rap et le R&B (marquant une grande faculté d'intégration esthétique). Les artistes favoris étaient souvent issus du rock ou du reggae comme Pennywise, Bob Marley, NOFX, etc. Lorsqu'il s'est agi des représentations musicales associées au surf dans l'imaginaire des surfeurs ou dans les faits, la musique n'était pas forcément celle du quotidien. En effet, les entretiens individuels ont montré une liste de genres et d'artistes différents selon qu'il s'agissait de

90 La *wax* est de la paraffine solide que l'on frotte sur le surf avant de se mettre à l'eau afin d'adhérer à la planche.

musique de tous les jours ou pour le temps du surf. Les mots qui pour les enquêtés symbolisaient le surf comme joie, liberté, adrénaline leur inspiraient des artistes et musiques différents de ceux qu'ils avaient choisis pour leur quotidien. De même, les valeurs représentatives du surf qu'ils avaient données comme le respect, la patience, l'amour et l'exploration étaient associées à des artistes différents de ceux de la vie de tous les jours mais semblables à ceux des symboles du surf comme les groupes Sublime ou Allah-Las.

Dans l'induction par photographie, les choix des enquêtés ont confirmé des préjugés antérieurs à la mise en place du questionnaire : les surfeurs locaux préféraient consommer des produits locaux comme les planches, les crèmes solaires, etc. Ils choisissaient de se différencier de la masse uniforme et ordonnée en optant pour la représentation de couleurs hétérogènes. Une majorité a choisi le *boardshort* sans Kelly Slater car ils n'aimaient pas la photographie travaillée, posée, accessoirisée ou l'idée qu'ils puissent être assimilés à des fans en étant influencés dans leurs choix par l'image du célèbre surfeur (ils rejetaient tous le manque de spontanéité et la fanatisation). La majorité s'est revendiquée du drapeau floridien. Pour le mode de vie, tous les enquêtés ont choisi Sun Bum pour sa proximité physique et affective : il s'agissait d'une marque locale qui a su développer un lien intime avec la communauté en leur ouvrant les portes de ses bureaux. De plus, les enquêtés appréciaient des produits répondant aux besoins des surfeurs, ainsi qu'une aura inclusive et un discours auxquels ils pouvaient s'identifier. En ce qui concerne la valeur d'authenticité, tous les enquêtés ont choisi le mannequin au naturel. Encore une fois, le manque de spontanéité, le paraître plutôt que l'être étaient en conflit avec les principes de savoir-être et savoir-faire du surf. Cela n'est pas sans rappeler l'idée que les surfeurs se distinguent visuellement les uns des autres par l'attitude, les marques de vêtement et de planches. Contrairement au stéréotype de la pratique individuelle du surf, une majorité d'enquêtés a choisi l'activité en binôme. La guitare électrique restait associée au surf pour le plus grand nombre.

Certains commentaires de fin de questionnaire sur l'appartenance à une culture particulièrement américaine sont rapportés ici car ils sont les plus représentatifs du sentiment général de l'échantillon. Lorsque la question relative aux différences entre surfeurs américains ou floridiens et le reste du monde était posée, la réaction initiale était souvent de dire qu'il n'y avait aucune distinction entre les surfeurs de par le monde. Mais à chaque fois qu'une autre communauté était suggérée de manière faussement naïve par l'enquêtrice, alors la réponse devenait toute autre. Beaucoup ont parlé de comportements et de façons de penser distinctes d'une région à l'autre du globe. Ainsi, les Floridiens se considéraient comme ouverts d'esprit et accueillant alors qu'ils trouvaient d'autres communautés « aggro » (agressivité liée à une forme de territorialisme). Lorsqu'on leur demandait s'ils se considéraient comme des surfeurs

américains, la majorité répondait avec une forme de fierté nationale « Born and raised » ou expliquait qu'ils étaient fiers d'effectuer des *surftrips* à l'étranger en étant reconnus comme des Américains à travers leur attitude, leur équipement et leur technique. Les musiciens surfeurs ont tous lié la créativité musicale à une forme de créativité dans le surf.

3.2.2 Femmes

Chez les femmes, les données démographiques ont montré que la majorité d'entre elles étaient originaires de la Floride. On a constaté de plus grandes disparités dans les niveaux d'éducation allant du diplôme d'école secondaire au Master. La plupart habitent dans l'une des villes côtières de Brevard. Les enquêtées appartenaient principalement à la Génération X. Toutes étaient blanches avec parfois des origines asiatiques ou amérindiennes. La plupart travaillaient dans le domaine du surf et certaines dans d'autres domaines tels que celui encore une fois de la santé.

En ce qui concerne l'implication dans la subculture, on a constaté que comme les hommes, les femmes pratiquaient le surf aussi souvent que possible. Néanmoins, certaines différences entre les deux groupes étaient nettement marquées. Par exemple, les femmes étaient en majorité entrées dans la subculture par l'intermédiaire de la famille et avaient construit leurs goûts musicaux selon l'influence de la famille. Les plages les plus fréquentées pour la pratique étaient proches du lieu de travail comme Cocoa Beach Pier ou Indiatlantic. Contrairement aux hommes, la destination de rêve semblait être de manière consensuelle l'Australie. Les enquêtées semblaient aussi être plus spirituelles dans leur approche du surf car leurs rituels impliquaient souvent une forme de contemplation de leur environnement (semblable à l'approche des *soul surfers*). Les marques locales et les longboards étaient souvent cités dans le choix des planches (Cannibal Surfboards était encore l'une d'elles). L'évaluation des niveaux de surf était plus diverse. Nous avons remarqué que plus le niveau des enquêtées était élevé plus elles se référaient à des surfeurs masculins plutôt qu'à des femmes. De plus, contrairement aux hommes qui n'ont cité que des célébrités dans leurs références, les femmes ont parlé de leurs collègues ou de membres de leurs familles comme des modèles en surf. Les caractéristiques du participant prototype étaient souvent l'ouverture d'esprit et une attitude décontractée. La reconnaissance intragroupe se faisait fréquemment à travers le mode vestimentaire et les marques. La différenciation intergroupe était marquée par l'attitude des surfeurs de Brevard plus décontractés et ouverts que les autres.

Pour la relation à la musique, nous avons encore une fois constaté une variété de genres favoris. Ici aussi, la culture musicale était transmise par la famille à la différence des hommes qui construisaient leurs propres répertoires d'eux-mêmes ou par l'intermédiaire des amis. Les

mots symboles du surf comme tranquillité ou évasion étaient associés à des groupes comme Sublime ou Swimm (voir annexe 2), différents des groupes de la vie quotidienne. Les valeurs du surf comme la patience ou le respect pour les gens et l'environnement étaient associées à Bob Marley ou au chanteur hawaïen Israel Kamakawiwo'ole, des artistes là aussi distincts de ceux du quotidien.

Les réponses à l'induction par photographie étaient très similaires à celles des hommes avec pour exception le type de guitare associée au surf. Chez les femmes, c'est la guitare acoustique qui représentait le mieux le surf. De manière générale, nous avons constaté que les femmes appréciaient des musiques moins agressives que celles choisies par les hommes. C'est-à-dire qu'elles affectionnaient des genres comme le classic rock, le reggae, les musiques alternatives, mais rarement le punk rock.

En ce qui concerne la différence entre les surfeurs américains et les autres, les critiques étaient plus acerbes chez les femmes que chez les hommes envers les autres communautés. Dans l'ensemble, les surfeurs américains étaient perçus comme ayant une meilleure maîtrise des éléments et un meilleur style sur l'eau. La manifestation de l'identité américaine des surfeuses était directement liée à leur approche de la subculture et était associée à un savoir presque inné de l'activité rendant superflu tout besoin d'ostentation associée aux autres communautés de surfeurs.

3.3 Profils des sujets d'entretiens en diachronie

3.3.1 Membre fondateur de Sun Bum : Dustin

Les deux premiers sujets, Dustin et Britty, occupent un rôle différent dans la branche de Sun Bum à Cocoa Beach. Nous avons décidé de ne pas mentionner leurs noms de famille car ils n'ont aucun intérêt pour notre étude. En revanche, les noms de famille des autres sujets sont mentionnés lorsqu'ils sont pris en compte dans la construction d'une identité publique.

Dustin est né dans l'Indiana en 1982 mais ses parents se sont installés en Floride quand il avait deux ans. Il a grandi à Clearwater Beach, sur la côte ouest de la Floride, au contact de l'eau car son père vendait des bateaux. Dustin a commencé à surfer dès l'âge de 10 ans. Un ami lui a prêté une planche puis par la suite, comme beaucoup de surfeurs, il s'est mis à récupérer des planches dans les poubelles pour les réparer. Il a eu son premier emploi à l'aquarium de Clearwater quand il était encore adolescent. Ensuite il a passé plus de dix ans à travailler à Sun Coast Surf Shop pour Joe Nuzzo⁹¹. C'est là qu'il a développé ses connaissances accrues

91 Sun Coast Surf Shop est l'un des plus vieux surf shops de Floride. Son propriétaire, Joe Nuzzo est une figure respectée du surf dans la péninsule. Il est ami avec l'artiste country John Prine et a été une source

du monde du surf. Quand il a eu 23 ans, il est parti dans le Colorado pour devenir moniteur de snowboard le temps de trois saisons. Ensuite, il est retourné en Floride et c'est là qu'il a forcé les portes d'une entreprise naissante, Sun Bum. Le directeur, Tom Rinks, hésitait à l'embaucher parce qu'il avait quelqu'un d'autre en tête, mais les connaissances de Dustin dans les domaines du surf et du marketing l'ont convaincu. Aujourd'hui considéré comme l'un des membres fondateurs de la marque, il est le responsable du bureau de Cocoa Beach (le lieu originel et aussi la vitrine de Sun Bum). De plus, grâce à l'expansion internationale de la marque, il est maintenant responsable des branches internationales, notamment au Canada et en Australie. Dustin surfe dès qu'il en a l'occasion (son bureau est situé à une rue de la plage). Il est à l'origine des concerts de Sonny's Porch pour lesquels il choisit les groupes et met en place les collaborations. C'est aussi Dustin qui a créé le partenariat avec Surfers For Autism. C'est par ailleurs grâce à lui que j'ai rencontré les autres sujets de l'étude.

3.3.2 Représentante pour Sun Bum : Britty

Britty est née en Floride à West Palm Beach mais elle a vécu dans différents États ainsi qu'à l'Île Maurice jusqu'à ses vingt-deux ans. C'est à cet âge-là qu'elle est revenue en Floride et qu'elle a commencé à surfer. Très vite, elle est devenue amie avec le responsable de la branche régionale de la Surf Rider Foundation⁹², Sandy Beach, pour qui elle gérait les réseaux sociaux. Depuis son retour en Floride, elle a travaillé dans différents domaines : elle a été réserviste dans la base militaire Patrick Air Force Base, puis elle s'est orientée vers des activités dites *lifestyle* comme le surf ou le yoga. Elle était jusqu'en 2017 représentante indépendante de Sun Bum sur le territoire de Brevard. Elle travaillait pour l'un des représentants de la marque les plus performants du pays, Mickael. C'est comme cela que je l'ai rencontrée. Depuis elle a changé d'emploi pour se concentrer sur l'enseignement du yoga et du longboard⁹³ (sa discipline favorite) ainsi que sur le groupe de jazz pour lequel elle chante. Cette surfeuse aux talents multiples est aussi mère d'une petite fille de dix ans, Charlie.

3.3.3 Ancien surfeur professionnel : Sean Slater

Sean Slater, né en 1969, est le plus âgé des frères Slater (Kelly et Stephen—Skippy). Son père, Steve Slater était propriétaire d'un magasin, Beach Tackle and Sporting Goods devenu

d'information précieuse pour mon travail de Master 2 sur la culture country en Floride.

92 La Surf Rider Foundation est une organisation internationale de surfeurs qui a pour mission de protéger les océans.

93 Nous reviendrons sur les différentes formes de surf dans la deuxième partie de ce travail. Le longboard comme son nom l'indique est une longue planche qui permet de mieux flotter sur les petites vagues de Floride (par opposition aux shortboards qui flottent moins bien et sont adaptés à un style de surf plus agressif).

Surfer's Sports Pub. Le mariage de Sean avec sa compagne April a apaisé son caractère volatile et son goût prononcé pour l'alcool. Sean est un *shaper* qui a commencé la Slater Brothers Surf Company après avoir été un ambassadeur pour la marque Volcom. Son enfance ancrée dans le mode de vie floridien (camping, pêche, culture *redneck*) a influencé le concept qu'il a choisi pour l'organisation Slater Brothers. Il souhaitait être reconnu comme celui qui a monté la première compagnie « lifestyle crossover » (entretien du 7 juin 2017 – 19). Cependant Sean n'était pas très investi dans la gestion de la compagnie, alors ses associés ont décidé d'arrêter et il n'a pas continué tout seul. Aujourd'hui il travaille dans la livraison et a aussi une entreprise appelée SSlater Surf Tackle à Cocoa Beach. Sur le site du magasin, Sean décrit le concept de l'entreprise :

When Steve Slater opened his Beach Tackle shop in the early 70's and raised his three boys in a lifestyle of all things water, he could never have dreamed the legacy he was starting. After many years on the road and chasing waves, Sean knew it was time to go back to his roots and continue the family business his father had started all those years ago. This time with a new twist-SSlater Surf Tackle. (SSlater Surf Tackle).

Au cours d'un entretien dans un journal local, *The Beachside Resident* (2010), Sean a parlé du *surf lifestyle* en Floride et de ses projets. Dans l'article, il fait référence à la Floride comme d'un « redneck surf state » et parle aussi du « lifestyle crossover » qu'il souhaitait pour ses projets d'entreprise et qu'il décrivait ainsi : « Our surfing lifestyle is made up of much more than just surfing, which the majority of Florida and East Coast surfers live in their daily routines... » (para. 1). Ce concept sera repris et développé au cours du travail d'analyse.

3.3.4 Artiste surfeur : Lance-O

Lance-O est le D.J. officiel de Sun Bum. Il s'agit d'un surfeur dont la vie est régie, selon ses propres termes, par sa musique, son régime alimentaire (végétarien, biologique, cru) et son fils. Il a lancé son premier programme radiophonique dans les années quatre-vingt lorsqu'il était à l'université. Dans les années quatre-vingt-dix, il travaillait pour le Reggae Report Magazine qui lui offrit un créneau sur les ondes de la WAVS. C'est sur cette plateforme qu'il créa un programme intitulé Reggae Vibes et lança le label Kulcha Shok Muzik, Inc. souvent mentionné au cours de notre travail.

3.3.5 D.J. pour Endless Summer Radio : Bart Kelley

Bart Kelley est originaire de l'Indiana où il travaillait dans un *surf shop* quand il était jeune. Il a déménagé en Floride pour concrétiser son rêve de pouvoir surfer et vivre grâce à l'industrie

du surf ou de la musique. Il a été embauché par Ricky Carroll pour animer la radio Endless Summer Radio, WRRJ 89.7 FM, à Cocoa Beach. Bart travaille en partenariat avec Sun Bum et a créé une émission (Sun Bum Positive Sunday) censée représenter le caractère de la marque et le *surf lifestyle*. C'est aussi grâce à Bart que le Rootfire Festival a intégré des entreprises et artistes locaux à son événement de Cocoa Village.

3.3.6 *Shaper* : Ricky Carroll

Ricky Carroll est un surfeur, *shaper*, musicien originaire de New York mais dont les parents employés par l'Air Force ont beaucoup voyagé pendant son enfance, ce qui lui a permis de découvrir le surf lors d'un séjour au Japon. Il créa ses propres planches dès l'âge de 11 ans par nécessité car son grand frère accaparait l'unique planche familiale. Il a gagné plusieurs compétitions de *shape off* durant lesquelles les participants doivent reproduire une planche de surf à partir d'un modèle original de la manière la plus précise possible. Son entreprise qui s'appelle Ricky Carroll Surfboards se trouve à Rockledge, à l'intérieur des terres, et a pour slogan : « Work hard, surf hard ». Ricky Carroll possède sa propre *surf radio*, Endless Summer Radio dont la programmation musicale est principalement du reggae et dont le slogan est : « Surf. Skate. Punk. Reggae. » (« Ricky Carroll Surfboards », 2018). Bart Kelley est le D.J. de cette radio dont les locaux se trouvent dans l'usine de fabrication des planches. C'est ici que l'entretien avec Bart et Ricky a eu lieu.

3.4 Objectivation des données issues des réseaux sociaux

3.4.1 Portrait esthétique de l'échantillon selon Facebook : artistes des *playlists*

Les artistes retenus pour l'étude sont ceux qui ont été observés lors des Sonny's Porch pendant la durée de la recherche, ceux qui ont été le plus souvent cités lors des entretiens et dans les questionnaires ou ceux qui sont le plus présents sur les pages Facebook des surfeurs interrogés. Dans l'analyse finale, une attention toute particulière a été donnée aux artistes observés lors des Sonny's Porch et à certains artistes mentionnés par les sujets car il s'agissait de ceux qui étaient censés représenter explicitement une certaine approche du surf. Dans les tableaux situés en annexe 8, les artistes ont ainsi été codés selon leurs sources : relevant de Sun Bum (Sonny's Porch ou autre), S.B. ; mentionnés par les sujets, S. ; dans les questionnaires, Q. ; sur Facebook, F. Le premier tableau est un résumé des caractéristiques musicales des artistes. Le deuxième appréhende les mêmes artistes selon les catégories démographiques qui les ont cités : on distingue ainsi les genres et les générations. Les caractéristiques sont attribuées selon que les artistes ont été mentionnés par les catégories observées ou selon qu'ils apparaissent sur leur page Facebook.

Lorsque l'on observe les tableaux, la caractéristique la plus évidente du corpus musical choisi par les surfeurs est son hétérogénéité en termes de genres et de provenance. En effet, parmi les hommes de la génération Y, le punk et le R&B, mais aussi le rap sont particulièrement populaires (le punk en début de génération et le rap en fin de génération). Chez les hommes des générations X et chez les baby-boomers, on retrouve beaucoup de classiques de la *surf music* historique mais aussi des artistes punk des années quatre-vingt comme Sublime et de nouveaux groupes moins connus et plus alternatifs. Chez les femmes des générations Y et Z, les choix se portent sur des musiques moins agressives que le punk comme le trip-hop, les musiques internationales ou ethniques, et les artistes féminines sont nettement plus populaires que chez les hommes où elles sont absentes. La musique country se retrouve dans toutes les catégories, tout comme le reggae de Kulcha Shok grâce à la proximité de Lance-O avec tous les sujets interrogés et la plupart des sondés. Notons dès à présent qu'il existe une différence entre les artistes et les genres de musiques suivis sur Facebook ou mentionnés dans les questionnaires et ceux auxquels se réfèrent les sujets d'entretiens pour leur vie de tous les jours. Il s'agit d'un point important sur lequel nous reviendrons au cours de l'analyse.

3.4.2 Portraits issus des comptes Instagram privés des sujets féminins et masculins

Les données relevées sur Instagram au cours des trois saisons de 2017 à 2018 sont synthétisées dans des tableaux synoptiques situés en annexe 9. Dans un premier temps, nous proposons ici une objectivation des manifestations discursives les plus récurrentes dans les pages personnelles des sujets observés, puis dans un deuxième temps, nous présentons celles des entreprises associées aux sujets comme Sun Bum, Kulcha Shok, etc. Dustin et Britty sont les deux sujets qui possèdent un compte Instagram privé. Dustin a choisi le nom de sa chienne Nalu comme pseudonyme. Elle constitue l'élément le plus présent sur sa page. Elle est photographiée au travail, dans la nature, dans le van Sun Bum (elle est aussi dans les publications de Sun Bum). Les marques de surf les plus présentes dans ses publications sont Sun Bum (majoritaire à cause du travail de Dustin) et Mayhem (le *shaper* de Lost en partenariat avec Sun Bum qui est aussi le fournisseur de Dustin). Sur sa page, Dustin utilise les *hashtags* de manière très ponctuelle.

Britty se définit ainsi sur Instagram : « Singer. Mother. Yogi. Surfer. ». Beaucoup de ses publications la mettent en scène dans des décors naturels souvent au bord de l'eau ou en train de faire du yoga. Depuis la fin de l'année 2017, Britty se concentre sur le yoga et la plupart de ses *hashtags* contiennent les mots « love », « femininity », « yoga » ou encore « sunbum ».

3.4.3 Portraits issus des comptes Instagram professionnels

Certains sujets de cette étude comme Ricky Carroll, Bart Kelley, Lance-O ou Sean Slater ne possèdent pas de compte Instagram privé ou utilisent leur page professionnelle comme une page privée. Ils appartiennent à une communauté de professionnels du *surf lifestyle* qui se constitue en un réseau d'éléments interconnectés. Il n'est pas rare que les entreprises observées se mentionnent les unes les autres. Ainsi nous avons élaboré un critère d'interconnexion qui nous permet de comprendre la nature des liens entretenus entre les membres du microcosme industriel foisonnant à Cocoa Beach.

En ce qui concerne Sun Bum, il est important de noter que les réseaux sociaux sont alimentés par des photographes souvent professionnels ou des individus (comme Dustin) à qui des instructions de composition des photographies ont été données. Par la suite, des employés spécialisés en communication gèrent les publications et les commentaires au nom de Sun Bum. Cela n'est pas le cas de toutes les entreprises observées. Pour la marque au gorille, la plage est l'élément le plus présent. Dans les publications, elle est toujours associée à un autre élément comme la famille, le logo de la marque ou les femmes objets. Le surf quant à lui constitue souvent l'élément unique de la photographie. Dans les nombreuses publications relevant du *lifestyle*, la famille et les amis sont des thèmes récurrents. Les femmes et les jeunes enfants y sont primordiaux. L'élément musical est absent des périodes où il n'y a pas de Sonny's Porch comme durant l'observation effectuée en automne. Dans cette période, l'Australie occupe une place importante puisque l'équipe de Cocoa Beach y a passé deux semaines : Dustin (responsable de la formation), Brock (assistant), Devon (en charge des réseaux sociaux). Les lieux des photographies sont signalés uniquement lorsque le but de la photo est de les mettre en évidence (s'il s'agit de zones ou *spots*⁹⁴ de surf reconnus comme le North Shore à Hawaï). Les publications de Sun Bum sont très variées et comprennent aussi les produits dérivés du mode de vie qui ne sont pas de la protection solaire comme les serviettes, les casquettes, les frisbees, etc.

Sur la page de Ricky Carroll Surfboards (R.C.S), les photographies ne sont pas professionnelles et la majorité d'entre elles n'est pas complexe, pensée en amont et structurée pour inculquer un quelconque message. En effet, chacune ne repose que sur un thème ou deux. Elles sont purement informatives et montrent un produit et un savoir-faire. Les planches sont photographiées pendant la production et après. En termes d'interconnexion (une notion qui renvoie ici aux références à divers éléments du surf dans un texte ou une image dont ils ne sont pas les sujets principaux), R.C.S. promeut Sun Bum et Endless Summer Radio mais aussi

94 Le terme anglais *spot* est aussi utilisé par les surfeurs français pour parler d'une zone de surf spécifique. Le substantif est masculin.

d'autres événements comme des courses automobiles. Les produits dérivés sont des gilets de surf qui protègent les côtes des surfeurs, ainsi que des casquettes. Il n'y a qu'une photographie objectivant la femme. Contrairement à ce que l'on pourrait attendre d'une entreprise de fabrication de planches dont le marketing semble loin de s'intéresser à la promotion du *lifestyle*, un camion d'alimentation (*food truck*) occupe une place importante dans les publications de R.C.S. Il est difficile de savoir s'il s'agit d'un partenariat car encore une fois, les photographies amateurs ne sont pas travaillées pour transmettre de messages clairs.

Endless Summer Radio (E.S.R.) est la radio de R.C.S. Son animateur, Bart Kelley, est en charge du réseau social et il est aussi l'un de nos sujets. Là aussi les publications ne sont pas professionnelles. Bart Kelley prend beaucoup de *selfies*⁹⁵ pour promouvoir des chèques cadeaux en partenariat avec des compagnies locales, souvent des restaurants. L'interconnexion est aussi marquée par le partenariat entre Sun Bum et E.S.R. puisque l'animateur a mis en place une journée dédiée à Sun Bum (Sun Bum Positive Sunday). La musique est référencée à travers des concerts ou des images d'instruments. La majorité des photographies sont prises dans le studio d'enregistrement. Dans l'ensemble, il y a très peu de diversité iconographique sur la page de E.S.R et toutes les publications se ressemblent.

Sean Slater alimente la page Instagram de sa compagnie SSlater comme il entretiendrait sa page privée. On y voit beaucoup de portraits le mettant dans des situations de la vie de tous les jours : en couple, entre amis, à la pêche, etc. Il n'y a quasiment pas de promotion pour son magasin situé dans le centre ville de Cocoa Beach.

Le croisement des données obtenues lors des entretiens, des observations de terrain (lors de Sonny's Porch, du Rootfire Festival, etc.) ou sur les réseaux sociaux montre qu'il existe pour chaque participant plusieurs manières d'appréhender différentes musiques. En effet, pour un même individu, la consommation et la représentation musicale se font différemment selon la plateforme et les besoins expressifs et symboliques. Par exemple, Dustin, Britty et Bart Kelley ont tous rempli un questionnaire, assisté aux mêmes concerts et leurs pages Facebook et Instagram ont été examinées. Il convient de noter dès à présent que selon la plateforme choisie par ces individus pour exposer leurs préférences musicales, le contenu des données est différent. Ainsi dans chaque contexte, les artistes présentés par les sujets comme étant en lien avec leur *surf lifestyle* ne sont pas exactement identiques d'un réseau social à l'autre et du discours virtuel au discours réel même si des tendances sont marquées. Dès lors, le croisement des données selon tous les modes de dissémination nous permet deux choses : d'abord de sélectionner des artistes présents d'une source à l'autre chez un même individu (la récurrence marquant la valeur intrinsèque de l'artiste dans la *surf music*), et deuxièmement dans une

95 Les *selfies* sont des photographies de soi effectuées avec un smartphone.

approche plus large, ce croisement permet de penser que dans le *surf lifestyle* la musique répond à un besoin contextualisé, qu'elle est fonctionnelle et appartient à tous les genres, ce que les troisième et quatrième parties devront montrer.

3.5 Sun Bum : port d'entrée dans la culture du surf et microcosme objectif

Comme nous l'avons vu dans l'introduction de ce travail, *musicking* est un terme qui englobe la production et la consommation de musique. Nous avons choisi d'approcher notre objet de recherche en regardant du côté des surfeurs pour comprendre les rapports qu'ils entretiennent avec la musique dans leur *lifestyle*. La lecture que l'on se fait des éléments composant la subculture du surf diffère selon qu'elle est faite au travers du prisme de l'activité (les surfeurs), de la musique (les artistes) ou de la marchandisation (les entreprises). Notre parti pris a été d'observer la subculture du surf d'après le regard des surfeurs. Alors l'approche répondant le mieux à notre problématique consistait à trouver une entité ou une personne inscrite dans l'activité mais ayant un rapport étroit avec les autres prismes afin de permettre un aller et retour entre les trois. Les employés de Sun Bum, en particulier Dustin, ont été des éléments essentiels à cet égard car ils offraient leur expertise de la subculture construite sur différents édifices : leur pratique du surf, leur position privilégiée au cœur de la fabrication du *lifestyle*, leur implication dans les pratiques musicales (Sonny's Porch), la marchandisation du mode de vie. Pénétrer dans la subculture par cette porte donnait à la chercheuse un accès privilégié à tous ces éléments qui incluaient par ailleurs l'entrée dans les réseaux d'influence de la subculture.

L'intérêt de Sun Bum est double en terme d'objectivation d'une communauté culturelle et esthétique. En effet, l'entreprise a déjà pensé les dynamiques cognitives et affectives des pratiquants des sports d'action pour mieux cibler son marché. Dès lors, notre recherche a bénéficié de ces analyses car comme nous l'avons indiqué plus haut la chercheuse a souvent été intégrée aux sessions de remue-méninges. Par ailleurs, Sun Bum a une approche inclusive de la réflexion marketing, c'est-à-dire que les professionnels de la marchandisation et les surfeurs sont inclus dans la conversation (parfois il s'agit d'une seule et même personne mais quand ce n'est pas le cas, l'opinion du surfeur n'est en rien minimisée). Sun Bum est un reflet pratique de l'approche théorique que Rinehart et Sydnor (2003) ont privilégié pour leur ouvrage sur les sports alternatifs : « [a] selection of particular sports and author-experts for inclusion in the book had to do with our quest to publish significant works of quality concerning the culture of extreme sports, and not a desire to forge a canon of particular sports or experts » (p. 2). Tout comme les auteurs le suggèrent, Sun Bum offre des analyses que nous pouvons qualifier d'endo et d'exo-culturelles : « juxtaposed with the athlete who bemoans

frozen toes is the academic who categorizes risk-taking » (*ibid.*, p. 2). Comprendre la subculture du surf, c'est aussi l'explorer par le truchement de son industrie culturelle telle qu'elle est conçue chez Sun Bum pour sa logique de marché. L'entreprise en pleine expansion a compris les mécanismes de la réussite de ceux que l'on appelle les Big Three : Billabong, Quiksilver et Rip Curl. Comme le souligne Mark Stranger (2013), ces trois géants ont basé leur fonctionnement interne ainsi que leur image publique sur l'embauche d'athlètes. Cela confère aux Big Three ainsi qu'à Sun Bum leur légitimité auprès des surfeurs mais aussi dans cette étude :

Leading players in the trade still live and operate from the small-town surfing meccas in which they started. They employ devotees of the sport on a flexi-time basis so that, from CEO to floor sweeper, they're free to slam the office door and bolt for the beach [...]. It's this policy of 'maintaining the rage' . . . that has been fundamental in keeping the faith with core customers⁹⁶. (*Ibid.*, p. 68).

Cocoa Beach, la ville où se trouve le bureau de Sun Bum, est l'une de ces « small-town surfing meccas » où les employés des diverses entreprises, de Neilson surf shop à Surfinista, peuvent en effet fermer les portes pour aller surfer dès que l'occasion se présente. L'une des personnes interviewées par Stranger (2013) a déclaré :

It's not a policy to employ only surfers, but it is felt that there is an advantage to do so because it keeps us in touch with our market When I was hired I was told by the executive director that he expected to see me in the surf when it was good and not in the office. It's not a hard and fast rule but it is a strong policy. (p. 68).

La même chose peut être dite au sujet des membres de l'équipe de Sun Bum qui confortent la légitimité de la marque⁹⁷. Les bureaux de Sun Bum sont ouverts au public et les employés sont souvent utilisés comme modèles pour les campagnes publicitaires. Ainsi comme le souligne Stranger (2013) :

The image of authenticity is further enhanced because the companies rarely sell their products in overtly mainstream stores, but require outsiders to 'cross over' into surf shops (often simulated versions) to purchase their brands from within (simulated) subcultural space, as a tourist might buy a genuine souvenir in an 'authentic' native village. (p. 68).

96 Goatley, E. (December 1998). Barons in Boardshorts. *Panorama*, 71-9.

97 Un incident survenu en 2017 a confirmé l'importance de l'image des employés comme vitrine de la subculture. Dustin s'est déchiré les ligaments croisés et a été réprimandé car son attelle ne représentait pas le côté attrayant du lifestyle mais l'une de ses conséquences indésirables susceptibles d'effrayer les amateurs débutants ou les poseurs qui comme nous l'avons vu sont les plus gros consommateurs de produits annexes comme la crème solaire.

Pour être légitime, l'industrie du surf doit garder contact avec les surfeurs et leur expérience fondatrice du surf parce que ce sont eux qui marquent le lien entre la culture corporatiste et la conscience collective de la subculture. Alors ces entreprises deviennent des entités légitimes et en cela Sun Bum représente une culture du surf en tension avec le *lifestyle* authentique et le *mainstream* mais aussi en tension avec le régional et le global, d'où son intérêt pour la recherche comme port d'entrée dans la subculture. La deuxième partie de ce travail propose une genèse du surf en lien avec la formation de la *surf music* qui mettra en exergue la manière dont le modèle Sun Bum a su synthétiser le *surf lifestyle* offrant ainsi à notre recherche sur le surf et sa musique en Floride une plateforme d'observation idéale.

DEUXIÈME PARTIE

Formations et transformations de deux spécificités culturelles
américaines : le surf et la *surf music*

Chapitre 4. Genèse du *surf lifestyle* : de Hawaï à la Floride

That is what it is, a royal sport for the natural kings of earth.
(London, 1911, chap. VI).

4.1 Hawaï : *Ke'e Nalu*

4.1.1 Les origines du surf

Les origines du surf tel qu'on le connaît aujourd'hui sont hawaïennes même s'il est reconnu que d'autres civilisations comme celle des Péruviens pratiquaient l'activité il y a des milliers d'années. Selon Matt Warshaw⁹⁸ (2010), les premiers habitants d'Hawaï sont sans doute arrivés des îles Marquises dans les années 300 de notre ère : « Almost everything now thought as innately Hawaiian—the thunderous creation story, the melodramatic cast of gods and spirit forms, chant-based storytelling, the concept of manna, the *kapu* system of rule and law—originated in Tahiti » (chap. 1.2). D'après l'un des premiers historiens du surf, Ben Finney (n. d.), une forme de proto-surf polynésienne a sans doute vu le jour dès 2000 avant notre ère mais n'était qu'un passe-temps pour les enfants (cité dans Warshaw, 2010, chap. 1.2). Selon Warshaw (2010), le surf n'était pratiqué par les adultes que sur les îles principales de l'est de la Polynésie (Hawaï, les Marquises, Tahiti, les Iles Cook et la Nouvelle Zélande). Parmi ces populations, seuls les Tahitiens et les Hawaïens utilisaient des planches sur lesquels ils se tenaient debout, mais ce sont les Hawaïens qui ont fait de ce sport ce que Warshaw (2010) appelle « a communal obsession » (*ibid.*). Alors qu'au Pérou il ne servait que pour la pêche, le surf à Hawaï fut dès le départ un jeu universel, c'est-à-dire que même si la classe dominante avait un statut privilégié (elle disposait de planches particulières et avait l'exclusivité sur certaines plages) tous les membres de la communauté le pratiquait. Warshaw (2010) explique que les relations entre le sport, la religion, les mythes, le travail, la guerre, la famille et la sexualité étaient fluides et que dès lors, le surf s'entremêlait à tous ces aspects de la vie hawaïenne. Très vite le surf a fait partie de la littérature de l'archipel au travers des *mele inoa* (des chants) dont les récits fantastiques traitaient des thèmes de l'amour, de la vengeance, de l'honneur et de la disgrâce (*ibid.*).

98 Matt Warshaw est un ancien surfeur professionnel. Autodidacte, il est considéré par beaucoup comme le meilleur spécialiste du surf au monde (Paumgarten, 2016) grâce entre autres à son ouvrage paru en 2003, *The Encyclopedia of Surfing*, sans cesse mis à jour dans sa version en ligne.

4.1.2 Les premières planches

Les premières planches de surf de taille petite à moyenne étaient faites de *koa* (un bois dur), ou de fruit à pain (plus mou). Les grandes planches étaient faites de *wiliwil*, un bois léger aussi utilisé dans la fabrication des canoës (Warshaw, 2010, chap. 1.3). Les planches étaient imperméabilisées à l'aide d'huile de noix. Il n'y avait pas d'ailerons pour stabiliser les surfs comme on en a aujourd'hui. Les Hawaïens ont développé trois différents types de planches : *paipo*, *olo*, et *alaia*. La première était la plus petite, souvent utilisée par les enfants (environ trois pieds sur 16 pouces⁹⁹, soit environ un mètre sur 40 centimètres). La deuxième était exclusivement utilisée par la royauté. Elle était en *wiliwil*, faisait 20 pieds de long sur deux pieds de large (six mètres sur 60 centimètres), huit pouces d'épaisseur au milieu (20 centimètres) et pesait 90 kilogrammes (*ibid.*). L'un des pionniers du surf américain, Tom Blake, était fasciné par la *olo* dès les années vingt. C'est avec le premier représentant hawaïen du surf dans le reste du monde, Duke Kahanamoku, que Blake surfait sur ces planches, mais à Hawaï, la règle du *Kapu* empêchait au public d'utiliser les *olos*, sans doute pour des raisons de sécurité car une planche perdue par son utilisateur pouvait aisément tuer quelqu'un en le percutant. Par ailleurs, le consensus semble indiquer que ces planches étaient utilisées comme on utilise des *paddle boards*¹⁰⁰ aujourd'hui (debout et avec une rame). C'est sur la troisième catégorie de planches, l'*alaia*, que le surf tel qu'on le connaît aujourd'hui semble avoir été inventé (une technique qui consiste à se lever sur la planche pour surfer une vague qui se lève et s'enroule sur elle-même). La planche faisait la moitié d'une *olo*, avec un *nose* rond et un *tail* carré¹⁰¹, des dimensions d'environ six ou sept pieds de long (jusqu'à deux mètres) pour deux pouces d'épaisseur (cinq centimètres) et un poids de 20 kilogrammes. Selon Warshaw (2010), cette planche pouvait être utilisée aussi bien par la royauté que par les villageois (*ibid.*). La planche n'était pas pourvue d'ailerons et était donc peu manœuvrable, donc lors de compétitions c'était le style du surfeur plus que sa trajectoire qui était jugé. Selon Warshaw (2010), la compétition informelle dans l'eau pouvait être féroce et cette violence dans le surf s'est exportée vers les États-Unis et plus spécifiquement la Californie (*ibid.*).

99 Nous utilisons le système impérial d'unités parce qu'il est aussi utilisé dans l'industrie française du surf pour donner les mesures des planches en pieds et en pouces. Dans le texte, la conversion en unités métriques sera donnée à chaque fois.

100 Un *paddle board* est une grande planche sur laquelle on se tient debout et on utilise une pagaie pour avancer. Le mot *paddle* signifie pagaie.

101 Nous utilisons les termes anglais parce qu'ils ont été préservés en français dans le jargon des surfeurs. Le mot *nose* signifie nez et renvoie à l'avant de la planche alors que le mot *tail* signifie queue et renvoie à l'arrière de la planche (voir glossaire).

4.1.3 Le surf et les *haoles*

Le terme *haole* signifie « étranger » en hawaïen et les premiers contacts de ces étrangers avec le surf remontent au XVIII^e siècle. En effet, le capitaine James Cook est reconnu comme étant celui qui aurait écrit les premières descriptions de l'activité du surf dans un journal de 1777, *A Voyage to the Pacific Ocean*, publié à titre posthume (Warshaw, 2010, chap. 1.4). Beaucoup de récits s'ensuivirent qui ne parvinrent pas tout à fait à qualifier cette pratique. Les Hawaïens l'appelaient *papa he'e nalu* (planches pour glisser sur la vague). Les premières descriptions faites par les visiteurs faisaient état de « floatboard », « sharkboard », « broad-board », « bathing board » puis enfin « surf board » utilisé la première fois dans les années 1790 (*ibid.*). Les termes désignant le participant (le substantif *surfer*) et l'activité (le verbe *to surf*) sont apparus au début du XX^e siècle pour remplacer « surf-swimming » et « surf-boarding ».

L'influence de la colonisation américaine a sans doute contribué au déclin du surf traditionnel hawaïen. Les colons apportèrent des maladies qui décimèrent les populations et ils imposèrent un mode de vie qui ne permettait plus aux Hawaïens de mener une existence centrée sur le surf, en étant dénudés et sans travailler. Warshaw (2010) raconte qu'en 1895, l'anthropologue et missionnaire Nathaniel Emerson parlait déjà du surf au passé : « We cannot but mourn its decline, [and] today it is hard to find a surfboard outside of our museums and private collections » (chap. 1.5). Pour lui cette culture ancienne avait existé 120 ans au paravant et était vouée à disparaître car, en effet, quand Cook arriva à Hawaï à la fin du XVIII^e, il y avait environ 400 000 Hawaïens dans l'archipel, et en 1896, il n'en restait que 30 000. Les colons, souvent des missionnaires religieux, avaient eu pour ambition de civiliser les sauvages (donc selon eux, de les sauver grâce à la chrétienté) et de développer l'agriculture. Le code *Kapu* fut abandonné, le *hula* banni ainsi que les *lei*¹⁰² parce que ces derniers représentaient le côté profondément charnel de la culture hawaïenne. Le surf ne fut jamais interdit mais tous les rituels qui l'accompagnaient le furent ce qui altéra vivement le mode de vie des autochtones. En effet, comme nous l'avons vu, le surf s'intégrait à tous les aspects de leur vie : par exemple, les prêtres hawaïens bénissaient le rivage pour faire venir les vagues, les artistes gravaient des représentations simplifiées de surfeurs sur des roches de lave, des autels étaient construits sur les plages pour les surfeurs, et les récits d'aventures, d'amour et d'honneur étaient toujours en lien avec le surf (Warshaw, 2010, chap. 1.2). Ces projets missionnaires furent appliqués pendant une quarantaine d'années seulement mais leurs effets étaient visibles et les surfeurs hawaïens voyaient les missionnaires d'un mauvais œil¹⁰³. Au XIX^e siècle, le surf

102 Le *hula* est une danse traditionnelle hawaïenne et le *lei* est une guirlande de fleurs faite pour être portée.

103 Après la domination de l'église, ce sont les entrepreneurs américains qui prirent le dessus avec l'industrie principale : « King Sugar », un vaste système de plantation qui domina jusqu'au milieu du XX^e siècle. Avec l'aide de la U.S. Navy, la monarchie hawaïenne fut renversée en 1893 et cinq ans plus tard, les îles appartenaient aux États-Unis (Warshaw, 2010, chap. 1).

faillit disparaître avec la population originale diminuée de 90 % en une centaine d'années (Warshaw, 2010, chap. 1.6). Mais le sport allait être ravivé par les écrits de Jack London comme *The Cruise of the Snark* dans lequel il décrit le surf par une formule maintenant célèbre : « a royal sport for the natural kings of earth » (London, 1911, p. 75).

Selon Warshaw (2010), le travail de Jack London ne fut pas sans influence sur l'expansion continentale du surf. Son texte sur l'expérience du surf, « A Royal Sport », paru dans *Women's Home Companion* en octobre 1907, puis dans *England Pall Mall Magazine*, et enfin dans son récit de voyage de 1911, *The cruise of the Snark*, contribua grandement à rendre le surf populaire. C'est lui qui déconstruisit l'idée sans doute élaborée par Mark Twain que la faculté de certains individus à surfer étaient une question de race puisque le sport semblait si difficile pour les Blancs à Hawaï. En effet, lors de sa visite sur l'archipel en 1866, Mark Twain ne parvint pas à surfer, ce qu'il justifia ainsi : « none but the natives ever master the art of surf-bathing thoroughly¹⁰⁴ » (Downes, 2006 ; Warshaw, 2010). Pour Jack London en revanche, l'expérience du surf incluait l'idée d'une égalité des races dans le *line-up*¹⁰⁵, une notion qui lui avait été inculquée par Alexander Hume Ford, un habitant d'Honolulu qui avait revitalisé le sport à un moment où celui-ci avait semblé disparaître à Hawaï (Warshaw, 2010, chap. 2.2). Ford avait pour projet d'enseigner le surf à Jack London et de promouvoir Hawaï à travers lui (*ibid.*). En 1908, il fonda le Outrigger Canoe and Surfboard Club, la première organisation de surf au monde, afin de développer le sport sur l'île. Ce sont Ford et London qui ensemble ont qualifié le surf de « Sport of Kings ». Après le lancement de son club, ce fut au tour d'un groupe de Hawaïens, dont Duke Kahanamoku faisait partie, de lancer Hui Nalu (Club of the Waves) en 1911. Dès lors, l'activité prit son essor (*ibid.*).

4.1.4 L'avènement d'un mode de vie et d'un sport : Duke Kahanamoku (1890-1968)

À Hawaï, le tourisme qui devenait l'économie dominante fit naître des hôtels comme le Moana Hotel ou le Royal Hawaiian où les premiers *beachboys*¹⁰⁶ firent leur apparition. Il s'agissait de groupes de surfeurs qui travaillaient pour des pourboires comme guides, moniteurs de surf, maîtres nageurs, etc. (Warshaw, 2010, chap. 2.4.). La plupart des premiers *beachboys* faisait partie du Hui Nalu Club. Beaucoup d'entre eux étaient d'excellents musiciens et chanteurs et aidèrent à populariser la musique hawaïenne qui fut exportée sur le continent. Leur mode de vie et leur réputation de bohèmes représentèrent très vite l'épitomé du surfeur et de son mode de vie : ils portaient des chemises *aloha* (à fleurs), faisaient preuve

104 Son récit peut se trouver dans ses *Letters from The Sandwich Islands* qu'il écrivit pour le *Sacramento Union* en 1866 (Campbell, 1939).

105 Le *line-up* est l'endroit où les surfeurs se placent pour attendre la vague. Le positionnement des surfeurs détermine la priorité alors il est déterminant d'être bien placé (voir glossaire).

106 Le terme peut se trouver épelé en un ou deux mots.

de désinvolture financière, ne faisaient pas de distinction entre travail et loisir et ils jouaient du ukulélé sur la plage l'après midi puis dans des restaurants le soir pour des pourboires. Selon Warshaw (2010), « Riding waves was as important to these barefoot troubadours as their sexed-up, easygoing, empty-pocket deviancy. By combining the two, beachboys laid a foundation for what would later be called the surfing lifestyle » (*ibid.*). Ainsi, ce n'est pas uniquement l'activité du surf qui s'est exportée dans le reste du monde, mais aussi certains aspects du mode de vie exacerbés selon les lieux et les périodes.

L'un des personnages qui a contribué à disséminer la culture du surf dans le monde fut un Hawaïen, Duke Kahanamoku, médaillé d'or en natation aux Jeux Olympiques de Stockholm de 1912 (puis en 1920 et 1924). Dès le début de la Première Guerre mondiale, il fut reconnu comme le patriarche du surf (Warshaw, 2010, chap. 2.5) sans doute grâce à ses performances et à son statut de co-fondateur du Hui Nalu Surfing and Canoe Club en 1911. Avant lui, le surf n'était pas conçu clairement comme un sport puisqu'on ne pouvait, ou ne savait pas le juger, le mesurer ou le chronométrer. En le rendant accessible à un public plus large, Kahanamoku préserva l'image du surf exotique mais le rendit praticable. Selon Warshaw (2010), le surfeur hawaïen qui avait appris et inspiré Jack London, George Freeth, a aussi été le mentor de Kahanamoku. Grâce à sa popularité gagnée aux jeux olympiques, ce dernier put voyager pour faire découvrir le surf au reste du monde : d'abord en France, puis aux États-Unis à Atlantic City, New York City, Long Beach en Californie, puis en Australie en 1914 où il fut baptisé le « bronzed islander », et enfin en Nouvelle Zélande (chap. 2.7).

Enfin pour conclure notre brève histoire du surf à Hawaï, notons que c'est sur l'archipel et non sur le continent que la pratique du surf a commencé à se transformer pour devenir ce qu'elle est aujourd'hui. En effet, dans les années vingt, John Kelly, Wally Froiseth et Fran Heath (appelés les Empty Lot Boys parce qu'ils erraient dans le parking quand il n'y avait pas de vagues) furent les instigateurs d'un changement fondamental dans la conception des planches. Ils n'aimaient pas les longboards et les *hollow boards*¹⁰⁷ alors ils modifièrent leurs planches en coupant et en affinant le *tail* afin de pouvoir mieux fendre les grosses vagues (Warshaw, 2010, chap. 2.15). Ce sont eux qui sont à l'origine du surf moderne tel qu'il est pratiqué aujourd'hui aux États-Unis et dans le monde : une approche du surf D.I.Y. (« do it yourself ») où la maîtrise de l'environnement et de la planche se conçoit avec un matériel adaptable aux conditions des vagues pour une meilleure performance (loin de la typologie symbolique des sociétés hawaïennes décrites par Twain ou London).

107 Un longboard est une planche très longue qui peut mesurer deux, voire trois mètres de long. Une *hollow board* est une planche creuse, souvent épaisse et large, qui a pour caractéristique de flotter davantage qu'une planche pleine (en bois ou en mousse). La première ne permet pas de manœuvres rapides, et à cause de sa flottabilité, la deuxième s'incline en s'enfonçant dans l'eau sous le poids du surfeur ce qui la rend difficile à naviguer.

4.2 La Californie : l'icône américaine

4.2.1 Les débuts du surf aux États-Unis : George Freeth (1883-1919)

Le surf en Californie (et dans le reste du monde) s'est développé grâce à des contextes spatiaux et sociaux propices. En effet, différents facteurs ont favorisé l'avènement du surf : l'architecture côtière s'est tournée vers la mer plutôt que vers les terres dès les débuts du XX^e siècle, l'industrialisation des États-Unis a donné accès aux congés payés à une nouvelle classe moyenne, l'automobile et les voyages sont devenus accessibles à tous. Les femmes se sont dénudées et une nouvelle image de la plage émanant de la Californie s'est imposée.

Warshaw (2010) explique que l'un des pionniers du surf en Californie fut George Freeth, un natif de Waikiki qui avait donné à Jack London ses premières leçons de surf. En 1907, Freeth fut envoyé à San Francisco comme ambassadeur d'Hawaï. Il n'était pas le premier à surfer en Californie (d'autres visiteurs hawaïens l'avaient fait une vingtaine d'années auparavant), mais il fut le premier à être reconnu car en ce début de siècle, la région était prête à accueillir l'innovation (surtout Los Angeles). Sur la plage de Redondo Beach (propriété d'Henry Huntington qui possédait aussi Pacific Electric Railway), Freeth donnait des représentations et était mis en avant comme « the Hawaiian wonder » qui pouvait marcher sur l'eau. Freeth finit par devenir un instructeur et ses étudiants formèrent les premières communautés de surfeurs qui allaient fonder la culture du surf californien (chap. 2.3.). Comme le souligne Cooley (2011), l'adoption et l'exploitation du surf par les Américains n'était qu'une question de temps et lorsqu'ils se l'approprièrent, le phénomène devint rapidement global : « Freeth is in part responsible for the existence of surfing culture in California, but of course California is expert in exporting cultural ideas, and in the second half of the twentieth century, surfing was radically globalized » (p. 24). La Californie a adopté le *surf lifestyle* hawaïen, puis a développé dans les années soixante une musique censée célébrer ce mode de vie. C'est durant cette période que la Californie est devenue le moteur industriel et culturel du surf dont le mode de vie s'est rapidement exporté sur le continent et dans le reste du monde.

4.2.2 La révolution : Tom Blake (1902-1994)

Après la Première Guerre mondiale, Waikiki était encore la capitale du surf mais le sud de la Californie se développait très rapidement et indépendamment d'Hawaï (Warshaw, 2010, chap. 2.8). Malibu et Corona del Mar au sud de Los Angeles prenaient leur essor comme zones de surf internationales. C'est à Corona del Mar que les premières compétitions de surf eurent lieu, inaugurant le Pacific Coast Surf Riding Championships de 1928. L'Amérique était prospère et c'est durant cette période que Tom Blake révolutionna le sport techniquement mais

aussi en le transformant en *surf lifestyle* (*ibid.*, chap. 2.9). Contrairement à l'approche que les *beachboys* avaient du surf, il s'agissait pour Blake et sa génération de s'éloigner de la société normative pour ne se concentrer que sur le surf (bien que les *beachboys* n'aient pas un mode de vie conventionnel, ils ne rejetaient pas les nouveaux modèles de consommation liés au tourisme, mais au contraire s'en servaient pour subsister sans avoir à s'y conformer). Originaire du Wisconsin, Blake était un nageur (comme Duke Kahanamoku qu'il rencontra lors d'un voyage) et il faisait partie de l'équipe du Los Angeles Athletic Club. De là il devint sauveteur, puis surfeur. En 1924, il alla à Hawaï. Blake n'aimait pas particulièrement les traditions du surf hawaïen ; il pensait par exemple que les figures acrobatiques exécutées sur la planche n'étaient faites que pour épater les touristes. En 1926, il se construisit une *olo* de 15 pieds de long (plus de quatre mètres) en bois, mais la trouvant trop lourde, il y perça des trous et la recouvra de fines couches de bois. Ce prototype évolua en un modèle fabriqué comme une aile d'avion avec un squelette et une coque. Sa *rib-braced hollow* pesait 30 kilogrammes au lieu des 60 kilogrammes usuels. Son modèle envahit les plages dans les années trente et quarante. Durant la Dépression, le nombre de surfeurs en Californie doubla grâce à son invention. Mais la vraie innovation fut l'ajout de l'aileron pour stabiliser la planche en 1935. C'est de là que toutes les autres évolutions du surf partirent dès les années quarante. Blake fut aussi à l'origine du premier ouvrage illustré sur le surf, *Hawaiian Surfboard*¹⁰⁸, paru en 1935. Il est ainsi affublé du titre de premier photographe du surf (*ibid.*).

4.2.3 Le surf devient *mainstream* : Robert Simmons (1919-1954)

Dès les années trente, la culture capitaliste américaine fit de Los Angeles une métropole de l'innovation qui allait tourner son regard vers la nouvelle tendance : le surf (Warshaw, 2010, chap. 2.8). Les premières planches fabriquées à des fins commerciales (hors des garages privés) étaient construites, emballées, expédiées et promues par Pacific System Homes. En effet, c'est après la crise de 1929 que Myers Butte, le fils de l'un des fondateurs de la compagnie, convainquit son père de se lancer dans la construction de surfs. Il créa Swastika Surfboards en 1932, puis changea le nom en Waikiki Surf-Boards à cause de la guerre. Les planches étaient en balsa et bois rouge. En 1938, trois modèles hawaïens étaient vendus (Paddleboard, Kiddie Board, Aqua-Plane) et utilisés par des surfeurs confirmés comme Duke Kahanomku ou Shirley Temple. La différence entre les planches de Tom Blake et celles de Pacific System était la construction mais aussi la fonction : celles de Blake étaient vendues comme des paddleboards et des planches de sauvetages, alors que les autres étaient pensées pour le surf exclusivement (*ibid.*).

108 Les éditions originales du livre sont tellement rares aujourd'hui qu'elles se vendent sur différents sites comme Amazon à plusieurs milliers de dollars.

Les premiers surfeurs californiens sérieux comme Robert Simmons ou Hobie Alter ont vite compris qu'en construisant des planches plus légères avec d'abord des bois moins lourds puis des mousses de polyuréthane recouvertes de fibre de verre imperméable, ils pourraient transformer le sport élégant de la royauté hawaïenne en ce que Crowley (2011) appelle : « an accessible guerrilla expression that is uniquely Californian » (p. 4). Simmons fut inspiré par les pionniers légendaires du surf que nous venons de décrire comme George Freeth (l'un des premiers à avoir surfé une vague le long des côtes californiennes au début des années 1900), le nageur olympique Duke Kahanamoku, le maître nageur-surfeur et inventeur de la planche creuse, Tom Blake (Crowley, 2011, p. 48). En étant le premier à alléger les planches par l'utilisation de la fibre de verre, Simmons fit évoluer le surf en y appliquant ses connaissances d'ingénieur (*ibid.*, p. 49). L'expert en *surf music*, Kent Crowley (2011) suggère que les premiers *shapers* comme Simmons ont inspiré les pratiques marketings de l'industrie musicale. En effet, il fait le parallèle entre les surfeurs qui étaient des *shapers* et les musiciens qui savaient créer des instruments. Selon Crowley (2011), dès les débuts du surf, et grâce à l'avancée technologique engagée par Simmons, lorsque les surfeurs n'étaient pas dans l'eau, ils créaient des planches dans leur garage, et lorsque le sport commença à se démocratiser, ils devinrent *shapers*, puis ils ouvrirent des surf shops et développèrent ainsi l'industrie du surf (p. 49). Ricky Carroll, l'un des sujets interrogés pour cette étude, rend compte du même parcours dans son entretien. Par ailleurs, lorsqu'il ne surfe pas ou ne fabrique pas de planches, il joue de la musique avec ses deux groupes.

Malgré les avancées technologiques, les planches restaient lourdes et n'étaient pas encore équipées de *leashes* (une corde qui attache la planche au surfeur). Ainsi, comme pour clore une période, Robert Simmons mourut noyé en 1954. Il plongea pour éviter un autre surfeur et son corps ne fut retrouvé que trois jours plus tard (Crowley, 2001, p. 50). Quatre ans après, Hobie Alter inventa la première planche en mousse de polyuréthane commercialisable grâce à une technique qui consistait à mouler les planches sous haute pression. Cela lui permit de répondre à la demande élevée que le film de surf *Gidget*¹⁰⁹ (Wendkos, 1959) allait susciter (Crowley, 2001, p. 50). L'historien du surf Mark Fragale explique que l'un des amis de Simmons, David Milton Sweet, fut à l'origine d'une des plus grandes innovations du surf en 1963 : la *popout board* (*ibid.*, p. 151). Elle était appelée ainsi car elle sortait d'un moule et n'était plus façonnée à la main de manière individuelle. Cette révolution permit aux manufactures de produire des planches plus rapidement et à moindre coût. Comme le souligne Crowley (2011), à partir de là, les surfeurs allaient se diviser en deux camps : les artistes et les

109 *Gidget* est le premier film de surf produit par Hollywood en 1959 (Warshaw, 2003). Chaque sortie de films ayant trait au surf semble susciter l'engouement d'un nouveau public pour le sport. En effet, le phénomène est constaté par ceux qui travaillent dans l'industrie du surf comme le souligne par exemple Dustin dans son entretien.

artisans. Notons qu'au même moment, la musique, et spécifiquement la *surf music*, connaissait elle aussi une révolution. Leo Fender avait transformé la musique populaire dans les années trente grâce à ses guitares électriques et ses amplificateurs. Dans les années soixante, une distinction se forma ainsi entre les artistes instrumentalistes surfeurs d'un côté et les groupes vocaux non-surfeurs de l'autre¹¹⁰. Dans les années soixante-dix, la révolution technologique dans l'industrie du surf eut un impact sur la démocratisation du surf mais aussi sur les manières de surfer que Lance Carson décrit ainsi : « longboarding is a ballet, shortboarding is jitterbug » (cité dans Crowley, 2011, p. 203). Le longboard étant une planche plus longue, elle ne permet que des mouvements lents et des coupes arrondies sur la vague alors que le shortboard étant une petite planche façonnée pour générer de la vitesse, elle permet des transitions rapides et des coupes de vague agressives (*jitterbug* renvoie à l'idée de nervosité). L'arrivée du surf en Californie a donné lieu aux innovations technologiques qui en ont fait ce qu'il est aujourd'hui. Les besoins d'adaptation à l'environnement décrits en amont se sont concrétisés et au-delà du mode de vie qui s'est développé, ce sont aussi des façons de pratiquer l'activité qui ont émergé. Tout comme dans la musique, des outils spécifiques étaient utilisés pour des effets recherchés, et l'appartenance exclusive à une communauté de style et de connaisseurs était mise en tension avec un besoin d'inclusion du grand public.

4.2.4 Clubs exclusifs et besoin d'inclusion

L'émergence de clubs de surf a permis à l'activité de valider formellement une expérience commune mais aussi de partager des rituels entre surfeurs et de les faire connaître aux non-surfeurs. L'organisation la plus connue en Californie était le Palos Verdes Surf Club fondé en 1935 (Warshaw, 2010, chap. 2.13.). Mais en tension avec cette ouverture au grand public, il y avait déjà chez les surfeurs un besoin de se distancier des non-surfeurs. San Onofre était l'un des premiers exemples d'un *spot* secret (pas si secret) que Brian Wilson des Beach Boys avait appelé « the nearest faraway place » (*ibid.*, chap. 2.14) comme le titre de sa chanson. C'est là que se tint le Pacific Coast Surf Riding Championships en 1938 après que la construction d'une jetée eut dégradé la vague de Corona del Mar. Pete Peterson, originaire du lieu, devint connu pour la fabrication de ses planches. C'est là que beaucoup des protocoles du *surf lifestyle* prirent leur sens : les sessions de ukulélé sur la plage, l'attitude dans l'eau et sur la rive (*ibid.*). Ces surfeurs étaient les premiers Californiens à instaurer un code de conduite, à développer une connaissance explicite de leur activité (ils ont décrit, nommé et analysé les mouvements, puis ont adapté leur matériel à leurs connaissances), et à marquer l'appartenance

110 Selon Crowley (2011), c'est en 1963 que le surf et la *surf music* devinrent des courants dominants (le terme anglais marque mieux le phénomène : *mainstream*) car ils devinrent accessibles à toutes les couches sociales (p. 151).

à une société exclusive secrète mais une société qui paradoxalement se devait d'être connue par des observateurs tenus à distance (ils ont développé un langage, voire un jargon adapté à leur pratique et dont eux seuls connaissaient les codes).

À travers l'évolution du surf depuis Hawaï jusqu'en Californie, on constate qu'il existe plusieurs façons d'appréhender le surf relatives à l'environnement et à l'histoire des cultures locales. Dans leur universalité, le surf comme la musique se modifient selon des besoins expressifs, fonctionnels, etc. Cependant, certaines régions comme la Floride sont éclipsées par la prégnance historique de lieux comme la Californie et semblent ainsi ne pas être dignes d'observations. Par exemple, selon une théorie considérant qu'il n'existe qu'un nombre limité de modèles de surf, Hawaï, la Californie et l'Australie apparaîtraient comme des modèles distincts, alors que la Floride ne fait jamais partie de cette typologie reprise ici par Booth (2003) : « If Californian surfers attempted to enhance the aesthetic value of nature's waves, Australian surfers were the first to dominate the wave through sheer aggression » (p. 325). Nous soutenons que ces trois espaces (Hawaï, la Californie et l'Australie) ne peuvent pas constituer les seuls modèles du surf car la pratique est conditionnée par un environnement idéal dans les trois cas alors que les vagues médiocres floridiennes requièrent une technique particulière (donc une approche du surf différente), et que la culture du surf est influencée par les spécificités socio-culturelles locales (nous l'avons vu, la Floride ne ressemble à aucun autre État en termes de population, de géographie et de culture).

4.3 La Floride : histoire et particularités d'une oubliée

Dans le monde du surf, la Floride est la grande absente des discours universitaires, marketings, et médiatiques à l'échelle nationale et internationale. Bien que la péninsule regarde vers l'ouest en direction d'Hawaï et de la Californie pour son héritage, les surfeurs floridiens sont devenus une communauté à part entière en construisant leur propre identité observable à travers leur pratique de l'activité, leurs habits de consommation et leurs choix esthétiques. Les paragraphes suivants proposent une brève introduction sur le développement du surf en Floride suivie d'une section dédiée aux particularités géographiques, historiques et socio-culturelles floridiennes qui ont eu un impact sur l'avènement d'une culture du surf adaptée à la péninsule.

4.3.1 Arrivée du surf en Floride

Dès le début du XX^e siècle, le *stand-up surfing*, par opposition au *belly-surfing*, fit son apparition en Floride. Le phénomène est documenté dans des cartes postales datant de 1906 et dans le *Daytona Gazette News* du 28 août 1909 (Aho, 2014, p. 5). La pratique réelle du surf,

c'est-à-dire la maîtrise active de l'équipement, commença à Miami Beach dans les années trente avec Dudley et Bill Whitman lors de leur rencontre avec des surfeurs de Virginie, Babe Braithwait et John Smith. Au cours de la même décennie, le Californien Tom Blake présenta les *hollow-style boards* aux Whitman puis à Gaulden Reed à Daytona où se constitua la première communauté de surfeurs floridiens. Pendant la Seconde Guerre mondiale, le surf disparut plus ou moins de la Floride même si quelques inconditionnels continuèrent à le pratiquer, comme Reed et Brewster Shaw à Daytona, David Aaron à Palm Beach, ou encore Dick Catri et Jack Murphy à Miami Beach (Aho, 2014, p. 6). Dick Catri était l'une des premières figures du surf floridien qui marqua la scène internationale dès sa première visite à Hawaï en 1958. Ce surfeur *shaper* de Miami Beach créa en 1965 la compétition qui deviendrait la Cocoa Beach Easter Contest, et il fut à l'origine du surf professionnel en Floride grâce à la création du Florida Pro Contest et du American Professional Surfer Tour en 1972 (Aho, 2014, p. 3).

Lors des débuts officiels du surf dans les années soixante, ceux qui surfaient étaient majoritairement de jeunes militaires (Aho, 2014, p. 12). Ce mode de vie correspondait à l'image du Sunshine State et à une population majoritairement jeune comme nous l'avons vu en amont. Néanmoins, pendant l'explosion internationale du surf dans les années soixante, la Floride souffrait d'une mauvaise réputation : des petites vagues de mauvaise qualité, des surfeurs de bas niveau par rapport aux standards internationaux, etc. Malgré les bons résultats lors de compétitions internationales, la Floride ne fut reconnue qu'après avoir offert à la sphère du surf de multiples champions du monde dont voici la liste : Gary Propper, maintenant artiste ; Claude Codgen ; Mike Tabeling, premier surfeur de la côte est à gagner une compétition sur la côte ouest¹¹¹ ; Bruce Valluzzi ; Mim Munro ; Joe Roland ; Yancy Spencer ; Frieda Zamba, originaire de Flagler Beach, quatre fois championne du monde, qui a redéfini le surf féminin en le rendant plus agressif (Aho, 2014, p. 15) ; Lisa Andersen, pro-ambassadrice pour Roxy, plusieurs fois championne du monde, devenue une inspiration pour les surfeuses (Aho, 2014, p.14) ; C.J. Hobgood ; Kelly Slater. Tous ces surfeurs ont contribué à susciter l'intérêt des *shapers* et industriels de la côte ouest qui donnaient le ton en matière de légitimité (Aho, 2014, p. 6). Aujourd'hui la Floride a son mot à dire et la créativité de ses acteurs est telle qu'elle irradie dans le reste du pays. Nous verrons dans la suite de ce chapitre où et comment ces innovations techniques et marketings propres à la Floride ont permis de la distinguer des autres espaces du surf américain.

111 Son entretien dans *Surfer* de 1970 intitulé I love Cocoa Beach : An erotic east coast confession révéla la Space Coast à l'international (Aho, 2014, p. 13).

4.3.2 Répartition du surf selon la logique régionale de Paul Aho (2014)

4.3.2.1 Le comté de Miami Dade

À Miami, au sud-est de la Floride, les vagues sont occasionnelles mais bien formées et c'est là que se sont créées beaucoup des premières usines de surf de la péninsule. Quelques grands noms ont contribué à mettre Miami sur la carte des destinations du surf : Dudley Stanley, Bill Whitman, Dick Catri et Jack Murf the Surf ont commencé ici. Même la star de Cocoa Beach, Gary Propper, y a grandi (Aho, 2014, p. 29). À Miami, dans les années soixante, le surf était restreint à la pointe de South Beach à l'est de Miami Beach Pier. En 1972, sous la pression d'une culture du surf en pleine ébullition, le comté fut contraint d'ouvrir plus de plages aux surfeurs. Le premier surf shop de Miami fut celui de Dudely Whitman Challenger Marine Showroom (*ibid.*, p. 31). Bob Reeve avait influencé le style avec son approche hawaïenne et fut l'un des premiers à partir pour le comté de Brevard où il commença à fabriquer ses propres planches, Reeves Surfboards (*ibid.*, p. 35).

4.3.2.2 Le comté de Palm Beach sur la Treasure Coast

La Treasure Coast est ainsi nommée car c'est là que se sont abimés beaucoup de navires lors de la conquête espagnole du XVII^e siècle. Le territoire se trouve entre le sud-est de la Floride et la Mosquito Coast qui inclut le comté de Brevard plus au nord. Selon les sources, le comté de Palm Beach fait partie de la Treasure Coast et ses plages sont connues internationalement pour être des paradis de la fête au milieu des hôtels de luxe et des clubs. Mais les rivages du comté offrent aussi parmi les meilleures vagues de la Floride et ont produit beaucoup de surfeurs. Le Gulf Stream réchauffe l'eau et les fonds marins profonds procurent des vagues de meilleure qualité et de plus grande taille. Les vents sont plus favorables à la production de bonnes vagues en hiver, ce qui est vrai sur l'ensemble de la Floride. Palm Beach Reef Road est une destination recherchée par les surfeurs du reste de l'État (Aho, 2014, p. 41). Comme c'est souvent le cas en Floride, les constructions sur le littoral et dans l'océan ont ici fait et détruit des vagues. En 1970, Florida Power and Light construisit deux pontons dans le comté de Sainte Lucie ce qui engendra l'une des meilleures vagues de la côte avant que les structures ne soient déconstruites en 1983. Une autre intervention humaine (involontaire celle-ci) produisit une vague célèbre : celle de l'Amaryllis, un navire grec qui s'échoua à proximité du rivage lors de l'ouragan Betsy en 1965. Le navire s'encastra parfaitement dans le fond à un angle de 15 degrés au nord de l'Ocean Reef Park. Le lieu fut rebaptisé « The Ship » par les surfeurs qui ont bénéficié de sa vague jusqu'en 1968 année pendant laquelle il fut démonté par les autorités (*ibid.*, p. 45). Au nord de Sainte Lucie, se trouve Fort Pierce Inlet State Park, une plage où les surfeurs s'arrêtent lorsqu'ils se rendent sur la Space Coast. Le lieu fut longtemps très prisé des touristes au point qu'il en fut menacé et c'est l'intervention de l'activiste Ross

Houston et le Eastern Surfing Association's Beach Access and Preservation Program (ESABAP) qui sauva le parc et les plages à la fin des années soixante-dix. Fort Pierce est donc très dynamique et c'est aussi de là que vient Jeff Berg, l'un des présidents du site Surfline.com, une des applications de surf parmi les plus complètes et les plus utilisées au monde (*ibid.*, p. 48). Pendant la Seconde Guerre mondiale, l'*inlet* ou le bras de mer fut le lieu d'entraînement des U.S. Navy Frogmen, les précurseurs des Navy Seals (*ibid.*, p. 53).

La région a donc toujours été très dynamique et a connu beaucoup de surfeurs et de *shapers* de légende. On retiendra tout particulièrement John Parton qui fut le premier du territoire à utiliser la technologie et les ordinateurs pour créer les ébauches de ses planches (*ibid.*, p. 60). Mais tout ne fut pas toujours facile pour le développement du surf dans la région puisque dans les années soixante, North Palm Beach passa des décrets bannissant la possession de planches dans les limites de l'agglomération. La ville de Palm Beach passa aussi un décret interdisant les planches près des points d'eau. En 1968, après un procès intenté par Palm Beach County Surfing Association, la Cour suprême de Floride décréta que la ville pouvait réguler le sport mais pas l'interdire (*ibid.*, p. 62).

4.3.2.3 La Space Coast

La Space Coast, telle qu'elle a été délimitée et définie dans le premier chapitre, comprend Cocoa Beach, le cœur de notre recherche mais aussi selon Aho (2014), le berceau spirituel du surf en Floride avec Canaveral Pier comme lieu de culte (p. 63). Les pionniers du surf de la péninsule comme Jack « Murf the Surf » Murphy et Dick Catri y ont laissé leur empreinte et surtout pour le second, ont permis au sport d'évoluer et à la Floride de légitimer sa place dans l'univers du surf. Murphy a mis fin à sa carrière après avoir été inculpé pour meurtre, mais Catri a contribué à faire apparaître la Floride sur la scène internationale sans doute grâce à ses exploits sur les vagues démesurées d'Hawaï. Il ouvrit l'un des premiers surf shops à Satellite Beach dans les années soixante et rassembla une équipe de surfeurs hors pairs (Mike Tabeling, Bruce Valluzzi, Gary Propper—le surfeur le mieux payé de sa génération, créateur de la bande dessinée *Teenage Mutant Ninja Turtles*). En 1966, Catri fut inclus dans l'International Hall of Fame par *International Surfing Magazine* et il représenta les États-Unis dans le World Contest de 1968 à Porto Rico (*ibid.*, p. 63). En 1966, parmi les dix participants aux World Championships de San Diego, six étaient du comté de Brevard. C'est aussi durant cette décennie que les surfeurs de la Space Coast ont fait la transition vers les *shortboards*¹¹² et la

112 À la fin des années soixante et dans les années soixante-dix, il y eut ce que Matt Warshaw (2003) appelle la *shortboard revolution*. Les planches passèrent de deux mètres 90 de long à environ deux mètres, et de 10 kilogrammes à environ cinq. Cela permit aux surfeurs de changer de style et d'adapter leur technique à une forme plus agressive de l'activité (« Shortboard revolution », 2003).

compétition (*ibid.*, p. 73). Le surf devint très populaire dans la région dès les années soixante, comme en témoigne l'article d'Ottum (1966) :

In the deep South, Florida's Cocoa Beach gets the most action, with an estimated 6,000 surfers scattered across the nine special zones along the 70-mile waterfront. Paul Jarrett, who owns the Canaveral Pier, says Brevard County surf shops sold 3,000 boards last year, will double that figure in 1966. (p. 6).

Dans les années soixante-dix, Sebastian Inlet et Cocoa Beach se taillaient la part du lion dans le classement des zones de surf les plus populaires auprès des surfeurs de haut niveau. Sebastian Inlet offrait des vagues plus puissantes mais Cocoa Beach avait tout le reste : des vagues régulières, des compétitions, une vie culturelle autour du surf très dynamique, des grands surfeurs, des plages attractives, quelque chose pour chaque public comme nous l'avons vu dans le premier chapitre, ainsi qu'un accès direct sur Orlando. En revanche, Sebastian Inlet était, et est toujours connu pour la présence de requins bouledogues et le manque de lieux d'accueil pour les non-surfeurs ou les après-sessions. Malgré cela, dans les années quatre-vingt, l'Inlet est devenu la vague la plus photographiée de la côte Atlantique et la plus prisée des experts (Aho, 2014, p. 76). C'est sur cette vague, à First Peak, que Matt Kechele a expérimenté ses *aerials* (figures aériennes), ouvrant la voie à un tout nouveau style de surf. En 2001, la U.S. Army Corps of Engineers a créé une extension de la jetée au nord de l'Inlet, ce qui a altéré la vague de First Peak. Cependant, le *spot* continue d'être populaire auprès des *power surfers*¹¹³ et il est le lieu de l'une des plus importantes compétitions de la côte Atlantique : le rendez-vous annuel du Quiksilver King of the Peak lancé en 1995. Cette vague est ainsi devenue le lieu où le surf de la Space Coast est passé de récréatif à compétitif en révélant des nouveaux talents du surf comme Adam Wickwire ou Tommy O'Brien (*ibid.*, p. 80).

Ce qui a fait de Brevard County et de la Space Coast un lieu exceptionnel pour le surf, c'est aussi sa place en tête de la création et de la production de labels de planches ainsi que de marques liées au *lifestyle* (entretien de Ricky Carroll du 13 juin 2017). Ce mouvement innovateur commença dès les années soixante avec Jack Murphy. Depuis, la demande d'une production locale n'a cessé d'augmenter et les *shapers* floridiens ont su se faire une place sur le marché national malgré les efforts de domination de la puissante industrie californienne. Beaucoup des pionniers du surf de la Space Coast ont lancé leurs propres labels comme Claude Codgen avec Sunshine Surfboards, ou Tom Neilson avec Creative Visions avant

113 Il existe aujourd'hui une différence entre les *power surfers* (une façon traditionnelle de surfer) et les surfeurs modernes. Alors que le premier style se conçoit comme une façon de surfer toute en puissance sur la totalité de la vague et inclut des *cutbacks* et tubes (voir glossaire), le surf moderne se conçoit avec des *aerials* et des rotations, donc avec moins de probabilités de se servir de la totalité de la vague.

d'utiliser leur nom comme l'ont fait Tabeling et Catri (Aho, 2014, p. 81 ; entretien de Ricky Carroll du 13 juin 2017). Aujourd'hui, l'ardeur créatrice de la Space Coast continue avec des *shapers* expérimentés comme Matt Kechele ou Ricky Carroll mais aussi avec des entrepreneurs plus jeunes aux idées novatrices comme A.J. Finnan et son Core Vac système pour sa marque Cannibal Surfboards. Il s'agit d'un système de fabrication des planches sous vide d'air pour une meilleure durabilité et solidité. Les matériaux sont alors repensés pour des planches plus légères, plus solides et plus rapides permettant à ces artistes d'être au cœur de la compétition internationale. Les usines de planches ont été accompagnées de l'explosion des surf shops sur la Space Coast dont certains sont devenus de vraies icônes dans toute la Floride, voire au delà. On pense une fois encore au plus gros surf shop du monde, Ron Jon Surf Shop à Cocoa Beach créé par Ron Di Menna dans les années soixante ou à son voisin Cocoa Beach Surf Company créé par Bob Baugher à la même époque (*ibid.*, p. 84). D'autres comme Quiet Flight ou the Longboard House à Melbourne Beach ont su résister à tout, même à la tentation de se conformer aux attentes du grand public comme Ron Jon chez qui les surfeurs *hardcore* ne vont généralement pas (ou plus) s'approvisionner.

4.3.2.4 Daytona et New Smyrna Beach

New Smyrna et Daytona sont au nord de la Space Coast. Pour Paul Aho (2004), même si l'histoire du surf floridien a commencé à Miami Beach avec les frères Whitman, Daytona est la première « surf city » (p. 85). C'est en effet lorsque les Whitman commencèrent à surfer à Daytona en 1934 que la ville entra dans l'histoire. L'un des autres pionniers de la ville fut Gauden Reed. Durant la Seconde Guerre mondiale, le surf avait quasiment disparu et il était mal avisé d'aller surfer à cause de la menace de sous-marins allemands dans la région. Reed fut arrêté à la sortie d'une session nocturne car les autorités pensaient avoir intercepté deux hommes sur des torpilles (*ibid.*, p. 85). Néanmoins le surf survécut à cette pénurie et c'est à Daytona qu'il resurgit sous la forme de planches en mousse et fibre de verre. Dick Avery et Steve Slater (le père des frères Slater) furent parmi les premiers à en posséder et ils furent ainsi à l'origine d'une nouvelle génération de surfeurs (*ibid.*, p. 88).

Aujourd'hui, New Smyrna Beach (N.S.B.), de l'autre côté de l'Inlet de Daytona Shores, est l'endroit en vogue pour les surfeurs et a remplacé Sebastian Inlet et Spanish House dans le classement des vagues les plus techniques. Mais cette reconnaissance a pris du temps. N.S.B. est entrée dans la sphère du surf dans les années soixante-dix grâce à l'un des meilleurs *spots* de la côte américaine appelé Shark Shallows. Il s'agissait d'un espace situé à l'extérieur de la zone sud de Ponce Inlet qui avait été créé par l'Army Corps of Engineers pour améliorer l'Inlet. Les médias étaient focalisés sur Sebastian Inlet alors la reconnaissance d'N.S.B. a tardé à venir et la compétition s'est accentuée entre les deux *spots* (Aho, 2014, p. 88).

Ajoutons que les deux plages sont aussi en compétition en ce qui concerne la présence de requins avec une légère avance pour N.S.B. qui est considérée comme la capitale des requins en Floride puisque Ponce détient le record mondial annuel d'attaques de requin enregistrées (non-mortelles par ailleurs) dont 19 des 48 attaques mondiales documentées en 2008 (*ibid.*, p. 102). Aujourd'hui, même si N.S.B. reste la zone la plus prisée, Shark Shallow n'est plus la vague qu'elle était dans les années soixante-dix à cause de l'intervention humaine, comme à Sebastian Inlet. Peut-être à cause du manque de reconnaissance médiatique qui a forcé la communauté de N.S.B. à développer une forme de surf *underground* en Floride, les surfeurs de N.S.B. se sont distanciés des autres communautés du nord et du sud, et ils sont maintenant connus pour leur territorialité ainsi que leur affirmation identitaire (*ibid.*, p. 95). Le surfeur Jeremy Johnston explique : « That inlet might as well be a brick freakin' wall. We will never let ourselves be lumped in with Daytona » (cité dans Aho, 2014, p. 96). Contrairement aux autres communautés de surfeurs le long de la côte floridienne, ceux de N.S.B. ne voyagent pas. Le lieu est isolé et leur a permis de développer des liens très étroits. La présence du Surfari Club et d'une vague régulière sont sans doute favorables à la sédentarisation des surfeurs, et tout cela fait que N.S.B. a été classée neuvième meilleure ville de surf américaine dans un *Surfer Magazine* de 2009 (*ibid.*, p. 97). Même si les premières compétitions de surf ont eu lieu à Daytona Beach, N.S.B. a joué un rôle important dans le développement du surf professionnel et amateur depuis les années soixante en accueillant des compétitions et en dominant les événements organisés par la Eastern Professional Surfers's Association devenue par la suite American Professional Surfers (*ibid.*, p. 104). C'est aussi là que se trouvent les organisateurs du Florida Surf Film Festival que nous décrirons plus loin.

4.3.2.5 Le nord-est

Le surf dans le nord est de la Floride a commencé dans les années trente mais s'est vraiment développé dans les années soixante à Jacksonville. C'est de cette région que viennent les légendes Mimi Munro, Frieda Zamba et Lisa Andersen (Pro-ambassadrice pour Roxy), les meilleures athlètes féminines de 1960 à 1980. Cette concentration de femmes est expliquée par le soutien qu'elles ont reçu de la part de leur communauté dans ce monde qui encore aujourd'hui reste très dominé par les hommes (Aho, 2014, p. 119). La ville historique de Saint Augustine fait partie de cette région et est connue pour le Blue Sky surf shop établi en 1979 ainsi que Tory Strange's Surf, établi en 1984 (*ibid.*, p. 120).

4.3.2.6 L'Emerald Coast dans le Panhandle

L'Emerald Coast se trouve au nord-ouest de la Floride, dans la partie sud-ouest de ce que l'on appelle le Panhandle (car la Floride ressemble à une poêle à frire et cette région en est le manche). Panama City est la ville du Golfe du Mexique où sont documentées les premières

pratiques du *surf-sliding* dans les années vingt (Aho, 2014, p. 121). Cela semble contradictoire quand on pense à la rareté des vagues dans le Golfe du Mexique. La première légende locale fut Yancy Spencer III qui gagna le Gulf Coast Surfing Championships en 1970, et la première East Coast Pro en 1972 (*ibid.*, p. 127). Plus à l'est de la ville, des vagues rares mais bien formées s'enroulent à Mexico Beach. Beaucoup des surfeurs de cette région font leurs débuts dans le Golfe mais souffrent rapidement du manque de vagues ; ils deviennent « surf-starved » pour reprendre une expression utilisée par beaucoup de surfeurs, dont Ricky Carroll lors de son entretien. Ils sont alors encore plus motivés que les autres pour y arriver et ils déménagent souvent sur la côte est, en particulier dans la Space Coast. On pense par exemple à Brian Waters dans les années soixante-dix. Il lança Islander Surfboards et travailla pour Tabeling et Spectrum sur la Space Coast avant de partir pour Hawaï (*ibid.*, p. 131). En 1979, Steve Forstall suivit le même parcours et travailla pour Tabeling et Spectrum mais s'installa à Indiatlantic où il travailla pour Steve Forstall Designs et fut reconnu pour son travail à l'époxy (*ibid.*, p. 132). L'un des employés de Sun Bum à Cocoa Beach, Brock, a lui aussi quitté Panama City pour pouvoir surfer davantage.

4.3.2.7 Le sud du Golfe

Il est difficile de s'imaginer que les plages paradisiaques de la baie de Tampa puissent offrir des vagues de qualité. Néanmoins, la région montre un tout autre visage lors des tempêtes tropicales et des ouragans. Les meilleures zones de surf sont entre autres, Venice Jetties, Siesta Key, et Indian Rocks. Dustin a grandi à Clearwater Beach et a donc appris à surfer sur ces vagues capricieuses avec d'autres, comme les frères Lopez, Shea et Cory (ce dernier étant sponsorisé par Sun Bum). Chris Lundy est une autre légende locale du surf qui après avoir appris à surfer en Floride est quant à lui parti à Hawaï où il fut invité aux Pipe Masters en 1982 et 1983. Il faisait partie de ce que les médias appelaient les Pipeline Undergrounds et il fut le premier à utiliser un Thruster tri-fin¹¹⁴ sur la vague gigantesque de Waimea. Ces surfeurs sont la preuve une fois encore de la volonté des Floridiens de développer leur activité et surtout leurs compétences en adaptant la technique, le matériel et la fréquence de la pratique aux conditions environnementales de leur région. Par ailleurs, puisque le Golfe n'offre pas de vagues constantes, les surfeurs locaux ont développé des infrastructures pour les sports de glisse alternatifs comme le skateboard ou wakeboard. Le skate park de Tampa, Rainbow Wave Park a été créé par Kit et Linda Traverso en gardant le surf en tête dans l'aménagement des modules. D'autres, comme le Clearwater Skate Park ou le Bro Bowl de Tampa ont permis au

114 Le Thruster tri-fin fut inventé en 1982 par l'Australien Simon Anderson. La planche est dotée de trois ailerons au lieu d'un seul pour plus de contrôle (*ibid.*, p. 136). Le Thruster permet de surfer de manière plus agressive puisque même si un aileron sort de l'eau lors d'un *cutback* par exemple, deux autres maintiennent le contrôle. Ce sont des planches particulièrement utilisées à Hawaï.

skate de se développer pendant les pénuries de vagues. Des téléskis nautiques se sont aussi ouverts en Floride, dont l'un des plus importants à Tampa : le McCormick's Cable Park. Enfin, l'un des plus vieux surf shops de la Floride, Sun Coast Surf Shop, reste aujourd'hui une référence quant à la diversité des planches qu'il propose. Le propriétaire, Joe Nuzzo, a ouvert le magasin en 1966 à Treasure Island. C'est là que Dustin a aiguisé ses connaissances du surf, du commerce et du management en y travaillant de l'âge de 17 à 27 ans. Il a ensuite intégré l'équipe de trois entrepreneurs de génie pour développer la marque Sun Bum.

4.3.3 État des lieux : ce qui distingue la Floride de la Californie et d'Hawaï

4.3.3.1 La notion de *strand* : style, culture, environnement

Comme nous avons commencé à le voir, les écrits universitaires ont tendance à synthétiser une idée du surf basée sur Hawaï, la Californie, l'Australie et l'Afrique et à l'appliquer au reste du monde, donc à la Floride. En réalité, ces études mettent de côté les régions où les vagues ne sont pas exceptionnelles comme en Floride. Or les surfeurs de la péninsule ont su travailler avec leur environnement pour en faire un vivier à talents, surtout sur la Space Coast et à Cocoa Beach. L'entretien de Bob Ottum (1966) avec Pete Smith, le propriétaire d'un surf shop à Virginia Beach dans les années soixante, anticipait déjà ce phénomène : « The East Coast may be the greatest training ground for future surfers. . . . If they learn to ride well here, they are ready for Hawaii' » (p. 3). Par ailleurs, dans son article sur le surf en tant qu'extrême culturel, Douglas Booth (2004) admet que les variations régionales reflétées dans les styles de surf ont un impact sur la codification de l'activité, mais lui et d'autres universitaires ne parlent jamais de la Floride comme l'une de ces régions singulières (p. 96). Nous détournons ici le mot anglais *strand* (traduit par fil, mèche ou bord de mer) pour formuler une notion représentative de ces régions car nous posons que le terme reflète bien l'idée de l'existence de branches, donc d'éléments distincts reliés par des racines communes. Le mot est aussi synonyme en anglais de bord de mer. En tant que notion, *strand* représente pour nous les idées interconnectées de style de surf, de culture locale et d'environnement. Si comme le pense Booth (2004) les variations régionales reflètent des styles de surf, la *strand* floridienne doit être explorée en fonction de ses spécificités socio-culturelles et des besoins particuliers de ses surfeurs parce que la question des interprétations du surf selon les régions, les styles et l'usage des biens de consommation est pertinente. Les universitaires se concentrent sur le côté extrême, donc dangereux du surf et considèrent le *big wave surfing* comme le but ultime de tout surfeur (Booth, 2004, p. 98). Il existerait donc un consensus fondé sur cette vision extrême du surf que Booth (2004) explique dans un paradoxe : « when the big swells arrive, excuses pour forth to explain absences » (p. 97). Cependant, si cela est plausible pour Hawaï,

ça ne l'est pas pour la Floride car lors de ces journées exceptionnelles, les surfeurs organisent un système de réseau de communication pour savoir quelle zone est la meilleure en fonction des vents, du nombre de personnes à l'eau, etc. Dès lors, la communauté de surfeurs en Floride est un exemple de ce que Maffesoli (2000) appelle les néo-tribus, ces « petits groupes de réseaux existentiels ; sorte de tribalisme qui repose à la fois sur l'esprit de religion (*re-ligare*) et sur le localisme (proxémie, nature) » (p. 79). Par conséquent, la vision consensuelle du surf est déconnectée du mode de vie populaire et ne reflète pas le quotidien d'une majorité de surfeurs en Floride et ailleurs où l'approche n'est pas stimulée par l'intrépidité mais par la technique. Ainsi sur les vagues de Cocoa Beach, il n'y a pas de peur mais le désir d'exécuter des mouvements gracieux en longboard (entretien de Britty du 15 juin 2018 – 8) ou d'effectuer des *cutbacks* parfaits et de « prendre des tubes¹¹⁵ » en shortboard. La différence devient très claire lorsque l'on compare par exemple les approches divergentes de Kelly Slater et de Laird Hamilton. Les surfeurs de Floride ont tendance à considérer Hamilton comme un *dork* (un abruti) du monde du surf parce qu'il a fondé sa notoriété sur l'invention de gadgets mais pas sur ses capacités techniques en tant que surfeur (conversation informelle avec Dustin).

Les surfeurs floridiens ont accompli des exploits en termes de technique et de rayonnement mondial en dépit de la médiocrité et de la fréquence des vagues, car la péninsule a produit plus de champions du monde que n'importe quel autre État. Les cas de Kelly Slater et des frères Hobgood seront abordés plus bas. Même chez les femmes, la Floride se démarque du point de vue professionnel avec des athlètes féminines comme Frieda Zamba originaire de Flagler Beach qui a gagné quatre fois les championnats du monde de 1984 à 1988 (« Zamba, Frieda », 2003), ou comme Lisa Andersen originaire d'Ormond Beach, qui a elle aussi gagné quatre titres mondiaux de 1994 à 1997 et qui voulait surfer, selon ses propres termes « like a guy » (« Andersen, Lisa », 2003). Tous les détenteurs du titre de champion du monde de la côte est sont originaires de Floride et depuis la fondation de l'Association of Surfing Professionals et sa création du ASP World Titlist [*sic.*] en 1992, sur 32 hommes et femmes, 22 sont originaires de la Floride (Aho, 2014, p. 205). Aujourd'hui les grandes figures du surf floridien sont célébrées pour l'impact qu'elles ont eu au niveau local et international en tant qu'ambassadeurs de la Floride.

115 Un *cutback* est l'une des manœuvres fondamentales du surf qui consiste à effectuer un virage puissant en enfonçant le *tail* de la planche dans la partie verticale de la vague. C'est un mouvement rendu possible grâce à l'ajout des ailerons après la Seconde Guerre mondiale (« Cutback », 2003).

Un tube, comme son nom l'indique, est une vague creuse à l'intérieur de laquelle le surfeur doit rester aussi longtemps que possible, mais il doit aussi en sortir. Toutes les vagues ne produisent pas de tubes car leur formation dépend des fonds marins : c'est l'apparition abrupte d'une section peu profonde qui les engendre (« Tube », 2003). Ces tubes existent en Floride mais ils sont petits et très techniques (voir glossaire).

4.3.3.2 Engagement personnel et philanthropie

La Floride n'est pas la seule région à voir se développer des mouvements philanthropiques autour du surf, mais les organisations locales sont si nombreuses et dynamiques qu'elles méritent qu'on s'y intéresse. Les surfeurs et les marques utilisent leur renommée pour s'engager dans des causes philanthropiques et garantir un plus fort impact sur le public.

Commençons par le nom le plus emblématique du surf en Floride : les frères Slater (Sean, Kelly, et Stephen). En 2005, Sean et Stephen ont fondé la Slater Brothers Invitational, une organisation qui avait pour but d'éduquer le public sur les dangers du soleil et sur la prévention du cancer de la peau (dans son entretien, Sean avoue que l'un des autres objectifs était de réunir les trois frères autour d'un projet commun). Pour cela, la fratrie organisait des compétitions à Cocoa Beach auxquelles étaient invités les plus grands noms du surf comme le Floridien C.J. Hobgood. Ils se sont associés à la World Skin Cancer Foundation (WSCF) créée en 2005 à Cocoa Beach et ensemble, ils levaient des fonds et proposaient des examens gratuits lors des compétitions qui avaient lieu chaque année devant le restaurant Coconuts on the Beach. En 2012, en cinq heures sur la plage, 198 examens ont été effectués gratuitement qui ont révélés plusieurs diagnostics positifs (WSCF).

L'école de surf de Ron Jon à Cocoa Beach crée chaque année des partenariats avec des organisations à but non-lucratif pour la mise en place d'événements permettant de lever des fonds pour des organisations diverses liées au surf. Ainsi, le Surf Experience Days permet aux personnes atteintes de mucoviscidose de surfer tout en étant encadrées ; le Special Olympics State Surfing Festival encadre des personnes souffrant de handicap moteur et mental dans des compétitions de surf ; They Will Surf Again met à contribution les moniteurs de surf de Ron Jon qui aident des tétraplégiques et paraplégiques à surfer (le dernier événement a eu lieu en 2011) ; enfin Smiley Riley Beach Bash for Down's Syndrome, créé en 2005 par l'une des monitrices de surf de Ron Jon dont l'enfant est atteint de trisomie, permet aux individus diganostiqués de pouvoir surfer en toute sécurité (« Ron Jon Surf School », n. d.).

Surfers For Autism s'associe à Ron Jon pour son événement annuel à Cocoa Beach au moins de juin. En 2007, les organisateurs Don Ryan et sa femme Kim¹¹⁶ ont créé cette organisation dont ils décrivent la mission ainsi : « to unlock the potential of people with developmental

116 J'ai participé à beaucoup de ces événements depuis mon arrivée en Floride en 2012. J'ai eu la chance de voyager avec SFA à Key West, Saint Petersburg, Naples, Jacksonville, Fort Pierce, etc. Ainsi Don et Kim sont devenus des amis proches, tout comme certaines familles de participants réguliers. Le traitement de l'autisme par le surf n'a pas uniquement un impact sur les enfants mais aussi sur les familles car SFA leur apporte une vie sociale souvent perdue et une porte ouverte sur un monde de possibilités qu'ils croyaient hors d'atteinte pour des enfants autistes à fortes ou faibles capacités fonctionnelles. Il est fascinant de constater que le comportement de plusieurs de ces enfants se transforme lorsqu'ils sont sur l'eau. Certains rient pour la première fois, d'autres disent leur premier mot devant des parents abasourdis.

delays, support advocacy for autism issues and scientific research. Our focus is to eliminate stigma through public awareness and education and to unite communities through volunteerism » (« SFA », 2018). Les événements qui prennent place dans différentes villes de la Floride attirent de jeunes autistes et leurs familles de toutes les régions des États-Unis. L'inscription est gratuite pour les familles et les hôtels de luxe se prêtent volontiers à la cause en offrant des chambres à prix cassés à toutes les familles et aux volontaires encadrants. Il s'agit de plusieurs centaines de personnes sur le weekend. Au risque de perturber ses clients usuels, même le Ritz Carlton de Naples (une ville de retraités aisés sur la côte ouest) accueille le joyeux vacarme de ces enfants hyper-sensoriels et souvent dépourvus de la notion d'espace personnel qu'il soit physique ou sonore.

Surfing Santas est un rassemblement de surfeurs déguisés en pères et mères Noël qui a lieu avant les fêtes de fin d'année. L'événement sert à renforcer la cohésion de la communauté et à collecter des fonds pour deux associations locales : Grind For Life est un groupe qui finance les longs trajets vers l'hôpital pour des patients atteints de cancer et qui vivent trop loin des lieux de soins ; le Florida Surf Museum travaille pour la préservation des documents liés à tous les aspects de l'histoire et de la culture du surf en Floride (« Surfing Santas », 2017).

Toutes les organisations décrites ici ont en commun d'être sponsorisées par Sum Bum (à l'exception des Surfing Santas) et d'animer leurs événements avec des D.J. et artistes locaux. Dans l'analyse, nous montrerons comment ces musiques omniprésentes permettent d'agrèger les participants surfeurs et non-surfeurs dans un espace sonore commun favorisant le partage de l'expérience esthétique du *surf lifestyle*.

4.3.4 Plateformes médiatiques du surf

Au delà de la musique qui constitue le cœur de notre travail, il convient de noter que la Floride s'est dotée d'un appareil médiatique dynamique lui permettant de faire rayonner la culture du surf de la côte est américaine dans son ensemble et de la Floride particulièrement. Le Florida Surf Film Festival a été fondé en 2012 par Kevin Miller et John Brooks installés à New Smyrna Beach. Il s'agit d'une organisation qui promeut la culture du surf et l'expression artistique de la subculture à travers des films documentaires contemporains (Florida Surf Film Festival). Ils se déplacent le long de la côte Atlantique pour la projection des films qui est en général suivie d'une conversation entre les auteurs et le public et d'un tirage au sort de lots offerts par des entreprises locales. Par exemple, lors des projections à Cocoa Beach, Sun Bum pourvoit des sacs de produits. Les spectateurs sont souvent des surfeurs.

Sur le plan de la presse, Eastern Surf Magazine (ESM) créé en 1991, est un magazine de surf exclusivement dédié à l'activité sur la côte est des États-Unis. Il est disponible gratuitement

sur papier et en ligne et sa richesse textuelle et picturale en fait l'un des journaux les plus populaires parmi les surfeurs. On peut y lire des articles sur l'actualité des compétitions de la côte est, de l'industrie dure (équipement) et culturelle (concerts, etc.). La version en ligne contient un onglet « Girls » dédié aux surfeuses, mais malheureusement, la page ne déconstruit pas le portrait sexiste que nous dépeindrons du monde du surf plus loin puisque chacun des articles n'offre à voir aucune photo de femmes dans l'action, mais uniquement des poses sensuelles (ESM, 2017).

4.3.5 La Floride : berceau de mythes

4.3.5.1 Les frères Slater et l'exceptionnel Kelly

Steve Slater est le père des frères Sean, Kelly et Skippy (Stephen) Slater. Il a commencé à surfer à Daytona lors de la transformation de la ville en *surf city*. C'est ensuite à Cocoa Beach qu'il a appris à ses fils la pratique mais sans jamais les pousser contre leur volonté (entretien de Sean du 7 juin 2017). Sean, le plus âgé, a été le premier à surfer, puis Kelly a commencé à l'âge de cinq ans sur une planche en polystyrène (*ibid.*). Son talent l'a vite distingué et dès 1984, il gagnait ses premières compétitions en amateur avant de devenir professionnel à l'âge de 18 ans. Skippy, quant à lui, a commencé à surfer à 15 ans en 1993 et est devenu un excellent longboarder. Aujourd'hui il est l'assistant de Kelly lors de ses déplacements (Aho, 2014, p. 17).

Kelly Slater, né en 1972, est une *success story* et une industrie à lui tout seul. Dès l'âge de 14 ans il est devenu le protégé de Matt Kechele. Sa façon de surfer en fluidité mais en puissance ainsi que sa capacité à innover en faisant de l'*aerial* une approche centrale du surf en compétition l'ont vite placé en tête des surfeurs les plus respectés parmi plusieurs générations de participants. Dès le début des années quatre-vingt-dix, il a gagné les compétitions de surf professionnelles les plus prestigieuses comme le Rip Curl Pro en France¹¹⁷, Triple Crown of Surfing ou encore Pipe Masters¹¹⁸ à Hawaï, et il a remporté son premier titre de champion du monde alors qu'il s'agissait de sa première compétition sur le World Tour (« Slater, Kelly », 2003). Près de 20 ans plus tard, en 2011, il a gagné son onzième titre de champion du monde, un record dans l'histoire du surf. Il est aussi le plus jeune (20 ans) et le plus âgé (39 ans) à avoir gagné le titre de champion du monde.

117 Je n'ai jamais oublié la retransmission télévisée de la même compétition en 1994. La *heat* de Kelly a été filmée avec « Mr. Jones » de Counting Crows en fond sonore. Depuis, cette chanson a toujours fait partie de ma « Ride playlist » et demeure la chanson à laquelle je pense lorsque je surfe ou fait du snowboard. Sans trop y croire j'ai cherché la vidéo sur You Tube et je l'ai retrouvée (Breizart, 2011). Plus de vingt après, l'émotion reste la même.

118 Triple Crowns of Surfing est une compétition annuelle de surf professionnelle sponsorisée par Vans et qui se déroule à North Shore, sur l'île d'Oahu à Hawaï. Pipe Masters est aussi une compétition annuelle de surf professionnelle mais elle est sponsorisée par Billabong et se déroule à Pipeline, sur l'île d'Oahu.

Mais Kelly Slater n'est pas qu'un surfeur exceptionnel, il est aussi un entrepreneur curieux qui s'est essayé à plusieurs domaines. En 1992, il a tourné dix épisodes dans la série *Baywatch* (*Alerte à Malibu*) avec Pamela Anderson qui a été sa partenaire pendant sept ans. Vers la fin des années quatre-vingt-dix, Kelly a monté un groupe musical appelé *Surfers* avec d'autres légendes du surf et de la musique comme Rob Machado, Peter King, Jack Johnson et Donavon Frankenreiter. Il en était le guitariste et le chanteur et il décrit l'expérience dans son deuxième livre autobiographique paru en 2008, *For the love* :

One time we played a gig at the Sunset Elementary School. It was Donovan [*sic.*], Jack, me, PK, and Rob, and Curren played drums. I sang, Jack played bass. It was a pretty full on surf band. Donovan [*sic.*] was trying to do lead, but he didn't really know how yet. We played three songs we'd written, sitting around at Jack's house. I don't think there were that many big gigs on the North Shore back then, probably around '95. (p. 131).

En 1998, le titre « Songs from the Pipe » est sorti mais n'a pas été un succès (« Slater, Kelly », 2003). Malgré cet échec, Kelly reste un musicien avide car il considère que le surf, contrairement à la plupart des autres sports, s'associe naturellement à la musique pour former un tout cohérent, un *lifestyle* :

I think you get that sort of thing happening in sport, in art, fashion, science, where people get together who have similar ideas and develop a path, but it's not that common for sport and music to form a liaison, except maybe basketball and hip-hop. Surfing seems to go well with the guitar and ukulele, acoustic music. I think that comes from the fact that the culture began with people camping out at the beach and strumming guitars. (*Ibid.*, p. 128)

Kelly fait ici référence à son expérience personnelle qu'il décrit dans la suite de son texte comme à la fois un cliché et une réalité. Au delà du surf, des écrits autobiographiques et de la musique, Slater a aussi lancé Outerknown, une marque de vêtements pour hommes ancrée dans l'esprit du développement durable : « I created Outerknown to smash the formula. To lift the lid on the traditional supply chain and prove that you can actually produce great looking menswear in a sustainable way » (Outerknown). Mais l'une de ses plus belles conversions et sans doute la plus réussie, a été le lancement en 2008 de la Kelly Slater Wave Company qui lui a permis de mettre au point la meilleure vague artificielle conçue à ce jour pour enfin répondre aux besoins des *surf-starved surfers*. En décembre 2016, la vague a été révélée au public et son succès n'a fait que grandir (Ferrara & Wieners, 2016).

Les accomplissements de Kelly Slater ainsi que sa personnalité ont largement été reconnus par diverses institutions. En 2009, *Surfer* a placé Kelly numéro un dans son classement des cinquante plus grands surfeurs de tous les temps (« The 50 greatest surfers of all time »,

2009). Cela le met juste devant Duke Kahanamoku, deuxième, et Tom Curren, troisième. En 2010, la Maison des Représentants a honoré Kelly pour ses exploits sportifs. *GQ magazine* l'a mis en couverture de son édition de 2011 dédiée aux « 25 Coolest Athletes of All Time », une liste exclusive qui inclut Muhammad Ali, Michael Jordan et Arnold Palmer (« The coolest athletes of all time », 2011). Le National Museum of American History au Smithsonian a exposé l'une des planches de Kelly en 2011 (« Champion Kelly Slater », 2012). Le 17 novembre 2010, la ville de Cocoa Beach a honoré Kelly en inaugurant sa statue en bronze haute de trois mètres sur une avenue très fréquentée à l'entrée du centre ville. Le maire a officiellement déclaré cette date « Kelly Slater Day » (« Slater, Kelly », 2003). La carrière de Kelly Slater a vraiment permis au surf de devenir une activité et un mode de vie accessibles à tous. Sa popularité a aussi placé la Floride sur la carte des points névralgiques du surf au sein de la subculture mais encore une fois, pas chez les universitaires. Il est important de noter par ailleurs que malgré ses origines floridiennes, Kelly Slater est devenu un personnage cosmopolite. En effet, comme il l'explique lui-même dans son autobiographie, il entretient des liens très forts avec chaque grands lieux du surf qu'il a fréquenté comme Tahiti, Hawaï, l'Australie, l'Afrique du Sud et même la côte ouest française. Il parle de différentes familles d'adoption pour chaque lieu. Selon le surfeur Tom Carroll, « He's in touch with so many people across such a broad spectrum. He's a world person, not an American » (p. 171). Dès lors, même s'il est très important pour le rayonnement de la Floride dans le monde, Kelly nous a vite semblé trop international pour pouvoir être l'un des sujets de l'étude, contrairement à son frère Sean qui vit encore à Cocoa Beach.

4.3.5.2 Les frères Hobgood

Les jumeaux C. J. et Damien Hobgood sont nés en 1979 à Melbourne Beach, à mi-chemin entre Cocoa Beach et Sebastian Inlet. C. J. a commencé à surfer à l'âge de cinq ans et il a gagné son premier titre à l'âge de douze ans dans le Eastern Surfing Association Championships, là où Damien a été second. En 1998, C. J. est devenu professionnel et a rapidement été reconnu pour sa versatilité lui conférant une réputation de surfeur de toutes conditions. La même année, C. J. a gagné le Buondi Sintra Pro au Portugal se qualifiant ainsi pour le World Championship Tour (WCT). À 22 ans il a gagné son unique titre de champion du monde et a depuis participé à une douzaine de *surf movies* (« Hobgood, C. J. », 2003).

C. J. et Damien Hobgood sont difficilement discernables sur une planche même si en compétition Damien n'a jamais égalé les résultats de son frère. Cela dit, Damien a été nommé « WCT Rookie of the year¹¹⁹ » en 2000 en se plaçant dixième sur le World Tour l'année où

¹¹⁹ La reconnaissance de Rookie of the Year est décernée à l'issue de la Rookie of the Year Race. À la fin du championnat mondial, un surfeur dont c'est la première année sur le circuit reçoit la récompense. Le but est de faire découvrir les nouveaux talents du circuit mais aussi de motiver les habitués à donner le meilleur

C.J. a gagné le titre (Aho, 2014, p. 205). Beaucoup le voyait déjà comme un remplaçant potentiel de Kelly Slater lorsque ce dernier s'est écarté du Tour au début du millénaire. Les deux frères classés parmi les dix meilleurs surfeurs du monde sont aujourd'hui connus pour leurs *aerials* et leur habileté dans les tubes, mais aussi pour leur gentillesse et leur goût de la musique country (« Hobgood, Damien », 2003). Dans un article publié sur le site de Surfline, Borte (n. d.) décrit les frères dans des termes affectueux tout en rappelant leurs origines floridiennes et l'infériorité de la Floride en termes de vagues : « What anyone who surfs with them will tell you is that they always have fun, whether surfing grinding Pipe or piddly Florida, or posting funny blogs approach » (Borte, n. d.). Outre le côté *southern hospitality* qui ressort de cette description, c'est la perception du surf floridien qui est intéressante puisqu'elle soulève le paradoxe selon lequel les vagues floridiennes sont insignifiantes en termes de surf mais elles demeurent instigatrices de talents. Aujourd'hui les deux frères se concentrent sur leur boutique de matériel de pêche, Salty Crew, qu'ils définissent ainsi :

For the hard workers. The searchers. The risk taking, mistake making, watermen with nothing to prove. For the seafaring, the wax sharing, the grommets, young and old. For the tried and true, who've paid their dues, for those who choose to stay salty and Find Refuge in the Sea. (Salty Crew, 2016).

Le terme *salty* signifie salé, en référence à l'eau de mer, mais décrit aussi une personne marginale souvent de mauvaise humeur comme est souvent dépeint le personnage du pirate par exemple. La description de Salty Crew reprend les thèmes du *waterman* qu'est supposé être un surfeur authentique, un adjectif qui s'applique dans le monde du surf à des individus connaissant l'univers dans lequel ils évoluent et agissant sans se préoccuper du regard extérieur.

Comme le souligne Paul Aho (2014), les phénomènes Slater et Hobgood (auxquels nous ajoutons l'innovation technologique) venus de Floride posent la question de savoir si de tels accomplissements sont des anomalies ou s'ils sont en fait propulsés par la somme des efforts collectifs de la communauté (p. 16). Comme en témoignent les histoires diverses mais convergentes des acteurs du surf que nous avons interrogés pour cette étude, il semble bien que ce soit la mutualisation d'un effort d'innovation et de promotion de la subculture qui a engendré ces réussites.

d'eux-mêmes pour ne pas se faire battre par un *rookie*, « un bleu ».

4.4 Conceptualisation du surf : un mode de vie et une subculture

4.4.1 Définition des *lifestyle sports*

Le surf a plusieurs étiquettes ou stéréotypes probablement renforcés par des films comme *Point Break*¹²⁰ (Bigelow, 1991) dans lesquels les protagonistes sont des personnages antisociaux, souvent drogués, ne vivant que pour l'adrénaline. La réalité est bien plus subtile, surtout lorsqu'on se réfère aux débuts du surf dans les années soixante, période durant laquelle selon Kent Crowley (2011) les surfeurs étaient avant tout des athlètes à la recherche d'une certaine harmonie avec la nature et ce qu'elle comprenait de beauté mais aussi de dangers (p. 49). L'expression *lifestyle sport* traduit ce mélange entre pratique athlétique et philosophie existentielle. L'inscription de l'activité physique dans une style de vie qui lui est propre soulève d'emblée pour les participants les questions d'identification, de pratique, de consommation, de représentations, d'interactions et de choix. Par ailleurs, ainsi que le souligne Bourdieu (1979) dans *La Distinction*, le berceau spirituel de ces sports est l'Amérique du Nord, ce qui fait de la Floride un lieu privilégié d'observation de ces phénomènes.

Avant d'entreprendre la conceptualisation des *lifestyle sports*, il convient de distinguer les différents termes qui leur sont associés: *lifestyle*, alternatif ou extrême. Dans Wheaton (2004), les *lifestyle sports* sont assimilés aux sports dits alternatifs puisque même s'ils sont plus exclusifs, ils permettent de sortir du cadre des activités sportives classiques, ou *achievement sports* comme le football (dans lesquels l'objectif est de réaliser un score), et de s'éloigner ainsi de leurs valeurs et idéologies basées sur la compétition et l'esprit d'équipe (pp. 1-3). Nous faisons néanmoins ici une distinction entre *lifestyle sports* et sports alternatifs parce que nous considérons que la catégorie alternative est très large et ne met pas l'accent sur le développement d'un mode de vie cultivé autour de l'activité. Les *lifestyle sports* sont aussi souvent assimilés aux sports dits extrêmes mais nous ne retenons pas cette terminologie non plus car nous considérons qu'elle a été galvaudée par les médias comme ESPN et sa promotion des X Games¹²¹ à des fins sensationnelles, et parce que cette formulation ne correspond pas à ce que les participants emploient pour parler de leur activité. En effet, pour les sujets interrogés dans cette étude, on parle en termes de *lifestyle sports* ou d'*action sports* (Dustin), mais parler de sports extrêmes est perçu comme *kooky*¹²². Dans notre recherche sur la

120 *Point Break* est un mélodrame produit par la 20th Century Fox en 1991. Le film met en scène Patrick Swayze dans le rôle d'un surfeur bandit attachant en quête d'adrénaline, et Keanu Reeves dans celui d'un agent du FBI séduit par le surf mais tourmenté par son sens du devoir. Beaucoup de répliques extraites de ce film sont devenues cultes auprès des jeunes surfeurs.

121 Les X Games sont des rencontres sportives dans le domaine des sports d'action. Ils ont été créés par la chaîne de télévision ESPN dans les années quatre-vingt-dix (« History of X Games », 2018).

122 Ce terme est récurrent lors des entretiens. Il caractérise une personne ou une action étrange, maladroite, décontextualisée. Il peut s'écrire *kooky* ou *kookie*.

culture du surf, nous optons alors pour les termes émiques qui proviennent des acteurs de la culture et parlons d'*action* ou *lifestyle sports* dont le surf est le prototype selon la spécialiste des *lifestyle sports*, Belinda Wheaton (2004, p. 3). La chercheuse explique qu'elle utilise le terme *lifestyle sport* parce qu'il s'agit d'une expression que les membres de la culture eux-mêmes ont adoptée et qu'elle englobe ces cultures et leurs identités tout en signalant l'importance du contexte socio-historique dans lequel ces activités émergent, se forment et existent : « 'Lifestyle sport' reflects both the characteristics of these activities, and their wider socio-cultural significance » (Wheaton, 2004, p. 4).

Les participants à un *lifestyle sport* recherchent un mode de vie qui est différent et qui leur offre une identité sociale exclusive et singulière (Wheaton, 2004, p. 4). Mais les *lifestyle sports* sont fondés sur un paradoxe lié à la nature même de ce qu'ils sont : des activités sociales. De fait, les participants souhaitent se démarquer et ne pas obéir aux réglementations d'institutions normatives mais en même temps, ils doivent se plier à certaines règles pour exister car dans leur acception non-utopique, les *lifestyle sports*, comme toute activité humaine, impliquent une forme plus ou moins accrue de socialisation et de consommation. En revanche, ce qui singularise les *lifestyle sports* c'est la manière de consommer et d'interagir avec l'activité et les autres participants selon des critères spécifiques : « choice, differentiation, self expression, creativity, fitness, health and the body¹²³ » (Jacques 1997, p. 18, cité dans Wheaton, 2004, p. 6). En d'autres termes, la liberté des participants au sein des *lifestyle sports* est ce qui leur permet de se différencier souvent esthétiquement, et par là même, de s'affirmer dans leur singularité. Roberts (1999) explique les *lifestyle sports* ainsi : « for the cool by the cool, where fashion and music come head-to-head to produce the sort of off-the-wall action that allows the grazing generation to snack at leisure¹²⁴ » (p. 7, cité dans Wheaton, 2004, p. 7). Les *lifestyle sports* représentent dès lors une sorte d'idéal social audacieux, à la mode et faisant la mode. Ils constituent des espaces de créations transdisciplinaires reposant sur des pratiques extravagantes dont les jeunes se nourrissent et qu'ils alimentent aussi. On insiste sur l'aspect créatif parce qu'il s'agit vraiment là de la dimension la plus malléable de ces activités et celle qui offre aux participants la plus grande liberté ainsi que le sentiment de se dégager des contraintes normatives de la société.

Chaque *lifestyle sport* s'inscrit dans une géographie et une histoire singulières et développe ainsi une esthétique et des identités qui lui sont propres. Mais selon Belinda Wheaton (2004), il existe des similitudes dans l'*ethos* de ces sports, dans leurs idéologies et dans l'industrie de consommation qui s'en inspire et les renforce à la fois (p. 11). La chercheuse propose ainsi

123 Jacques, M. (1997). Worshipping the body at altar of sport. *Observer*, 18-19.

124 Roberts, K. (1999). TV sport goes to extremes for teens. *Observer*.

une liste de neuf caractéristiques qui définissent les *lifestyle sports* (Wheaton, 2004, pp. 11-12). Nous en proposons une synthèse pertinente pour le développement de notre propos :

- Les *lifestyle sports* ont tendance à adopter des formes résiduelles de vieilles cultures comme celle du surf californien des années soixante. En effet, il existe une forme de nostalgie qui renvoie à cette période et qui est sans doute l'une des raisons pour laquelle des endroits comme la Floride restent dans l'ombre.
- Wheaton insiste sur une participation « grass roots », ce qui signifie que l'on entre dans le mode de vie par la pratique de l'activité plutôt que par l'observation. La participation est donc fondamentale dans les *lifestyle sports* et il ne s'agit pas d'être simple spectateur. Wheaton ajoute que les participants sont conscients du fait qu'ils sont observés. Notons que nous validons cet aspect participatif du point de vue du surf, mais pas de celui de la musique car il ne correspond pas au concept de *musicking* sur lequel est fondé notre propos.
- Les *lifestyle sports* sont basés sur la consommation d'objets nouveaux comme les planches qui, comme nous l'avons vu, sont souvent le résultat d'innovations technologiques. La recherche de nouvelles technologies et de meilleures performances ou de nouvelles formes de glisse entraîne par ailleurs la naissance de nouvelles activités. C'est ainsi que la création des *shortboards* a révolutionné le monde du surf, ou encore que des sports hybrides tels que le snowboard (transposition du surf sur la neige) ou le wakeboard (substitut du surf lors de l'absence de vagues) sont apparus dans les années soixante¹²⁵.
- Les participants consacrent du temps et/ou de l'argent à l'activité. Ils s'impliquent dans un mode de vie, des formes d'expression collective, des comportements et une identité sociale qui se développent au sein de l'activité et autour d'elle.
- L'idéologie participative promeut la joie, l'hédonisme, l'implication, l'autoréalisation, le moment présent, les montées d'adrénaline et toute forme de récompense intrinsèque (motivation interne). Les participants dénoncent souvent les institutions et s'y opposent, ainsi qu'à la régulation et à la commercialisation. De plus, ils ont des rapports ambiguës avec les formes de compétitions traditionnelles. Selon Wheaton (2004), « Most lifestyle sports emphasize the creative, aesthetic and performative expressions of their activities » (p. 12). Cette dimension est particulièrement importante pour nous car elle relève de la manière dont nous allons envisager le

125 Le snowboard est un sport de glisse qui se pratique sur la neige alors que le wakeboard se pratique sur le sillage d'un bateau selon un procédé similaire à celui du ski nautique.

rapport des participants à la *surf music*, particulièrement dans ses aspects esthétiques et performatifs. Rinehart (1998) a nommé ces activités ainsi : « expressive sport (rather than the reward driven ‘spectacle’ sport)¹²⁶ » (cité dans Wheaton, 2004, p. 12). Nous entérinons la première partie du propos mais nous ajoutons qu’une branche importante de ces sports est dédiée aux spectacles et aux compétitions même si l’on ne parle plus des mêmes participants, ni des mêmes fonctions sociales de l’activité. Pour Wheaton (2004), « [these sports] emphasis[e] the aesthetic realm in which one blends with one’s environment. Some practitioners refer to their activities as art » (*ibid.*). Ce point est fondamental dans notre recherche car il insiste sur les aspects expressifs et artistiques de ces sports.

- Wheaton parle de participants majoritairement blancs, occidentaux et provenant de la classe moyenne. Dans le cas du surf, la Floride semble correspondre à cette définition.
- Les activités sont de manière prédominante, mais pas exclusivement, individualistes dans la forme et/ou l’attitude.
- Wheaton parle d’activités non-agressives qui n’impliquent pas de contacts corps à corps mais dont les participants adoptent, voire fétichisent les notions de risque et de danger. Notons néanmoins qu’en surf, les notions de territorialité ainsi que celle de priorité sont très importantes et qu’elles sont la cause de nombreux actes de violence selon les régions. Ce point est alors à prendre avec précaution.
- Les espaces de consommation sont nouveaux ou choisis à l’extérieur de zones liminaires, souvent sans frontières fixes. Beaucoup d’activités prennent place dans des environnements non-urbains. Pour Midol & Broyer (1995), il s’agit de « cultural spaces in which one ‘blends with’ or ‘becomes one with the’ sea/mountain¹²⁷ » (cité dans Wheaton, 2004, p. 12). Beaucoup de *lifestyle sports* non-urbains expriment une forme de nostalgie pour un passé rural imaginé et un sens de la nature comme étant mystérieuse et spirituelle¹²⁸ (Hetherington, 1998, p. 338, cité dans Wheaton, 2004, p. 12). Nous développerons l’aspect nostalgique et irons jusqu’à parler d’une forme de révisionnisme de la mémoire du surf dans la troisième partie de ce travail.

126 Rinehart, R. (1998). *Players all: Performances in contemporary sport*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

127 Midol, N., & Broyer, G. (1995). Towards an anthropological analysis of new sport cultures: The case of whiz sports in France. *Sociology of Sport Journal*, 12, 204-12.

128 Hetherington, K. (1998). Vanloads of uproarious humanity: New age travelers and the utopias of the countryside. In Valentine, G., Skelton, T., & Chamber, D. (Eds.), *Cool places: Geographies of youth cultures*. London: Routledge.

Du point de vue de notre étude, l'importance des *lifestyle sports* réside dans les potentialités d'exploration et d'expression du soi qu'ils offrent aux participants. Comme le souligne Wheaton (2013), « The meaning of these lifestyle sport activities for the participants is found in their creative and self actualization potential, through which the individual loses himself/herself in 'transcendence of the self' » (p. 3). Le surf et sa propension artistique nous offrent une plateforme d'observation idéale pour comprendre, au sein d'un mode de vie, non pas les raisons (pourquoi) mais les articulations (comment) des liens entre formes d'expressions et activité.

Penchons-nous à présent sur ce que cela signifie de parler de surf comme d'un *lifestyle sport*. Beaucoup d'universitaires se sont posés la question de savoir s'il était plus correct de conceptualiser le surf comme une forme de jeu plutôt qu'une forme de sport tout en y ajoutant la dimension artistique (Wheaton, 2004, p. 3). Nous posons que ces deux approches du surf (ludique et sportive) sont des réalités qui ne sont pas substituables car elles représentent deux manières distinctes de vivre le surf, et sont alors toutes deux légitimes en termes de *lifestyle* : dans l'approche ludique, les participants s'inscrivent dans le mode de vie sans viser de performance à évaluer et sans vivre du surf, alors que dans l'approche sportive, les participants évaluent leurs performances et peuvent vivre de la pratique de manière plus ou moins exclusive. Notons que même si les professionnels du surf évoluent dans un milieu institutionnalisé, normé et médiatisé, ils n'en restent pas moins des surfeurs qui lorsqu'ils ne sont pas en compétitions adoptent une approche ludique du surf. Alors le surf, au même titre que les autres *lifestyle sports*, doit être appréhendé selon les diverses approches que les surfeurs en ont ainsi que selon les espaces géographiques où il est pratiqué. Comme le souligne Wheaton (2004), afin de comprendre la signification sociologique de ces activités, il nous faut comprendre les contextes dans lesquels les choix des participants s'opèrent (p. 7). Ces choix dépendent souvent de facteurs comme l'âge, la classe sociale, le genre et la race, et doivent être considérés selon leurs relations avec les autres dimensions de la vie des participants (une population dominée selon Wheaton (2004) par une classe d'hommes blancs privilégiés) et de leurs habitus de consommation. Selon Midol (1993) :

When a sociologically circumscribed group has no other aim in life but to live in a world of waves or snow, when an entire life is devoted to one moment of ecstasy, it is time to consider the most intimate ways by which human beings build their own cultural landmarks and make them meaningful¹²⁹. (p. 27, cité dans Wheaton, 2004, p. 7).

129 Midol, N. (1993). Cultural dissents and technical innovations in the 'whiz' sports. *International Review of Sociology of Sport*, 28(1), 23-32.

Dans ce travail, nous appréhendons la manière dont les surfeurs construisent leur culture et donc une certaine identité en analysant leur expression esthétique telle qu'ils l'articulent dans un mode de vie qu'ils créent et renouvellent dans le but de singulariser leurs pratiques sportive et culturelle mais aussi de se libérer de manière ponctuelle de certaines contraintes sociales.

4.4.2 Typologie des participants du *surf lifestyle*

Comme nous avons commencé à le voir, il existe plusieurs façons de catégoriser le surf et les surfeurs. Le terme *lifestyle* lorsqu'il est associé au surf prend une dimension particulière. Pour Douglas Booth (2003) :

[It] expresses an individual or group's need for social exclusiveness and distinction. . . . Surfer's lifestyles manifest in distinctive tastes, aesthetics and ethical dispositions, argot, dress, and humor, all of which separate surfers from non-surfers. But these lifestyles also reflect cultural and temporal variations. (p. 316).

Booth (2003) propose une typologie des surfeurs en six styles primaires : Hawaïens, Californiens, Australiens, *souls surfers*, professionnels, *abrasive generation*¹³⁰ (p. 321). Alors que les catégories *souls surfers* et professionnels sont communément utilisées dans la littérature du surf, nous considérons que la typologie de Booth (2003) n'est pas cohérente. Les trois premières catégories sont basées sur des origines géolocalisées ; elles sont donc marquées culturellement mais Booth (2003) les met sur le même plan que des approches liées à l'implication dans la subculture et à la manière d'appréhender l'activité. Nous posons qu'il existe plusieurs façons légitimes de catégoriser les surfeurs mais qu'elles doivent être régies par une notion clé comme la fréquence de participation, le type de performance ou l'approche idéologique. Nous proposons par exemple une typologie qui se base sur la fréquence de participation et donc sur le degré d'implication des participants dans le mode de vie. Sur une échelle allant du ludique au sportif ou de l'amateur au professionnel nous incluons les types de participants suivants : le participant ponctuel (pendant les vacances) ; le *weekend warrior* ; le *core surfer* dédié au mode de vie, qui connaît le vocabulaire, la mode, les évolutions techniques ; et le professionnel. Souvent ces participants pratiquent un *lifestyle sport* complémentaire comme le skate, le snowboard, le wakeboard.

La pertinence d'une réflexion sur la typologie des surfeurs réside dans le fait que l'industrie du surf, qu'il s'agisse de la multinationale Rip Curl ou d'entreprises encore jeunes comme Sun

¹³⁰ Les *soul surfers* basent leur mode de vie sur une vision utopique de la société dans laquelle le travail doit être un jeu et le surf une manière de résister à un système social dominé par le capitalisme. La *abrasive generation* est une culture urbaine ancrée dans le punk. Selon Booth (2003), ces surfeurs ne respectent pas l'océan, ils sont individualistes, nihilistes et éprouvent une profonde insatisfaction vis-à-vis de la société dans laquelle ils vivent.

Bum¹³¹, prend en compte ces diverses approches de l'activité dans les stratégies de développement du *lifestyle*. L'interview d'un employé de Rip Curl menée par Mark Stranger (2013) souligne que même si les frontières sont poreuses entre catégories de surfeurs, les distinctions existent toujours : « The dichotomy between soul surfing and competitive surfing really does exist The existence of the two elements of Rip Curl's promotions [competitive and soul surfing] is recognition of the dichotomy » (p. 69). Comme le rappelle Stranger (2013) dans ses notes, il existe deux tendances (« ideal types ») dans la subculture du surf. Il distingue ainsi ceux qui soutiennent un mouvement vers la pratique sportive, la commercialisation et la professionnalisation du surf, et ceux qui s'opposent à une organisation réglementée et à la commercialisation de ce qu'ils considèrent comme une forme d'art : « a form of self-expression that should be kept remote from the hype and interference of sporting bureaucracies and the interests of big money » (*ibid.*, p. 75). Ceux-là ont reçu le nom de *soul surfers* au moment où la culture du surf s'inscrivait principalement dans les mouvements contre-culturels des années soixante et soixante-dix (c'est la génération X). Cependant, comme le suggère Stranger (2013), il semble aujourd'hui que le contre-culturel ne soit plus la caractéristique dominante de la culture du surf, au profit d'une cohésion entre philosophie de vie et industrie : « the soul ethos is an important trope within the subculture, central to the way many, if not most, surfers think about surfing—including professional surfers and industry operatives » (p. 75). En réalité, la distinction entre les types idéals ou les tendances est floue et serait mieux interprétée en termes de relation dialogique entre la subculture post-moderne (créature du capitalisme) et la société contemporaine, une relation effaçant progressivement des antagonismes devenus presque caduques.

Même si les rapports de force entre *soul surfers* et compétiteurs semblent désuets, les deux catégories existent aujourd'hui en ce qu'elles représentent des approches du surf fonctionnelles qui nous permettent de comprendre au moins en partie, les raisons qui poussent des individus à surfer. La question n'est pas nouvelle et était déjà posée par Ottum en 1966 :

Surfing has boomed because it is the quickest-stoking sport ever. While it often takes several lessons and some cold practice before one can learn to enjoy skiing, the first ride standing up on a surfboard—no matter how sloppily—is a wild, winging sensation. Slicing along the front of a wave evokes a feeling of rising from the sea to conquer the world. The water is alive with sparkle, and the surfboard makes a hissing sound like a thousand yards of tearing silk. The board cuts along at about 15 or 20 miles an hour, but the boil of the water makes it feel like 180. (Para. 20).

131 Au début de la recherche, en 2016, Sun Bum n'était présente qu'aux États-Unis. À la fin de la recherche, en 2018, l'entreprise est aussi implantée au Canada et en Australie.

Dans le même article, Ottum (1966) cite le surfeur californien Phil Edwards pour expliquer que les gens surfent pour deux raisons, la première étant pour se rebeller contre un système de contrôle des populations :

When it started on the coast not too many years ago, it was a form of rebellion. You see, people spend too much of their time today being spoonfed by organized society. Culture is injected. We get plugged into civilization whether or not we like it. Get on an airliner and they plug you in to a movie, so that you can't escape even at 30,000 feet. (Para. 21).

Les surfeurs des premières heures décrits ici par Ottum (1966) ont grandi et sont devenus des citoyens acceptant la culture sociale qu'ils avaient rejetée. Cependant l'idée développée par Ottum (1966) est toujours pertinente car la subculture se renouvelle à travers des cycles générationnels : les participants commencent à surfer pour se démarquer ou se libérer de certaines contraintes sociales pour ensuite y adhérer de manière relative soit par relâchement, soit par conviction. La deuxième raison pour laquelle les gens surfent selon Edwards est qu'il existe une sorte de mystique du surf qui attire toutes les générations :

There is an ultimate moment in surfing. It is the part the kids call the neat. It is being locked in on the curl of a wave. When you're shooting the curl you're full of life and you're full of whip and snap. The whole thing lasts only a few seconds, and it takes tremendous training to work up to it. It takes training and muscles you never heard of. Sometimes it will only happen to you once in a season. Ah, but that once! (Ottum, 1966, para. 23).

Les motifs d'approche de la subculture semblent être les mêmes aujourd'hui et nous ont donné des directions à suivre pour la constitution de l'échantillon. Cependant, c'est la mise en œuvre du mode de vie et des procédés discursifs qui ont évolué selon les lieux et les besoins des participants comme nous le verrons au fil des parties.

Un dernier point terminologique concernant les participants du *lifestyle sport* doit être abordé avant de revenir sur le choix du concept de subculture pour parler du surf. La taxinomie des individus pouvant être assimilés à la subculture nous a semblé nécessaire dans une étude déjà complexe qui comprend plusieurs niveaux d'analyse et d'interprétation. Nous soutenons que l'appréhension d'un phénomène est plus effective lorsqu'il est confronté à un autre par contraste ou comparaison. Alors sans faire du comportement des poseurs un point central, leur prise en compte nous a permis de déterminer des individus à inclure (surfeurs amateurs de tous niveaux, *soul surfers*, professionnels) ou à exclure (poseurs) de l'échantillon en fonction de leur catégorie. Dès lors, les poseurs, comme individus connexes aux sujets de la recherche

sont un point de référence car ils nous permettent de faire ressortir ceux qui sont socio-culturellement qualifiés pour être observés en tant que surfeurs légitimes.

Au début de la recherche, la notion de fan avait été empruntée à des études sociologiques sur la consommation du surf dont celle de Moutinho *et al.* (2007) :

The surfing community comprises not only surfers themselves but also a group of followers of the surfing cult, who may have little or no experience of being on a surfboard. Academic studies of conventional team sports have defined such non-playing members of a club's own community as 'fans'. (Harvey, 2001¹³²; Morgan, 2005¹³³ cités p. 675).

Malgré un intérêt terminologique certain, le terme fan a été abandonné car le surf est avant tout un *lifestyle sport* et pas un sport d'équipe. Néanmoins pour la définition des notions de poseur ou *wannabe*, deux caractéristiques définissant le fanatisme ont été retenues : l'admiration d'individus célèbres (athlètes ou artistes) et l'assimilation affective à une communauté sans avoir à participer à l'activité. Alors les poseurs sont ces individus qui gravitent autour de la culture du surf dans laquelle ils sont passifs du point de vue de la pratique mais actifs du point de vue de sa symbolique. Observer les surfeurs en étant conscient de l'existence de ces *wannabes* permet de mettre en relief les marquages identitaires d'individus effectivement impliqués dans un mode de vie par contraste avec des individus nominalement impliqués. *A priori*, les poseurs sont actifs dans le maintien du marquage identitaire d'une communauté car ils compensent souvent un manque d'action par une connaissance accrue des normes esthétiques et par une forte participation aux activités liées au *lifestyle* (concerts, etc.). Par ailleurs, notons que la répartition homme-femme au sein des catégories surfeurs et poseurs est inégale. Il semble qu'il y ait plus d'hommes pratiquant le surf, mais plus de femmes dans la sphère des *wannabes*. Elles sont comparables à des groupies telle que la notion transparait dans l'idée de fan. En effet, les poseurs (des deux genres) sont souvent fans d'athlètes ou d'artistes validés par les surfeurs participants. Ainsi les poseurs viennent compléter le portrait d'une subculture dont les pratiques sont souvent comparées à des formes de tribalisme (Moutinho *et al.*, 2007 ; Stranger, 2013). Les tribus dans le sens originel du terme sont caractérisées par des pratiques rituelles relevant parfois du culte, un culte ici voué au surf, à ses athlètes, aux artistes validés au sein de la subculture. Notons qu'il existe une zone liminaire à ne pas franchir pour les artistes car elle marque l'entrée dans le courant *mainstream*. Les surf bands franchissent ce seuil symbolique lorsque leur popularité

132 Harvey, A. (2001). An epoch in the annals of national sport: Football in Sheffield, and the creation of modern soccer and rugby. *International Journal of the History of Sport*, 18(4), pp. 53-87.

133 Morgan, G. (2005). Rugby and revivalism: Sport and religion in Edwardian Wales. *International Journal of the History of Sport*, 22(3), pp. 343-456.

chez les poseurs est devenue telle qu'ils perdent toute légitimité auprès de surfeurs authentiques qui n'y retrouvent plus la représentation singulière de leur esthétique idiosyncrasique.

4.4.3 Le surf, une subculture plus qu'une sous-culture

Avant de déterminer ce qu'est une subculture, il convient d'abord de définir certains concepts connexes à commencer par celui de culture. Pour Cuche (2010), la notion de culture « offre la possibilité de concevoir l'unité de l'homme dans la diversité de ses modes de vie et de croyances » (p. 7). Dans ce travail, la notion est comprise comme le partage d'une identité esthétique commune et d'un mode de vie qui comprend des activités et des valeurs spirituelles communes émanant de choix de certaines populations. La culture est indissociable du concept d'identité qui sera développé tout au long de ce travail car comme l'explique Cuche (2010), « '[c]ulture' et 'identité' sont des concepts qui renvoient à une même réalité, vue sous deux angles différents » (p. 7). La culture est acquise¹³⁴ (Burnett Tylor, 1871, cité dans Cuche, 2010, chap. 2) et elle est relative¹³⁵ (Boas, 1940, *ibid.*), c'est-à-dire que chaque culture possède ses propres caractéristiques stylistiques, artistiques et pratiques qui influencent le comportement des individus qui y adhèrent (Boas, 1940, *ibid.*). En ce qui nous concerne, la culture du surf est comprise comme un ensemble d'unités culturelles que nous appellerons subcultures. La culture du surf est ainsi l'ensemble des groupes humains qui s'inscrivent dans un système de pratiques et de croyances relevant du surf dans sa globalité.

Avant de développer notre définition du concept de subculture, il nous semble important d'expliquer pourquoi le surf est souvent qualifié de contre-culture et de sous-culture, et pourquoi nous préférons le terme anglais subculture. Une contre-culture implique une forme de résistance à quelque chose comme un système social ou politique. Selon Cuche (2010), les contre-cultures, à l'image du mouvement hippie des années soixante et soixante-dix, « ne sont en fait qu'une forme de manipulation de la culture globale de référence à laquelle ils prétendent s'opposer » (p. 52). Or le surf ne se résume pas à une opposition au système social et politique dans lequel il s'inscrit. La notion de sous-culture telle qu'elle a été développée dans l'anthropologie culturelle américaine du début du XX^e siècle nous semble déjà plus adaptée mais dans sa version anglaise (subculture) car la formulation française renferme l'idée d'une hiérarchie des cultures dans laquelle l'une serait dominante et l'autre serait inférieure (Cuche, 2010, p. 51). Par ailleurs, nous ne distinguons pas les subcultures du surf selon des caractéristiques liées aux classes sociales ou ethniques mais selon leurs modes d'agir et de penser la pratique du surf telle qu'elle se développe dans un environnement socioculturel

134 Burnett Tylor, E. (1871). *La civilisation primitive*, Vol. 2. Reinwald, Paris.

135 Boas, F. (1940). *Race, language and culture*. New York: Macmillan.

donné. Alors que nous optons pour la notion de subculture, nous sommes au fait qu'elle demeure débattue. Selon Howe (2003), « [s]ubcultures, by definition, are built through the creation of exclusive, esoteric meanings. These meanings are often articulated, refined, and re-articulated through cultural products, be they music or 'zines, in the case of skateboarding, kinetic expression » (p. 359). Alors que nous adhérons à cette définition, nous ajoutons que la notion de subculture implique aussi l'idée de choix et donc de ce qui peut être inclus dans la subculture (nous introduisons donc dans la définition un principe d'inclusion relative). Par ailleurs, nous posons que la notion suggère une idée de culture souterraine donc subversive, voire clandestine et difficile à contrôler mais qui ne cherche pas forcément à s'opposer de manière directe. Dans son propre équilibre, une subculture déstabiliserait un ordre établi ou une manière de penser le monde et la société en y incluant des éléments dits *mainstream* et en en rejetant d'autres.

Conscients de la nature périlleuse de la tâche qui consiste à élaborer une définition, nous avons pris en compte le parcours réflexif et les propositions théoriques qui se sont opposées depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale :

The CCCS [Birmingham Council for Contemporary Cultural Studies] saw subcultures as subgroups in society who shared activities, beliefs and values that served to distinguish them from the wider class culture. Researchers adopted Antonio Gramsci's concept of hegemony to understand the relationship between the dominant and subordinate classes. Hegemony is a social construct that recognizes that as capitalism progresses, dominant groups or classes gain power through the consent of the subordinate group or class to prevailing values. (Coates, Clayton, Humberstone, 2013, 26).

Si la première partie de la définition correspond à notre propos, nous mettons en question l'idée (aussi défendue par Bourdieu) d'un rapport hégémonique culturel entre classes dominantes et dominées puisque la diversité des cultures, la rapidité de leur dissémination depuis les années quatre-vingt-dix, les savoir-faire dont il faut disposer pour les maîtriser et enfin les frontières poreuses entre les cultures semblent rendre caduque toute tentative de distinction binaire entre cultures dites dominantes et dominées. Comme Maffesoli (2000), nous considérons qu'il existe une certaine fluidité entre les subcultures, mais aussi entre cultures et subcultures. En revanche, nous ne perdons pas de vue l'idée de potentialités émancipatoires des subcultures contre un système social (comme le capitalisme), encore une fois, sans opposer deux classes culturelles l'une contre l'autre. Comme Marchant (2003) le suggère, nous faisons appel dans une certaine mesure à une approche hégémonique à la Gramsci : « subcultures are counter-hegemonic not through symbolic resistance but through

collective cultural organization and movement towards universalization (or hegemony)¹³⁶ » (Marchant, 2003, cité dans Coates *et al.*, 2013, p. 27). Les unités subculturelles du surf (micro) créent une culture gloable (macro) dominante. Selon Marchant (2003) : « the macro-political potential of resistance that using a Gramscian approach offers does allow recognition that subcultures can be socially resistant » (*ibid.*, p. 28). Nous pensons que les subcultures comme celles du surf doivent être approchées en prenant en compte leur nature protéiforme, leur résilience, leur capacité paradoxale d'inclusion, et leur potentiel créatif car ce sont ces caractéristiques qui les rendent cohérentes, davantage que des attributs sociaux ou ethniques. En effet, selon Wheaton (2013), « [u]nlike most traditional sports, subcultural affiliation tends not to be based around 'national' attachment but operates more transnationally, often connecting with 'other alternative lifestyle' groupings such as those found in domains of art, fashion and music » (p. 3). D'après cette approche, les participants aux subcultures se regroupent selon des affinités partagées au delà des frontières nationales. Dans les *lifestyle sports* les individus se différencient par leurs codes vestimentaires, leur physique, leur langage et attitude pour créer un mode de vie distinct et une identité sociale particulière dans le prolongement d'une histoire qui doit être appréhendée en diachronie parce que comme le souligne Coates *et al.* (2013), les subcultures ne sont pas des phénomènes stables et figés à un moment donné de l'histoire¹³⁷ (p. 29).

Comme nous l'avons vu, le surf s'est développé dans les années soixante et soixante-dix au milieu de mouvements sociaux que l'on pourrait qualifier de contre-culturels. Comme *lifestyle sport*, il se différenciait très clairement à cette période des sports traditionnels puisque sa pratique était peu ou pas réglementée et encadrée. Dans les années soixante, le surf était perçu aux États-Unis comme une contre-culture, surtout par la population la plus conservatrice. Mais au fil du temps, beaucoup d'acteurs, en l'occurrence originaires de Cocoa Beach tels que Gary Propper, Mike Tabeling, Bruce Valuzzi, Claude Codgen et après eux Kelly Slater, ont permis d'assainir l'image des surfeurs jusque-là perçus comme des individus marginaux, en créant des clubs et des compétitions ouverts à tous (Aho, 2014, p. 17). La démocratisation du surf en a fait selon nous une subculture plus qu'une contre-culture (d'après les définitions que nous en avons données). La pratique du surf se fait dans des lieux subculturels dans lesquels il existe peu de régulation ou de contrôle, et à l'exception des compétitions, l'activité tend à s'éloigner de tout type d'institution à moins qu'elle ne soit locale. Mais comme nous l'avons signalé dans notre définition des subcultures, la notion de choix et le principe d'inclusion

136 Marchant, O. (2003). Bridging the micro-macro gap: Is there such a thing as a post-subcultural politics? In R. Weinzierl, & D. Muggleton (Eds.), *The post subcultures reader*. Oxford: Berg.

137 Thorpe, H. (2006). Beyond decorative sociology: Contextualizing female surf, skate and snowboarding. *Sociology of Sport Journal*, 23(3), 209.

relative sont caractéristiques du surf à travers sa volonté de jouer le jeu capitaliste pour rester une industrie dynamique stimulée par et pour les surfeurs eux-mêmes.

4.4.4 Interdisciplinarité des sports de glisse

Il convient à présent de replacer la culture du surf dans l'ensemble plus vaste des *lifestyle sports*, afin de comprendre les liens qui existent entre les différentes subcultures nées des sports de glisse car les surfeurs dans leur grande majorité ne pratiquent pas uniquement le surf. En effet, les *lifestyle sports* dépendent souvent de conditions climatiques et contextuelles qui sont responsables de l'évolution de l'ensemble des sports de glisse. Ainsi, l'absence de conditions favorables à la pratique du surf a poussé les participants à développer d'autres modes de glisse comme le skateboard, le snowboard, ou le wakeboard. Comme nous venons de le voir, les subcultures ne sont fixes ni dans l'idéologie ni dans la pratique de l'activité centrale parce qu'il existe une forme d'interdisciplinarité en leur sein. Dans les années soixante-dix, les surfeurs et les skateurs de Floride ont simultanément changé leur sport en exécutant les premiers *aerials*¹³⁸. L'inventeur du *aerial* en surf est Mat Kechele, un surfeur/*shaper* originaire de Cocoa Beach qui fut aussi l'un des premiers sponsors de Kelly Slater et de Dustin (l'un de nos sujets). En 1978, Kechele entendit parler d'un *ollie air*¹³⁹ sur skate exécuté par Alan Gelfand alors il voulut reproduire la même chose sur l'eau. En 1979, à Sebastian Inlet, Kechele réussit son premier *ollie air* qu'il appela le *Kech air* (Aho, 2014, p. 214). En 1980, son ami John Holeman ajouta une rotation et transforma l'*aerial* en 360 (pour 360 degrés de rotation). En 1981 à Sebastian Inlet, Kechele fut le premier à gagner une compétition professionnelle grâce à sa manœuvre. Sa victoire fut contestée par les traditionalistes qui considéraient ces nouvelles figures comme des cascades bon marché : « cheap stunt[s] » (*ibid.*, p. 216). Aujourd'hui les *aerials* sont considérés comme des figures techniques et valent beaucoup de points selon les compétitions (les Pipe Masters à Hawaï par exemple, ne recherchent pas la technique *aerial* mais l'engagement du surfeur sur des vagues hors norme).

Le skateboard a donc eu une influence sur le surf et encore aujourd'hui, l'absence de vagues pousse ponctuellement les surfeurs vers le skateboard ou le longboard. La première activité est plus axée sur le *freestyle* qui met à profit les infrastructures urbaines telles que les rampes d'escalier, ou alors elle se pratique dans des *skate parks* sur des modules dédiés au *freestyle*.

138 Un *aerial* est une figure exécutée dans les airs. En surf, cela signifie que le surfeur fait volontairement perdre à sa planche le contact avec la surface de l'eau afin d'exécuter une figure dans les airs comme par exemple, une rotation ou un *grab* (voir glossaire).

139 Un *ollie air* ou simplement *ollie* est une figure qui existe dans tous les sports de glisse. Il s'agit d'appliquer une pression à deux endroits de la planche (devant puis derrière) en rétractant presque immédiatement après ses jambes afin de faire décoller la planche (voir glossaire).

La deuxième activité est moins agressive et s'apparente plus à un mode de transport puisque les longboards sont beaucoup plus stables et permettent des virages qui rappellent les sensations du longboard de mer.

Un autre croisement de deux sports de glisse a donné lieu à une activité hybride pour les participants ou *rideurs*¹⁴⁰ de tous bords. Il s'agit du wakeboard en câble, aussi appelé téléski nautique. Le terme *wake* signifie sillage, donc à l'origine le wakeboard ne se pratiquait que derrière un bateau. En téléski nautique, il n'y a pas de sillage car les *rideurs* ne sont pas tirés par un bateau mais par un système de câble continue auquel sont attachés en moyenne une dizaine de palonniers ce qui permet à plusieurs wakeboardeurs de *riders* en même temps. Mais surtout, le wakeboard sur téléski est l'évolution naturelle d'une hybridation entre wakeboard et skateboard puisque le but est d'exécuter des figures *freestyle* sur des modules (rails, rampes, *kickers*), ou de faire des *aerials* en utilisant la tension du câble, la vitesse et la surface de l'eau pour se propulser dans les airs. Les téléskis nautiques sont construits sur des plans d'eau fermés (pas sur des plages), ce dont la Floride dispose en abondance. Deux des *wakeparks* les plus connus sont Mc Cormicks près de la baie de Tampa et Orlando Watersports Complex (OWC).

Cela nous renvoie à une autre forme de surf, le *tow-in*, qui se dissocie du surf traditionnel en empruntant au wakeboard : le surfeur est tracté par un jet ski à l'aide d'une corde et d'un palonnier¹⁴¹. La pratique a commencé dans les années quatre-vingt-dix à North Shore, Hawaï. Dans le monde du surf, deux écoles se sont créées (parmi d'autres). L'une revendique l'utilisation d'un jet-ski pour attraper des vagues démesurées et l'autre dénonce cette pratique comme une forme de triche qui inhiérait par ailleurs le rapport privilégié du surfeur à l'océan. Selon Page (2003), « Although scorned by surf purists, tow-in surfing looks set to break all previous big-wave barriers and more than a few bodies in the process » (p. 313). Il n'y a pas de *tow-in surfing* en Floride car les vagues ne s'y prêtent pas.

Le *skurf* ou wakesurf s'éloigne encore d'avantage d'un rapport direct à l'océan puisqu'il est fait usage d'un bateau pour générer une vague sur laquelle les surfeurs sont tractés. Il s'agit d'un hybride entre le wakeboard et le surf. Les pieds du *rideur* ne sont pas attachés et la planche ressemble à un mini surf (avec un *nose* et un *tail* marqués contrairement au wakeboard qui est souvent *twin tip* et équipé de chausse¹⁴²). En wakeboard on ne lâche pas le

140 Le substantif anglais *rider* désigne la personne. Il est aussi utilisé en français mais nous francisons son orthographe dans un souci de cohérence puisque nous épelons surfeur avec un u. Par ailleurs, le verbe anglais *to ride* est lui aussi francisé et utilisé par les participants qui le conjuguent comme un verbe du premier groupe : *riders* (je ride, etc.).

141 Le palonnier est la barre à laquelle se tient le wakeboardeur et qui le relie au bateau.

142 *Twin tip* signifie que le *nose* et le *tail* ont la même forme et la même flexibilité de manière à ce que le *rider* peut changer de pied d'appui sans être gêné (lorsqu'on change de pied d'appui habituel, on pratique le

palonnier et le but est de faire des figures aériennes en utilisant l'impulsion d'une vague pour atterrir sur celle d'en face (le sillage du bateau forme un V qui crée les deux vagues). En wakesurf, l'objectif est de réussir à trouver une position optimale sur la vague et d'utiliser son inertie afin de pouvoir lâcher le palonnier et surfer le sillage sans être relié au bateau par la corde. La Floride se prête particulièrement bien à cette activité grâce à tous ses plans d'eau et ses rivières. Sun Bum par exemple a créé un partenariat avec Mastercraft (l'un des leaders de bateaux de wakeboard) qui lui fournit un bateau spécialement conçu pour le wakesurf. Ce substitut permet aux surfeurs de pratiquer leur activité quand il n'y a pas de vagues (la rareté des vagues en Floride est importante pour notre propos car elle a des effets sur le comportement des surfeurs qui trouvent dans la musique un substitut à leur activité). Le contexte est important car les participants ne se trouvent pas dans un espace ouvert comme la plage, ce qui nous éloigne de l'idée d'individualisme attachée au surf. En effet, le bateau de wakeboard est un espace restreint dont l'agencement est pensé avec le *rideur* comme point focal. De plus, la musique est un élément important et s'utilise comme en skate ou en snowboard, pendant la pratique et à un niveau sonore élevé. L'espace du wakeboard qui comprend le bateau et le sillage est un lieu privilégié pour la recherche car contrairement à la plage, il permet au chercheur de se situer au cœur de l'action et d'observer les surfeurs qui occupent simultanément l'espace par leur musique, leurs pratiques sociales et leur discipline sportive.

Tous ces sports de glisse développent des cultures singulières dont certains aspects comme la musique sont empruntés et réappropriés d'une culture à une autre. On pourra parler d'une nouvelle forme de *crossover*¹⁴³, une notion empruntée au domaine de la musique et sur laquelle nous reviendrons tout au long de ce travail.

4.4.5 Les satellites idéologiques du surf

Dans le monde du surf, il y a des liens entre surf et voyage, surf et spiritualité, voyage et spiritualité. La notion de mobilité est à la fois intrinsèque à l'aspect spirituel du surf et au développement de la pratique, comme nous le verrons dans la suite de ce travail. Tous les surfeurs ont un lieu qu'ils considèrent comme étant leur port d'attache, mais très peu d'entre eux se contentent de ce lieu et beaucoup éprouvent le besoin de partir explorer de nouvelles vagues pour mieux revenir. Les surfeurs doivent vivre cette expérience proche de la retraite spirituelle. En cela, le surf est l'un des sports qui a toujours impliqué le voyage. La mobilité

switch). Les chausses sont les bottes attachées à la planche de wakeboard.

143 Le *crossover* musical consiste à mélanger les genres afin d'atteindre plusieurs publics. Il existe ainsi des artistes *crossover* facilement identifiables dans la musique country par exemple, lorsqu'un artiste parvient à s'adresser à un public urbain par opposition à un public principalement rural.

est inhérente au mode de vie de cette population dont l'objectif est de surfer des vagues idéalisées, souvent éloignées de leur point d'origine. Dans les entretiens, aucun sujet n'a surfé qu'en Floride. Ces mouvements de populations de surfeurs transforment les lieux qui les accueillent dans une dynamique où les ports d'attache de certains deviennent les destinations des autres. Des cultures s'y croisent, s'y installent, puis se déplacent, ce qui transparait dans le parcours du surf d'Hawaï à la Floride en passant par la Californie (puis vers Hawaï de nouveau). Dans ces espaces d'ancrage et de transition, des consciences se forment et des conflits territoriaux émergent, mais l'impératif de connaissance des lieux de référence internationaux du surf pousse les participants à la mobilité. Comme le soulignent Rinehart & Sydnor (2003) :

Travel itself may characterize the postmodern condition and is certainly a form of conspicuous consumption. Like many tourists, the X-sport traveler seeks the exotic. Like many tourists, the X-athlete quests in his/her travels for signs (or markers) that they have found the authentic, the back region, or the perfect move. (p. 10).

Pour Rinehart & Sydnor (2003), si le touriste s'intéresse à toutes les composantes exotiques d'un lieu, les surfeurs quant à eux recherchent ce qui les distinguera en tant que participants de la subculture sensibles à la spiritualité de chaque lieu de référence. Cependant, pour certains surfeurs, comme pour Kelly Slater, le mouvement s'est fait par obligation ou volonté de se trouver plus près du cœur international de l'industrie en Californie, plus près aussi d'Hawaï que la Floride. D'autres sont à la recherche de meilleures vagues comme Dustin venant du Golfe du Mexique (là où les vagues ne se forment que lors de tempêtes), d'autres encore sont en quête de spiritualité.

La spiritualité comme façon idéaliste, symbolique, voire religieuse d'appréhender le monde est souvent associée au surf. Les termes employés pour définir l'expérience ou même parler des voyages de surf, les *surf trips*, sont très proches du vocabulaire employé dans la religion. Pour certains, comme les Christian Surfers (une communauté internationale de surfeurs chrétiens), la spiritualité qu'ils trouvent dans le surf leur permet de créer des liens plus forts avec Jésus Christ (CSUSA, 2017). Les membres de l'organisation active dans 35 pays considèrent le surf comme un outil de partage de leur message chrétien (*ibid.*). Pour d'autres, la spiritualité du surf relève d'une quête exploratoire des océans dans une approche animiste. Le magazine *Surfing* a fait une couverture en juillet 2008 intitulée « Nature = God », avec comme sous-titre « It's Official: Surfing Is a Religion » (cité dans Taylor, 2014, p. 190). Bron Taylor décrit ce qu'il appelle les « nature religions » dans lesquels des individus considèrent la nature et ses écosystèmes comme des entités sacrées. Ils développent un sens d'appartenance

et de lien avec la nature et tout ce qui existe de non-humain (*ibid.*). Par ailleurs, Taylor (2014) rappelle que le mot hawaïen *aloha*, reflète en réalité un échange sacré associé au souffle de la vie entre deux entités vivantes. Tom Blake qui avait rencontré Duke Kahanamoku au début du XX^e siècle était un grand voyageur et selon Taylor (2014), il diffusait au cours de ses voyages une approche du surf très attachée à l'esprit d'*aloha*. Comme nous l'avons vu, Tom Blake s'est arrêté en Floride avec le même état d'esprit en 1930 (p. 191). Il est à l'origine du « Nature = God » qu'il a inscrit sur une colline de Santa Monica en Californie pour exprimer un sentiment inspiré par le surf selon lequel toutes les énergies de la nature proviennent d'une source divine. Il a publié ses pensées dans *Voice of the wave*, un article publié dans *Surfing Magazine* en 1969 et dans lequel il écrit : « nature is synonymous with God: for a brief period of the ride, [the surfer shares] God-given energy. . . . One might say surfing is prayer of a high order, that the sea is a beautiful church, the wave a silent sermon¹⁴⁴ » (Thorpe & Rinehart, 2013, p. 218 ; Taylor, 2014, p. 191). L'approche religieuse du surf n'est pas universelle, mais le sentiment d'humilité face aux éléments se retrouve chez beaucoup de participants qu'ils soient croyants ou pas. Beal & Smith (2013) rappellent que pour certains, le surf est une expérience esthétique différente de la vie ordinaire : « Surfing is a pure thing . . . you can't bottle it, you can't package it, and it's not about the money, because you can't sell what it really is. What it really is is all the beautiful things that happen to you when you're riding a wave¹⁴⁵ » (p. 52). Les surfeurs dans leur grande majorité respectent l'environnement qui les accueille et lui vouent une admiration qui au-delà du spirituel touche aussi à l'esthétique. C'est particulièrement le cas de Lance-O comme nous le verrons au cours de ce travail.

On le voit, les surfeurs sont très proches du lieu dans lequel ils pratiquent leur activité, à tel point qu'ils peuvent développer une relation spirituelle avec leur environnement. Paradoxalement, la fabrication des planches n'est pas une activité sans effets sur l'environnement et malgré leur engagement dans la cause environnementale, les surfeurs ne peuvent échapper à la réalité du procédé de fabrication de leur matériel qui n'a rien d'écologique. La visite de l'usine du *shaper* Ricky Carroll et de celle de A.J. Finnan m'a permis de me plonger au cœur du processus, des résidus de résines, des odeurs, des particules, etc. L'animateur de radio Bart Kelley dont les locaux se trouvent dans l'usine de Ricky Carroll m'a avoué qu'il pouvait être difficile de se débarrasser correctement des excès de résine (dans le sens d'un recyclage quelconque). Par ailleurs, les surfeurs utilisent de la *wax* (paraffine) sur leurs planches quand ils surfent, et cette paraffine se retrouve ensuite dans l'océan. Enfin, les

144 Booth, D., Thorpe, H. (2007). The meaning of Extreme. *Berkshire Encyclopedia of Extreme Sports*. Ed Booth and Thorpe, 181-97. Berkshire : Massachusetts.

145 Dixon, C. Art and Architecture ; Catching a Cultural Wave (Just don't Try to Define It). *New York Times*, 28 July 2002.

crèmes solaires concentrent des produits qui, à fortes doses, sont susceptibles de tuer les coraux (un débat est engagé à ce sujet comme me l'ont expliqué les employés de Sun Bum). Malgré cela, les surfeurs sont soucieux de leur environnement et s'organisent pour préserver les océans : « Wheaton argues that intimate engagement with the local surf sports spurs surfers to mobilize and act politically » (Beal & Smith, 2013, p. 52). La Floride n'est pas exempte des problèmes de pollution aux carburants liés à l'activité touristique nautique, aux pesticides relâchés dans les rivières (la Banana River est régulièrement affectée) ou aux déchets des sociétés consommatrices de plastiques qui viennent s'échouer sur les plages après chaque ouragan. Enfin, il arrive en Floride qu'avant d'aller surfer, il faille vérifier qu'il n'y ait pas un problème de *red tide*¹⁴⁶.

La Surf Rider Foundation est probablement l'une des organisations de surfeurs les plus actives et les plus reconnues dans le domaine de la protection de l'environnement. Elle mène une campagne appelée Rise Above Plastics qui est très active sur les réseaux sociaux et sur les plages. Leur but est de sensibiliser le public au problème des particules de plastique qui tuent la vie marine ou causent des dérèglements endocriniens sérieux chez les poissons et les humains. J'ai rencontré le responsable de la section de Cocoa Beach, Sandy Beach, lors de l'exposition de Gary Propper. Il est aussi en charge de Surfers Against Sewage sur la côte est. Britty, l'une des personnes interrogées pour cette étude, a travaillé en collaboration avec lui en administrant les réseaux sociaux. D'autres organisations de surfeurs comme le groupe Plastic Free Ocean sont aussi très actives. Grâce à eux, il y a une prise de conscience des problèmes de pollution et des décrets commencent à être envisagés pour réguler l'utilisation des plastiques à usage unique (Ankersen, 2014, p. 196).

Depuis les années quatre-vingt-dix, les participants aux *lifestyle sports* ont monté des organisations à but non lucratif et ont lancé des mouvements dont les objectifs sont d'apporter des solutions à certains problèmes sociaux liés par exemple à la santé (Surf Aid International, Boarding for Breast Cancer), à l'éducation (Surfers For Autism) à l'environnement (Surf Rider Foundation, Protect our Winters), anti-violence (Surfers for Peace), etc. (Thorpe & Rinehart, 2013, p. 224). Pour gagner en visibilité, ces organisations utilisent les nouveaux moyens technologiques et les réseaux sociaux, créant ainsi une nouvelle conscience et un discours politique différent non partisans¹⁴⁷, donc plus légitime, qui fait sens chez les

146 Selon le Fish and Wildlife Research Institute (FWRI), *red tide* est une concentration excessive dans l'eau d'une algue microscopique qui produit des gaz toxiques, tuant les poissons et provoquant des détresses respiratoires chez les humains. Bien qu'en Floride il n'ait pas été démontré que les phénomènes de *red tide* soient directement liés à l'activité humaine, le lien a été fait dans d'autres régions du globe.

147 Ces organisations ne se réclament ni du Parti démocrate, ni du Parti républicain contrairement à beaucoup d'organisations qui sont subventionnées par des partis politiques. Elles sont ainsi indépendantes et ne peuvent être accusées de prosélytisme.

participants, comme chez les non-participants. Il nous a semblé important de faire état de ces groupes car ils affinent le portrait d'une culture en mettant en avant certaines contradictions mais aussi l'*ethos* des surfeurs que nous mettrons en lien avec la notion de *crossover* évoquée plus haut et avec l'idée d'une esthétique constituée sur des valeurs fondatrices du *surf lifestyle* sous ses diverses formes hybrides.

4.5 Rouages culturels d'une machine industrielle américaine

Après avoir conceptualisé le surf, il nous a semblé nécessaire d'expliquer son avènement et son évolution au sein de la société américaine puisque la mise en œuvre du *surf lifestyle* (incluant la création artistique et sa consommation) est intrinsèquement liée à l'environnement socioculturel dans lequel elle a lieu. Le surf s'est développé grâce à une démographie favorable¹⁴⁸ intéressée par la consommation de loisirs, mais aussi grâce à son assimilation aux *pop cultures*¹⁴⁹ telles qu'elles peuvent se manifester à travers la musique, la mode ou l'art. Ottum (1966) prévoyait dès les années soixante l'avènement du surf aux États-Unis comme l'un des phénomènes capitalistes sur lesquels s'est construit le pays : « These boards cost on the average \$150 each. This fact is important, for the one sure path to status in this country is for a sport to become an Economic Factor » (p. 2). En mettant un prix sur cette activité libérée de toute réglementation, on la faisait entrer dans un système *a priori* à contre courant de ses valeurs mais dont elle sut tirer profit selon le principe d'inclusion relative que nous avons développé plus haut.

4.5.1 Contexte néolibéral américain : marchandisation du surf

Lorsqu'il s'agit de comprendre les dynamiques socio-culturelles d'un *lifestyle sport* comme le surf, il faut éviter de tomber dans l'écueil d'une dichotomie qui opposerait consommation passive et résistance symbolique, professionnels et amateurs, normes et libertés, etc. Le surf s'est bâti un empire industriel inscrit dans une logique néolibérale dans la mesure où il a gagné sa légitimité en termes de poids financier et il a impacté plusieurs classes et générations des sociétés dans lesquelles il s'est implanté. En d'autres termes, en tant que tendance sociale, le succès de la subculture peut se mesurer à sa popularité et à ses revenus. Wheaton (2013) parle du néolibéralisme en tant que mouvements culturels et économiques¹⁵⁰ (p. 7) parce qu'il s'agit d'une idéologie basée sur le principe de marchandisation réussie des biens et des idées

148 Comme nous l'avons vu, les générations baby-boom et X sont caractérisées par une augmentation de la natalité.

149 Les *pop cultures* sont comprises dans leur opposition aux *high cultures* ou cultures de l'élite, comme l'opéra par exemple.

150 Giroux, H. (2004). *The terror of neoliberalism: Authoritarianism and the eclipse of democracy*. Boulder, London: Paradigm Publisher.

et dont la production répond à la consommation en générant des réponses adaptées. Ce phénomène laisse entrevoir deux réalités possibles : la première qui témoigne de la nécessaire prise en compte de l'*ethos* du surf, fondamental pour la légitimation et donc la survie de l'industrie, la deuxième qui réduit le surf à un phénomène de pure consommation de masse. Le surf est une activité qui est historiquement fondée sur le DIY (beaucoup de surfeurs racontent dans les entretiens que leurs premières planches étaient fabriquées chez eux ou récupérées dans les poubelles). Il se pratique dans un espace libre des points de vue spatial et financier (les plages sont publiques et gratuites), mais pourtant, et c'est là le secret du néolibéralisme selon Philip Mirowski (2009), cette activité *a priori* gratuite ou presque a acquis une valeur marchande, ce qui a permis sa capitalisation (p. 424). Le tourisme de masse prend alors tout son sens dans l'évolution de la subculture même si cet aspect du monde du surf reste maîtrisé par ses acteurs légitimants (les surfeurs qui comme les sujets interrogés dans cette étude, travaillent dans l'industrie et la maintiennent conforme aux attentes des participants).

Le tourisme de masse en Floride correspond à un mouvement pendulaire de populations dans des lieux donnés, mais malgré ce que suggère le vocable « masse », il n'est pas uniforme. En effet, dans cette population, on distingue ceux que l'on pourrait appeler les touristes ponctuels ; ils viennent en Floride pour deux semaines, s'essaient au surf, achètent des souvenirs relatant leurs exploits dans ce lieu exotique, et ils repartent. Pour Culler (1998) : « [t]he tourist is interested in everything as a sign of itself¹⁵¹ » (cité dans Rinehart & Sydnor, 2003, p. 10). En d'autres termes, chaque symbole de la Floride comme le surf, le flamant rose ou le lamentein devient un marqueur de l'expérience touristique qu'il s'agit de ramener dans son lieu d'origine comme un trophée. Puis si les touristes reviennent systématiquement, ils deviennent des touristes réguliers qui développent un sens du privilège et du rejet de l'autre. En effet, comme le souligne Culler (1998) : « [t]o be a tourist is to dislike other tourists » (*ibid.*). Ils ont de l'expérience et ne sont plus de *vrais* touristes puisqu'ils n'achètent plus de souvenirs adressés aux visiteurs ponctuels, mais des produits consommés par les locaux comme une crème solaire Sun Bum plutôt que Banana Boat. Cela renvoie à l'idée développée en amont qu'une culture s'acquiert (qu'il s'agisse de comportements régionaux ou de modes de vie liés à des activités spécifiques) et que le tourisme de masse et le surf s'accommodent l'un l'autre. En d'autres termes si l'industrie a su entrer dans le *mainstream* en proposant une approche du surf tout public, c'est aussi elle qui transforme les comportements des touristes réguliers qui apprennent progressivement à distinguer le produit étudié pour une clientèle touristique du produit issu du besoin pragmatique des surfeurs, et non l'inverse. Il est

151 Culler, J. (1988). The semiotics of tourism. In Culler, J. (Ed), *Framing the sign* (pp. 155-158). London: University of Oklahoma Press.

important de poser ces jalons car nous verrons dans le chapitre suivant que la *surf music* répond au même traitement que les produits dont il est question ici : il en existe une tout public et une autre consommée par les surfeurs locaux (une musique qu'ils sont par ailleurs disposés à partager lors de concerts).

Les poseurs avec lesquels nous avons contrasté les catégories de surfeurs, peuvent être assimilés à des touristes dans leur façon de consommer le *surf lifestyle*. L'avènement des planches *popout* dans les années soixante a permis d'une part à des surfeurs moins aisés de pouvoir accéder au sport et de renouveler leur stock de planches, et d'autre part à des non-surfeurs de s'approprier un aspect de la culture en devenant ce que Kent Crowley (2011) appelle les « surfboard owners, rather than actual surfers » (p. 151). Ces poseurs ont toujours fait partie de la subculture, et c'est peut-être d'avantage contre et grâce à eux que les vrais surfeurs ont pu se démarquer. Ricky Carroll décrit l'un d'entre eux dans son entretien. Il s'agit d'un homme qui se promène en *station wagon*¹⁵² violet, la voiture typique des surfeurs et dont l'ancêtre est la *woodie* comme on en voit encore sur les cartes postales de surf. L'homme semble avoir vissé une planche de surf au toit sa voiture puisque selon Ricky, elle n'a pas bougé depuis des années et n'est donc pas utilisée. Ces poseurs sont exclusivement des consommateurs de produits symboliques mais ils ne font pas partie de ceux qui pratiquent ou vivent l'expérience surf dans sa globalité. Ainsi, ils la vivent par procuration même dans des lieux où le surf n'existe pas : « Surfing has appeal far beyond the surfers who provide the marketing cool. There's a surf shop in Singapore but the roughest water is the condensation on its windows. A boutique surf store competes with Chanel and Prada for the consumer waves of downtown New York¹⁵³ » (Gliddon, 2002, p. 1 cité dans Wheaton, 2004, p. 2). Les poseurs investissent leur temps et leurs moyens financiers dans le mode de vie pour la construction d'une identité sociale. Beaucoup ne deviennent jamais surfeurs mais certains, comme le D.J. Bart Kelley originaire de l'Indiana, font effectivement le pas.

La majorité des poseurs cultivent l'industrie du surf en consommant ses produits dérivés comme les vêtements, la musique, etc. Ils ont tout du surfeur, les cheveux blonds décolorés, les vêtements, l'attitude, les connaissances théoriques, les connections, même l'équipement, mais ils ne surfent pas. On les rencontre lors d'événements sociaux comme au Sonny's Porch de Sun Bum. Ils sont homme ou femme et consomment le sport peut-être plus que les autres puisqu'ils achètent le matériel, regardent les vidéos, vont aux concerts et sont plus au fait que

152 Un *station wagon* est l'équivalent de ce que l'on appelle un break en France. C'est une voiture au toit qui s'allonge au dessus du coffre. Les modèles les plus populaires dans les années soixante-dix et quatre-vingt avaient des décors en bois sur les portes.

153 Gliddon (2002) cité à l'origine dans Arthur, D. (2003). Corporate sponsorship of sport: Its impact on surfing and surf culture. In J. Skinner, K. Gilbert & A. Edwards (Eds.), *Some like it hot: The beach as a cultural dimension*, p. 162. Oxford: Meyer and Meyer Sport.

certaines surfeurs des dernières nouvelles de la sphère. Beal & Smith (2013) parlent de : « dynamic of using ‘nothing forms to sell ‘something’ narratives » (p. 54). Les chercheuses montrent comment le surf est devenu rentable à travers la marchandisation d’une image et d’un récit. Selon elles, « [b]ecause pictorial representations of surfing are the central currency of the industry, this would explain their availability in a wide range of venues » (p. 55). En effet, le thème du surf se retrouve en Floride aussi bien dans les magasins de surf que dans les bars, restaurants et supermarchés. Dès lors, la représentation picturale comme monnaie d’échange offre peut-être à celui qui s’en sert une identité sociale forte, puisque populaire. Sans trop anticiper, nous posons ici les jalons d’une réflexion identitaire que nous développerons au chapitre 11.

4.5.2 Professionnalisation du surf

Dans ce travail de recherche sur les participants d’une activité qualifiée de *lifestyle*, il est nécessaire d’expliquer l’importance de sa professionnalisation dans l’évolution de la culture et dans ses diverses expressions. Dès les années soixante, le surf est devenu un métier pour beaucoup qu’il s’agisse des *shapers* ou des surfeurs eux-mêmes. Afin de synthétiser ces nouvelles opportunités et de mettre en contact ces corps de métiers, Ross Houston a développé un nouveau mode de marketing afin de permettre à tous les domaines du surf de pouvoir interagir, proposer des services et des produits, et se promouvoir au sein d’une industrie spécifique ou pour cette industrie. Il a créé Surf Expo, l’un des plus gros événements marketing du monde du surf qui met en lien fabricants et artisans avec les revendeurs. La première Surf Expo eut lieu en 1975 lors de la réunion des membres de Eastern Surf Association à Virginia Beach. L’année d’après, Surf Expo fut lancé de manière officielle à Cocoa Beach au Cape Colony Inn. Dans sa cinquième année, Surf Expo était accueilli à Orlando avec 150 stands, puis 2 400 en 2011. L’événement attire chaque année plus de 15 000 personnes au Convention Center d’Orlando (Aho, 2014, p. 177). La professionnalisation du surf s’est faite à travers cette marchandisation formalisée et une normalisation liée à la pratique croissante des compétitions.

Les rencontres sportives sont devenues partie intégrante du monde du surf mais elles ne représentent qu’une catégorie de surfeurs : les professionnels (cela ne signifie pas que les amateurs sont moins légitimes, mais simplement qu’ils ont choisi une autre approche). La pratique de compétitions dès les années cinquante est la conséquence logique d’une activité basée en partie sur la recherche technologique pour l’amélioration des performances. La mise en place des critères d’évaluation a pris un peu plus de temps et les premières compétitions n’étaient souvent qu’une bonne occasion de faire la fête à outrance ce qui fut aussi l’une des

raisons pour lesquelles le sport se fit une mauvaise réputation dès le départ. Afin de déconstruire cette image négative, la United States Surfing Association (USSA) a été créée en 1961 en Californie pour rendre l'activité plus sérieuse et respectable (Aho, 2014, p.198). Dès 1965, les juges utilisaient des standards de notation et c'est aussi à ce moment que le système de *heat*¹⁵⁴ fut créé. De plus en plus de spectateurs se sont alors intéressés au sport et de plus en plus de surfeurs ont pu participer aux compétitions : pour la United States Surfing Championships de 1963, 10 000 spectateurs avaient assisté à la compétition et en 2002, la même compétition comptait plus de 450 participants. À cause de l'implication nationale des compétitions, la USSA disparut car elle était trop centrée sur la Californie puis elle fut remplacée par les Eastern, Western, Gulf Coast et Hawaiian Surfing Associations (*ibid.*). D'autres créèrent l'Association of Surfing Professionals (ASP) en concurrence avec la International Professional Surfing association (IPS). Aujourd'hui la ASP est la plus influente et est responsable de plusieurs compétitions incluant le Pipe Masters à Hawaï. Elle gère le système de qualification aux championnats du monde appelé les World Qualifying Series (WQS) à partir desquels les surfeurs progressent vers le World Championship Tour (WCT) où les meilleurs 44 surfeurs du monde s'affrontent pour la classification, les sponsors et les revenus.

En Floride, la première compétition fut à Daytona Beach en 1938. Plus tard, en 1962, la Florida State Surfing Association organisa sa première rencontre sportive au même endroit. Mais ce sont les compétitions de Cocoa Beach qui attirèrent les surfeurs de tous les États. Les compétiteurs de Cocoa Beach tels que Gary Propper, Mike Tabeling, Claude Codgen, etc. donnèrent à la Floride une visibilité nationale. Les organisateurs comme Dick Catri ou David Reese avaient établi un système d'organisation et de notation régissant les compétitions les plus importantes comme Cocoa Beach's Easter, Labor Day et Memorial Day, ou New Smyrna's Coronado Surf Club Contest. Notons que le East Coast Surfing Championship est le plus vieux championnat de la côte est et le deuxième plus vieux des États-Unis (*ibid.*, p. 200). Jeff Crawford de Cocoa Beach fut le premier surfeur de la côte est à gagner le Pipeline Masters en 1974, un honneur partagé par Kelly Slater en 1994, 95, 96, 99 (*ibid.*, p. 204). Malgré des vagues de mauvaise qualité, les spécialistes s'accordent à dire que la Floride a produit des surfeurs d'exception surtout dans le contexte des compétitions. Les surfeurs professionnels floridiens se différencieraient ainsi des Californiens et des Hawaïens qualifiés respectivement par Aho (2014) de « laid-back » et « soul-surfing » mais ils se rapprocheraient des Australiens et Sud Africains par leur approche « middle 70's aggro/competitive culture » (p. 204). Cela signifie que les surfeurs professionnels floridiens sont très compétitifs, voire

154 Lors des compétitions, il s'agit d'une période déterminée durant laquelle un nombre restreint de surfeurs prend des vagues selon un système de priorité. Ils sont alors notés en fonction de leur performance.

agressifs dans leur façon de surfer lors de compétitions. Ce point est important car dans cette recherche nous faisons une différence entre les professionnels et les amateurs puisque comme le montrent les entretiens, les surfeurs de Brevard ne sont ni agressifs, ni compétitifs dans leur approche du surf. En effet, une grande majorité insiste sur le fait que ce qui détermine le meilleur surfeur c'est son attitude. Ainsi beaucoup ont expliqué que lors d'une session donnée, le meilleur surfeur est celui qui s'amuse le plus, c'est-à-dire celui qui prend des vagues, a le sourire et ne fait pas preuve d'animosité envers les autres surfeurs, bons ou mauvais. Cette approche décontractée du surf est en lien avec les rapports qu'entretiennent les surfeurs de Cocoa Beach avec leur musique, d'où l'importance d'une différenciation entre les surfeurs professionnels en activité et les autres.

Les compétitions s'inscrivent dans une perspective de reconnaissance de la performance de la part des pairs mais aussi de la part des amateurs car les compétitions sont des représentations publiques qui drainent une large population¹⁵⁵ et qui offrent des opportunités de promotion des personnes et des marques. Alors les athlètes s'associent aux labels pour recevoir des bénéfices en argent ou en nature, et les marques profitent de cette visibilité puisque les compétitions sont toujours médiatisées par les journaux régionaux comme *ESM* et par les sponsors sur les réseaux sociaux. Cela fait partie du principe d'inclusion relative de valeurs *a priori* externes à la subculture originelle mais avec lesquelles les acteurs savent jouer pour maintenir leur statut et celui du sport, par ailleurs de plus en plus concurrencé par les autres *lifestyle sports*. Certaines figures emblématiques comme Shawn White pour le snowboard et le skateboard ou Kelly Slater pour le surf sont devenues des célébrités. Selon Wheaton (2013), « [they] transcend their subcultures and 'occupy and inform national and transnational space'¹⁵⁶ » (Wheaton, 2013, p. 5). Ils participent à des émissions télévisées, deviennent acteurs ou musiciens, etc¹⁵⁷. Certains sociologues du sport alertent sur les dangers d'un excès de compétitions et donc de codification au sein d'un *lifestyle sport* : « Increased competition of a subculture leads to less control by participants and the subculture becoming less unique due to co-option for dominant norms » (Coates *et al.*, 2013, p. 30). Mais les compétitions ont aussi permis aux participants de se retrouver en communauté, d'être vus et d'affirmer une certaine légitimité, ce que l'on a d'ailleurs observé avec le surf des débuts. Ainsi, au travers des compétitions, les participants ont pu créer ce que Coates *et al.* (2013) appellent : « their own counter-hegemonic alternatives » (p. 31). Il s'agit d'une notion importante puisqu'elle se

155 Cette estimation provient d'observations empiriques et de journaux régionaux. Par exemple, le site des Surfing Santas indique que la fréquentation de l'événement est passée d'une centaine de spectateurs en 2011 à plus de 8000 en 2016 (« Surfing Santas », 2017). Le journal *ESM* parle de milliers de spectateurs assistant à la compétition Easter Pro-Am à Cocoa Beach en 2017 (*ESM*, 2017).

156 Andrews, D., & Cole, C. (May 2002). On issue: The national reconsidered. *Journal of Sport and Social*, 26(2), 123-4.

157 On pense notamment à Jack Johnson ou Donavon Frankenreiter.

retrouve aussi dans la manière dont les participants ont infiltré l'industrie comme l'illustrent les parcours de nos sujets.

4.5.3 Démocratisation du *lifestyle* et *pop culture*

Le surf existe entre *lifestyle* et sport codifié. Ce qui attire les surfeurs mais aussi les skateurs ou snowboarders, c'est le fait qu'ils créent leurs propres règles dans leur pratique. C'est la compréhension de ce principe qui a fait le succès de Rip Curl et maintenant celui de Sun Bum car la stratégie a consisté à s'adapter aux surfeurs et non le contraire. Dès 1966, Ottum constatait déjà que les surf shops adoptaient les codes des employés surfeurs pour vendre un mode de vie : « They run their shop wearing shorts and breakaway sneakers, and when the surf is up they will march right out and reopen later when the water calms down » (p. 3). Le terme « their shop » ne désigne pas qu'un petit magasin indépendant, mais comprend aussi les grosses enseignes. Elles offrent, voire elles requièrent de la part des employés surfeurs une grande liberté d'exploration, d'expression, et de créativité qui prend corps dans des formes d'expressions artistiques telles que les films, la musique ou les magazines alimentés par les surfeurs eux-mêmes, et qui génèrent la *pop culture* dont il a été question plus haut. En d'autres termes, nous considérons que la subculture a engendré un réseau de *pop cultures* interconnectées comprenant les films, les magazines et en ce qui nous concerne particulièrement, la musique.

La notion de *pop culture* prend ses origines dans la définition de culture que nous avons donnée en amont. L'ajout de l'adjectif *pop*¹⁵⁸ ne dénote pas ici une diminution de la qualité esthétique de l'objet culturel, contrairement à ce que suggère certains comme Crowley (2011) en parlant de la musique. L'adjectif *pop* suggère l'idée que l'accès est facilité financièrement, esthétiquement, pratiquement ou intellectuellement. Par contraste, alors que la *pop culture* évoque une certaine autonomie et une individualité, la culture de masse suggère une anonymisation et un nombre indéterminé de consommateurs. C'est la différence entre le « fait maison » et l'industriel. La culture populaire peut être transformée en culture de masse (nous avons vu le cas des images du surf comparées à une monnaie) mais elles peuvent aussi développer une idéologie exclusive à laquelle le monde du surf n'est pas étranger et cela se retrouve dans les musiques à écouter, les films à connaître et les codes vestimentaires à adopter. Selon Graeme Turner (1996), « popular culture is a site where the construction of everyday life may be examined¹⁵⁹ » (cité dans Storey, 2009, p. 12). Alors, de manière

158 Rappelons que le vocable *pop* est dérivé du mot populaire mais que son abréviation marque deux mouvements différents. La culture populaire relève de traditions généralement appréciées par de larges groupes de population, alors que la culture *pop* relève de mouvements artistiques en opposition avec les cultures de premier ordre.

159 Turner, G. (1996). *British cultural studies: An introduction* (2nd ed.). London: Routledge.

idéologique, les *pop cultures* permettent une alternative aux cultures *mainstream* et peuvent offrir une protection par le biais d'une identité sociale qui n'est plus déterminée par la classe. Pour rappel, nous observons la vie des surfeurs et leurs marquages identitaires à travers l'analyse des rapports qu'ils entretiennent avec une *pop culture* spécifique, la *surf music* dont nous retracerons les contours dans le chapitre suivant.

Faisons avant cela un point sur les autres formes de *pop cultures* qui se sont développées dans le monde du surf. Les *surf movies* ont eu une grande influence dans la commercialisation du *lifestyle sport*. Certains ont été particulièrement marquants pour les surfeurs mais aussi les non-surfeurs. Le premier film à avoir fait du surf un sujet tout public fut *Gidget* (Wendkos, 1959). L'histoire est basée sur la culture du surf de Malibu en Californie et met en avant les aventures de vraies surfeuses comme Kathy Kohner. Beaucoup d'autres films *mainstream* ont été réalisés depuis qui ont démocratisé le genre du *surf movie* comme *Blue Crush*, *Point Break*, *Jackass*, *Dogtown*, *Z-Boys*. D'autres films sont devenus cultes malgré une approche nettement moins dramatisée mais plus centrée sur le surf et ses idéaux. Le plus représentatif est sans doute le film de Bruce Brown, *The Endless Summer*, sorti en 1966. Il met en scène les vrais surfeurs Robert August et Mike Hynson dans leur quête de vagues parfaites autour du globe. Le film est assez peu représentatif de la Floride mais un lien peut être établi entre le film de Brown et la péninsule à travers l'illustration du désir d'exploration et de la quête d'une vague parfaite. En effet, depuis les débuts du surf sur le continent américain, les surfeurs ont sillonné les côtes en quête de la meilleure vague. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, il n'est pas nécessaire de s'expatrier pour vivre cette aventure : une simple journée peut se transformer en une quête de la meilleure zone de surf (avec des calculs préalables en fonction des vents, des marées, de l'affluence, etc.). Avec l'avènement de l'industrie audiovisuelle qui a promu les différents sites de surf sur la planète, ces rêves de « wanderlust » comme les appelle Paul Aho (2014, p. 153), cette soif de voyage vers des vagues de légende, ces *surf trips*, se sont amplifiés et sont devenus une réalité pour beaucoup. Comme le racontent Ricky Carroll et Sean Slater dans leurs entretiens, les Floridiens s'exportent le plus souvent vers Hawaï et la Californie, mais beaucoup en reviennent. Cela fut vrai dès les débuts du surf en Floride avec les frères Whitman qui firent leur première retraite à Hawaï en 1937. Après eux, Gauden Reed en 1940, puis Dick Catri à la fin des années cinquante, jusqu'à Kelly Slater qui bien qu'installé à Huntington Beach en Californie, entretient toujours des liens avec Cocoa Beach comme l'explique son frère Sean dans son entretien. C'est bien dans ce sens que le film de Bruce Brown peut être mis en lien avec la Floride. Il dépeint cette soif d'aventure et a su capter l'imagination des surfeurs dans cette quête de la vague parfaite. Notons que le film a mal vieilli et que certains passages sont au bord d'un racisme condescendant. Toutefois, cela n'est pas une exception, car les films américains sur le surf en donne un portrait ethnocentré

des points de vue esthétiques, ethniques et idéologiques fondé sur l'histoire d'un impérialisme porté par une société capitaliste. Les films montrent des *surf trips* vers des terres sauvages comme si elles venaient d'être découvertes et ils refusent aux peuples autochtones leur droit de revendication de ces espaces. La Floride a elle aussi créé des films de surf comme *Surfers Rule* sorti en 1965, narré par un surfeur de Satellite Beach, Artie Styers, ou encore *The Enchanted Sea* de David Silver, sorti la même année au Utika Surf Club à Jacksonville Beach (Aho, 2014, p. 5). Par ailleurs, de nombreuses productions locales sont diffusées en Floride lors des programmations itinérantes du Surf Film Festival qui propose des films spécialisés et reçoit surtout un public de surfeurs bien que le festival soit ouvert à tout le monde.

Les journaux et magazines spécialisés en surf sont aussi nombreux. En Floride, le plus influent est *Eastern Surf Magazine* (ESM) qui se concentre sur les surfeurs de toute la côte Atlantique. Fondé par Tom Dugan et Dick Meseroll, le journal a célébré ses 20 ans en 2011 (Aho, 2014, p. 184). Grâce à la démocratisation du surf et donc aux *pop cultures* qui lui sont associées comme les films, la musique, les magazines, etc., beaucoup de consommateurs peuvent dorénavant se nourrir du *lifestyle* sans pour autant pratiquer l'activité. La dissémination de la culture par ces canaux permet à ses agents de contrôler leur image. Comme le souligne Coates *et al.* (2013), « [s]ubcultural media offer subcultures the opportunity to gain authority over the cultural portrayal of the activity » (p. 31). Alors tout en adhérant à un système de capitalisation par démocratisation du phénomène subculturel, les surfeurs parviennent à maîtriser les représentations publiques de leur mode de vie tel qu'ils le conçoivent. Cependant, si le portrait dépeint par les agents de la subculture dans les médias est le reflet de leur réalité, alors celle-ci est exclusive puisque les femmes et les minorités ethniques y sont sous-représentées, voire discréditées comme nous nous apprêtons à le voir.

4.6 Un monde exclusif ?

4.6.1 La place des femmes dans le surf : standards et représentations

4.6.1.1 Évolution des standards du surf féminin

Terminons à présent notre description du *surf lifestyle* sur la question controversée de son caractère exclusif tel qu'il est ressenti par les femmes et les minorités ethniques et tel qu'il est mis en œuvre à travers les différents canaux expressifs dont la subculture dispose. La question de l'exclusivité dans le monde du surf se pose dans la pratique mais aussi dans la représentation esthétique. Qu'il s'agisse d'Hawaï, de la Californie ou de la Floride, les femmes ont toujours été présentes dans le surf. Booth (2001) explique qu'avant sa colonisation par les Américains, Hawaï était un lieu où les femmes et les hommes surfaient

ensemble. À leur arrivée, les colons blancs condamnèrent la pratique car ils ne concevaient pas qu'hommes et femmes puissent partager l'espace public dans la nudité (p. 4). Le retour en grâce du surf et son expansion vers la Californie et l'Australie au début du XX^e siècle se fit avec un nombre restreint de femmes¹⁶⁰. Elles n'apparaissent que sur de rares photographies jusque dans les années soixante (p. 5). Après cette décennie et jusque dans les années quatre-vingt, Booth (2001) explique que les femmes étaient considérées comme l'égal des hommes en surf : « Surfing emerged as a fully-fledged sport in the early 1950s, and women initially competed against men » (p. 5). Cependant cette égalité fut de courte durée, ce qui peut s'expliquer par plusieurs facteurs. Pour commencer, ce qui semble avoir précipité la marginalisation des femmes dans le surf fut l'apparition des shortboards dans les années soixante. Comme l'explique Booth (2001), ces petites planches ne flottent pas aussi bien que les longboards et nécessitent un effort considérable pour ramer et attraper des vagues (p. 14). Britty, notre sujet féminin, considère elle aussi que la pratique du shortboard est trop vigoureuse, voire agressive (entretien du 15 juin 2018 – 8). Mais le problème de la représentation des femmes dans le surf ne se résume pas qu'à une cause technique. En effet, le statut de la femme dans le surf est révélateur de son statut dans les sociétés dans lesquels le surf s'est implanté.

Comme le souligne Britty (*ibid.*, 25), si les femmes sont présentes sur le line-up¹⁶¹, elles sont en général en nette infériorité numérique. Ainsi, selon Booth (2001), « [i]n the United States, women made up just five per cent of the surfing population in the mid-1990s but by the end of that decade the figure climbed to fifteen per cent » (p. 3-4). Malgré leurs performances et leur présence sur les vagues ou dans les médias, les femmes semblent encore ne pas recevoir la même crédibilité que celle donnée aux hommes comme le regrette Britty :

In the surf industry, as far as working and socializing, I think sometimes you are, a little bit left out as a woman, like the men will kind of congregate and take control of the conversation, and you know you're a woman, and it's just kinda like, 'Hey, I'm here too, hear what I say'. (Entretien du 15 juin 2018 – 6).

Les femmes ne sont que rarement invitées à prendre position dans le débat car les hommes monopolisent une parole dans laquelle les femmes sont encore objets et non agents. Selon Booth (2001), une forme de fraternité masculine semble faire obstacle à toute évolution en termes d'égalité des genres dans le surf : « Despite favourable treatment and positive representations of female boardriders in the surfing media and women's competitive successes

160 En Australie, les plages n'étaient pas mixtes mais malgré cette ségrégation, les femmes continuaient de surfer (Booth, 2001, p. 5). La thèse de McGloin (2005) illustre la manière dont le surf s'y est développé comme l'expression d'une identité nationale blanche et masculine.

161 Le *line-up* est la zone dans laquelle les surfeurs attendent les vagues. C'est un endroit stratégique situé juste après l'espace où la vague se brise (du point de vue de la plage).

in the third quarter of the twentieth century, one finds increasing evidence of the male surfing fraternity closing ranks » (p. 6). Les paragraphes suivants illustrent la manière dont se manifeste cette fraternité et les conséquences qu'elle a sur la représentation des femmes dans la culture du surf (sur le *line-up* et dans les médias).

Dans le monde du surf, les femmes ne sont en général pas prises au sérieux par les hommes et lors de conversations sur le surf, elles ne sont que très rarement citées comme référence car elles ne font pas preuve des mêmes capacités physiques que les hommes (un discours tenu par beaucoup de surfeurs masculins interrogés pour cette étude). L'un des premiers propos de Dustin au sujet des femmes a été de dire qu'en surf, elles sont soit performantes mais dans ce cas trop masculines et donc peu intéressantes du point de vue des sponsors, soit « féminines » (ce qui signifie qu'elles sont agréables à regarder d'un point de vue masculin), donc tout-à-fait commercialisables, mais elles ne sont pas de très bonnes surfeuses. Comme l'explique Booth (2001) : « [a]thletic-looking females exposed tensions between notions of acceptable athleticism and femininity and found themselves derided as deviants and lesbians » (p 1). Il existe donc en surf une tension entre deux images de la femme qui sont difficiles à réconcilier car comme le pensent beaucoup de spécialistes du surf tels que Booth, Stranger ou Wheaton, les surfeurs masculins semblent d'une part rebutés par ce qu'ils appellent les *dykes* (terme offensant pour caractériser les lesbiennes), et d'autre part ils semblent craindre la perte de leur statut dominant dans leur pratique et se servent des femmes comme de gages de leur virilité. Selon John Loy (1995), « among men who compete with each other in physical contests for prestige, women are not merely innocuous outsiders. Rather, their presence as objects of ridicule, humiliation, and abuse helps strengthen fraternal bonds and reinforce male domination¹⁶² » (cité dans Booth, 2001, p. 6). Si elles souhaitent être respectées comme surfeuses, les femmes doivent être masculines, mais en contrepartie elles ne sont plus respectées en tant que femmes. Beal & Weidman (2003) expliquent qu'en skateboard « masculinity was assumed to be the norm on which authenticity was evaluated. Females are not accepted as legitimate participants until they become guys (that is, like males) » (p. 345). Si les performances des femmes sont médiocres mais leur physique avantageux, elles sont soit assimilées à des mannequins de *lifestyle sports*, soit à des groupies, c'est-à-dire des admiratrices des surfeurs masculins. Britty regrette ainsi que certaines surfeuses soient plus médiatisées que d'autres dont les performances supérieures n'aident en rien leur carrière de surfeuse :

162 Loy, J. (1995). The dark side of agon: Fratriarchies, performative masculinities, sport involvement and the phenomenon of gang rape. In K. H. Bette 1 A. Rutton (Eds.), *International Sociology of Sport Contemporary Issues: Festschrift in Honor of Günther Luschen*. Stuttgart: Naglschmid, 266-67.

I do think that the women are very much sexualized in surfing and the industry, and I think that they're more valued in that sense sometimes and not necessarily the best surfer gets the most, you know, attention as far as publicity, maybe for the contests, yeah, but not as many people are watching the contest, so nobody really knows how those people are, they know who's like the hottest surfer and you know, like Alana Blanchard¹⁶³, for example, she's a great surfer but I think there's a lot of other women that are great surfers and they don't get that same, you know, publicity. (Entretien du 15 juin 2018 – 6).

Alors les femmes qui surfent sont sexualisées, autrement dit leur genre est le premier trait distinctif à leur être attribué dans le monde du surf, alors que chez les hommes, il pourra s'agir de leur matériel, de leurs sponsors ou de leur style de surf. Comme le souligne Booth (2001), « [d]isplays of physical prowess—finely-honed combinations of skill, muscular strength, endurance, cunning, aggression, toughness and, above all, courage—are the principal means by which surfers earn prestige and respect from their peers » (p. 6). Certaines femmes, dont deux des plus connues sont originaires de Floride, ont réussi à imposer leur style et à devenir des modèles pour les autres surfeuses mais elles demeurent des exceptions. Il s'agit de Lisa Anderson « the Billy Jean King of surfing » (*ibid.* p. 10) et de Frieda Zamba dont le style des « hard cutbacks¹⁶⁴ » est comparé au surf masculin agressif (p. 11). Cependant, dans le milieu de la compétition, les femmes restent des acteurs de second plan. En effet, lors des rencontres sportives se déroulant sur plusieurs jours, il est possible de prévoir les conditions des vagues d'heure en heure. Britty explique que les vagues de bonne qualité sont ainsi réservées aux hommes alors que les femmes doivent souvent se contenter des intervalles de moins bonne qualité (entretien du 15 juin 2018 – 6). Notons que jusqu'en 2018, les femmes étaient moins payées que les hommes lors des compétitions. Comme le rappelle Booth (2001), « [in the 1980s, w]omen typically received only a fraction of what men earned » (p. 9). Même s'il existe toujours des inégalités, la situation semble évoluer en faveur des femmes. En effet, en janvier 2018, la compétition Florida Pro Surf tenue à Sebastian Inlet offrait la plus grande somme d'argent jamais décernée à une surfeuse aux États-Unis (51 000 dollars), dépassant même le prix décerné aux hommes (« Florida Pro Surf Contest », 2018) ; le 5 septembre 2018, la World Surf League a annoncé que dès 2019, les femmes seraient autant payées que les hommes sur tous les événements gérés par l'organisation (WSL, 2018).

163 Alana Blanchard est une surfeuse professionnelle originaire d'Hawaï. Elle est aussi mannequin pour Rip Curl. Elle est très active sur les réseaux sociaux et en particulier sur Instagram (avec 1.8 million d'abonnés ou de *followers*). Elle y publie beaucoup de photographies dont la majorité la met en scène dans des poses sensuelles sur la plage plutôt que dans l'action malgré ses capacités de surfeuse.

164 Un *cutback* est un virage si puissant sur la vague qu'il renvoie le surfeur vers la mousse (derrière lui).

4.6.1.2 Représentation des surfeuses dans les médias et la société

Dans les médias du surf (réseaux sociaux, magazines spécialisés, campagnes promotionnelles, etc.), la masculinité des hommes est montrée à travers l'action de leurs corps affûtés alors que les femmes pulpeuses mais rarement musclées sont mises en scène dans des poses sur la plage comme si leur attribut majeur était la forme de leur fessier. Des magazines de surf féminins sont apparus dans les années quatre-vingt-dix pour répondre à la demande des surfeuses, comme le relève Booth (2001) : « the surf media began to produce new surfing magazines devoted entirely to women. In 1995, *Surfing* added *Surfing Girl* as an annual insert and in 2000 it produced six editions of the supplement » (p. 13). Cependant, même dans ces magazines spécialisés, on constate que beaucoup de pages sont des espaces de promotion sans liens avec le surf ou alors montrant les mêmes images de femmes objets que dans les magazines traditionnels. Booth (2001) souligne que la rareté des représentations légitimantes de surfeuses dans ces magazines explique en partie la faible participation au surf des femmes : « Silence is a form of discouragement, and the limited coverage of women in traditional male-dominated surfing magazines effectively denied them access to 'the symbolic resources needed to identify as surfers' » (p. 13). Les surfeuses n'ont pas ou peu de modèles à qui s'identifier, ce qui ne facilite pas l'évolution de leur statut dans le surf, un sentiment partagé par Britty :

One thing I did notice is that it's like so hard to find any actual footage and videos of like even the longboard champions that are women, and like they're just like trickled in with like a lot of the men surfers and it's really hard to find, and it's really frustrating 'cause I just want to watch more, and like, just to like, follow their technic and try to imitate... And Kelia Moniz¹⁶⁵ I think, I don't know how you say her name. She's amazing. (Entretien du 15 juin 2018 – 12).

Les surfeuses sont en manque de représentation légitime et *sérieuse* de leur pratique. Les marques de planches telles que Lost utilisent presque exclusivement des femmes posant en bikini sur la plage pour leurs publicités, ou alors des surfeurs masculins en action. Lost se démarque particulièrement dans sa faculté à objectiver la femme comme chose sexuelle ou apparat du surfeur¹⁶⁶. Mais Lost n'est pas la seule marque à minimiser les performances des

165 Kelia Moniz, née en 1993, est une jeune surfeuse professionnelle originaire d'Hawaï. Elle pratique le shortboard et le longboard mais est principalement reconnue pour ses performances et son style en longboard. Notons que son artiste de référence est Rhianna, une chanteuse pop aux antipodes de la *surf music* historique et des musiques consensuelles dans le monde du surf (« Kelia Moniz », n.d.). Cela renvoie aux questions de générations, de mobilité, de transmission et d'appropriation culturelles qui seront traitées dans notre travail.

166 Dustin a une perspective sur la question de la représentation des femmes dans les médias du surf qui reflète particulièrement bien ce que Booth, Stranger, Spowart ou encore Wheaton expliquent dans leurs écrits sur la relation surfeur/surfeuse. La conversation n'a pas été enregistrée car elle a eu lieu alors que nous assistions à une compétition de surf à Cocoa Beach, mais elle a été notée dans un journal dès sa conclusion. Alors que

femmes. La bande annonce d'une vidéo de Billabong intitulée *New Wave* (Billabong Womens, 2017) et consacrée aux surfeuses les montre dans la majorité des plans en train de poser en bikini au lieu d'être dans l'action¹⁶⁷ (une dizaine de prises très rapides sont montrées dans le clip vidéo de deux minutes 40). Selon Booth (2001), « [w]hile the use of female sexuality to 'sell' professional surfing will undoubtedly increase visibility and thus sponsorship, it also sexualizes women's bodies and detracts from their athleticism » (p. 14). La vidéo de Billabong dédiée à son équipe féminine met l'accent sur les corps des surfeuses mais pas sur leurs performances, alors que dans la série des vidéos de l'équipe masculine intitulée *Life's better in boardshorts* (Billabong, 2017) et sortie la même année, les surfeurs sont valorisés dans l'action. Il n'y a ni égalité ni équité dans la représentation surfeurs/surfeuses puisque les vidéos et photos de promotion de l'activité ou du mode de vie du surf sont basées sur des critères de séduction chez la femme et sur des critères de performance chez les hommes.

j'observais la page Instagram de Lost (une marque de surf de renommée internationale), j'ai demandé à Dustin ce qu'il pensait du fait que leurs publications montraient principalement des surfeuses posant sur la plage mais des surfeurs en action. Dustin a justifié cela en disant « Yes, but that's what we want to see ». Par « nous », il entendait les hommes. Puis il a continué en expliquant qu'il existait une sorte de réalité universelle selon laquelle les femmes sont plus belles que les hommes, et que dès lors, il se fichait de voir une femme surfer parce qu'elle ne serait jamais aussi douée qu'un homme. Ensuite il a ajouté que les femmes ne s'intéressent pas aux images d'autres surfeuses et qu'alors personne n'avait d'intérêt à les voir surfer. J'ai objecté à ce propos en suggérant que les femmes s'intéresseraient plus au surf si elles n'étaient justement pas marginalisées de la sorte. En effet, dans le surf, ce sont les hommes qui créent la publicité, font évoluer le matériel et le sport et au delà de la plage, ils refusent de partager l'espace avec les femmes. Dustin était d'accord sur ce point et a ajouté que lorsqu'il travaillait dans le surf shop (Sun Coast Surf Shop) et que le film *Blue Crush* (Stockwell, 2002) est sorti, beaucoup de femmes se sont mises à acheter des planches (*Blue Crush* est l'histoire d'une jeune surfeuse hawaïenne qui rêve de participer à une compétition sur le North Shore à Pipeline, l'une des vagues les plus grosses et dangereuses du monde). J'ai répondu que ce phénomène semblait logique puisque le film les concernait et qu'elles pouvaient alors s'identifier à des héroïnes du surf. Puis j'ai ajouté qu'au delà de la représentation dans les médias, il existait une inégalité de compensation entre hommes et femmes dans le monde du surf. Dustin a confirmé en ajoutant très justement que cela évoluait comme l'avait montré la compétition de Sebastian Inlet. Plusieurs fois au cours de notre conversation (au moins dix fois), Dustin m'a posé la même question, comme si ma réponse ne semblait pas plausible : « What do you suggest ? ». Ce à quoi, j'ai à chaque fois répondu que si les femmes surfent et que le produit commercialisé (comme une planche) est adressé aux personnes qui surfent (hommes ou femmes), alors pourquoi les surfeuses ne seraient-elles pas au moins représentées à 50 % dans l'action ? Dustin ne semblait pas entendre cette suggestion. Je lui ai fait remarquer que ce problème ne se pose pas en snowboard parce que les femmes sont aussi couvertes que les hommes et qu'alors les corps n'ont aucune importance. En surf, il y a une controverse dans les compétitions sur la façon de filmer les femmes à cause de ce qu'elles portent. Puis notre conversation s'est recentrée sur les contenus d'Instagram. J'ai fait remarquer à Dustin que les hommes aiment les femmes dénudées et posant sur la plage mais que les surfeurs (lui inclus) sont les premiers à se moquer du phénomène Instagram dans lequel des femmes exposent leurs fessiers (il s'agit en effet du point focal des photographies), posent dans l'unique but d'obtenir un maximum de « like » et ont développé une obsession d'elles-mêmes. Mais c'est précisément à travers une vision masculine de ce qu'est une surfeuse (un objet sexuel) que ces comportements se développent chez les femmes vivant le *beach lifestyle* et chez beaucoup de surfeuses.

167 La vidéo est censée être humoristique. L'action se passe dans les années quatre-vingt-dix quand les femmes portaient des maillots de bain ultra échancrés à la manière de Pamela Anderson dans *Baywatch*, *Alerte à Malibu* en version française (*Baywatch*, 1989).

Dans une approche encore une fois sexuée, Volcom propose une gamme de vêtements inspirée de la garde robe masculine et adaptée aux femmes. Le slogan est : « Borrowed from the boys (with a feminine touch) ». L'article défini « the » suggère qu'il s'agit d'un groupe de garçons particuliers, celui des *rideurs* (surfeurs, skateurs, etc.) mais pas simplement du genre masculin dans son ensemble. Les hommes qui pratiquent ces sports jouissent d'une légitimité que les femmes n'ont pas. Elles ne sont pas encore indépendantes puisque pour être légitime, il faut emprunter aux hommes plutôt que de créer ou revendiquer un produit spécifiquement féminin. Les maillots de bain sont également révélateurs de ce mode de pensée. Avant que les shorts pour femmes ne fassent leur apparition dans les années quatre-vingt-dix, les surfeuses devaient se contenter de maillots de bain standards qui n'étaient pas faits pour le surf et qui ne résistaient pas à la force des vagues¹⁶⁸. Des marques exclusivement féminines ont émergé comme Roxy qui ont aidé les surfeuses à s'émanciper des surfeurs. Ainsi l'avènement des shorts pour femmes est reconnu pour avoir eu un impact sur la légitimation des surfeuses. Aujourd'hui des bikinis très performants sont produits mais leur style souvent très échancré est sujet à controverse¹⁶⁹.

Au delà des médias, sur les plages les femmes sont encore marginalisées voir infantilisées. Elles sont perçues comme voulant être associées aux surfeurs, et elles sont sur-protégées (dans la mesure où elles se soumettent aux codes patriarcaux). En effet, les observations de terrain ont mis en évidence le fait qu'un certain nombre de surfeuses deviennent dépendantes des surfeurs dans la mesure où elles permettent aux hommes de prendre le contrôle de leur pratique. Par exemple, elles comptent sur eux pour déterminer si les conditions valent la peine de se mettre à l'eau ou pas, si le matériel est approprié, etc. Quand elles réalisent une nouvelle performance elles sont exagérément congratulées, mais quand elles se blessent elles sont sur-protégées. Le même phénomène se retrouve en skateboard (Beal & Weidman, 2003, p. 345), mais pas dans le snowboard.

Dans le cercle familial, il existe une certaine pression sociale qui impose l'idée qu'à partir du moment où une femme devient mère, elle ne peut plus prendre des risques avec son corps, ou passer un moment seule sur l'eau, loin de ses enfants. Dans une étude menée par Spowart *et al.* (2013), les femmes n'associent pas le surf à la féminité : « Surfing . . . as an individual, avowedly hedonistic pursuit is not an activity regularly linked to being 'female', nor to motherhood » (p. 132). Même si dans le milieu du surf du chemin a été parcouru en termes de

168 Britty raconte que la première fois qu'elle a surfé, elle a perdu le haut de son maillot de bain (entretien du 15 juin 2018 – 1). Alors que cela peut sembler anecdotique, cet incident vécu par beaucoup de surfeuses est représentatif des tensions qui existent entre le souhait de devenir une surfeuse légitime et celui de rester féminine.

169 En 2018, les organisateurs de compétitions ont commencé à débattre sur la manière de filmer les athlètes féminines si elles portaient des bikinis trop échancrés.

sexisme (évolution des médias, des récompenses, etc.), les femmes ne sont pas encore l'égal de l'homme contrairement à ce qu'on observe par exemple dans le snowboard. En effet, comme le discours de Dustin (voir note en amont) ainsi que l'analyse des réseaux sociaux des marques de surf le montrent, ce qui est évalué chez les femmes est l'apparence physique alors que c'est la performance chez les hommes¹⁷⁰. Par contraste, en snowboard, le corps est camouflé alors c'est le geste technique que l'on voit en premier¹⁷¹. Par ailleurs, si du point de vue de la recherche, dans un espace dédié au snowboard il n'aurait pas été difficile d'entrer en contact avec des snowboardeuses de référence¹⁷², il a été en revanche difficile d'avoir accès à des surfeuses parce que les réseaux de connections ne les incluent pas, et les hommes se réfèrent aux hommes lorsqu'il s'agit de parler de surf. En 2001, Booth disait : « Before any claims of a new gender order in surfing have validity, firm evidence of deep structural change is required » (p. 17). La réforme structurelle n'a pas eu lieu et semble même s'aggraver avec la banalisation d'un voyeurisme unilatéral (le corps féminin est l'objet mis en scène) consacré par les réseaux sociaux.

4.6.2 Intégration ethnique

Dans notre description des Cocoa, nous avons vu que les régions côtières étaient principalement peuplées de Blancs des classes moyennes à aisées alors que l'intérieur des terres est caractérisé par une population nettement moins aisée et pour moitié afro-américaine. Si cette population est représentée sur les plages, les observations de terrain montrent qu'elle ne s'adonne pas au surf. Il y a clairement dans la Space Coast un sport pour et par les Blancs, alors qu'il existe une population non-blanche qui partage l'espace de pratique de l'activité et qui utilise les installations (comme la douche que Sun Bum a installée à l'entrée de son bureau pour les personnes revenant de la plage) mais qui pourtant ne surfe pas. L'ethnomusicologue Tim Cooley (2011) décrit une expérience différente : « many critics claim that surfing is predominantly white and middle class, but my observations are that in many cases it is heavily working class and only slightly more white than any given host community » (p. 28). La nuance apportée par Cooley (2011) fonctionne sans doute en Californie où il travaille, ou dans les endroits du globe qu'il a visités mais nos observations de terrain confirment que l'histoire de l'espace géographique qui est le nôtre a eu un impact sur les pratiques culturelles des

170 Voir tableau synoptique des pages Instagram en annexe 9.

171 Je pratique le snowboard et le surf. Dans le milieu du snowboard, je n'ai jamais observé la condescendance paternaliste envers les femmes et leur objectivation telle qu'elle se manifeste dans le milieu du surf.

172 J'ai été monitrice de snowboard dans le Colorado. Lorsque j'étudiais pour passer mes diplômes et que je souhaitais être mise en contact avec une autorité dans un domaine particulier tel que le *pipe* ou le *carving*, les références étaient aussi souvent des hommes que des femmes. La moitié des entraîneurs étaient des femmes. Lors des jours de congés, les groupes de snowboardeurs formés de manière spontanée étaient toujours naturellement mixtes. En surf, les femmes sont l'exception sur la vague (Booth, 2001).

groupes sociaux et ethniques. Comme le souligne Kyle Kusz (2003) dans son essai sur « The white male backlash » qui porte sur les sports extrêmes, pour comprendre la représentation raciale dans le discours de ces activités, il faut aussi prendre en considération les contextes politiques, sociaux, culturels et économiques dans lesquels ils se sont forgés (p. 155). Beaucoup de surfeurs interrogés pour notre étude avancent l'idée que les Afro-Américains ne savent pas nager et donc ne surfent pas, mais très peu prennent en compte l'histoire récente des compartimentations des espaces et des pratiques en fonction des ethnies, comme nous l'avons vu dans le chapitre dédié à la société et aux cultures floridiennes. Kusz (2003) emploie le terme de *whiteness* pour parler de ce qui n'est pas selon lui qu'une couleur mais « a socially-constructed category shaped by historically specific social, political, cultural, and economic forces, conditions, and discourses » (p. 156). Pour comprendre la *whiteness* il faut par ailleurs y inclure les facteurs de classe, genre, âge, géographie, sexualité et nationalité. Il faut aussi rappeler que le terme n'est pas forcément synonyme de privilège (p. 157). En effet, une grande partie de la population blanche de Brevard est soit *redneck*, soit *white trash*¹⁷³. Les Blancs pauvres sont une réalité dans la *whiteness* et ont une position ingrate parce qu'ils portent le fardeau de la catégorie blanche qui comprend une forme de *mea-culpa* nécessaire par rapport à l'histoire afro-américaine. Ces *rednecks* et *white trash* surfent, et certains lieux comme Sebastian Inlet ou New Smyrna sont connus pour être leurs zones. Ces Blancs pauvres sont souvent marginalisés, ce qui peut les pousser à un retour vers des positions extrêmes pour retrouver une place dans la société ou une identité (le rejet de la différence et de l'altérité aidant). À l'inverse, Kusz (2003) souligne que dans les années quatre-vingt-dix, il y a eu un mouvement d'autocritique dans le rock et le punk (Beck avec « Loser » et The Offsprings avec « Self Esteem ») qui permettait à leurs auteurs d'éviter la condamnation extérieure parce que personne ne pouvait les attaquer de manière plus acerbe qu'eux-mêmes, rendant ainsi possible une forme de reconstruction de leur sens de supériorité (p. 157).

Pour comprendre la persistance de la *whiteness* dans le surf américain, on peut regarder du côté des *surf movies* qui sont l'un des meilleurs vecteurs de construction et de propagation de l'idéologie du surf. Comme nous l'avons vu, le film de Bruce Brown (1966), *The Endless Summer*, est une référence dans le monde du surf. Une radio et un salon de tatouage en portent le nom à Cocoa Beach. Alors on peut supposer qu'un certain héritage idéologique du surf

173 Les *rednecks* sont des ouvriers blancs vivant en milieu rural et prônant les valeurs du travail et de la famille.

Le stéréotype du *redneck* est celui d'une personne humble, amicale, très accueillante, et manifestant les valeurs de « southern hospitality » attachées au mode de vie de la classe ouvrière. Les *rednecks* sont souvent associés au *pick up truck* et à la bière, mais ils ne sont ni exubérants, ni vulgaires. Les *white trash* en revanche, sont des personnes blanches, pauvres et aux conditions de vie dégradées. Ils représentent des principes dévalorisants si l'on se réfère aux standards éducatifs et comportementaux américains. Le stéréotype du *white trash* est celui d'une personne vulgaire et exubérante, de femmes émaciées marquées par l'abus d'alcool ou de drogues ou à l'opposé, de femmes obèses mais arborant des *daisy duke shorts*, et enfin d'hommes portant des *wife beaters* (des débardeurs blancs qui permettent de mettre en avant les tatouages).

fondé sur les représentations de ce film montrant des peuples africains sous un angle primitif et condescendant fait partie de la psyché du surfeur et se manifeste dans le monde phénoménal chez les Blancs et les non-Blancs à travers leur participation. Il serait intéressant d'explorer l'idée d'un *ethos* des sports extrêmes du point de vue de cet aspect du surf, mais cela nous ferait sortir de notre cadre de recherche. Notons que dans les autres films qui ont été cités comme *Point Break* (Bigelow, 1991), la population afro-américaine n'est pas non plus représentée. Cela renvoie encore une fois à l'idée de *whiteness* que le spécialiste en communication Raka Shome décrit ainsi : « the everyday, invisible, subtle, cultural, and social practices, ideas, and codes that discursively secure the power and privilege of white people, but that strategically remains unmarked, unnamed, and unmapped in contemporary society¹⁷⁴ » (cité dans Kusz, 2003, p. 156). Les discours promus dans ces films sont à la base de l'idée que le monde du surf se fait de lui-même. En Floride, on peut acheter une plaque d'immatriculation *Endless Summer* dont le fond représente le poster du film (Illustration 13). Or les plaques sont normalement un espace d'attestation de l'identité d'un État. En Floride, l'arrière plan classique représente des oranges sur fond de carte de la péninsule avec l'inscription *Sunshine State* (Illustration 12). Beaucoup d'utilisateurs achètent des plaques *Endless Summer* et s'acquittent d'une cotisation annuelle de \$25 pour les conserver. Les cotisations financent le Surfing's Evolution and Preservation Foundation (« Endless Summer License Plate »). Si les utilisateurs achètent les plaques dans un but civique (celui de contribuer à l'effort de protection de l'environnement), ils le font aussi avec l'objectif tacite d'afficher ou de promouvoir leur affinité avec le monde du surf (pour le facteur « cool » ou par conviction) ainsi que leur connaissance du film. Cela pose deux problèmes : soit le discours colonialiste du film est compris et accepté, soit il passe inaperçu ce qui signifie que la pensée impérialiste est normalisée. Kusz (2003) parle de l'importance des politiques identitaires dans les approches individuelles d'une *whiteness* forgée dans la remise en question du consensus social américain antécédent aux mouvements civiques de l'émancipation des Noirs, des femmes, des communautés LGBT, etc. (p. 159). Ces groupes civiques ont pointé du doigt la manière dont la *whiteness* opère « as an invisible, yet influential, normative force that constantly works to produce and reproduce its own centrality, normality, and dominance¹⁷⁵ » (p. 160). Les *surf movies* ne sont pas les seuls à être ethniquement exclusifs. Les campagnes publicitaires des marques que nous avons mentionnées comme Sun Bum, Lost, etc., sur les réseaux sociaux ne sont pas ethniquement inclusives car comme le montre leur analyse, la représentation n'est pas multiraciale (voir annexe 9). Enfin, les artistes mentionnés dans les entretiens et dans les

174 Shome, R. (1996). Race and popular cinema : The rhetorical strategies of whiteness in *City of Joy*. In *Communication Quarterly*, 44(4), pp. 502-518.

175 Il serait intéressant de se demander si les présidences successives de Barack Obama puis de Donald Trump ont affecté le rapport Blanc/non-Blanc dans la subculture.

questionnaires et censés représenter une certaine esthétique du surf sont en majorité des hommes blancs, y compris les artistes de reggae (voir annexe 8).

Le surf est une activité née d'une tradition culturelle et spirituelle hawaïenne, et non d'un mouvement de rébellion et d'adaptation conjecturale comme d'autres *lifestyle sports* qui s'en sont inspirés (skateboard, snowboard, etc.). Mais en devenant subculture sur le continent américain, le surf a développé une pluralité de stéréotypes localisés et en Floride la subculture ne semble pas avoir complètement réussi à se dégager de l'histoire locale et donc des problèmes liés à la notion de race. Selon Kusz (2003), « notions of race are closely linked to ideas about legitimate 'ownership' of the nation, with 'whiteness' and 'Americanness' linked tightly together¹⁷⁶ » (p. 167). Alors dans sa diversité, le surf peut encore se distinguer selon les lieux : Hawaï représentant ses origines et la pré-*whiteness*, la Californie représentant la révolution culturelle et l'industrie du surf, et la Floride représentant un mélange de créativité DIY, de talent, de *whiteness*, mais aussi comme nous le verrons à travers sa musique, d'hybridation culturelle.



Illustration 12: Exemple d'une plaque d'immatriculation floridienne (Florida Department of Highway Safety and Motor Vehicles).



Illustration 13: Exemple d'une plaque d'immatriculation « Endless Summer » (Florida Department of Highway Safety and Motor Vehicles).

176 Frankenburg, R. (1997). Introduction : Local whitenesses, localizing whiteness. In *Displacing Whiteness : Essays in Social and Cultural Criticism*. Durham, NC : Duke University Press.

Chapitre 5. Spécificités de la *surf music*

In the wake of the day the music died¹⁷⁷, a revolution exploded in Southern California that would usher in folk-rock, fusion, punk, grunge, and most importantly, heavy metal.
(Crowley, 2011, p. 4).

5.1 Histoire d'une naissance et théorie des résurrections

Avant d'entrer dans le cœur de l'analyse ethno-esthétique, il convient de retracer une brève histoire de la *surf music* afin de mieux comprendre sa nature, ses enjeux ainsi que nos motivations quant à une nouvelle approche de ce mouvement musical intrinsèquement lié à la culture du surf. La *surf music* est née au sud de la Californie au même moment où le surf y prenait son essor dans les années soixante. Selon Tim Cooley (2011), « [this music] celebrated a particular moment in twentieth century surfing history when California became the cultural and industrial leader in the newly conceived surfing lifestyle » (p. 24). Tout comme le surf, la *surf music* était un phénomène à la fois nouveau et innovant des points de vue du son, de la sémantique et de la mise en œuvre. Pour Crowley (2011), « Unlike the established rock'n'roll of the late 50s and the corporate rock'n'roll of ensuing decades, surf music in the pre-Beatles 60s ushered in a new musical democracy : a music of kids, by kids, and for kids » (p. 5). Surf et *surf music* suivaient ainsi la même tendance démocratique : une révolution pour et par les jeunes. Pour Crowley (2011), « The new music was loud, vulgar, primitive, primeval, sexual, and sensual. . . . When local surfers embraced it as an expression of their experience, it became surf music » (p. 5). Ce point est important car nous considérons qu'en effet la *surf music* constitue l'expression de l'expérience de surfeurs localisés mais contrairement à Crowley (2011) qui assigne cette expérience aux surfeurs californiens de certaines époques, nous appréhendons le terme « localisé » dans sa diversité géographique et temporelle. En d'autres termes, le mouvement n'a jamais été continu ou uniforme. Par ailleurs, dans cette recherche nous ne qualifions pas la *surf music* de genre et nous postulons que le phénomène a subi une catégorisation excessive qui l'a borné de manière exclusive à certaines époques liées intrinsèquement à son évolution californienne. Cette approche peut convenir à une systématisation historique simplifiée mais la réalité semble bien plus complexe surtout lorsque

177 « The day the music died » correspond à la mort des légendes du rock'n'roll Ritchie Valens, Buddy Holly et The Big Popper dans le crash de leur Beachcraft Bonanza en 1959 (Crowley, 2011, p. 4).

l'on se penche sur une région qui dans l'imaginaire commun n'a rien à voir avec la *surf music* : la Floride.

5.1.1 La Californie des années soixante : La décennie de la *surf music* historique

Avant que la *surf music* ne fasse son apparition, il existait en Californie la *surfer's stomp*, une danse pratiquée dans des lieux légendaires comme le Balboa Pavillon et le Rendez-vous Ballroom encore aujourd'hui associés à l'avènement de la *surf music*. Cependant si la *surf music* que nous qualifions d'historique est intrinsèquement liée à la Californie, notons qu'elle a été marquée par les diverses cultures environnantes fondamentales dans l'évolution du mouvement culturel qu'elle allait devenir. Crowley (2011) rappelle que selon le saxophoniste des Surfaris, Jim Pash, le flamenco et les guitares mexicaines ont joué un rôle essentiel dans le développement de la culture de la guitare en Californie. Or la guitare se prêtait particulièrement bien au mode de vie des surfeurs qui incluait des soirées impromptues sur la plage et nécessitait donc des instruments bon marché et faciles à transporter (p. 30). Par ailleurs, Crowley (2011) insiste sur le rôle distinct que jouait la guitare dans ce nouveau style de musique en comparaison avec d'autres genres. Il explique par exemple que dans la musique folk, le rythme de la guitare sert de lien aux voix et aux autres instruments comme le banjo ou la basse et permet de créer une harmonie. Dans la *surf music* originale, cette guitare avec le *Fender reverb unit* a pris la fonction de percussion et non d'harmonie (p. 90). Ce point est délibérément assigné à la partie chronologique du chapitre sur la *surf music* et non à la section suivante intitulée « Sons et catégorisation » car contrairement à Kent Crowley (2011), nous envisageons la *surf music* dans son contexte de réception. En d'autres termes, nous nous intéressons aux modalités de sa consommation au fil du temps plutôt qu'aux simples critères stylistiques d'un genre musical qui lui serait adjoint. En effet, nous posons que la *surf music* est un style esthétiquement inclusif, temporalisé et localisé, d'où la singularité de la *surf music* et notre incapacité à l'appeler genre à moins qu'il ne s'agisse du genre historique de la *surf music* comme l'indique le titre de ce paragraphe.

C'est durant la fin des années cinquante et le début des années soixante que les instruments musicaux qui ont défini la *surf music* sont nés et se sont démocratisés. Crowley (2011) explique que c'est l'avènement de l'amplificateur mis en place par Leo Fender qui a fait évoluer la simple guitare en une guitare électrique qui allait permettre à Dick Dale en particulier de créer les premiers sons de la *surf music* (p. 35). Crowley (2011) rappelle que la guitare est techniquement un instrument à percussion et que la seule chose qui lui manquait avant l'invention de Fender était sa capacité à maintenir les notes dans la durée, une caractéristique qui allait devenir « le Saint Graal des guitaristes » (p. 43). C'est la technique

du « finger vibrato » avec un « wrist tremolo » aussi appelée « double-picking » qui deviendra la marque de la *surf guitar* (*ibid.*, p. 43). De plus l'association Dale-Fender a aussi permis de faire évoluer les capacités sonores des amplificateurs mais aussi leur mobilité puisqu'il s'agissait de pouvoir monter et démonter des scènes rapidement sans restrictions sur le volume ou la qualité du son (*ibid.*, p. 77). Le titre de l'ouvrage d'Ernest Hemingway, *A moveable feast*¹⁷⁸, est ainsi habilement repris par Crowley (2011) pour décrire en quoi le nouveau Fender a permis aux artistes de pouvoir transporter la *surf music* en tout lieu (p. 86).

Il est difficile de faire reposer les débuts de la *surf music* sur la carrière d'artistes qui certes intégraient des sonorités traditionnelles du style historique mais ne se définissaient pas forcément de manière exclusive comme des *surf-musicians*. Des artistes comme Brian Wilson, Neil Young ou Ritchie Valens se dirigeaient dans cette voie mais selon Crowley (2011), le style était trop éphémère et inconstant pour pérenniser ces artistes : « surf music seemed to emerge full-blown from a vacuum, shaking up the music business for a brief shining moment and vanishing as quickly, and mysteriously as it had arrived » (p. 40). Les caractéristiques instables de la *surf music* apparaissent dès ses débuts ce qui rend difficile sa catégorisation ou l'attribution d'une origine stylistique précise. Malgré cela, certains comme Tom Wheeler (2004) lui apposent des critères temporels et stylistiques relativement restreints. Dans son ouvrage intitulé *The Stratocaster Chronicles*, il écrit : « [it] was rooted not in some romanticized vision of a sandy, palm-tree paradise but rather in gritty late-50s and early-60s R&B, as well as the raucous guitar and sax instrumentals of Duane Eddy, Link Wray, The Fireballs, Johnny & The Hurricanes, and local hero Dick Dale » (p. 116). Cela ne correspond pas à la Floride et montre que la *surf music* est une construction culturelle localisée avant de s'agréger en phénomène global. Par conséquent, quand il s'agit de retracer les origines de la *surf music*, les spécialistes du sujet ne sont eux-mêmes pas tous d'accord. De même que les surfeurs considèrent leur subculture comme une construction empreinte de légendes adoptées et rejetées (Warshaw, 2003), la *surf music* est aussi faite d'une série d'innovations instrumentales et de retours en arrière. Dans la Californie des années soixante, si un son faisait penser au son des vagues, c'était de la *surf music*, alors cela pouvait être Dick Dale ou encore The Belairs pour le champion de surf Lance Carson qui y retrouvait « the thrill of surfing » (Crowley, 2011, p. 59). Ce sont The Belairs qui par exemple ont commencé à taper les cordes pour les faire vibrer et pour interrompre le son (p. 60). Aujourd'hui, les artistes que nous plaçons dans la catégorie esthétique de la *surf music* floridienne font aussi preuve d'innovations instrumentales, mais font en même temps et presque systématiquement appel aux sonorités du passé (on pense notamment à des groupes comme Swimm ou The Jacuzzi Boys, voir annexe 8). Selon Paul Johnson, le compositeur de « Mr. Moto » (The Belairs, 178 Hemingway, E. (2009). *A moveable feast* (1st ed. 1964). New York: Scribner.

1961), c'est durant l'été 1961 qu'une conscience de ce qu'allait être la *surf music* commença à apparaître (cité dans Crowley, 2011, p. 63), ce qui signifie que les premières chansons du style ne pouvaient avoir été créées en tant que *surf music*. Cette décennie a aussi vu la naissance des Beach Boys sur qui nous reviendrons en détail dans la partie suivante afin d'exposer et d'orienter de manière concrète notre propos sur les représentations esthétiques de la *surf music*.

Si la naissance de la *surf music* reste débattue, artistes et historiens s'entendent sur le fait que la simplicité en est l'élément clé (Crowley, 2011, p. 61). En comparaison des créations musicales des décennies précédentes comme le jazz, la *surf music* ne nécessitait que quelques instruments, principalement des guitares, des accords assez simples et un matériel facile à déplacer (ce qui correspond aussi à l'approche floridienne de la *surf music* actuelle). Alors cette forme de rock'n'roll née du blues et du R&B a permis à des générations d'adolescents autodidactes d'entrer dans les studios d'enregistrement (*ibid.*, p. 74). En effet, la *surf music* est peut-être selon Crowley (2011) l'un des premiers styles musicaux à n'être créé que par des adolescents. The Chantays, The Beach Boys, The Surfaris ou The Frogmen avaient tous moins de 18 ans lorsqu'ils ont enregistré leur premier album (p. 107). Avec l'avènement de la tendance vocale par opposition à la tendance purement instrumentale des débuts de la *surf music*, les Beach Boys et Jan & Dean connurent un grand succès et marquèrent eux-mêmes un tournant dans l'histoire de la *surf music*. En 1963, les adolescents voulaient pouvoir chanter avec leurs artistes préférés tout en dansant ou « stompant » (Crowley, 2011, p. 113). Cette année fut aussi marquée par l'arrivée d'artistes féminines sur la scène surf : The Honeys, Queen of Surf Kathy Marshall (p. 155). À partir de cette période, Crowley (2011) suggère que la nouvelle génération de filles achetaient la musique alors que les garçons la jouaient pour les impressionner : « girls drove the music market in the 60's, and surf bands and surf music didn't do much to reach them beyond making them dance » (p. 159). Un stéréotype qui aujourd'hui semble à peine commencer à se dissoudre.

La musique des années soixante était différente de ce qui allait suivre puisque comme le rapporte Crowley (2011) d'après les propos de Walter Georis, guitariste des Sandals, la musique de ces années-là était créée par une classe moyenne qui avait les moyens de se divertir : « The music didn't come from pain—it came from fun » (p.82). Les thèmes de prédilections s'ils ne portaient pas sur le surf portaient sur l'automobile, les filles, etc. et ce sont les groupes qui ont compris la complémentarité de ces thèmes qui ont perduré et se sont imposés dans le centre des États-Unis, là où le thème du surf était certes attractif mais où il allait s'essouffler (*ibid.*, p. 111). En effet, la *surf music* connut un premier fléchissement dans la deuxième partie des années soixante, sans doute, selon Crowley (2011), à cause de

l'avènement des Beatles et d'une nouvelle conscience que la musique se devait d'être plus qu'une apologie du bonheur simple, frivole et sans intérêt (p. 145). Elle se devait de devenir un art, une forme de résistance au *statu quo* et une célébration de la femme (plutôt que la femme célébrant les exploits du surfeur). Avec l'arrivée de groupes de rock anglais, les Américains furent confrontés à une nouvelle manière d'aborder la fonction musicale. Crowley (2011) explique que si pour les groupes britanniques formant des productions artistiques complètes, l'aspect visuel était plus important que l'élément sonore, pour les Californiens, la puissance de l'amplificateur Fender demeurait l'élément essentiel de la musique (p. 163). Ainsi selon Crowley (2011), « The Beatles sang, and their instruments served only to support their vocals. The focus now for guitar players shifted from power to dependability » (p. 164). Dès lors, deux aspects de la « révolution anglaise » participèrent au déclin de la *surf music* : l'accent mis d'une part sur les capacités vocales des artistes et d'autre part, sur la force des textes. Dès lors, si comme le suggère Crowley (2011) le public féminin jouait un rôle important dans le succès des artistes, alors les Beatles avaient mieux compris que les surfeurs ce qu'il fallait faire pour être populaire. Un Paul McCartney ne demanderait pas à une fille de l'attendre sur les plages froides de Californie pendant qu'il surfe, mais il voudrait « hold your hand » (*ibid.*, p. 165). Alors si les années soixante montre l'importance des contextes géographiques et sociétaux dans l'avènement d'une culture musicale, les années soixante-dix mettent en avant l'importance de la notion de relativité esthétique : les mêmes causes (l'avènement du surf) ne produisant pas les mêmes effets (la *surf music*), surtout en termes de représentations culturelles, lorsqu'un phénomène s'amplifie et que l'offre se multiplie, la demande se diversifie et se singularise. Les Beach Boys comprirent qu'il y avait là une place à saisir, entre trop Beatles et trop *surf music*. Depuis les débuts du groupe que beaucoup qualifient de *surf band* (groupe de *surf music*), Dennis Wilson était le seul à bénéficier d'une certaine légitimité auprès des surfeurs parce que lui-même surfait, mais ce sont à la fois les voix et le talent de guitariste de son frère Carl qui offrirent au groupe ses lettres de noblesse dans la *surf music* (*ibid.*, p. 174)

En substance, l'arrivée des groupes anglais aux États-Unis n'est pas l'unique cause de l'essoufflement de la *surf music*. En 1965, Leo Fender vendit Fender Musical Instruments à une filiale de la chaîne américaine CBS, un moment qui selon Crowley (2011) marqua l'origine du déclin de la réputation de Fender (p. 225). Les évolutions technologiques qui avaient permis à la fête de se déplacer, avaient aussi éliminé les « water sounds » caractéristiques du Fender Reverb original et éléments de la signature sonore de la *surf music* de Dick Dale, qui s'était retiré de la scène à cause d'un cancer en 1966 (*ibid.*, pp. 149-183).

5.1.2 À partir des années soixante-dix : naissance du punk et résurgences

Si les années soixante furent caractérisées par des groupes de *surf music* (les *surf bands*), les années soixante-dix virent apparaître les premiers groupes de punk provenant de New York. C'est à travers cette évolution des genres et des nomenclatures que nous basons le propos qui sera le nôtre dans la partie suivante, à savoir que la *surf music* n'est pas un genre en soi mais qu'elle résulte de la construction appréciative d'un public, ici celui des surfeurs. En d'autres termes, si dans les années soixante-dix, le punk devint la musique de prédilection des surfeurs, alors ce genre s'inscrit dans le style *surf music*. D'ailleurs Crowley (2011) concède que la révolution de la *surf music* des années soixante se répéta dans les années soixante-dix à travers la révolution punk. Chris Fleming de Fender Musical Instruments explique : « If you think about it, early rock'n'roll and early surf music was punk music, really. That's where it started » (cité dans Crowley, 2011, p. 87). Dans les années soixante-dix, les sons de la première révolution de la *surf music* fomentés par Dick Dale, les Surfaris ou les Beach Boys avaient été remplacés par Woodstock, Maurice James (Jimi Hendrix), Black Sabbath, et les Allman Brothers (*ibid.* p. 204). Loin du côté accessible, simple et heureux de la musique des années soixante, les artistes sulfureux et charnels du punk offraient aussi quelque chose de plus visuel qui allait à contre-courant des musiques de la décennie précédente devenues *mainstream*. Selon Regev (2013), le punk, dont l'esthétique était différente de celle du métal, était en revanche comme ce dernier, un mouvement transgressif :

The target of transgression, however, seems to vary according to country and cultural context. One plausible interpretation for both styles argues that they provide 'locally specific forms of escape from any one of modernity's specific manifestations,' allowing fans 'to voice their frustration at the alienation and disempowerment produced by modernity' (Kahn-Harris, 2007, pp. 157-159). (p. 40).

La musique punk, à l'instar de la *surf music*, se caractérisait par une variété de styles et d'esthétiques d'un continent à un autre et d'une période à une autre. Ainsi aux États-Unis, elle a pu représenter un anarchisme libéral ou à l'opposé un conservatisme reaganien¹⁷⁹, alors qu'en Europe elle a été associée à un racisme porté par la *whiteness* dont il était question plus haut (Regev, 2013, p. 39).

Parallèlement, les Beach Boys étaient encore présents mais avaient adopté un nouveau style. Le groupe comprenait alors deux Sud Africains, Ricky Fataar et Blondie Chaplin. Le public était mieux préparé à accueillir leur musique puisque la culture du surf s'était démocratisée. Comme le souligne Crowley (2011), « for the new generation of surfers, The Beach Boys

¹⁷⁹ Dans les années quatre-vingt, Iggy Pop chantait « I'm a conservative » (Iggy Pop, 1980) et allait voter pour Ronald Reagan lors des élections présidentielles de 1980.

stood as a rarity : a band with a canon, a mythos, and—most importantly—an ethos » (p. 209). Certains surfeurs considéraient alors que le groupe était en mesure d'exprimer les inquiétudes qu'ils avaient sur le monde et la pollution de l'océan à cause d'un tourisme grandissant. Cette deuxième vague de *surf music* atteint son apogée en 1978 quand elle fut selon Crowley (2011) absorbée par le mouvement punk (p. 215). Encore une fois, nos approches divergent, car nous considérons que c'est le punk qui s'est inscrit dans le mouvement *surf music* puisqu'il correspondait à ce que les surfeurs voulaient à ce moment précis (d'où le fait selon nous que la légitimité des Beach Boys en tant que représentants d'une certaine culture du surf soit encore débattue aujourd'hui).

En 1978, l'historien John Blair publia son livre *Illustrated Discography of Surf Music*, à un moment où le mouvement pouvait encore représenter un ensemble relativement homogène du point de vue géographique. Aujourd'hui, on pourrait modifier ce titre en y ajoutant « of historical surf music » un peu à la manière dont on qualifie les centre-villes historiques : une agglomération peut être constituée d'un centre-ville historique et d'une expansion périphérique éclectique formant un ensemble de cultures et de quartiers nouveaux et différents. Crowley (2011) explique que Jon et The Nightriders, le groupe formé par John Blair à Santa Monica en 1979, sont responsables de la réinvention de la *surf music* des années soixante-dix parce qu'ils réussirent à capter l'attention des surfeurs *old school* mais aussi de ceux qui avaient choisi le reggae, le ska, le punk ou la new wave comme mode d'expression (p. 217). Ce groupe marque selon nous le début d'un phénomène qui est devenu la *surf music* telle qu'elle existe aujourd'hui : une réinvention permanente, telle une langue déplacée dans un lieu nouveau et réinventée selon les besoins locaux. Le groupe de Blair joua en première partie des Surf Punks, un groupe qui était inspiré par la culture surf et s'adonnait à une forme de performance artistique plus qu'à la *surf music* en tant que telle : il faisait des spectacles avec sur scène des filles en bikini, et en arrière plan, des cabines de sauveteurs (*ibid.* p. 219). Dans la mesure où ce genre de performances donnait un contexte et un sous-texte à une musique se réclamant de la culture du surf, Crowley (2011) considère que la *surf music* était de la musique folk (p. 220). La folk est un genre de musique qui est en général associé aux populations rurales pré-modernes et dont le style oral est souvent qualifié de peu sophistiqué (Regev, 2013, p. 22). Selon Crowley (2011), c'est dans les années soixante-dix que la *surf music* entra dans le mouvement folk puisqu'elle avait acquis un répertoire connu et interprétable par n'importe quel groupe se réclamant de la *surf music* et avait commencé avec Blair à susciter l'intérêt des universitaires. C'est durant cette période que la *surf music* généra des sous-genres variés comme les *hot rod music*, *spy music*, ou *exotica* qui se différenciaient d'elle par des nuances dans le résultat sonore et l'équipement. Par exemple, alors que le *hot*

rod est similaire au *surf rock*, il met en œuvre des sons d'automobile (« Hot Rod Music Albums », n.d.).

Enfin, comme un prélude au mouvement des années soixante-dix, la sortie du film de Bruce Brown en 1966, *The Endless Summer* (Brown, 1966) avait donné au surf un arrière plan musical qui allait se constituer en idéal esthétique de la culture. La *surf music* représentait la Californie mais comme nous commençons à le voir, le reste du monde s'était doté de ses propres façons d'aborder les nouvelles subcultures. Alors déjà dans les années soixante-dix, les sons californiens avaient des alter ego en Europe, en Australie et à Hawaï.

5.1.3 Les années quatre-vingt-dix : nostalgie

Les années quatre-vingt ont marqué une sorte de liaison entre les années soixante-dix et quatre-vingt-dix avec le *do-it-yourself* (DIY) punk-rock, la cassette et bientôt l'arrivée du CD. La *surf music* historique avait disparu mais elle refit son apparition dans les années quatre-vingt-dix, comme ranimée par un souffle nostalgique (l'idée de nostalgie que nous développerons dans la troisième partie est essentielle pour comprendre l'évolution de la *surf music*). Quentin Tarantino est l'un de ceux qui ravivèrent la *surf music* historique en utilisant « Miserlou » (Dick Dale & His Del-Tones, 1962) pour l'introduction de son film *Pulp Fiction* en 1994 (Tarantino, 1994). L'ensemble de la bande originale du film, comprenant The Tornadoes, The Centurions, Link Wray, The Markets ou encore The Revels, s'inscrivait dans une ambiance surf qui jouait sur le décalage entre rock 'n' roll et western spaghetti dans lequel le parcours des personnages était à l'opposé du *surf lifestyle*. Pour Crowley (2011), si la première vague de *surf music* consistait en des groupes nouveaux jouant une musique nouvelle, la seconde vague consistait en des groupes nouveaux jouant de la musique nouvelle basée sur d'anciennes formes de musiques comme le bluegrass ou le folk blues, et la troisième vague fut lancée par *Pulp Fiction* (Tarantino, 1994) et se voulait une cohabitation de groupes anciens et nouveaux : « The three waves could now be viewed as three distinct schools : classical, neo-classical, and modern » (p. 227). Cependant, nous posons que la *surf music* si elle a bien une origine historique liée à l'avènement du surf et du rock aux États-Unis répond mal à une catégorisation par vagues telle que la propose Crowley (2011) puisque nous considérons qu'elle est une construction culturelle émanant des communautés de surfeurs à travers le monde. Ainsi, depuis qu'il existe des surfeurs et tant qu'il y en aura, nous revendiquons que la *surf music* existe comme mode d'expression et qu'elle se manifeste sous forme de réappropriation locale de ce qu'est la *surf music* globale : il s'agit donc dans ce travail d'une construction relative à une culture, un moment et un espace donnés, et dont la

constitution en termes de genres peut varier selon les besoins expressifs des communautés qui la construisent.

5.2 D'un style sonore à un mouvement musical

5.2.1 Dick Dale et le *reverb sound of waves*

Revenons à présent sur les sonorités caractéristiques des premières formes de *surf music* historique et sur l'idée consensuelle que la naissance de cette musique peut être associée à Richard Monsour, (Dick Dale & His Del-Tones), Nick O'Malley, Art Munson et Barry Rillera (Aho, 2014 ; Crowley, 2011). Dès les années soixante, ce groupe et beaucoup d'autres comme Jan & Dean donnèrent un arrière plan sonore au surf qui devenait de plus en plus populaire grâce à une révolution technologique dans la production massive de planches en mousse et en fibre de verre (Aho, 2014, p. 5). Dick Dale était lui-même un surfeur et dès ses débuts avec les Del-Tones au Rendez-vous Ballroom, son public était principalement composé de surfeurs (p. 50).

A journeyman guitarist and multi-instrumentalist since his teen years, Dale absorbed the music of the beach: the insistent rhythm of the waves pounding the shoreline, the liquid shattering of the glassy surf against the shore and—within the wave itself—the boom of the barrel and the hiss of the foam. Dick Dale stood on a beach enveloped by music. (Crowley, 2011, p. 17).

Dick Dale a très tôt imposé son style comme le son iconique de la *surf music* et selon Crowley (2011), beaucoup de musiciens de l'époque s'accordent à dire que « Let's go trippin' » (Dick Dale & His Del-Tones, 1962) est l'une des chansons fondatrices de la *surf music* (p. 77). L'héritage libanais de l'artiste a sans doute facilité son ouverture musicale en termes de sonorités et de techniques ce qui a pu avoir un impact sur sa façon unique de jouer de la guitare. L'un des instruments de la culture libanaise, explique Crowley (2011), est le *oud*, une sorte de lute du Moyen Orient dont les cordes sont piquées à l'aide d'une plume. Or Dick Dale est connu pour sa façon de piquer les cordes avec une telle rapidité que selon la légende, ses médiators fondaient lors de ses concerts. Par ailleurs, le son si particulier de sa guitare lui vient de la célèbre Fender Stratocaster (aussi utilisée par Buddy Holly et Ritchie Valens)¹⁸⁰. Crowley (2011) rappelle que la Fender Stratocaster est l'héritière de la Fender Telecaster créée en 1949 lorsque Léo Fender modifia son modèle en y ajoutant un troisième « pickup » et en lui donnant une forme plus ergonomique (p. 33). Selon Crowley (2011), pour Fender, la

180 Ritchie Valens et Dick Dale se sont rencontrés par l'intermédiaire de leur agent commun, Bob Keane, dans son studio Del-Fi. À la mort de Valens, Dale s'est naturellement imposé comme la seule référence de la nouvelle musique (Crowley, 2011).

guitare n'était qu'une partie de la guitare électrique et l'autre partie essentielle était l'amplificateur :

In its first half-century, the Stratocaster became the most iconic electric guitar design in rock'n'roll history, a design associated almost exclusively with rock'n'roll, just as the Telecaster is with country and western, the Gibson Les Paul with heavy metal, and the Gibson ES 175 with Jazz. (p. 33).

Le guitariste des Belairs considérait que le *reverb tank* était ce qui faisait la *surf music* et que sans lui, elle n'existait pas (Crowley, 2011, p. 78). En effet, l'amplificateur permet des tremolos grâce à des ressorts placés à l'intérieur qui propagent le son par vagues, ce qui est caractéristique de la *surf music* historique.

Comme nous l'avons décrit en amont, en 1994, Quentin Tarantino remit Dick Dale au goût du jour dans son film *Pulp Fiction* en ouvrant la première scène du film avec la chanson « Miserlou » (*op. cit.*) extraite de son album culte de 1962, *Surfers' Choice*. Ce morceau est le résultat d'un défi lancé à Dick Dale de la part d'un fan qui lui suggéra de jouer toute une chanson avec une seule corde. « Miserlou » est le titre qui inscrit l'artiste dans la légende aux côtés de son ami Jimi Hendrix (Crowley, 2011, p. 97). La Chambre des Représentants américains reconnut Dick Dale ainsi : « an American original (who) will forever be The King Of Surf Guitar », et en 2009, il fut admis dans le Musicians' Hall of Fame and Museum de Nashville dans le Tennessee (*ibid.*, p. 237). Dans le cadre de notre recherche sur la *surf music*, l'importance de Dick Dale va au-delà des sonorités musicales et réside dans l'approche que l'artiste avait de la *surf music*, en accord avec notre propos. En effet, pour Dick Dale, « surf music was about the audience, not the musicians performing it : that was the reasoning behind Dale titling his first album *Surfers' Choice* » (*ibid.* p. 66). La *surf music*, art vivant et de représentation, devait pour Dick Dale être vécue : « Surf music needed to be experienced rather than simply heard » (Crowley, 2011, p. 175). Sa vision s'inscrit bien dans notre approche dynamique de la *surf music* comme la construction d'un public dont le mode de vie comprend une relation active avec la musique.

5.2.2 Un mouvement musical esthétiquement inclusif

La *surf music* peut être comprise comme un style musical dans le sens où elle constitue la somme de traits expressifs spécifiques à la culture du surf, mais elle est avant tout définie dans ce travail comme un mouvement. En effet, il s'agit d'une réaction émotionnelle, culturelle et sociale répondant à un besoin expressif et se manifestant en un courant de pensée à l'esthétique inclusive qui dès ses origines a marqué les idées artistiques et intellectuelles de la culture du surf. James Cunningham (2014) souligne que le surf rock des débuts était avant tout

un mouvement de jeunes qui recouvrait deux genres différents : « instrumental surf rock and vocal surf rock » (p. 222). Le premier, comme son nom l'indique, était basé sur la guitare et s'inscrivait dans la lignée de la musique country alors que le deuxième avait des liens plus étroits avec le rock'n'roll et le blues de Chuck Berry (*ibid.*, p. 222). Le surf rock instrumental s'est développé grâce à la guitare Fender Stratocaster produite dans le sud de la Californie dans la ville de Fullerton à un moment où les planches de surf commençaient à être fabriquées en fibre de verre et où les voitures devenaient une culture à part entière. Le volume sonore devenait de plus en plus élevé, la réverbération du son (*the reverb*) l'était d'autant plus (*ibid.*, p. 226) et c'est à ce moment que Dick Dale & His Del Tones ont donné le coup d'envoi du mouvement traditionnellement associé à la *surf music*. Ainsi la *surf music* historique possède bien un style sonore reconnaissable mais dans sa temporalité, elle ne s'est pas cristallisée en un genre distinct car elle a pu être rock'n'roll, ska, punk, reggae, etc. Par ailleurs, la *surf music* diffère selon les lieux à cause des influences socio-culturelles et environnementales des endroits où elle se développe. Dans son article sur le surf et le *musicking*, Tim Cooley (2011) rapporte le point de vue de Dennis Dragon, membre d'un groupe appelé les Surf Punks dans les années soixante-dix : « 'The instrumental stuff wasn't surfing music, ever, to me... To say that this is the exclusive music of the surf, I mean... that's bullshit' (quoted in Donnelly 2005, p. 86) » (p. 25). Pour Cooley, les artistes et surfeurs refusent le terme *surf music* parce qu'ils considèrent qu'il est trop restrictif de lier un genre à un groupe d'affinité. Néanmoins, son interprétation doit rappeler deux points importants : nous défendons l'idée que la *surf music* est inclusive esthétiquement et qu'elle n'est justement pas un genre mais une pluralité de genres construite comme autant de potentialités d'un mouvement. Notre point de vue est que la *surf music* est protéiforme et n'est que la réalisation de ceux qui la modèlent. C'est une construction spatio-temporelle qui a commencé comme un style musical mais qui s'est diversifiée en réponse à un besoin expressif conjectural.

Il est alors possible d'envisager le fait que la *surf music* diffère des autres mouvements musicaux parce qu'elle est née de la convergence de plusieurs facteurs à la fois esthétiques, culturels, spatio-temporels et sociaux : un mélange de genres, un besoin expressif spécifique, un lieu et un moment propices au développement du surf, une tranche démographique prête à l'accueillir. Les années soixante-dix marquèrent l'apogée des baby-boomers qui avaient alors entre 15 et 30 ans. C'est-à-dire que d'un bout à l'autre du spectre générationnel, il y avait des adolescents instigateurs de subcultures et des adultes aisés prêts à dépenser leur argent dans le surf et la musique. Les baby-boomers sont aujourd'hui en fin de carrière ou retraités mais ils surfent encore et inspirent les plus jeunes générations comme le montre l'entretien de Ricky Carroll. Ces adolescents blancs de classes moyennes étaient liés par une subculture ethniquement exclusive mais musicalement inclusive lorsque l'on considère l'évolution du

mouvement dans sa mobilité (parti de Californie, puis étendu au monde entier comme nous le verrons dans le chapitre suivant). Pour aller plus loin, soulignons qu'ajouté aux films, le surf est devenu l'apanage de Blancs métropolitains vivant le rêve californien. Dans cette Amérique du surf, il n'y avait pas de place pour la population afro-américaine à qui le blues, le jazz, le R&B et plus tard le rap ont été assignés. Bien que des artistes noirs furent les pères fondateurs du rock'n'roll (Fats Domino, etc.), c'est là que s'arrêtait leur contribution à la *surf music*. Crowley (2011) rappelle que dans un entretien paru dans *Time* de 1965, l'un des membres des Beach Boys déclara : « We're not colored ; we're white. And we sing white » (p. 147). Ces problèmes sont inscrits dans l'histoire et l'identité états-uniennes et n'ont aujourd'hui pas complètement disparu. L'un des avantages d'une recherche internationale est de pouvoir observer cette nation d'un point de vue critique non ethno-centré. Cela permet de voir que la séparation Blancs-Noirs existe encore sous différentes formes dans la société américaine : le reggae a fait son entrée dans la *surf music* mais pour autant les artistes les plus populaires ne sont ni nécessairement noirs, ni surfeurs.

5.2.3 Marchandisation de la *surf music* : Les Beach Boys

À l'époque de Duke Kahanamoku, le terme « beachboys » était le nom donné aux premiers surfeurs ayant su marchandiser leur mode de vie. Dans les années soixante, lors de la création du groupe des Beach Boys, accaparer un tel nom faisait courir le risque d'être qualifié de *kook* par la communauté des surfeurs. Mais malgré des débuts difficiles à cause de ce manque de légitimité, les Beach Boys surent se créer une niche. Le groupe était composé originalement du chanteur Carl Wilson, de ses frères Dennis aux percussions et Brian Wilson à la basse et du guitariste Al Jardine, ensuite remplacé par David Marks. Selon Crowley (2011), en ajoutant des paroles à leur musique, les Beach Boys démocratisèrent la *surf music* et le surf (p. 66). Ils se construisirent ainsi une audience de non-surfeurs en quête du rêve californien¹⁸¹. Lors des entretiens que nous avons menés pour ce travail, l'un des sujets, Bart Kelley, explique qu'étant originaire de l'Indiana, il avait pénétré l'univers du surf et de sa musique grâce aux Beach Boys qui en firent un phénomène planétaire. Cependant, dès ses débuts, le groupe souffrit d'un manque de crédibilité auprès des surfeurs qui considéraient les musiciens comme des poseurs qui avaient écorné l'image du sport et de la musique (*ibid.*, p. 66). Les thèmes de leurs chansons n'étaient pas exclusivement ceux de la plage et du surf, du moins au début, mais célébraient aussi l'automobile, les filles, la nourriture, etc. Par ailleurs, même si Mike Love et Bruce Johnston avaient essayé d'apprendre le surf, le groupe ne faisait pas partie de cette

181 Alors que les Beach Boys ont introduit les paroles dans leur musique, la part instrumentale restait importante. Jan & Dean sont ceux qui ont réellement marqué un tournant dans la *surf music* en devenant le premier groupe à chanter exclusivement (Crowley, 2011, p. 112).

communauté (p. 67). En fait ils seraient considérés aujourd'hui comme des imposteurs du monde du surf et beaucoup de Floridiens ont gardé cette image négative du groupe même si paradoxalement les baby-boomers leur offrent une certaine rédemption. Selon Crowley (2011), ce qui aida les Beach Boys à préserver leur popularité malgré la controverse des débuts autour de leur image, c'est qu'ils avaient réussi à s'entourer de surfeurs et donc à entrer dans cette culture pour mieux préserver l'illusion (p. 67). Leur premier hit « Surfin' USA » (The Beach Boys, 1963) dut sans doute son succès au fait qu'ils empruntèrent des sonorités à Chuck Berry. Pour Crowley (2011), la seule période durant laquelle le groupe fut considéré comme un *surf band* authentique, c'est lorsque Marks en fit partie de 1962 à 1963 parce qu'il pouvait se mesurer musicalement à d'autres *surf guitarists* comme Eddie Bertrand des Belairs (p. 92). Crowley (2011) souligne que leurs détracteurs les accusaient de vendre un sport et un mode de vie qui ne leur appartenaient pas à travers leurs chansons¹⁸² (p. 93). À cet égard, Cooley (2011) cite un échange très parlant entre un pionnier du surf en Californie dans les années soixante, Greg Noll, et un journaliste sportif, Drew Kampion :

Noll : The Beach Boys and all the rest of those guys that were jumping on the bandwagon to try and get in on the surf scene. For the most part we hated all that crap. When I had my shop, they'd send music to us and we'd say thank you very much and the minute they'd leave they go in the trash barrel.

Kampion : As a surfer, we never really considered the Beach Boys to be surfer music frankly. It was overflow from the surf culture but really it seemed to talk to inland people or something like that. (Entretien cité dans Cooley, 2011, p. 25).

Ces remarques rappellent un point important : la *surf music* n'est pas autodéterminée, et il est dangereux pour un groupe encore aujourd'hui de présenter sa musique comme telle car il revient au public de surfeurs d'attribuer ce titre à des artistes ou de les inclure dans le mouvement.

5.2.4 Célébration d'un mode de vie et problèmes de crédibilité

Lors des périodes d'essoufflement de la *surf music* historique, les artistes avaient toujours comme solution de recours, le thème de l'automobile. Les groupes ayant survécu le plus longtemps et ayant occupé un maximum d'espace médiatique sont ceux qui comme les Beach Boys ont su se diversifier. Ils ont nuancé leur offre tout en réussissant à associer les thèmes populaires dans le centre des USA à ceux du monde du surf comme l'automobile ou les filles. Cette adaptation thématique des productions musicales montre encore une fois l'impact du

¹⁸² Dans un documentaire récemment paru sur les Beach Boys intitulé *The Beach Boys : Pet Sounds* (Smith & Longfellow, 2016), certains membres encore vivants du groupe expliquent avoir adopté le motif du surf parce qu'il s'agissait d'un thème populaire et non pour leur amour de l'activité.

contenu des chansons et des éléments non-verbaux sur le public. Cela pose d'une part la question de l'universalité du discours de la *surf culture* censée apparaître dans une musique mercantile, et d'autre part la question de la relativité de ce discours liée à la nécessité pour les groupes de proposer les bons thèmes aux bons publics. Si se concentrer uniquement sur le surf faisait courir le risque de s'enfermer dans une subculture exclusive, une célébration des satellites du mode de vie a permis et permet toujours aux artistes de toucher une plus grande population. Comme l'a montré le chapitre précédent sur la genèse du surf, l'année 1963 a marqué un tournant dans le surf et dans la *surf music*. Les Beach Boys et Jan & Dean ont fait de la musique un mode d'emploi pour ce *lifestyle* du sud californien accessible à tous et jusque là non-exprimé vocalement. Le thème alternatif de l'automobile leur garantissait une popularité continue et était aussi lié au *surf lifestyle* puisque les surfeurs chassaient la vague en voiture (Crowley, 2011, p. 155), si possible en *woodie*.

Cependant, le problème qu'un groupe comme les Beach Boys pose à un ethnomusicologue, consiste à comprendre comment et pourquoi un groupe partiellement légitime auprès d'une subculture dont il porte le nom reste la principale icône de cette subculture dans l'imaginaire commun. Dans leur cas comme dans le cas de certaines marques de surf mondialement connues, il ne s'agit que d'une question de marketing/branding. Ainsi, le succès controversé des Beach Boys peut apparaître comme l'une des raisons pour lesquelles la question de l'authenticité est si présente chez les surfeurs encore aujourd'hui. En effet, d'une subculture profondément attachée à ses liens avec l'océan, à son équipement construit à la main, à la tendance instrumentale où les mots n'avaient pas la primeur de l'expression, on est passé à des groupes populaires vendant l'expérience du surf à un public international de non-surfeurs. Nous posons que le problème de légitimité rencontré par des groupes comme les Beach Boys vient du fait que les musiciens ne peuvent pas s'auto-proclamer *surf bands* faisant de la *surf music* comme ils pourraient s'inscrire dans un genre en respectant les normes musicales de ce genre. Le label *surf music* doit être validé par les membres de la subculture à qui le style emprunte son nom : les surfeurs. L'omission de ce principe dans la tentative de définition de la *surf music* fait courir des risques de contradiction. Comme nous l'avons observé en amont, Kent Crowley (2011) définit la folk comme une musique qui possède un contexte et un sous-texte, par opposition à la musique populaire. Alors que la folk se spécialise en musique culturelle et ethnique comme la country ou le jazz, selon lui, la musique populaire est : « a disposable pop designed to appeal to the mindless mind » (p. 53). En d'autres termes, la musique populaire est pour lui une musique d'idiots qui ne requiert ni savoir être, ni savoir faire. Pour rappel, Crowley (2011) considère la *surf music* comme de la folk, et les Beach Boys comme un *surf band*. Alors il y a une contradiction dans cette approche parce que si l'on s'en tient à sa caractérisation de la folk, les Beach Boys ne correspondent plus à la définition

du *surf band* qu'en donne Crowley (2011) dans son ouvrage, précisément à cause du décalage entre les productions du groupe et leur réception. En effet, si les surfeurs de l'époque étaient bien des « all around watermen » (Crowley, 2011) alors comment légitimer le contexte ou sous-texte d'un soi-disant *surf band* si un seul de ses membres pratiquait le surf ? Le problème vient du fait que les Beach Boys étaient justement trop dans l'apparence : ils vendaient un style mais n'en maîtrisaient pas le sous-texte. Par opposition, des groupes de non-surfeurs peuvent proposer un sous-texte validé par les surfeurs sans même avoir besoin de promouvoir l'image du *surf lifestyle*. Ce qui fait qu'un groupe ou un genre peuvent s'inscrire dans la *surf music*, c'est qu'ils entrent en relation avec le monde du surf par l'intermédiaire d'un lieu ou d'une communauté. Dick Dale jouait au Rendez-vous Ballroom où de jeunes surfeurs se rendaient pour danser le *surfer's stomp* et c'est aussi là que Leo Fender et Fred Tavares (tous deux non-surfeurs) se rendaient pour écouter leur artiste et pour comprendre la demande du public et les besoins des musiciens, surtout en termes de puissance des amplificateurs (Crowley, 2011, p. 58). Le problème de crédibilité vient aussi du fait que depuis ses débuts, la *surf music* est divisée en deux tendances de natures distinctes et aux fonctions différentes : l'instrumentale (Dick Dale), et la vocale (Beach Boys). La première nécessite d'être *live* pour exploiter tout son potentiel à travers l'énergie des musiciens et la synergie avec le public, la deuxième permet aux musiciens une plus grande marge de manœuvre mais il n'est pas certain que leur performance *live* soit au même niveau, ce qui était le problème des Beach Boys. Or chez les surfeurs, la musique est souvent faite pour être vécue et partagée comme nous le verrons à travers l'analyse du modèle des Sonny's Porch où la *surf music* vient de la rencontre de deux microcosmes, celui des surfeurs et celui des artistes, qui parviennent à une création originale et qui répond à une demande expressive et créatrice à un moment donné.

5.3 Histoire de la scène floridienne

La Floride a développé sa *surf music* au début des années soixante dans la continuité du phénomène californien des *garage bands*¹⁸³ qui avait été accentué par l'accès facile aux guitares et amplificateurs devenus peu coûteux. Cunningham (2014) explique que la scène musicale se développa selon la géographie de la Floride, en plusieurs régions : Panhandle (Pensacola), côte ouest (Tampa Bay, Saint Petersburg), nord-est (Jacksonville, Daytona, Cocoa Beach), centre (Orlando), sud (Miami) (p. 227). Il rappelle que les radios locales comme la WFLA à Tampa, soutenaient les artistes locaux (p. 227). C'est aussi ce que s'efforce de faire aujourd'hui Bart Kelley avec la radio Endless Summer. Les jeunes musiciens floridiens s'inspiraient de la Californie et reprenaient des albums de ses artistes. L'historien Jeff

183 Les *garage bands* étaient des groupes de rock amateurs qui répétaient dans leurs garages et avaient un public d'amis ou de connaissances. La musique produite était du rock relativement simple à jouer.

Lemlich, dans son étude des *Savage Lost*, montre que les *garage bands* étaient actifs en Floride dès les années soixante. Très peu d'enregistrements existent aujourd'hui à cause du peu de moyens financiers et technologiques dont bénéficiaient les artistes. Comme le rapportent Brian Chidester et Domenic Priore, les Dynamics d'Auburndale et les Nep-Tunes avec leur album *Surfer's Holiday* (The Nep-Tunes, 1963) sont parmi les seuls à avoir enregistré un album (cité dans Cunningham, 2014, p. 230). Notons que tout comme dans le reste du pays, un nombre très restreint de ces *surf rock bands* était composé de surfeurs (*ibid.*, p. 230). Néanmoins, il existait des exceptions. On pense par exemple au groupe Roemans de Clearwater, Vanguard IV de St. Petersburg, The Nation Rocking Shadows, plus connu sous le nom de Shadows. Avec les liens qui se sont formés naturellement entre les cultures du surf et de l'automobile, certains de ces groupes ont aussi enregistré des morceaux instrumentaux inspirés du nouveau monde des voitures : les Lincolns de Miami avec « Night Drag » (The Lincolns, 1964), puis les Surftones avec « Drag baby USA » (The Surftones, 1995) et « Speed demon » (*ibid.*). Ensuite sous l'impulsion des Beach Boys, beaucoup de ces groupes des années soixante ont commencé à inclure des harmonies vocales comme les Aerovons de Fort Lauderdale. Ils jouaient pour les compétitions de surf à Miami par exemple et reprenaient des titres des Beach Boys. Peu de ces chansons par des *surf bands* de Floride mentionnaient le surf sauf « A wave awaits » (The Gents Five, 1969) par Dave Tubin, « Surfbeat USA » (*op. cit.*) des Surftones et « Surfynanny » (Gram Parsons & The Shilohs, 1979) des Shillohs¹⁸⁴ (Ben Fong-Torres, 1998, cité dans Cunningham, 2014, p. 230). Dans la Floride des années soixante, les chansons vocales de surf rock se concentraient sur le thème des plages de Floride mais pas sur ce qu'on pouvait y faire, surfer. Par exemple, en 1967, Larry and the Loafers, originaires de Pensacola, écrivirent « Panama City blues » (Larry & The Loafers, 1960) ou « Let's go to the beach » (Larry & The Loafers, 1966) ; en 1966, Steve Alaimo fit un tube à Miami avec sa chanson « On the Beach » (Alaimo, 1966). Beaucoup de ces groupes jouaient lors de concerts mais n'enregistrèrent jamais leurs travail. On pense notamment à des groupes comme Surfin' Vibrations, The Surfin' Boys, The Stingrays, Bobby Cash and His Surfers originaires de Cocoa Beach, The Surfin' Tones ou encore, The Tides. Les Sand Trippers de Fort Pierce étaient eux de vrais surfeurs (Cunningham, 2014, p. 231).

Comme pour le reste des États-Unis, les décennies qui suivirent connurent des hauts et des bas pour le surf rock instrumental et vocal. Alors qu'aujourd'hui ces groupes pourraient être connus ou s'auto-produire (et être diffusés via YouTube par exemple), ce ne fut pas le cas. Tout comme en Californie, dans la Floride des années soixante-dix et quatre-vingt, le punk et le mouvement DIY prévalaient autant en musique qu'en surf. La *surf music* de la deuxième décennie du XXI^e siècle connut une résurgence du surf rock, un moment qualifié selon

184 Fong-Torres, B. (1998). *Hickory wind: The life and times of Gram Parsons*. New York: St. Martin's Griffin.

Cunningham (2104) de « fourth-wave of surf rock movement » (p. 234). Selon lui, il s'agissait d'une sorte de renaissance contemporaine qui mélangeait l'ancien et le neuf dans les sonorités mais aussi les instruments (*ibid.*, p. 234). Encore une fois, les genres s'entremêlent et se retrouvent à un moment donné dans un mouvement commun : la *surf music*. Pour Cunningham (2014), la quatrième vague de surf rock en Floride peut être catégorisée en deux types : « progressive instrumental surf rock » et « beach oriented indie/noise-pop » (p. 234). Cependant on peut suggérer que les catégories sont plus complexes et surtout que l'aspect « beach oriented » peut inclure beaucoup de thèmes. Lorsque Cunningham (2014) parle de *surf bands*, il ne parle que de ceux qui se revendiquent comme tel, or la réalité est bien plus complexe et ne correspond pas ou plus à cette description puisque les surfeurs déterminent qui sont les *surf bands*. Malgré cette divergence, il est clair comme le souligne Cunningham (2014) que parmi les groupes qui se revendiquent comme des *surf bands* de la quatrième vague, les musiciens floridiens sont inspirés par le surf rock instrumental ; ce sont des baby-boomers, ancien rockers, punks, qui furent ou sont encore des surfeurs et chantent plus souvent des reprises de « Miserlou » que leurs propres créations (p. 234). L'un des groupes éminents de cette vague sont les Cutback (nommés d'après le nom de la manœuvre). Ce sont des baby-boomers originaires de Fort Lauderdale. Leurs titres « Atlantico », « Shark Pit », « Secret Spot », « Conan the Surfarian » (Cutback, 2014) sont tous en relation avec le surf en Floride. Ils expriment le *surf lifestyle* floridien à travers leur musique mais il est nécessaire de rappeler qu'ils évoluent dans leur propre microcosme à Fort Lauderdale et ne représentent pas un état d'esprit commun à toute la Floride. Comme le souligne Cunningham (2014), la Space Coast est un bastion du surf et de sa culture grâce à la régularité de ses vagues. Satellite Beach est le point d'ancrage du surfeur et musicien Bill Yerkes, surnomé « Balsa Bill ». Bill Yerkes est connu pour la fabrication de planches en balsa mais aussi pour la confection de ukulélés très populaires chez les surfeurs locaux qui apprécient particulièrement les sonorités polynésiennes. Lui et ses frères ont un groupe de *surf music* appelé les Surf Chasers qui rend hommage aux Beach Boys. La fratrie est à l'origine d'un documentaire sur le surf en Floride intitulé *The Summer of '67* (Yerkes, 1967).

Depuis les années quatre-vingt-dix, on observe de plus en plus de classic surf avec un mélange de punk et de rock, mais aussi du reggae. Par exemple, les Nova Rays sont un groupe de surf rock progressif instrumental originaires d'Orlando. Formés en 2003, ils puisent leur inspiration dans le punk rock avec, selon les termes de Cunningham (2014) : « an aggressive style and a DIY aesthetic with rockabilly flair to classic instrumental surf » (p. 236). Les Intoxicators sont un autre groupe de Tampa, qui apportent à la Floride « a funny, worldly, and aggressive hard rock aesthetic to instrumental surf rock » (*ibid.*, p. 236). Ils ont gagné la reconnaissance du Surf Guitar 101 Convention en Californie en 2012. Il existe d'autres

groupes en Floride comme Skinni Jimmy and the Stingrays de Deerfield Beach et tous montrent à quel point s'il existe un mouvement appelé instrumental surf rock, il est bien implanté en Floride et représente la *beach culture* floridienne surtout appréciée par les *hipsters*¹⁸⁵. « The strong thematic identification with Florida surfing and beach culture (real or imagined), which is combined with loud volume, a twangy reverb-drenched guitar texture, and solid song-writing, connect these disparate bands within the regional confines of the South Florida music community » (*ibid.*, p. 240). Pour Cunningham (2014), la *surf music* en Floride ne repose plus que sur le surf rock (p. 237), or on observe que les styles inclus dans le mouvement dépendent en fait de la génération que l'on observe. Par exemple, beaucoup de jeunes surfeurs se tournent vers le rock alternatif, le rap, l'indie, etc. et donc vers des groupes comme Surfer Blood (West Palm Beach), Guy Harvey (Lake Worth), Jacuzzi Boys (décrit en annexe 8), etc. qui jouent sur les sonorités musicales des années soixante avec le *reverb sound* et les harmonies vocales. D'autres générations sont très orientées vers le reggae et cela se retrouve dans la programmation de beaucoup d'événements liés au surf comme à Sonny's Porch ou au Rootfire Festival.

5.4 Vers une appropriation du surf et de la *surf music*

5.4.1 Nature des liens entre le surf et la musique

Pour comprendre les *lifestyle sports* et les rapports qu'entretiennent avec eux leurs participants, il faut regarder au delà de l'activité, vers ce qui ponctue et façonne le mode de vie à un moment et un lieu donnés. La musique est l'un des aspects fondamentaux du surf parce que l'activité seule ou la musique seule ne donnent qu'un portrait incomplet de l'un ou l'autre. Ces deux aspects du *lifestyle*, l'activité et la musique populaire, ont été fusionnés dès leur avènement en Californie sous le nom de *surf music* : une musique pour le surf. C'est pourquoi il faut les appréhender ensemble pour avoir une vision concrète des liens esthétiques, sociologiques et culturels qui les unissent. Comme le souligne Wheaton & Beal (2003) :

To understand contemporary sporting practices requires an exploration of what people do with this 'barrage of images and identities' (Street, 1997, p. 11)¹⁸⁶, and of 'the complex association between the lived experience and 'ways of seeing'—

185 La *beach culture* est souvent assimilée à la *surf culture* car elles ont en commun un mode de vie axé sur l'océan, un rythme de vie plus lent et des contraintes sociales moins fortes (notamment un code vestimentaire plus décontracté). Les *hipsters* sont des individus qui suivent les phénomènes de mode inspirés des cultures marginales, minoritaires ou allant à contre courant des tendances dites *mainstream* (dominantes). Les *hipsters* s'approprient ainsi l'esthétique de la *beach culture* à travers les vêtements et la musique.

186 Street, J. (1997). *Politics and popular culture*. Cambridge: Polity Press.

as 'embedded in inter-textuality and discourse'¹⁸⁷. (p. 156 cité dans Wheaton, 2004, p. 9).

Les expériences vécues par les participants aux *lifestyle sports* sont difficiles à exprimer et à partager lorsque l'on sort de la pratique (Ford & Brown, 2006), mais la musique permet la mise en forme d'un discours à la fois verbal et symbolique qui peut être exploré et interprété. C'est l'un des points de départ de notre réflexion sur la consommation musicale des surfeurs. Selon cette perspective, il conviendra aussi de s'interroger sur la manière dont les *surf musics* sont accaparées par d'autres entités que les surfeurs eux-mêmes dans le but de s'adresser justement aux surfeurs. On pense aux industriels et à la création des produits *lifestyle* en lien avec la musique qui leur est associée. « The X Games, Tony Hawk's Boom Boom Huckjam and the Dew Tour all integrate music with athletic performances » (Beal & Smith, 2013, p. 55). Des artistes sont associés à des compétitions, à des produits, à des lieux, etc. parce qu'ils s'y produisent ou que leur musique a été utilisée. Les artistes qui se produisent dans ces contextes voient leur nom associé à l'événement, comme pour Sonny's Porch qui retransmet les vidéos sur YouTube et le site de Sun Bum. Alors les localités se réapproprient des phénomènes parfois globaux et c'est en cela que la *surf music* se cristallise dans des lieux qui ne lui ont pas donné naissance.

Dans ce travail, ce sont les entretiens ainsi que l'objectivation des données qualitatives qui nous ont permis d'établir des liens entre surf et musique. La nature et la fonction de ses liens seront disséquées puis analysées en troisième et quatrième partie. Dans son livre intitulé *Surfing about music*, Timothy Cooley (2011) explique que les surfeurs ont tendance à chercher des liens entre leur activité sportive et leur façon d'appréhender la musique : « many surfers seek connections between their musicking and their surfing, and that they find the one cultural practice helps them make sense of the other » (p. 173). Cependant, il insiste aussi sur le fait que cela n'est pas vrai pour tous les surfeurs et que d'autres s'expriment à travers la photographie, la peinture ou d'autres formes artistiques. Mais que ce soit à travers la musique ou une autre forme d'expression, il semble exister chez les surfeurs un besoin commun d'expression esthétique. Nous avons choisi de nous concentrer sur ceux qui ont choisi la musique comme mode d'expression, pas nécessairement parce qu'ils la produisent mais parce qu'ils considèrent qu'elle fait partie de leur *surf lifestyle*. Cooley (2011, 2014) rappelle que dans sa recherche, les sujets interrogés insistaient sur la participation et l'expérience plutôt que sur la réussite de la performance (sur la vague ou sur scène). Il fonde son analyse sur la définition du terme *musicking* qu'il explique ainsi : « the emphasis is on human activity and

187 Wheaton, B., & Beal, B. (2003). 'Keeping it real': Subcultural media and the discourses of authenticity in alternative sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 38(2), 155-176.

experience, not on music as a sound object or work of art » (p. 173). Pour rappel, le terme a été inventé par Christopher Small (1998) qui définit *musicking* (le gérondif du verbe *to music*) ainsi : « To music is to take part, in any capacity, in a musical performance, whether by performing, by listening, by rehearsing or practicing, by providing material for performance (what is called composing), or by dancing » (p. 9). L'utilisation du terme chez Cooley (2011) est mise en parallèle avec une autre activité humaine, le surf. L'ethnomusicologue reprend l'idée que le gérondif du verbe *to music* est un engagement actif dans la performance musicale qui inclut d'écouter de la musique (*live* ou enregistrée), de danser, d'écrire la musique, de jouer d'un instrument etc. (p. 26). Pour Cooley (2011), *musicking* et *surfing* sont des pratiques culturelles : « Small's coinage is an effort to de-objectify music and make it an activity again — what I like to call a 'cultural practice' and I interpret both *musicking* and *surfing* as cultural practices » (p. 26). Au delà de l'activité, nous retenons ici l'expérience comme clé de voûte de notre approche car nous posons que c'est à partir d'un besoin expressif, ici esthétique, que se détermine une expérience musicale propre à certaines communautés de surfeurs, en l'occurrence les sujets de cette étude.

Dans la première partie de ce travail, nous nous sommes posés la question de savoir pourquoi les gens surfaient, mais pour répondre à notre problématique, il convient aussi de comprendre pourquoi et comment les personnes écoutent de la musique. Cooley (2011) suggère que la musique et le plaisir qui s'en dégage sont intrinsèques à l'homme : « I would go so far as to propose that pleasure in *musicking* is a universal human experience, but that this pleasure is a byproduct of musical participation, not the reason for its universality » (p. 21). Alors si le plaisir est le résultat de la participation à l'acte musical (sous toutes ses formes : production ou consommation) sans en être la raison de son universalité, nous envisageons la cause de cette universalité dans le besoin d'une expression esthétique qui marquerait les contours de communautés d'individus culturellement liés soit par la forme de leur consommation musicale, soit par sa fonction sociale. Selon Cooley (2011), « It is this sort of playing together, in the community one is studying, playing not for money, or for glory, but as a way of being in the world together musically that I believe offers us the best location for seeking answers for our questions about why *musicking* is humanly necessary » (p. 23). En d'autres termes, la musique est intrinsèquement liée à l'existence humaine et sert à créer des communautés où l'on peut exprimer des sentiments qui nous permettent de nous comprendre les uns, les autres.

En ce qui concerne les liens entre surf et *musicking*, notre approche inductive basée sur l'observation du milieu des surfeurs (espaces physiques et réseaux sociaux) les a posés comme un fait empirique. De plus, les résultats des entretiens ont confirmé les observations de Cooley (2011, 2014) : « In a feature story in *Surfer* magazine, Brendon Thomas wrote: 'The

connection between music and surfing is undeniable...’ (2005, p. 188)¹⁸⁸ and surfing has been (incorrectly) called the only sport with its own music » (Cooley, 2011, p. 28). Il existe bien des correspondances de plusieurs ordres entre surf et musique et il convient de cibler celles que nous pensons légitimes dans une ethno-esthétique du surf. À cet égard, Cooley (2011) a établi des propriétés homologues entre surf et musique : « First is a homology between sound waves and water waves. A second common response is to speak of rhythm as either a metaphor or an important feature in both musicking and surfing. Finally, a more general response is that surfing and musicking generate the same affective feeling or peek experience sometimes called ‘flow’ » (p. 31). Le terme « flow » désigne un éventail d’expériences optimales, agréables et désirables (*ibid.*, p. 33). Selon ses observations de terrain, Cooley (2011) explique que les surfeurs considèrent la musique comme un outil de renforcement de l’identité de leur groupe : « the role [music] has in creating a sense of self and group identity, and some of the ways it is effective in not just expressing, but also creating an experience similar to that of surfing » (p. 33). Le *shaper* Ricky Carroll a aussi exprimé cela lorsqu’il a dit que la seule chose qui pouvait remplacer le surf en cas d’absence de vagues, était la musique. Ainsi, au lieu de nous demander s’il existe des liens entre surf et musique, nous pensons comme Tim Cooley (2011) qu’il est plus productif d’un point de vue ethno-esthétique de considérer ce fait comme la réalisation d’une construction culturelle digne d’être étudiée et analysée à travers des exemples concrets (p. 28).

5.4.2 Typologies de la subculture

La conclusion de ce chapitre met en évidence les différentes manières d’appréhender l’objet d’étude afin d’ouvrir le champ des possibles approches dans un domaine jusqu’ici peu exploré. Cela nous permet de créer et de confronter notre propre typologie à d’autres en introduisant le thème de la partie suivante sur les mouvements physiques et idéologiques de la subculture. Nous rendons compte de la complexité des enjeux relatifs aux typologies directionnelle, spatio-temporelle et socioculturelle du surf. Elles correspondent aux caractéristiques internes de la subculture et répondent aux besoins représentationnels de certaines communautés.

La typologie directionnelle est celle qui prend en compte, d’une part, les mouvements de la subculture selon un point de départ idéologique, et d’autre part, les différentes trajectoires possibles. Pour le surf et la *surf music*, on peut entrevoir des aller et retours entre Hawaï, la Californie et la Floride mais dans une étude globale, on pourrait aussi explorer les trajectoires selon les milieux culturels non-anglophones par exemple, ou alors ceux dont le point de départ

188 Thomas, B. (June 2005). Music to the ears: Improving your surfing through the power of song. *Surfer* 46(6), pp. 188-190.

ne serait pas Hawaï ou la Californie comme l'Australie ou la Réunion. Avec l'avènement d'Internet et la dissémination rapide des tendances culturelles, les chemins se multiplient et leurs traces sont plus difficiles à déterminer. Cette typologie peut néanmoins nous permettre d'anticiper sur des comportements à venir en nous basant sur des schémas migratoires déjà connus.

La typologie spatio-temporelle prend en compte des frontières physiques à des moments clés de l'histoire. Par exemple, Hawaï des XVIII^e, XIX^e et XX^e siècles comme précurseur du surf, ou la Californie des années soixante comme clé du surf américain et mondial (en compétition avec l'Australie). On prend ici en compte le transport des personnes, des idées et des objets. Cette typologie visible dans le modèle ultra marin des cultures présenté dans le chapitre suivant nous permet de voir le parcours effectué entre la culture source et la Floride. Dans la typologie spatio-temporelle, nous ne considérons pas uniquement les époques mais aussi la durée de survie d'un phénomène dans un lieu. Nous interrogeons ainsi les localismes temporaires et permanents présentés eux aussi dans le chapitre 6.

L'idée de typologie sociale et culturelle est empruntée à Dumont (1995) dans son travail sur les migrations. Cette typologie transcende l'ensemble de notre étude puisqu'elle aide à mieux comprendre les enjeux complexes d'une recherche sur l'esthétique d'une subculture dont nous établirons qu'elle agit en tension entre mobilité et fixité. Cette typologie inclut les aspects démographiques, sociologiques et culturels du surf et de la *surf music*. Nous avons relevé les données démographiques dans la première partie et nos modèles nous permettent de mettre en évidence les caractéristiques culturelles acquises en premier ou en second, les croyances constitutives des groupes et les critères multiculturels dans le but d'établir des dynamiques identitaires relatives à l'appartenance ethno-esthétique.

Dans la partie suivante, nous approfondissons cette réflexion sur les liens entre surf et musique du point de vue de leur réappropriation. Nous proposons un modèle théorique qui permet de comprendre la manière dont le surf et la *surf music* peuvent contribuer à marquer le sens d'identités sociale et personnelle en étant récupérés par une communauté et adaptés à un nouveau contexte géographique et culturel, en l'occurrence celui de la Floride.

TROISIÈME PARTIE

Effets de la mobilité du surf et de la *surf music* sur
l'appropriation culturelle

Chapitre 6. Modèle ultra marin de l'hybridation culturelle

Il faut donc imaginer des formes théoriques radicalement neuves pour parler aux nouvelles réalités. La musique, organisation du bruit, est une de ces formes. Elle reflète la fabrication de la société ; elle est la bande audible des vibrations et des signes qui font la société. Instrument de connaissance, elle incite à déchiffrer une forme sonore du savoir. (Attali, 1997, p. 9).

6.1 Préambule : Localismes et prise en compte du « glocal »

6.1.1 Définitions du localisme en surf

Le modèle théorique présenté à ce point de la recherche a pour objectif de mettre en évidence la manière dont les cultures circulent et sont reconfigurées pour répondre aux besoins de populations locales qui se les approprient. Mais avant de développer notre modèle fondé sur l'idée d'une mobilité des hommes et des cultures, il convient d'expliquer l'importance de la notion de localisme dans le monde du surf car elle illustre certaines conséquences de cette mobilité. Il existe une définition du localisme en sciences humaines et sociales qui se distingue de la notion utilisée par les surfeurs. Chez les universitaires, le localisme serait une forme de régionalisation de l'identité découlant d'un attachement aux traditions d'un lieu particulier et par contraste, voire opposition avec un autre lieu (Avanza & Lafarté, 2005, p. 136). En surf, la notion de localisme répond en partie à la définition académique mais comprend deux dimensions supplémentaires, la dimension hiérarchique définie par un savoir-être, et la dimension tribale marquée par un besoin de revendication d'appartenance socio-culturelle et de domination relative¹⁸⁹. Notons que les revendications d'appartenance ainsi que le besoin de domination ne s'inscrivent pas nécessairement dans la violence. Elles s'expriment conformément à des modalités et des degrés différents, en fonction des lieux. Selon Steve Olivier (2013),

In general, and in order of importance (at least in terms of conferral of status), you are considered to be a local if you: have surfed at the spot for many years; surf there regularly (for example, every time it breaks); live near the spot; were born in

189 Selon Lemarié (2016), le localisme est né sur les côtes californiennes dans les années quarante à cause de la démocratisation du surf et de la fréquentation grandissante des zones de surf (p. 256). Une rhétorique guerrière est assimilée au phénomène : les locaux cherchent à protéger leur territoire en allant jusqu'à agresser physiquement ceux qu'ils considèrent comme des envahisseurs.

the area. That said, you are unlikely to be considered a local if you are a ‘kook’ or a ‘gremmie’¹⁹⁰. (p. 168).

Pour l’auteur, le localisme se trouve dans toutes les zones de surf à cause de la rareté des vagues et se manifeste par un manque de civilité envers les autres participants, une affirmation généralisante qui ne correspond pas à nos observations. En effet pour Olivier (2013), le localisme s’exprime au travers de graffitis, de mauvais regards dans les parkings, d’insultes sur l’eau, voire de dégâts matériels (voitures dégradées dans les parkings, planches de surf détruites, etc.) ou encore d’agressions physiques (p. 169). Pour lui, la question ne se pose pas de savoir si le surf est intrinsèquement lié à une forme violente de localisme : « Where and when do these things happen ? The first question is easier to answer—virtually everywhere » (p. 169). Pour justifier ce propos, il cite Hawaï et Jeffrey’s Bay (Afrique du Sud) qui sont en effet des lieux connus pour ces pratiques. En revanche, il est complètement faux d’affirmer que le localisme violent tel qu’il est décrit par Olivier (2013) est un phénomène global (p. 169)¹⁹¹. Ce point montre une fois de plus l’intérêt de notre étude, puisqu’il s’agit de montrer que les localismes peuvent s’affirmer différemment à travers des pratiques culturelles, une expérience esthétique et un mode de consommation représentatifs d’un certain *ethos*. Steve Olivier (2013) ajoute que les comportements inacceptables incluent ceux qui sont proscrits par les règles ou l’étiquette du surf comme par exemple prendre une vague sur laquelle quelqu’un se trouve déjà. Mais contrairement aux endroits qu’il cite où la pratique du surf semble être devenue exclusive en termes de marqueur social et culturel (donc sur le versant extrême du localisme), en Floride et plus précisément sur la Space Coast, ces extrêmes sont tournés en dérision et les surfeurs territoriaux sont rapidement pointés du doigt comme étant des *kooks* (entretiens de Sean Slater, 7 juin 2007 ; Ricky Carroll et Bart Kelley, 13 juin 2017 ; Dustin, 10 septembre 2016). Par exemple, il existe une compétition qui ironise sur les mauvaises pratiques auxquelles Olivier (2013) fait référence : la « Doctors, lawyers, and weekend warriors competition » est un moyen de dédramatiser l’offense et de rappeler à tout le monde

190 Pour rappel, un *kook* est un individu qui a une attitude en décalage avec le contexte dans lequel il se trouve et avec les comportements validés par les autres participants.

Gremmy, gremmie ou *gremlin* est un jeune parasite qui ennuie les surfeurs (Surf Tsunami, 2010).

191 Par ailleurs, Olivier (2013) affirme que le snowboard étant beaucoup plus réglementé, il ne connaît pas les problèmes de territorialité et de violence : « territoriality and violence are virtually unheard of on the slopes » (p. 175). Il s’agit d’une généralisation erronée servant à justifier une perspective déjà fragile. Les parcs de *freestyle* (sections de la montagne comprenant des aménagements artificiels pour effectuer des sauts et d’autres figures) sont des lieux où les individus rivalisent pour l’accès aux modules. Ainsi, dans le *line-up* (la queue pour un module), il n’est pas rare d’apercevoir deux snowboarders se poussant au coude à coude pour accéder au module (parfois aucun ne cède et les deux snowboarders se retrouvent dans les airs en même temps). De plus, les conflits sont nombreux entre saisonniers et visiteurs qui sont souvent rappelés à l’ordre de manière agressive pour un manque de réactivité ou un positionnement sur la montagne considéré comme incongru. Par contraste, je n’ai jamais assisté à un conflit sur les plages de Floride alors qu’en effet, à Hawaï, une surfeuse locale du North Shore m’a fait sentir que je n’étais pas chez moi. Quant à Jeffrey’s Bay, mon groupe et moi-même étions assez respectueux pour ne pas être en porte-à-faux avec les locaux.

de ne pas trop se prendre au sérieux (entretien de Ricky Carroll et Bart Kelley, 13 juin 2017 – 68). Ainsi, la culture floridienne a une influence sur les pratiques liées au surf puisque comme le soulignent tous les sujets interrogés, le savoir-vivre des habitants de la péninsule (leur « southern hospitality ») a déteint sur l'attitude des surfeurs floridiens qui considèrent de manière consensuelle que le meilleur surfeur est celui qui s'amuse le plus (entretiens de Sean Slater, 7 juin 2007 ; Ricky Carroll et Bart Kelley, 13 juin 2017 ; Dustin, 10 septembre 2016).

6.1.2 Prise en compte des dynamiques locales

Plusieurs travaux comme celui de Beal & Smith (2013) ont démontré que les surfeurs développent des identités régionales et nationales. Ces études permettent de comprendre les différences de représentations et de modes de consommation dans ce que l'on appelle aujourd'hui le glocal. Pour rappel, le terme a été importé du domaine de l'économie par Roland Robertson (1995) qui l'a utilisé dans les sciences sociales pour expliquer les subtilités qui existent entre le régional (*local* en anglais) et le global dans les phénomènes socio-culturels. Son but était ainsi de limiter les approches polarisantes qui verraient une sorte d'incompatibilité entre les deux pôles. La notion de glocalisation constitue alors une production globale du régional et l'implantation du global dans le régional (Wheaton, 2013, p. 5). Ainsi, même si notre centre d'intérêt est la Space Coast en Floride, il est impossible de ne pas prendre en compte la dimension globale des phénomènes surf et *surf music*. Le régional est le point central de cette étude mais il est aussi nécessaire d'analyser les articulations du *local* et du global afin de comprendre comment les identités se constituent, évoluent, se transforment et s'affirment en réponse aux effets des dynamiques économiques, sociales, politiques et culturelles nationales et globales. Le terme glocal nous aide dans notre tâche puisqu'il est applicable aux sports et aux musiques dans la mesure où il permet de décrire l'appropriation d'activités et de musiques disponibles globalement, puis redéfinies à l'échelle de la région par des communautés telle que celle que nous observons. Certaines travaux sur le hip hop ont ainsi mis en lumière la manière dont les communautés concernées importaient et s'approprièrent des discours globaux dans leur culture à travers un système rhizomatique : « [they] engage with transnational, global culture by employing an imported form of discourse, largely available through a rhizomatic network » (Knudsen, 2011, p. 89). De la même façon, notre échantillon nous permet d'observer la manière dont les surfeurs interagissent avec la culture globale du surf en important certains signes de son discours mais en construisant une subculture hybride glocale comme le montrent leurs expériences pratiques, sociales et esthétiques décrites dans la suite de ce travail.

6.1.3 Localismes temporaires ou permanents des cultures et des personnes

Dans cette dynamique de glocalisation, la subculture du surf s'inscrit dans ce que l'on appelle un mouvement culturel. Le terme mouvement connote les notions de temporalité, de direction et de déplacement. Si certains aspects d'une culture peuvent sembler stables et immuables (comme certaines pratiques ou croyances), une culture vivante n'en reste pas moins mobile et directionnelle (elle se répartit selon des axes déterminés par des espaces et des moments propices à son ancrage)¹⁹². Dans le syntagme « localismes temporaire ou permanent », nous faisons appel à trois aspects essentiels de ce qui vient d'être décrit : l'espace, le temps et la mobilité. Ces attributs peuvent être appliqués aux cultures comme aux personnes. Appliqué aux cultures, le syntagme localismes temporaire ou permanent établit l'ancrage d'un phénomène dans un lieu donné. Nous attachons ainsi à des phénomènes, la notion de localisme habituellement réservée aux personnes. Alors le localisme temporaire d'une culture marque un phénomène limité dans le temps et l'espace (propre à une tendance ou un effet de mode comme le *roller blade* (patin en ligne) dans les années quatre-vingt et quatre-vint-dix), alors que le permanent marque des pratiques établies opérationnalisées ou authentifiées comme constituantes du régional (comme le surf en Floride). Lorsque le syntagme s'applique aux personnes, le localisme temporaire marque un aller-retour entre la culture source et sa périphérie (ce serait le cas des touristes qui viendraient faire du surf en Floride), alors que dans le localisme permanent les individus ancrent leur pratique dans la continuité tout en se laissant la possibilité d'emprunter temporairement des attributs pratiques ou idéologiques à d'autres cultures (entretenant ainsi une relation temporaire avec ces dernières).

Qu'il s'agisse des personnes ou des cultures, le localisme temporaire le demeure jusqu'à ce que l'on puisse systématiser un schéma répétitif permettant la prédiction, dans quel cas nous tombons dans le permanent. Nous posons qu'en ce qui concerne les cultures, le phénomène temporaire découle d'une tension entre tentative d'appropriation du global et approbation limitée ou résistance du régional. Le localisme permanent marque lui l'ancrage d'une pratique singularisante et de sa légitimité dans l'imaginaire commun d'une communauté donnée. Dès lors, pour la culture du surf, le localisme permanent se traduit dans le fait que le surf s'est implanté de manière durable dans différents espaces. Il a été importé d'Hawaï en Californie, puis a migré en créant de nouvelles communautés, elles-mêmes sources d'autres « colonies ». Il y a dans le surf, un réel « projet migratoire » caractérisant la subculture elle-même mais aussi ses participants. Le surf en Floride s'inscrit alors dans un localisme permanent alors que les éléments de sa musique semblent relever d'un localisme temporaire (voire notre deuxième

192 Ce point sera repris pour développer l'un de nos modèles théoriques : nous posons que notre capacité à déterminer les caractéristiques chronologiques et directionnelles de la culture que nous observons peut nous permettre d'établir un paradigme dans la classification des cultures en fonction de ces aspects.

modèle théorique au chapitre 8). Les sujets des entretiens s'inscrivent dans un localisme permanent alors que certains des enquêtés relèvent d'un localisme temporaire. Il convient de situer cette réflexion dans le *glocal* puisque la mobilité des cultures et leur inscription dans un localisme permanent n'est envisageable qu'à travers la tension entre le régional et le global. La glocalisation est semblable à un mouvement pendulaire d'aller-retour entre la culture source et la subculture cible. Comme les entretiens le révèlent, les retours vers la Californie ou Hawaï sont de plusieurs ordres : économique, affectif ou spirituel. Nous touchons là à certains principes relatifs aux deux modèles théoriques développés dans ce travail dont le premier est présenté ici.

6.2 Présentation du modèle

6.2.1 Logique d'approche

La modélisation ne cherche pas la transposition absolue d'un phénomène à un autre mais tente plutôt d'en expliquer certaines articulations par le biais de théories déjà validées empiriquement. Le modèle ultra marin s'attache à représenter l'évolution des (sub)cultures à partir d'une culture mère. La subculture du surf est alors appréhendée dans une dynamique d'hybridation ou de créolisation¹⁹³. C'est le contact des cultures et des langues qui génèrent la créolisation : cela se manifeste à travers la personne créole qui par définition est une personne née dans le territoire hôte mais est d'origine non-indigène. Les Créoles se distinguent ainsi des autochtones et de la culture source. Cohen (2007), propose une définition de la notion de créole à partir des origines du mot : « 'Creole' referred to something or someone that had foreign (normally metropolitan) origins and that had now become somewhat localised » (p. 5). Le créole fait référence à une entité qui aurait créé ses propres modes d'expression en y incluant les modalités de pratiques d'un mode de vie ainsi que son expression musicale et ses divers modes de consommation. Notons qu'il convient de distinguer la langue créole du phénomène socio-historique de créolisation qui en serait la cause, comme le soulignent Aboh & deGraff (2016) :

Creolization should be taken as a socio-historical, and not a linguistic, concept. . . .
The concept Creole . . . first emerged in the 16th century, not as a linguistic term,
but as a geopolitically-rooted classificatory label that acquired ethnographic
significance in the midst of European imperialism in the Americas. (pp. 2-3).

Ainsi, dans notre modèle, le surf hawaïen serait la culture source et le surf floridien le résultat d'une créolisation. Le concept est ici appréhendé selon une approche sociolinguistique. Par

193 Les notions d'hybride et de créole sont en général synonymes dans les études sociolinguistiques (Cohen, 2007, p. 4).

ailleurs, dans un souci de précision, il convient d'expliquer qu'il existe une distinction entre pidgin et créole dont les définitions aident à comprendre le statut que nous donnons au surf dans la dynamique de créolisation. Cohen (2007) les définit ainsi :

Pidgins are often used for 'vertical' commands – a superordinate group requires communication, but has little interest in reducing social distance. Creoles are 'horizontal' languages that become mother tongues, languages of intimacy. As Mesthrie (2000: 297) explains, 'creolization is in some ways the opposite of pidginization, since it is a process of expansion rather than reduction'. (p. 6).

Dans notre modèle, les nouvelles cultures et expressions culturelles sont envisageables selon leurs propres termes et sont marquées par leur propre histoire. Elles deviennent des langues premières et non des pidgins contraints à des espaces réduits et un statut inférieur. De plus, il convient de préciser que les formes culturelles dites diasporiques ne correspondent pas à notre propos car elle suggèrent un refus d'assimilation à la culture hôte (Negus & Velázquez, 2002, p. 138), alors nous nous préoccupons des phénomènes de créolisation de certaines formes culturelles qui prennent en compte l'environnement hôte et ses effets sur la culture source. « People . . . do not simply 'carry' cultures with them (or now with 'their' culture). Instead, a sense of [said] identity is created anew in a different location, continuous with history but in relation to a new set of circumstances » (Negus & Velázquez, 2002, p. 138). Ainsi le surf est parti d'Hawaï pour s'établir aux États-Unis sans rompre les liens historiques avec ses origines insulaires mais en incluant les nouveaux paramètres socio-culturels relatifs au continent. Cela nous renvoie à des notions clés de ce travail : l'apprentissage de la culture (modèle des phases d'appropriation culturelle développé dans le chapitre 8) et la glocalisation qui rappelons-le est l'idée selon laquelle les cultures régionales se perçoivent en relation avec les autres cultures et dans un ensemble global (Robertson, 1995). Pour aller plus loin, selon Cohen (2007), « Historically, the evolution of particular cultures had often rested on the territorialization of meaning. » (p. 4). Dès lors, en tant que paradigme, la créolisation pose la relation entre culture et globalisation. Encore selon Cohen, (2007), « [b]y accepting the idea and reality that cultural boundaries are fuzzy and indeterminate and embracing the notion of 'traveling cultures', hybridization and creolization have become potential subversive concepts » (pp. 4-5). Ce modèle et notre étude consistent bien à montrer que les frontières des cultures et des identités sont mobiles et poreuses à la fois. Par ailleurs, une partie de notre travail consistera à montrer que la créolisation ne se fait pas selon le modèle d'une racine unique aux extensions étirées, mais qu'elle se fait de façon rizhomatique sans être limitée par le lien à la racine source, et sans annihiler l'environnement direct. C'est aussi selon ces termes que sera traitée la question de l'identité dans la suite de notre étude.

Dans les *lifestyle sports* (que ce soit en skate, en surf ou autre) beaucoup d'études montrent des potentialités de créolisation dans les sphères ethniques mais aussi dans les sphères culturelles, techniques, industrielles, etc. (Wheaton, 2004, 2013). Lorsqu'une pratique se déplace et se mêle à une culture locale en empruntant des éléments stylistiques aux deux cultures (hôte et source) on assiste au phénomène de créolisation. Alors ces cultures hybrides font émerger des identités nouvelles qui accaparées par des individus sont alors remodelées pour répondre aux besoins régionaux. Les images, représentations et significations circulent, sont souvent récupérées par les individus et les industries (culturelles ou autres), puis sont réutilisées. Selon Wheaton, (2013), « hybrid trans-local cultures and identities can emerge in which individuals 're-shape' the images and meanings circulated in and by global consumer culture, and in so doing, reconfiguring lifestyle-sport cultures and identities » (Wheaton, 2013, p. 16). Le *surf lifestyle* floridien est une forme hybride du surf global car il a été reconfiguré selon les besoins de ses participants qui en ont ajusté les représentations, l'esthétique et les formes expressives associées.

Il est donc clair que la mobilité ne concerne pas uniquement les individus, elle concerne aussi les idées et les cultures. Ces dernières se déplacent avec les populations ou par contact d'un individu avec une culture devenue source. Les cultures sont sujettes aux mobilités temporaire et permanente. Lorsque les habitants d'une région mettent en pratique une culture venue d'ailleurs, et que cette culture finit par s'ancrer dans l'environnement hôte, elle devient une nouvelle forme d'elle-même, un créole ou une hybride pour reprendre le terme de Wheaton (2013). Avant que l'ancrage ne se produise, les premières vagues de participants locaux doivent passer par une phase préliminaire de déterminisme actif, c'est-à-dire qu'ils opèrent des choix et adoptent de nouvelles pratiques (voir le modèle des phases d'appropriation culturelle du chapitre 8). Une culture importée et assimilée est une culture d'abord seconde qui s'installe dans une temporalité à long terme pour devenir à son tour la culture d'origine ou première de nouvelles générations. Une fois cette introduction passée, la culture importée devient une sorte de créole de la culture source, d'où le terme de créolisation des cultures et le nom de notre modèle inspiré du parcours personnel et académique de la chercheuse¹⁹⁴. Ce que l'on constate avec ces cultures hybrides c'est qu'elles sont pendulaires, c'est-à-dire qu'elles gardent un lien avec la culture source. Cela dit, elles peuvent elles aussi engendrer des hybrides en fonction de la mobilité de leurs participants et des contacts exogènes au sein de leur communauté.

Comme le souligne Martinez (2008) en parlant des langues, le qualificatif « seconde » possède deux acceptions : celle que nous avons définie dans le premier modèle, et celle de sens

194 Je suis originaire de l'Île de la Réunion et mon mémoire de Master en sciences du langage traitait en partie du statut du créole dans la construction identitaire de sujets en situation de mobilité.

collectif qui correspond ici à l'évolution d'une culture au « statut spécial . . . lié par exemple à une histoire coloniale et un environnement favorable » (p. 21). Le français par exemple s'est implanté à l'Île de la Réunion pour y devenir la langue officielle, mais il a été réapproprié par les populations locales qui par amalgame avec d'autres éléments linguistiques présents (tels que le portugais, l'hindi, etc.) ont élaboré leur propre créole (différent des créoles des îles voisines à cause des contextes et besoins expressifs locaux). Nous posons que ces articulations peuvent être transposables à la culture du surf. Par ailleurs, tout comme pour les langues officielles et les créoles, il convient avec les (sub)cultures importées de prendre en compte les statuts des cultures en présence, voire de prêter attention aux phénomènes de diglossie culturelle¹⁹⁵. En effet, il peut exister une hiérarchie variable des (sub)cultures puisqu'à l'échelle de la Floride, le surf est une pratique récente mais pourtant une culture première pour beaucoup.

De la sorte, notre approche de la créolisation des cultures s'accorde avec la pensée de Cohen (2017) :

By indicating that there are other pathways for creolization I want to signify the potentially universal applicability of the term. To be a Creole is no longer a mimetic, derivative stance. Rather it describes a position interposed between two or more cultures, selectively appropriating some elements, rejecting others, and creating new possibilities that transgress and supersede parent cultures, which themselves are increasingly recognized as fluid. (pp. 19-20).

Le surf comme pratique et mode de vie comprenant la *surf music* est une subculture possédant ses propres codes et son propre discours. Les répertoires langagiers et les pratiques des individus évoluent en fonction des expériences « migratoires » ou de mobilité des participants et à travers eux, de la subculture elle-même.

195 La diglossie est un terme linguistique qui fait référence à une inégalité sociale des langues.

6.2.2 Clarifications sur les choix terminologiques

Quelques définitions vont ici éclairer notre propos. Le créole est considéré comme une langue à part entière à l'instar du français par exemple. La différence réside dans le statut des deux langues : le français en tant que langue officielle n'a pas besoin de revendications pour exister alors qu'un créole qui n'est pas officiellement reconnu et n'est parlé que dans un lieu spécifique doit maintenir son statut contre les tentatives d'homogénéisation des sociétés. Nous posons que la situation précaire des créoles a fait naître chez ses locuteurs une volonté d'affirmer l'appartenance à une culture qui lui est associée dans le but d'affirmer et de maintenir le statut du créole chez les locuteurs qui s'identifient à cette langue (première pour eux).

En ce qui concerne la distance linguistique entre créole et français, nous réfutons l'idée que le créole est une déformation du français et proposons un paradoxe fondé sur l'exemple du créole réunionnais : ce créole comprend des racines indo-portugaises liées à la colonisation et au mercantilisme ce qui le rapproche de manière toute relative du portugais. Selon Saussure (2005), « chaque peuple croit à la supériorité de son idiome . . . dans certains cas, deux ou plusieurs idiomes sont unis par un lien de parenté, c'est-à-dire qu'ils ont une origine commune. Un groupe de langues ainsi rapprochées s'appelle une famille » (p. 262). Les distances linguistiques entre français/portugais et français/créole réunionnais deviennent alors relatives puisque ces langues sont toutes issues de la même famille et c'est donc aux distances culturelles et géographiques que nous nous intéressons. L'intérêt de ces définitions pour notre modèle c'est qu'en les ramenant au surf, nous allons montrer que le surf floridien s'est construit en fonction du contexte dans lequel il s'est développé. Tout comme le créole, le surf floridien souffre des croyances de supériorité de la culture globale et spécifiquement des lieux où la pratique du surf est comme officialisée. Mais les statuts de cultures officielle et officieuse sont des constructions humaines, pas des états de nature. Dès lors, le modèle nous permettra de comprendre le statut de la subculture du surf floridien dans l'espace global et il nous permettra aussi d'en définir les contours afin de mieux comprendre d'une part, les relations affectives et cognitives qu'entretiennent avec lui ses participants, et d'autre part, les phénomènes de marquages identitaires.

6.2.3 Description du modèle

Dans notre modèle, la culture du surf s'est déplacée à partir d'un point de départ qui constituait sa base. C'est là que la culture est née et qu'elle s'est développée en mode de vie. Les populations en mouvement soit quittant la base, soit en escale, ont déplacé avec elles la culture. Arrivée dans son nouveau milieu par l'intermédiaire de groupes et d'individus

maîtrisant les codes au niveau natif, la culture s'est implantée au nouveau milieu. Elle a gardé des éléments de la culture source tout en s'appropriant des éléments de la culture hôte.

La nouvelle variété de culture ou d'expression dépend de plusieurs facteurs : socio-historiques, linguistiques, psycho-sociaux et bien entendu culturels. La culture créolisée s'apprend comme une culture première ou seconde selon l'exposition de l'apprenant à la culture comme l'illustrera le modèle du chapitre 8. Le parallèle sera fait avec l'acquisition du créole qui selon Abot (2016) dépend de la combinaison d'éléments suivants : le profil de l'apprenant, la fréquence d'exposition au créole, la contribution native ou pas (p. 38).

Une fois l'ancrage réussi, la culture s'est adaptée au milieu. Se faisant elle a développé un mode d'expression hybride qui a emprunté au parlé local et au parlé dominant : la *surf music*. Il s'agit là de la première étape de la créolisation du surf américain qui est parti d'Hawaï pour se développer en Californie et créer un nouveau mode d'expression adapté à la culture locale. Cette nouvelle base a continué le processus de créolisation en répétant le phénomène en Floride. À travers ce modèle, nous pouvons montrer que les diverses subcultures du surf sont le résultat de la créolisation d'une culture qui a donné naissance à ses propres modes d'expression.

6.3 Créolisation du surf et de la *surf music*

6.3.1 Du surf hawaïen à sa réappropriation floridienne

La créolisation du surf et de la *surf music* sont ici expliquées selon une synthèse des modèles de créolisation des langues et des cultures tels qu'il sont présentés dans le travail de la linguiste Bettina Migge (2003). Cette analyse repose sur la description que nous avons donnée du surf et de la *surf music* dans la première partie. Afin de comprendre la créolisation du surf hawaïen sur le continent américain, il convient de rappeler la nature socio-historique du contexte de contact de la culture du surf hawaïen avec celles de ceux qui se la sont réappropriée. Comme nous l'avons vu, les Américains se sont intéressés aux îles hawaïennes très tôt, et si l'activité du surf fut difficile au début pour les *haoles*, quelques individus surent la maîtriser et la ramenèrent avec eux sur le continent américain. Le premier point de contact eut donc lieu sur l'archipel entre quelques individus, mais c'est lorsqu'elle a été importée sur le continent que le processus de créolisation s'est mis en place. Quelques Hawaïens furent assistés dans leur démarche de mobilité pour introduire et développer le surf sur le continent américain. C'est là que le deuxième contact entre culture hawaïenne et cultures continentales s'est fait, à un moment propice à l'adoption de la pratique en Californie.

Le contexte d'émergence et d'expansion de la subculture sur le sol américain est la manifestation de la créolisation de la culture du surf hawaïenne. La distribution du pouvoir des forces en présence à ce moment est à prendre en considération car elle était inégale. En effet, le surf était une nouveauté qui répondait à certains besoins sociaux d'interaction, d'expression et de création divergents d'un cadre de référence en cours de dissolution, mais elle était aussi une culture minoritaire, d'où son émergence sous la forme d'une subculture. Ainsi la culture hybride s'est d'abord développée dans la situation multiculturelle de la Californie, puis vers le reste du continent et du monde. Le multiculturalisme de la Californie et celui de la Floride étaient déjà tous deux marqués de pluralités ethniques et linguistiques (majoritairement anglo-saxonne et hispanique dans les deux cas) et de pratiques socioculturelles comme le rock, l'automobile ou le tourisme qui, combinés, ont accéléré le phénomène de créolisation du surf. Ainsi, dans ce contact entre une culture importée et des traditions locales mais diverses, certains éléments ont été retenus et d'autres non selon les besoins des nouveaux usagers : parmi les éléments provenant du surf hawaïen, ont été retenus les techniques de surf et de fabrication des planches qui ont vite été améliorées pour des facilités d'usage et les besoins d'une économie du surf en expansion. Les éléments traditionnels et linguistiques ont été en majorité perdus : ainsi le surf n'était plus associé au sport des rois et l'anglais est devenu la *lingua franca* du surf. Dans la reconfiguration de la culture, il y avait donc la présence d'éléments structuraux communs à la culture sources et aux hybrides, et des éléments universels de socialisation puisque les nouvelles subcultures permettaient de créer du lien social là où elles s'implantaient.

Le transfert physique d'une région à une autre, d'une culture locale à une autre, d'une société à une autre crée nécessairement des bouleversements socioculturels, linguistiques, cognitifs et affectifs que les participants négocient au sein de la subculture. Les éléments de la culture source qui ont été retenus sont interprétés et reformulés, d'autres sont imaginés ou créés, d'où l'idée de palimpseste que nous développerons dans le chapitre suivant. La reformulation d'une culture s'accompagne de la nécessité et du besoin des participants de s'inscrire dans une histoire commune mais qu'ils souhaitent singulière et non stigmatisée comme le souligne Ricky Carroll (entretien du 13 juin 2017). Nous pourrions même parler d'une forme d'émancipation quant à la culture source. Dustin explique ici les différences de comportement qui peuvent exister entre les surfeurs hawaïen et floridiens en termes de localismes et donc de traitement de l'altérité :

Florida is really really different. I guess the polar opposite to Florida would be like Hawaii... Hawaii is really really localized and it kinda had to become that way I think, because of all the people, because it's such a Mecca for surfing, so they have to kinda... If you actually live there, you have to stand up for your turf I

guess, your own turf. And we have some of that, at some of like the key spots like Sebastian Inlet, and New Smyrna, and Stewarts Rocks and things like that but it's not anywhere near the scale that it is there... And it's just the influence of Floridians, like the people who surf, Florida is such a diverse place, like everybody ends up there from all around the country, particularly like the east coast, from New York, from Canada, from all over, they all end up coming to Florida, so it's just this melting pot that mixed in with the southern culture, some of the rednecks. (Entretien de Dustin, 10 septembre 2016 – 6).

Comme le reconnaît Dustin, l'influence des cultures et traditions locales de la Floride se retrouve dans les comportements des surfeurs. Au delà des aspects humains, les surfeurs floridiens ont développé un comportement particulier en lien avec la géographie de la péninsule et donc en réponse au manque de vagues. Ricky Carroll dit que les surfeurs sont littéralement affamés (ils ont faim de vagues) :

People get crazy, I mean, when the surf's flat for a month, and there's talk of a swell coming, and it's this big [il montre une hauteur de 20 centimètres] and they're talking about it being 10 feet you know, it's like 'you guys are crazy, you guys are nuts!' They're like, 'no, it was really good and you missed it!' I take off work and everything, and you go up and look at it and it's like... You're surf starved, your mind is telling you it's better than it is... (Entretien du 13 juin 2017 – 60).

La musique est l'un des résultats du contact entre la culture source du surf et les cultures hôtes de la Californie des années soixante et comme nous le verrons en quatrième partie, Ricky Carroll considère qu'elle constitue une alternative au manque de vagues sur les côtes floridiennes.

6.3.2 Des sonorités californiennes aux hybrides de la *surf music*

La *surf music* historique constitue en elle-même une forme d'hybride musicale née du contact entre le surf, le rock et la jeunesse californienne des années soixante. Cependant, la *surf music* ne s'est cantonnée ni à un espace clos, ni à un genre défini. En suivant les déplacements du surf et en allant même dans des endroits où le surf n'était pas pratiqué, elle a subi elle aussi le phénomène de créolisation. Dans le cas de la Floride, la nature socio-historique du contexte de contact était caractérisée par la forte influence de musiques à la fois caribéennes et country. Le contexte d'émergence était directement lié à l'activité du surf et à l'expansion économique due au développement de l'activité touristique dans la région. Selon une approche diachronique à partir de ce point, la *surf music* permettait d'asseoir un mode de vie en donnant la possibilité aux surfeurs, une minorité culturelle, de s'inscrire dans le local mais aussi de s'exprimer en tant que surfeurs floridiens car là encore, l'hybride de la *surf music* s'est

développé dans une situation multiculturelle, pluri-linguistique, pluri-ethnique et au milieu d'une variété considérable de genres musicaux (particulièrement aujourd'hui grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication). Répondant au phénomène de créolisation, certains éléments de la *surf music* historique ont été retenus et d'autres non : les influences de Dick Dale et du punk ont été une constante jusqu'à aujourd'hui, tout comme certains thèmes liés à l'océan ou à la révolte des jeunes. Mais ce que l'on constate aussi, c'est l'apport esthétique des cultures caribéennes dans la formation de la *surf music* hybride.

Alors que la *surf music* des années soixante a dès sa formation été conçue comme un phénomène californien inscrit dans une plus large culture américaine et plurielle, elle a aussi toujours été inscrite dans la mobilité et la dissémination de ses pratiques et symboles. Se faisant, la *surf music* a apporté le surf dans des endroits dépourvus de vagues. Dans les deux phénomènes de créolisation du surf et de la *surf music*, on observe une tension entre enracinement et mouvement propre à la mobilité des hommes et des cultures¹⁹⁶.

6.4 Émergence d'un répertoire musical adapté

6.4.1 Géomusicalité : configuration d'une *surf music* hybride

Après avoir retracé de manière diachronique les processus de créolisation du surf et de la *surf music*, il convient d'établir comment la *strand* de surf floridien (style, cultures locales, environnement) a généré un répertoire musical adapté aux besoins des surfeurs. Pour cela, nous empruntons à Elsa Grassy (2010), la notion de géomusicalité pour expliquer la coordination sémantique entre espace et musique. Ainsi la musique associée à un lieu défini comme dans le cas de la *surf music* et de la Californie serait synonyme d'authenticité esthétique alors que son déplacement marquerait le manque d'authenticité. Cela nous renvoie au problème de représentation de la *surf music* historique et de ses hybrides. La géomusicalité implique donc la construction imaginaire d'une musique exploitée par les habitants d'une région pour leurs besoins expressifs et pour les besoins économiques du lieu (à l'adresse des touristes par exemple). Alors afin d'expliquer la configuration de la *surf music* hybride floridienne, les paragraphes suivants font le point sur les problèmes de coordination sémantique et esthétique des musiques importées, sur la faible valence esthétique des musiques locales et sur le consensus stylistique régional qui existe sur la Space Coast.

Les musiques importées sont comprises comme celles qui ne sont pas produites par des artistes locaux et dont la mobilité liée à la popularité même émergente leur offre un droit

196 Nous reviendrons sur cette tension, ou dialectique, de l'enracinement et du mouvement dans le chapitre suivant.

d'accès privilégié sur la scène locale. On pense par exemple à l'artiste reggae Mike Love (voir annexe 8) qui bien qu'étant originaire d'Hawaï et étant encore peu connu lorsqu'il a joué à Sonny's Porch en 2016 avait déjà construit sa popularité sur YouTube. Depuis la fin de l'année 2017, il commence à apparaître sur les pages des réseaux sociaux français. Ces musiques s'inscrivent dans le processus de créolisation au même titre qu'une langue dominante dans un contexte bi-plurilingue. C'est-à-dire qu'elles jouissent d'une plus grande popularité non parce qu'elles sont locales mais parce qu'elles sont fonctionnelles et répondent aux attentes esthétiques et affectives des lieux dans lesquels elles sont promues. C'est avec ces musiques non classées comme *surf music* que la *surf music* se créolise : sa sémantique et son esthétique se coordonnent aux nouvelles données contextuelles. Ainsi, les musiques importées en Floride ne correspondent pas absolument au modèle historique voire paradigmatique de la *surf music*. L'esthétique de la notion même de *surf music* est modifiée, et ce sont les modalités de consommation ainsi que les procédés de choix et de validation qui deviennent hybrides. Comme dans le processus de créolisation linguistique, la reconfiguration esthétique de la *surf music* implique le maintien de certains éléments traditionnels, sémantiques et fonctionnels selon les besoins d'une conscience locale. Il est alors important de rappeler que la créolisation est un processus, et en tant que tel, elle n'est ni fixe, ni définitive (Ménil, 2009). La valence donnée aux textes et aux styles à un moment et un espace donnés créent une hybridation locale sans fin et qui rend viable toute forme musicale incluse dans ce processus. Ainsi pour nos surfeurs, les musiques qu'ils affectionnent sont très diverses et ne correspondent pas toujours au paradigme de la *surf music*. Dustin explique qu'il est difficile de dire ce qu'il préfère en termes de musiques car ses goûts sont très variés et parce que la musique elle-même évolue : « I have such a wide... Let's see I like... What am I into right now... It would have to be Cotton Johns, A Tribe Called Quest, and then somebody reggae, probably Culture » (entretien du 10 septembre 2016 – 42). Les musiques importées dans le répertoire musical de Dustin proviennent respectivement du Maryland, de New York, de Jamaïque, et représentent divers styles comme ici la pop psychédélique, le hip-hop et le reggae. Leur réaffectation met en évidence le processus de créolisation de la *surf music* dont il faut rappeler qu'elle est comprise dans notre travail comme un mouvement dont l'existence est intrinsèquement liée à la consommation musicale des communautés de surfeurs.

Dans le cas des *surf music* locales (émanant d'artistes reconnus comme étant des *surf bands* régionaux), l'hybridation se veut sémantique et stylistique en composant avec les éléments traditionnels de la *surf music* et des cultures locales. La faible présence de cette musique dans les répertoires musicaux des sujets est le résultat de plusieurs facteurs : les artistes sont cantonnés au lieu dans lequel ils ont émergé, et ils s'inscrivent soit dans une logique d'imitation de la *surf music* historique, soit dans une logique de création musicale qui ne

trouve pas sa place dans la communauté. Lorsque l'on demande aux sujets ce qu'est pour eux la *surf music*, ils mentionnent sans conviction personnelle les artistes dont les éléments stylistiques correspondent au paradigme :

Ricky Carroll : Dany Morris is the first one that comes to mind. He plays in that Dick Dale's style, so it's really easy to call him surf music because he plays in that style.

Bart Kelly : There's this guy Bill right here, Bill Surf [rires]. Is he the best? Is he, you know... I could tell you he lives the life.

Ricky Carroll : The band that Bill plays in, just older guys, just kinda chill surf music, there's all kinds of bands around here that pretty much call themselves surf music.

Bart Kelly : Here, you can have that [Bart me donne le CD de Bill Surf]. He's also spacey surf [rires] he's off his record!

Ricky Carroll : But his whole style 100% was influenced by what original surf music was before punk, before all that, you know, it was the Beach Boys and Dick Dale, and that's who he is, totally, totally, kind of tiki surf, he's just coming at it from a different angle, he put his spin on it but it's still, you can tell how he plays that he's trying to emulate that sound.

Bart Kelley : He's put this spin on it, that tiki surf.... (Entretien du 13 juin 2017 – 49)

Les termes employés pour décrire les *surf bands* locaux relèvent de la supposition (pour les sujets, ce doit être de la *surf music* puisque les sonorités correspondent au paradigme), ou alors ils n'engagent pas l'opinion des sujets puisque ce sont les artistes qui se qualifient eux-mêmes de *surf bands* « they call themselves surf music ». Enfin, comme nous l'avons vu, leur style est souvent une pure imitation de la *surf music* historique modérée par des tentatives d'acculturation. Si les *surfbands* locaux ne sont pas perçus comme des imitations, ou des artistes sans grandes qualités comme Bill Surf, c'est la scène locale toute entière qui est méconnue comme dans le cas de Dustin :

I kinda feel like I'm out of like the local music scene 'cause I don't go out to a lot of bars, so I feel like you see those guys in local stuff, if you go to bars and kinda follow it. But I know that there's a band that, growing up, they were called Elevated and they were kinda like a ska, Sublimesque kinda band, and I know there's hundreds of them all around, I know there's some good ones. I just don't really know them, I don't really follow. (Entretien du 10 septembre 2016 – 36).

Dustin est un mélomane qui est conscient de l'effervescence d'une scène locale de qualité mais malgré cela, il ne s'y intéresse pas. Ces artistes s'inscrivent parfaitement dans le dénommé style qu'ils sont censés représenter, et leurs qualités de musiciens sont reconnues. En revanche, leurs qualités artistiques, celles qui font d'eux des créateurs et des révélateurs de consciences ne sont pas qualifiables pour les inscrire dans les répertoires musicaux des sujets. Dès lors, les musiques locales n'ont qu'assez rarement la prégnance nécessaire pour se développer en rhizome et engendrer à leur tour des processus de créolisation. C'est la régionalisation qui empêche ces artistes de lutter contre la forme d'hybride musical glocal. Par conséquent, s'il existe bien la conscience d'un devoir de reconnaissance, voire d'identification aux musiques locales liée à la proximité physique et culturelle entre les artistes et leur public, cette relation n'est pas assez solide pour faire entrer ces artistes dans les répertoires musicaux des sujets car ils ne sont pas en mesure de s'harmoniser à la palette esthétique et affective des surfeurs locaux.

En dépit de la diversité formelle des répertoires musicaux des sujets, il se dégage une tendance commune de part en part de l'échantillon. Fortement ancrée dans son environnement caribéen, la *surf music* floridienne construite par les surfeurs présente une constante stylistique, mêlant l'élément reggae à celui du southern rock¹⁹⁷. La *surf music* se trouve donc prise dans une sorte d'étau stylistique déterminé au sud par l'influence caribéenne du reggae et au nord par le southern rock qui est un dérivé du rock, de la country et du blues, des genres très présents dans les États du sud du pays. Notons cependant que si elle se situe au sud géographiquement, la Floride n'est pas considérée comme faisant partie du « American South » parce que la majorité de sa population vient d'ailleurs, que sa culture reflète autant les valeurs du sud que celles des Caraïbes, et que c'est un État ouvert sur le monde grâce au tourisme. Les groupes représentatifs du southern rock sont quant à eux majoritairement originaires d'États comme le Texas, le Mississippi ou la Géorgie. Dustin reconnaît ainsi la présence de ces groupes en Floride : « some of the surf bands that we have are from Florida, they have a southern influence to them. Even the more punk rock stuff that people like, yeah, ASG was one of them. ASG was southern rock mixed with surf rock. So that's unique to the south for sure » (entretien du 10 septembre 2016 – 44). Malgré la présence du southern rock, le reggae reste une trame de fond commune à tous les répertoires personnels des surfeurs comme le suggèrent le choix des artistes de Sonny's Porch, le Rootfire Festival, les orientations esthétiques de Lance-O, l'émission Sun Bum Positive Sunday de Bart Kelly, et enfin le logo de l'enseigne de Ricky Carroll : « surf, skate, punk, and reggae ». À ce sujet, Ricky Carroll concède qu'il s'agit pour lui des valeurs centrales du surf : « At least here. If you go to other areas, it's different. The reggae thing is kind of a south thing. When you know, you go up north and they don't

197 Il s'agit d'un style hétérogène développé pendant les années soixante et soixante-dix.

consider that surf music » (entretien du 13 juin 2017 – 34). Il devient clair qu'outre ses qualités expressives et cohésives représentant les communautés étudiées, la *surf music* est une sorte « d'atlas géomusical et sensible qui viendrait se superposer aux frontières physiques du territoire » (Demars, 2016, p. 82) à un moment donné.

6.4.2 Vers un *ethos* du surf : le *lifestyle crossover*

L'*ethos* du surf, ou son caractère fondamental peut être dégagé dans ses multiples versions à travers les hybrides de la *surf music* dont les éléments sous-jacents peuvent traduire les affects, les croyances et traditions régionales, ainsi que les pratiques sportives et esthétiques partagées entre et au sein des diverses communautés de surfeurs. Pour Thorpe & Rinehart (2013), l'*ethos* du surf est avant tout contre-culturel : « Many (not all) alternative sport athletes and participants demonstrate a counter-cultural ethos that plays out in their clothing styles, choice of music (and relating music to their sport), self-branding (through use of tattoos, piercings and so forth), and particular argot » (p. 218). Cela dit, s'il existe bien des dispositions universelles ou universalisantes du surf comme celles décrites par Thorpe & Rinehart, il existe aussi un *ethos* du surf qui découle des processus de créolisation que nous avons développés. Lance-O parle d'hybridation musicale due à un grand nombre d'empreintes régionales diverses au sein même de la Floride :

As far as scenes, you have to remember too Florida is different. Tallahassee is very different than Miami you know, and Orlando is very different than Titusville you know what I mean. . . . I would say three quarters of Florida is one of four things: it's top 40, it's country, it's rock, it's pop. Then you go south, you've got the Latin mix, you've got the Caribbean mix, they're very prevalent markets. So you know, just in Florida alone, it's different and there's so much hybrid music, everything is interbred with one another you know. It's hard to find pure breeds of anyone kind of music anymore, everything is truly one genre. But you know some of the biggest stuff in the world is several styles together. (Entretien du 16 janvier 2016 – 5).

Le caractère de la *surf music* floridienne tel qu'il est décrit par Lance-O est d'une telle variété qu'il en devient pluriel. La structure même de la musique reflète la structure de la communauté des surfeurs floridiens : des individus d'origines diverses ayant développé une pratique et une esthétique inclusives du surf et de la *surf music*. L'*ethos* du surf floridien que nous avons dévoilé jusqu'ici montre bien le caractère fluide de la *surf music* qui ne saurait être cantonnée à un style, un lieu, ou une période donnée, au même titre que la culture qu'elle traduit. Bart Kelly, par exemple, éprouve de réelles difficultés à définir de manière exclusive la *surf music* parce qu'il est tiraillé comme les autres sujets entre le besoin de répondre au

paradigme universel de la *surf music* et le besoin de représenter sa propre vision de la musique qui le caractérise en tant que surfeur :

Sometimes it's kinda tricky and it's kinda hard because you play the Ramones, or you play punk rock bands, that has nothing to do with surfing, but it has everything to do with surfing. Because, earlier, you know you would watch videos, if it was skate or surf, once again that's how you were introduced to music, and vice versa, so to me, surf music... I love Dick Dale, I love surf dance, but to me surf music is punk-rock because I grew up through that era in that stage where every video that you watched was a punk rock band playing... (Entretien du 13 juin 2017 – 41).

L'*ethos* du surf tel qu'il ressort à travers la *surf music* est donc celui d'un *lifestyle crossover*¹⁹⁸ fondamentalement intime, créatif, inclusif et optimiste. Il est plus qu'une contre-culture, il est l'affirmation d'un soi qui n'adhère pas forcément au paradigme mais qui propose quelque chose de nouveau et adapté à un contexte singulier. Lors de l'entretien, des clarifications ont été demandées à Sean Slater sur les propos qu'il avait tenus au sujet de la logique de son projet Slater Brothers qu'il définissait comme une « *lifestyle crossover* » :

Sean Slater : Well, I've known nothing but growing surfing my whole life with my family, and I was trying to crossover into you know, basically your family life, not just surfing but fishing, camping and surfing for a foundation... Just to make it simple because I think every family is involved in that.

Chercheuse : In the same article, you said 'Our surfing lifestyle is made up of much more than just surfing, which the majority of Florida and East Coast surfers live in their daily routines...' You did not mention music, but do you include it in the daily routine? Can you elaborate?

Sean Slater : Absolutely, I mean it's like the religious part of it... I think all surfers have their, you know... Music is a huge part of their day. You see guys going on their heats and they're hopping around... I mean, music has always made my hair tingle, even though I don't have much anymore... [rires] It was probably as big a part of surfing as surfing was... Music was such a hobby, you don't even realize how much it means to you. Getting older and then getting into the marketing part of surfing, that's when I really started getting into the inner core of music... I met a lot of bands, I met a lot of successful musicians, and um, you know, then it became... It was amazing. (Entretien de Sean Slater, 7 juin 2017 – 20).

Pour Sean, la musique s'apparente aux aspects spiritualité et rituel du *lifestyle*. Le surf est à entreprendre avec les diverses composantes de la vie d'un *waterman* et avec la musique parce

198 L'expression est empruntée à Sean Slater. Elle définit très justement notre compréhension du *surf lifestyle* et de la *surf music* floridiens constitués grâce au croisement de diverses esthétiques et pratiques culturelles.

que la subculture est un *lifestyle crossover* dont les aspects pratiques, culturels, sociaux et esthétiques sont soumis aux processus de créolisation, conséquence de la mobilité du surf et de la *surf music*. Le chapitre suivant devra nous permettre d'illustrer notre conception de la notion de mobilité telle qu'elle est mise en œuvre dans l'ethno-esthétique du surf et telle qu'elle se manifeste dans l'*ethos* du surf floridien.

Chapitre 7. Contextualisation des mobilités ethno-esthétiques

La problématique du mouvement, de l'enracinement et de la fixité interroge. . . le rapport entre les contraintes structurelles et l'agentivité (*agency*) dans les processus de construction identitaire—qu'il s'agisse des mouvements sociaux ou d'autres formes d'expression et d'intervention collectives, telles les pratiques culturelles, notamment la musique.
(Marche & Vallas, 2016, p. 7).

Le concept d'hybridation culturelle ayant été posé et mis en œuvre, nous pouvons à présent analyser les enjeux de la problématique du mouvement dans la subculture du surf floridien qui rappelons-le ne constitue pas uniquement une pratique sportive mais un ensemble d'expériences socio-culturelles appréhendées dans ce travail à travers la *surf music*. Cela nous conduira de manière logique à mettre en œuvre le modèle des phases d'appropriation culturelle, brièvement décrit dans l'introduction, en le plaçant dans sa sphère conceptuelle. Celle-ci constitue d'une part, les potentialités de mobilité des cultures, et d'autre part, l'appropriation dont elles font l'objet et qui résulte de leurs typologies (des caractéristiques internes des cultures répondant aux besoins de certaines communautés). Afin de donner du sens à ces mouvements culturels, il convient ici de contextualiser la notion de mobilité ethno-esthétique (comprenant le point de départ d'une culture, son parcours et sa réception dans de nouvelles conditions marquées par une esthétique régionale) en revenant sur les processus d'hybridation et de créolisation des cultures afin de mieux comprendre les enjeux psychosociaux des dynamiques d'appropriation des cultures en mouvement et leurs interactions avec d'autres cultures.

7.1 Connexions et distinctions dans le surf et sa musique

Les notions de connexion et de distinction sont essentielles à la compréhension du mouvement des cultures. Il y a contact quand deux entités culturelles, provenant d'une même famille ou pas (musicale, sportive, etc.), se rencontrent, s'entremêlent, créent des points d'ancrage et partagent des points communs. Il y a séparation lorsque deux entités se différencient en se disqualifiant mutuellement, soit parce que les différences sont trop marquées pour être réconciliables, soit parce qu'elles ne le sont pas assez et que l'association n'est pas souhaitable (dans ce cas, les acteurs des cultures chercheront à accentuer les différences, Deschamps & Moliner, 2012). Les notions de connexion et de distinction impliquent donc des mouvements

de rapprochement et d'éloignement. Ces phénomènes sont observables dans la culture du surf à travers les mises en œuvre de la pratique (un espace géographique correspond à une approche) et du mode de vie (un espace culturel définit une aura). Par conséquent, la *surf music* constitue aussi l'un des reflets des mouvements de rapprochement et d'éloignement vis-à-vis de la culture source. Notons que le terme connexion relève de l'identification alors que la distanciation est le rejet de l'appartenance. Au sein des communautés humaines, ces deux notions sont observables dans les discours, les nationalités, les représentations esthétiques et les comportements sociaux tels que les formations de réseaux.

Par ailleurs, nous posons que la préservation d'une continuité des liens spatio-temporels entre une culture source ou originelle et une autre hybride peut passer par le montage d'une généalogie vécue ou imaginée. Pour reprendre les termes de Nicolas Bénard (2009) dans son travail sur les mythologies du hard rock, dans la subculture du surf on observe des emprunts et une intertextualité qui pourraient s'apparenter à des formes de bricolage¹⁹⁹ culturel et identitaire mais qui composent à chaque fois (comme dans le cas du surf floridien) un récit original (p. 65). Ces récits sont comparables à des mythes dont le point de départ, ou le fondement, doit être marqué afin de légitimer un discours en partie imaginé mais vécu comme réel. Bénard (2009) rappelle que pour les mythologues, l'une « des fonctions essentielles du mythe, c'est de permettre l'établissement d'une généalogie afin de se doter d'ancêtres prestigieux » (p. 66). Virgile a donné à Rome une généalogie et un destin à accomplir (ainsi qu'un ennemi mortel) dans le but de coaliser le peuple romain, de lui donner une direction, mais aussi d'inscrire Rome dans l'histoire comme étant la plus grande des nations. Une subculture aussi jeune que celle du surf américain (née dans les années soixante) a dès le départ créé sa propre mythologie à travers une généalogie intrinsèquement liée à Hawaï, et une destinée continentale dont la trajectoire devait être donnée par les Énée et Ulysse californiens, transmetteurs d'un savoir et fondateurs de nouvelles nations. Il n'y a pas une mais des mythologies, et le monde du surf s'est, depuis les années soixante, forgé des imaginaires variés même si tous se rappellent au souvenir du mythe original tel Virgile à Homère. Bénard (2009) souligne que « chaque nation offre son lot d'artistes dont l'imaginaire est profondément enraciné dans l'intimité d'une culture prégnante, avec des revendications identitaires que l'on peut comparer à certaines manifestations nationales (et nationalistes) passées » (p. 66). Alors comme nous allons le voir, la culture du surf a donné vie à des

199 La notion de bricolage est comprise selon la définition qu'en donne Claude Lévi-Strauss (1962) dans *La Pensée sauvage* : « le propre de la pensée mythique, comme du bricolage sur le plan pratique, est d'élaborer des ensembles structurés, non pas directement avec d'autres ensembles structurés, mais en utilisant des résidus et des débris d'événements » (p. 32). Les résidus et débris sont ici directement liés à la prise de distance entre la culture source et la culture hybride. Pour Sayeux (2005), en bricolant ainsi leur univers, les surfeurs créent du lien social et des réseaux d'appartenance (pp. 232-233).

subcultures alternatives dont les discours sont beaucoup plus complexes que le monolithisme dans lequel on serait tenté de l'enfermer.

7.1.1 Révisionnisme : le surf et la *surf music* comme exceptions américaines

Le patriotisme culturel entre en ligne de compte dans les mouvements de connexion et de distinction. L'identification est un sentiment d'appartenance qui se réveille au cours de la relation entretenue avec la (sub)culture à des moments clés pour le participant. Cela peut survenir lors de compétitions sportives où les individus appartiennent à un groupe qui les représente et qu'ils représentent ; lors de l'avènement d'une entité locale sur le plan national : les individus proches de cette entité (même si ce n'est que géographiquement) revendiquent leur proximité car il s'agit d'obtenir la primeur de l'appartenance. Ce sentiment d'exception fonde la volonté de construire une histoire autour d'une singularité ou d'une exception, ici le surf et la *surf music* comme exceptions américaines. L'histoire est un récit construit à partir de moments choisis que l'on souhaite raconter en fonction de leur pertinence toute subjective. C'est pourquoi il faut parler d'histoires plurielles parce qu'un choix est forcément opéré en fonction des volontés de ceux qui les construisent et qui concerne la quantité d'information, leur qualité et la manière dont ces informations sont présentées. En cela tout historien est un révisionniste car personne ne peut se targuer de pouvoir reproduire une réalité passée sans la moindre altération (volontaire ou pas), selon les mêmes conditions spatiotemporelles et sans intentions. L'histoire du surf comme exception américaine née à Hawaï, élevée en Californie et adoptée dans le reste du monde est elle aussi une révision, une conjecture solidement ancrée dans la pensée collective. Dans son entretien, Ricky Carroll explique qu'il existe d'une part des différences de perception sur ce qu'est la *surf music* entre la Californie et la Floride et d'autre part que la Californie a imposée sa légitimité comme État du surf très tôt en utilisant entre autre les *surf bands* comme propagateurs de cette image : « If you asked most Californians, especially older guys, what's surf music you know, they would say Jan and Dean, and Beach Boys. . . . They introduced surfing to the rural America, and to the rest of the world. They introduced it more so than surfers did » (Entretien du 13 juin, 2017, p. 7). Il convient alors d'interroger ce consensus et de déterminer les liens qu'entretiennent les surfeurs floridiens avec cette histoire qui les stigmatise ou les oublie, afin de redonner à la communauté sa place dans l'histoire du surf.

Le surf et la *surf music* sont, dans l'imaginaire commun, historiquement américains. L'image du surfeur renvoie à la Californie et au grand blond athlétique des années soixante jusqu'à nos jours. C'est celle qui est décrite dans les films américains, c'est le rêve qui est vendu par les grandes marques du surf mais aussi par tout industriel utilisant le surf comme arrière plan

marketing à l'instar de Coca Cola ou Apple (Brower, 2015). L'histoire du surf et de sa musique est à cet égard similaire à l'histoire d'autres mouvements culturels populaires américains tels que le jazz ou la musique country : on leur confère le statut d'exceptions américaines²⁰⁰. Dans l'esprit commun, si l'artiste country n'est pas américain alors il n'est pas authentique et il devient une exception qui nécessite l'attribution d'une épithète comme la country française, chinoise, etc. La *surf music* pose le même problème car elle est intrinsèquement californienne, donc américaine. L'histoire classique de la *surf music* se concentre en général sur les contributions de Dick Dale, des Beach Boys ou de Frank Zappa, et ce discours idéalisé sur des artistes iconiques est l'un des facteurs qui a contribué à mettre en forme le canon bien établi de ce prétendu style. Même des artistes surfeurs comme Ricky Carroll adhèrent malgré eux à ce consensus. En effet, la norme dictée par un imaginaire commun substitue son discours à Ricky Carroll qui ne considère pas les deux groupes dans lesquels il joue comme des *surf bands* parce qu'ils ne correspondent pas au label imposé par une certaine pensée américaine de ce qui constitue la *surf music* :

Classic rock and blues never really was considered surf music. Some of the alternative stuff was if you look back at the old surf videos and stuff, a lot of it is you know, ASG, and Pennywise²⁰¹... It was you know a lot of punk in the early surf videos so you can classify that as more surf music than classic rock.
(Entretien de Ricky Carroll, 13 juin 2017 – 23).

Dans son discours, le surfeur emploie la voix passive qui désengage sa propre opinion et replace la conversation dans un passé révolu. Sans avoir procédé à un auto-examen de ses propres pratiques, Ricky Carroll s'exclut d'une classification historique qui comme nous l'avons vu en première partie ne correspond plus à la réalité de la *surf music* contemporaine. Or pour sortir du monopole historique, il faut sortir du consensus à son sujet. Les discours romancés sur l'espace d'influence du mouvement ont renforcé la position de la *surf music* dans une rhétorique de l'authentique aussi fortement ancrée dans des espaces géographiques tout aussi iconiques que le style : la Californie, en particulier Huntington Beach. Nous contestons ici le discours qui consiste à géolocaliser et ethniciser de manière exclusive une provenance unique du surf et de la *surf music* pour leur attribuer des espaces multiples et tout aussi légitimes. Si les stéréotypes permettent de dire « je sais », nous tentons de dépasser cette connaissance consensuelle et superficielle. Alors dans ce travail, nous revendiquons un nouveau discours révisionniste dans la mesure où nous considérons que l'histoire croisée du

200 Ces affirmations sont basées sur mes recherches de Master 2 qui proposent une ethnographie de la culture country en Floride.

201 ASG est un groupe de métal originaire de Caroline du Nord. Pennywise est un groupe de punk rock originaire de Californie. Ce dernier semble particulièrement populaire parmi les baby-boomers et la génération X.

surf et de la *surf music* s'est faite sur la minimisation, voire la négation d'enjeux pré- et post-histoire californienne. Ainsi, le nouveau moment révisionniste est nécessaire parce qu'il existe une image canonique du surf et de la *surf music* qui peut être déconstruite pour révéler la richesse de ces deux phénomènes. La country comme l'un des exemples les plus flagrants d'une mémoire nationale exclusive illustre aisément ce propos. En effet, il y a une notion d'anticipation dans la nomenclature : il n'est pas nécessaire de préciser country américaine ou *surf music* californienne/américaine car cela est implicite, c'est ce que l'on attend de ces termes²⁰². Alors, il y a un besoin clair pour les deux entités de s'autoriser à reconnaître la créativité des autres, par les autres. C'est ce que fait Sean Slater lors de son entretien : « Australia has better surf music than we do. I think, I mean they always did. They had a band called Rose Tattoo that I really loved » (entretien du 7 juin 2017 – 21). Toutes sortes de parallèles peuvent être faits dans des situations où une entité s'affirmerait comme autorité légitime et dominante sur toute autre entreprise créatrice. Le cas des femmes dans le monde artistique du début du XX^e siècle est un autre exemple. Ces dernières, à l'image de Camille Claudel ne pouvaient pas émerger en tant qu'artistes indépendantes sans la tutelle masculine de l'univers artistique. Le surf et la *surf music* demeurent sous la tutelle mémorielle de la Californie et des États-Unis. Par ailleurs, le problème rencontré par les postures alternatives est qu'elles restent fondamentalement inscrites ou insérées dans les discours stéréotypés dominants. Aux États-Unis, la Californie a pris le monopole du discours du surf alors la Floride doit s'émanciper de ce modèle dominant de la même manière que d'autres communautés sans liens géographiques ou ethniques avec les États-Unis ont pu le faire dans le reste du monde (nous pensons notamment à l'Île de la Réunion où ni la langue, ni l'histoire, ni les pratiques culturelles ne sont rattachées à l'histoire du surf ou de la *surf music* américaine).

Au delà de la création d'un mythe américain (parmi tant d'autres), il est important de noter que dans cette société capitaliste, l'histoire a une valeur marchande dont les industriels ont bien compris l'impact sur les consommateurs. Du point de vue des entreprises, il s'agit de mettre à profit cette histoire pour distinguer deux types de marchés : la vente de produits fonctionnels (planches, combinaisons, etc.) et la vente de produits de mode et d'accessoires à des non-surfeurs d'où provient la majeure partie de leurs profits. Selon Stranger (2013), « [b]y capitalizing on their historical significance and continuous connection with the subculture, they have been able to ward-off infiltration of the subculture market by 'outside' (mainstream) companies, and also dominate the mainstream market for surf-culture products » (p. 66). Ces

202 Notons que le rap par exemple n'est plus un phénomène exclusivement associé aux États-Unis. C'est pour cela que l'on parle de rap U.S., de rap français, etc. Le surf est global mais son influence reste pensée comme émanant des États-Unis et sa musique n'a pas brisé la carcan de la nomenclature historique : il existe des *surf musics* australiennes, hawaïennes, etc. (selon les sujets) mais ce n'est pas ce à quoi l'on se réfère lorsque les termes « *surf music* » sont énoncés.

compagnies s'imposent comme les acteurs d'une histoire qu'elles ont participé à construire, qui leur confère leur légitimité et qui permet la création de liens entre membres de la subculture, entre non-participants et la subculture, et entre générations afin de garantir une continuité de l'histoire culturelle du surf américain.

7.1.2 Les traditions du surf et de la *surf music* dans les rapports générationnels

7.1.2.1 Transmission de la subculture

Au cours de la recherche, les rapports générationnels sont apparus de plus en plus importants dans la compréhension de ce que cela signifie d'appartenir (donc de faire son entrée puis de maintenir son statut) dans une communauté subculturelle. Les entretiens ont révélé des tensions intergénérationnelles plus importantes pour les participants qu'initialement anticipé. Comme nous l'avons expliqué, quatre générations sont comprises dans les échantillons et si elles entretiennent des liens forts dus à leur proximité géographique, sociétale, etc., certaines distinctions comportementales apparaissent ayant trait à l'image de soi, aux préférences esthétiques, communicatives, discursives et technologiques.

Lorsque l'on conçoit la notion de connexion en termes culturels il faut y voir le passage d'un capital culturel d'une personne à une autre. Les études sur la question de la transmission culturelle montrent que la façon la plus naturelle d'acquérir ce capital se fait d'abord par la voie parentale, puis par le cercle social et enfin par l'environnement, à travers un phénomène géolocalisé dont certains aspects se révèlent attrayants pour l'individu (Fisher, 2010 ; Martinez, 2008 ; Bowerman & Levinson, 2003). La famille est donc le transmetteur le plus fort pour la filiation d'une langue mais aussi d'une (sub)culture. Par exemple, Sean et Kelly Slater ont été plongés dans le surf très tôt par l'intermédiaire de leur père, un surfeur qui possédait un magasin de pêche tenu aujourd'hui par Sean et Skippy. Cependant, lorsque l'on observe la manière dont nos sujets ont été initiés au surf et à sa culture, on se rend compte qu'il existe une grande diversité de parcours et de trajectoires. En effet, tous n'ont pas grandi dans une famille dont les membres étaient des surfeurs mais la majorité a grandi dans un environnement familial dédié à l'océan. Selon Dustin, c'est cette culture et ce mode de vie inculqué par les parents qui déterminent l'entrée dans la subculture du surf. Cela correspond à notre description des surfeurs comme des *watermen* qui pratiquent toutes les activités qui ont trait au milieu aquatique et marin spécifiquement. Dustin explique :

I think the lifestyle that I grew up, it just kinda morphed into that. I think it's not only about being the lifestyle of the surfer, I think it's the lifestyle of a waterman. And so it's feeling comfortable in or and around the water. It's fishing, it's boating, it's the beach water lifestyle... And so yeah, I guess my surroundings influenced

the rest of it, like where I grew up; and I guess I still had to be interested in those things. (Entretien du 10 septembre 2016 – 51).

Quand Dustin était enfant, son père vendait des bateaux, et sa mère a toujours entretenu un rapport affectif avec l'océan et ses symboles comme les sirènes, les coquillages ou encore l'architecture (leur maison, à laquelle la mère se réfère toujours en parlant de « beach house », a été dessinée selon les plans d'un phare historique au sud de la Floride). Les *watermen* dont parle Dustin sont d'excellents nageurs, d'avidés pêcheurs, des navigateurs, des admirateurs des paysages nautiques, etc. Dans le cas de la transmission culturelle, le terrain familial était propice à l'intégration d'une subculture nautique telle que le surf. Cela dit, au delà de la famille, le rôle joué par les médias, les amis et l'environnement n'est pas négligeable : c'est à l'adolescence que nos sujets ont été touchés par l'envie de surfer, lorsqu'ils ont vu leurs héros locaux, ces surfeurs si populaires sur les plages et que ces derniers leur ont donné l'opportunité d'essayer. Ces adultes en construction ont été sensibilisés à un monde qui s'offrait à eux, à sa diversité culturelle et au potentiel que cela offrait : une qualification sociale valorisée, une distinction entre parents et enfants mais aussi entre groupes intragénérationnels. Il s'agit là des prémisses d'un marquage identitaire.

En ce qui concerne la musique, les sujets concèdent des différences entre les générations : « Definitely, a generation gap » (entretien de Ricky Carroll, 13 juin 2017 – 24). Mais le propos est modéré par le constat d'une transmission musicale familiale au moins jusque dans la génération des millennials. Ricky Carroll explique :

I just see that because of the up bringing, that a lot of younger millennials listen to their parents' stuff and they go, 'Oh this is kinda cool' and they start listening to you know, Led Zeppelin and stuff they would never have been introduced to if it wasn't for their parents. Because if they were listening to the radio and music on the CDs that they bought, they would never have heard that stuff, so a lot of them do turn to it. There's something about classic rock that's never gonna go away. (*Ibid.*).

Ainsi, selon Ricky Carroll, l'influence des parents peut être déterminante dans les choix musicaux des jeunes générations mais au-delà, il considère que les qualités intrinsèques du *classic rock* en font une musique atemporelle. Notons que dans ses propos, Ricky Carroll contredit la définition consensuelle qu'il avait donné de la *surf music* en amont en disant qu'elle ne pouvait provenir du *classic rock*. Cela vient appuyer notre argument selon lequel l'histoire peut influencer le discours d'une personne pourtant au cœur de la construction de la subculture dont il fait partie.

7.1.2.2 Rupture

Si certains de nos sujets ont été mis en contact avec la subculture dès leur enfance par le biais de leurs proches, d'autres comme Bart Kelley, l'animateur d'Endless Summer Radio, sont allés chercher ce rêve loin de leur famille. Originaire de l'Indiana, il fait partie de ceux qui ont découvert le surf à travers la médiatisation des Beach Boys. Il décrit son introduction paradoxale au surf ainsi : « It's kind of ironic even being here [en Floride]. Growing up in the Midwest, you watch it on TV, you watch the magazines, you want to live it so much but you can't because you're in the middle of nowhere » (entretien du 13 juin 2017 – 12). C'est durant l'adolescence que Bart Kelley a développé des affinités avec une pseudo culture du surf en travaillant dans un surf shop dans le centre du pays : « so when I was a teenager, I worked at a shop called Aloha, which was our skate shop but it was also a fake surf shop in a way. We even had a surfboard there which I could never really figure out why » (*ibid.*). Notons que le nom de la boutique est un terme hawaïen qui constitue l'un des stéréotypes les plus prégnants du surf dans sa globalité. *Aloha* est un mot aussi bien associé à Hawaï (c'est une marque d'affection et d'accueil) qu'à une certaine aura du surf. Comme les Beach Boys, le terme *aloha* est l'une des marques déposées du surf qui a permis à plusieurs générations de non-surfeurs de s'identifier au *lifestyle* malgré la distance physique avec les espaces dédiés. Bart Kelley explique aussi qu'il conçoit son expérience dans ce magasin comme un signe avant-coureur de ce qui allait advenir :

But the ironic thing is that we sold all the Locomotion stuff, and then the first day that I came here... Ricky Carroll shaped all the Locomotion's boards, so it's kind of ironic that a 16 year old kid from Indiana had a dream and then when he finally moves to Florida, he goes to the shop that actually makes the boards that he's always looked at his whole life. So, it was meant to be. (*Ibid.*)

Ricky Carroll fabriquait les planches Locomotion, et l'un de ses modèles était exposé dans la boutique Aloha. Pour l'adolescent qu'était Bart Kelley, cette planche était porteuse d'un imaginaire du surf qu'il avait construit pendant des années avant de pouvoir travailler aux côtés de son modèle, Ricky Carroll.

Au delà de la non-transmission familiale du mode de vie, il convient de distinguer celle qui s'opère au sein même de la subculture d'une génération à une autre. Dans les entretiens, les sujets des générations antérieures à la Z pensaient déceler un écart d'ordre esthétique entre leurs préférences musicales et celles des plus jeunes. Dustin, un millennial, explique :

I think it's changed a lot. I think, I feel like younger kids have gotten further away from the traditional surf related music, the kind of Sublime type of music, and they've gotten to more urban music and especially like the electronic stuff... Some

of the kids are in EDM [Electronic Dance Music] and dub step²⁰³ and things like that. (Entretien du 10 septembre, 2016 – 43).

Pour Dustin, comme pour une majorité de surfeurs pré-génération Z, il existe une musique traditionnellement associée au surf. Dans le terme tradition, il y a l'idée d'une transmission culturelle et esthétique d'une génération à une autre, or selon lui, cette transmission n'a pas lieu avec les plus jeunes. Dustin prend l'exemple de Sublime qui est de façon consensuelle reconnu comme un idéal moderne de *surf music*. Il s'agissait d'un groupe à mi-chemin entre le punk et le reggae. En favorisant une musique plus urbaine comme le rap ou l'électronique, les plus jeunes se démarquent des principes ou de la doctrine de la *surf music* de sa naissance jusqu'à l'avènement de la génération Z. Pour Dustin, toutes les générations précédentes s'accordent sur ce qui peut être intégré à la sphère musicale des surfeurs et qui consiste en des sonorités acoustiques ou électriques mais pas électroniques. Selon lui, aucune identification n'est possible avec la musique dite électro. C'est également l'opinion de Sean Slater qui se sent déconnecté de la génération Z :

Now, I kinda don't understand it so much... I mean I'm 48 now, and since the Pennywise days... Pennywise is still rocking, but... That was it you know. . . . Every surf music video... And then it started changing into this emo rock'n'roll on the world tour . . . I didn't understand it. I think a lot of people didn't understand it, but it falls into a different thing. [Dustin: Now it's gone even further into electronic and stuff.] It's kinda sad, it's strange, you know, but it's probably not strange to them at all! I think I just grew out of that but when I hear that, I don't think of surfing at all, you know if you pop in some surfy pop rock. . . . I don't wanna cry before I go surfing, and I don't wanna have some guy yell at me in that rap, you know! (Entretien du 7 juin 2017 – 26-27).

À l'instar de Dustin, Sean Slater dit ne pas comprendre le décalage entre les plus jeunes et le reste des surfeurs. Qu'il s'agisse de vidéos ou de compétitions, ce qu'il considérait comme la norme esthétique était marqué par des influences rock, punk, reggae qui traduisaient à la fois une approche de rébellion vis-à-vis de l'autorité, avec Pennywise, mais aussi une vision positive du *lifestyle* à travers le reggae. Selon Sean, la tradition musicale se voit aujourd'hui remplacée par une esthétique plus dramatique exacerbant des émotions négatives relativement aux standards des surfeurs des générations précédentes : le rock emo provient du hard rock des années quatre-vingt et propose des textes personnels voire confessionnels qui exposent ouvertement les émotions intimes des artistes. C'est la raison pour laquelle Sean dit ne pas vouloir pleurer avant d'aller surfer. Le rap, quant à lui, est perçu comme une expression

203 EDM et dub step sont deux types de musiques électroniques. La première est une catégorie assez large qui englobe un large éventail de musiques électroniques. La deuxième est caractérisée par l'accentuation des basses.

musicale trop agressive et en séparation complète avec ce que cela signifie d'appartenir à la subculture floridienne. La Space Coast n'est pas un espace hyper-urbanisé, et comme les questionnaires le montrent, les jeunes surfeurs interrogés ont tous été élevés dans un environnement axé sur le *beach lifestyle*. Ce décalage s'explique selon Britty par l'omniprésence des nouvelles technologies de la communication dans la vie des nouvelles générations dès leur plus jeune âge :

I think it's just a matter of technology and how it influences our lives and what we're exposed to. I think a long time ago, your influences was what was played on the radio and who played in your town and that's who you knew of. . . . Now I think that our younger generation is getting more influenced by that, by you know, the Instagram and what's this and what's that, you know. It's taking away a little bit from like the natural sense of things. (Entretien du 15 juin 2018 – 19).

Selon l'idée de Britty, le réservoir quasi infini de ressources disponibles sur les réseaux sociaux permet aux jeunes de se créer un répertoire plutôt que d'être restreint à des options sélectionnées par des intermédiaires musicaux régionaux. Par ailleurs, la *surf music* n'est pas le seul aspect de la subculture à connaître une rupture d'ordre générationnelle puisque selon Ricky Carroll, l'emploi de différents types de planches reflète les pratiques de certaines générations. Pour lui, ces choix ne sont pas nécessairement fondés sur des raisons techniques valables mais découlent d'un besoin de différenciation entre générations. Il s'agit d'un phénomène de distinction entre les jeunes et les anciens que Ricky décrit ainsi :

It's changed you know, over the years, it went from longboards to shortboards to too short a board, too long of a board, too high performance, and then it gravitated back to boards that are a little more user friendly to most people. And if you're younger, you won't agree that that midsize board is probably the best board because you wanna ride a shortboard, you wanna do this. But if you're anywhere over 26, 27 years old, the best board for here on the east coast is half of that, some type of mid-range board or even a small longboard that you can ride all days as opposed to just some days. (Entretien de Ricky Carroll, 13 juin 2017 – 66).

Les *shortboards* sont plus populaires chez les jeunes car ils sont plus médiatisés. Ce sont les petites planches techniques qu'utilisent les professionnels lors des compétitions. Peu importe le niveau ou le type de vague, pour Ricky Carroll, une majorité de surfeurs de la génération Z veut pouvoir s'identifier à ses idoles et surfer avec les mêmes planches non adaptées à la Floride. Lorsque des individus plus âgés s'attachent à ces modèles de planches, c'est selon Ricky Carroll, pour démontrer aux autres participants qu'ils peuvent encore le faire :

There are a lot of guys out there, my age, who are struggling riding these little performance shortboards and all they're doing is trying to hold on to their youth.

It's all they're doing. They're doing nothing for their surfing, they're doing nothing for their fun. All they're doing is saying, 'look at me, I can still ride a shortboard, I'm not an old fat guy yet,' but they really are and they really should be on a bigger board but they just can't admit it. (*Ibid.*)

Ce comportement est révélateur de deux phénomènes : premièrement, certains individus refusent d'adapter leur style à leur nouvelle condition et développent une nostalgie d'un vécu révolu mais réel ; deuxièmement, il existe un besoin d'identification à un courant de pensée hégémonique qui ne correspond pas aux besoins pragmatiques et singuliers des surfeurs floridiens. En d'autres termes, dans cette conception du surf que nous tentons de déconstruire, la *surf music* considérée comme authentique se doit d'être en lien avec une esthétique californienne, et la pratique du surf se doit de correspondre aux canons stylistiques des grands lieux du surf dont la Floride ne fait pas partie. Ce constat nous impose d'approfondir à présent les notions de nostalgie culturelle et de pouvoir hégémonique responsables de la prégnance d'une idéalisation d'une certaine culture du surf.

7.2 Nostalgie culturelle, pouvoir hégémonique et nouveaux canons du surf

7.2.1 Idéalisation d'une culture et monopole historique de la Californie

L'histoire de la culture du surf est une construction continue dans l'espace et le temps. Chez les sujets interrogés, la conscience de cette histoire est marquée par deux moments distincts : dans un premier temps, ils font état d'une filiation culturelle du surf qui remonte jusqu'à l'avènement de la pratique aux États-Unis et à ce que cela signifiait de devenir un surfeur (se libérer de certaines contraintes sociales et vivre un mode de vie alternatif). Ainsi, les sujets se réfèrent aux états de la culture du surf des années soixante aux années quatre-vingt comme des points d'ancrage où les valeurs idéologiques, morales et esthétiques du surf auraient été construites. Dans un deuxième temps, cette filiation culturelle se transforme en tradition culturelle marquant un rejet du monopole californien et de l'attitude de ses surfeurs, ainsi que le rejet de tout système allant à l'encontre des valeurs traditionnelles de la culture du surf : la surconsommation, l'exploitation de la planète, mais aussi les formes musicales en rupture avec l'esthétique locale. Ainsi les sujets reconnaissent les liens historiques qui les unissent à la Californie, mais tous mentionnent les divergences pratiques et esthétiques qui se sont développées entre les deux États. L'exemple des Beach Boys exprime ce paradoxe qui semble persister. En effet, bien que les sujets ne soient pas convaincus que les Beach Boys représentent les surfeurs ou la *surf music*, aucun d'entre eux n'en rejette catégoriquement l'idée car ils accordent une certaine valeur au fait que le groupe ait contribué à disséminer la culture. Ainsi c'est à travers les productions formelles et esthétiques émanant de la Californie

que beaucoup d'individus comme Bart Kelley ont découvert le surf dans des endroits où la pratique était impossible comme dans l'Indiana :

So if you live in California, and you live in Florida, and you listen to the Beach Boys, that's one thing. But when you live in the Midwest and that's the introduction to that lifestyle, that's everything. So even if they never surfed or even if they weren't surfers, you hear it on the radio, they're surfers, they're the most famous surfers in the world, because that's all we talk about. You learn their lifestyle through their songs. (Entretien de Bart Kelley, 13 juin 2017 – 36).

Dans les lieux où le surf se pratique, différentes approches et formes d'expression ont pu se développer, mais dans les régions où le surf n'est arrivé que par voie médiatique, les entités les plus médiatisées ont constitué une représentation étroite du surf, une forme d'épitomé du *surf lifestyle* comme le furent les Beach Boys pour Bart Kelley. Par ailleurs, selon leur idée de la culture du surf, une majorité de sujets et d'enquêtés a exprimé des frustrations sur les évolutions récentes de musiques sollicitées par les jeunes surfeurs ou utilisées dans les nouvelles vidéos. Nous posons qu'il s'agit là d'une nostalgie culturelle qui est le résultat de l'éloignement temporel de l'existence du surfeur originel et des valeurs qu'il représente. L'ancrage idéologique et esthétique dans le surf californien de la deuxième moitié du XX^e siècle demeure pour les surfeurs floridiens un repère à partir duquel ils ont pu construire leurs propres conceptions du surf et de sa musique. On peut penser que la génération des millennials est la dernière à avoir été en contact avec les baby-boomers qui leur ont transmis un savoir d'une histoire qu'ils ont construite eux-mêmes alors que la génération Z a construit sa connaissance du surf grâce aux réseaux sociaux dont la culture ne repose pas sur un regard vers le passé mais sur l'enchaînement de faits et de tendances qui se succèdent à un rythme effréné. Notons qu'une génération peut faire preuve de nostalgie déplacée. C'est ce qui se produit chez beaucoup des millennials qui expriment ce sentiment envers un temps qui n'est pas le leur lorsqu'ils se réfèrent à des légendes du surf des débuts, à des films anthologiques ou encore à des artistes des années soixante ou soixante-dix.

La nostalgie culturelle peut ne célébrer qu'un aspect de la culture. Par exemple, beaucoup de groupes ayant joué au Sonny's Porch comme Jacuzzi Boys, Nude Party ou The Growlers reproduisent l'écho du son réverbéré²⁰⁴ privilégié dans la *surf music* historique. Cela plonge les générations X et Y dans un passé imaginé comme étant commun à celui des baby-boomers. Dès lors l'effort de distanciation d'avec la Californie ne peut être que relatif car jusqu'à présent, l'ancrage idéologique et esthétique a permis à la Californie de garder le monopole de

204 L'effet de la réverbération se produit quand les sons rebondissent sur les surfaces d'un espace en causant la répétition de ce son mais de manière si intriquée qu'il est difficile d'interpréter les répliques comme étant des sons successifs (Pearsall, 2017).

l'histoire du surf et de la *surf music*. Ainsi, la nostalgie culturelle est responsable de deux mouvements hégémoniques : le premier dominé par la Californie dans la mesure où elle maintient dans l'imaginaire collectif une suprématie culturelle ; et le deuxième qui englobe la culture du surf dans une relation de résistance avec ses expressions subculturelles. Selon Ricky Carroll, l'hégémonie californienne a depuis toujours forcé les surfeurs floridiens à innover pour exister :

There's a lot of talented guys around here [en Floride] who know how to do good boards. I think it's because it started way back in the days with guys like Dick Catri, . . . and the guys that followed. The bar was set very high, very early and the reason that was, it was because as east-coasters, we've always fought the stigma that California is the golden child and they knew how to surf and build surfboards, whereas the guys on the east coast are a bunch of kooks and we don't know what we're doing. (Entretien de Ricky Carroll, 13 juin 2017 – 28).

La distinction floridienne de la subculture ne se résume pas à la pratique ou à la construction du matériel et doit être considérée dans son ensemble en tant que mode de vie qui trouve son expression dans les pratiques esthétiques mises en place par les sujets sans qu'eux-mêmes s'en rendent compte : comme nous le développerons dans cette partie, les sujets sont eux-mêmes musiciens (Ricky Carroll, Britty, Sean Slater), D.J. (Bart Kelley, Lance-O), ils construisent la scène live (Dustin), ils entretiennent des influences soniques régionales caribéennes.

7.2.2 Les réseaux sociaux : construction d'un nouvel idéal du surf

L'ancrage de la mémoire floridienne du surf dans un passé californien idéalisé, est le résultat de récits écrits, audios et visuels transmis par le biais de médias traditionnels. Mais il faut aujourd'hui prendre en compte les nouvelles conditions de propagation et de pérennisation des pratiques culturelles qu'offrent les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram. En effet, qu'il soit dans les faits un participant actif ou un poseur sachant manipuler les images, tout individu peut contribuer à la construction d'un récit du surf qui a ensuite le potentiel d'être imité, reproduit, partagé avec un maximum d'utilisateurs dans un minimum de temps. Avec la simple utilisation d'images et de hashtags, Facebook, et surtout Instagram fabriquent des histoires : celles de leurs utilisateurs, mais aussi celles des cultures dont ils se revendiquent. Alors il ne faut pas céder à la tentation d'une uniformisation de la mémoire culturelle et des identités qui en découlent. L'observation des réseaux sociaux permet d'anticiper sur l'histoire qui se construit aujourd'hui et qui pourrait être le moment nostalgique de demain.

Comme nous l'avons vu dans l'objectivation des données issues des réseaux sociaux, ces derniers font ressortir l'existence d'identités publiques et privées qui peuvent être dissociées. L'image et l'individu peuvent ne pas correspondre en tous points. Les conventions sociales

influencent certaines couches de l'identité publique qui sont pour les individus un moyen de marquer ce qui deviendra la nouvelle mémoire culturelle. Les communautés de hashtags sur les réseaux sociaux apportent en cela des informations sur les communautés d'appartenances et les représentations qui s'y rattachent et marquent des tendances de manière continue, dont certaines deviennent permanentes. L'utilisation des réseaux sociaux par les surfeurs et les artistes leur permet de créer leur propre mémoire : par exemple, en répétant dans chacune de leurs publications les hashtags #surfmusic, #surfergirl, #runyogasurf, une communauté de surfeuses créent une histoire personnelle rattachée à celle du groupe. Il s'agit de celui des femmes qui vivent le *lifestyle* qu'elles ont redéfini dans l'affirmation du genre féminin et selon leurs propres valeurs, celles du yoga, du bien-être et de la musique. Ces hashtags renvoient à des communautés virtuelles dont certaines deviennent la norme même si *de facto* elles ne reflètent qu'une réalité souvent partielle ou embellie. Les réseaux sociaux sont aussi utilisés par des débutants ou des poseurs dont le manque de connaissances de la culture reste aussi évident sur la plage que dans leurs tentatives de mettre en valeur des expériences qu'ils considèrent valables. Dustin explique que pour un vrai surfeur, les détails de ces publications ont valeur de distinction : « Their Instagram page is just kook slam, just people learning, and it's videos of them wrecking themselves in the shore breaks and putting on wetsuits backwards and putting in fins backwards and funny stuff like that » (entretien de Dustin, 10 septembre 2016 – 71). Les poseurs utilisent le matériel et les codes de la culture avec maladresse en se mettant en scène dans des situations dramatisées. Le but de ces publications est rarement l'auto-dévalorisation de la personne mais il consiste à mettre en valeur une image de soi perçue comme positive et authentique du point de vue du poseur.

Les artistes construisent eux aussi leur histoire sur les réseaux sociaux. Cette construction peut avoir lieu après l'avènement d'un groupe ou d'un artiste, voire de manière *post mortem*. C'est le cas du groupe Sublime tant apprécié des surfeurs. Le chanteur, Bradley Nowell est décédé d'une overdose en 1996 mais il existe une page Instagram officielle dédiée au groupe et qui célèbre l'artiste comme s'il était encore vivant en publiant des photos de sa vie publique et privée. Cette année 2018 marquerait son cinquantième anniversaire et les éditeurs de la page demandent aux fans de participer à la célébration en interagissant avec eux. Il se construit ici une mémoire du chanteur et du groupe mais aussi un ancrage dans le présent et une projection dans le futur. En effet, on peut lire les commentaires de certains membres du groupe : « No one could've told us that by the time we were 50 we would still be played on the radio every day and America's number one band! Cheers and Happy Birthday my friend! Miss you brother – Bud Gaugh » (Sublime, Instagram, 18 février 2018). Bud Gaugh était le batteur du groupe dissout depuis la mort de Nowell. L'utilisation des réseaux sociaux permet ainsi aux

artistes de ne plus disparaître en entretenant une relation avec les fans et en redonnant vie à des moments passés comme s'ils constituaient un présent sans fin.

7.2.3 Consumérisme et principe d'inclusion relative dans la construction mémorielle du surf

Afin de mieux appréhender les enjeux soulevés par la question d'une prise de distance entre des formes de nostalgie culturelle, de pouvoir hégémonique et de canons du surf émergents globalement, il est essentiel de développer les aspects de la culture plus largement façonnés par le contexte capitaliste américain à partir duquel elle a pris un essor global. La rapide expansion du surf aux États-Unis et dans le reste du monde dès les années soixante (Cooley, 2014 ; Booth, 2004) a contribué à créer un stéréotype du monde du surf qui fait le portrait d'une culture qui serait donnée à ingurgiter par les consommateurs passifs d'un mode de vie à fort potentiel marchand. Mais bien que les industries de la culture et du sport, ainsi que les médias aient capitalisé sur le *surf lifestyle*, il existe des communautés de surfeurs authentiques localisées qui négocient avec ces industries et qui protègent leur vision de la subculture. Pour Wheaton (2004), « In these subcultural spaces, participants do not resist materiality, but contest the discourses about commercialization, regulation and control, and importantly about who has power to define and shape those discourses » (p. 21). Alors que le partage d'une expérience pratique et idéologique commune détermine une forme d'authenticité, la consommation de masse des biens et des valeurs l'inhibe. Les communautés de surfeurs qui se sont développées autour du globe protègent leur expérience à travers leurs modes de représentation, de production, de consommation et d'identification aux produits et *pop cultures* dérivés du surf. Ces communautés de résistance défendent une forme d'authenticité de leur subculture à travers leurs choix musicaux par exemple. Elles peuvent être localisées comme celle de Cocoa Beach, qui négocie les critères de légitimité et d'authenticité d'un discours surf à travers son implication dans le contrôle des commodités et de leur usage, le contrôle des symboles, des représentations et des codes esthétiques (un point que nous développerons en quatrième partie).

Alors que le surf a évolué depuis son arrivée sur les côtes californiennes dans les années vingt, il est devenu un produit marketing profitable tout en devenant aussi contrôlé par les organisations en charge des compétitions comme nous l'avons. La subculture semble être passée d'un phénomène émancipatoire revendiquant une résistance contre *l'establishment* à une tendance *mainstream* qui s'est inscrite dans le capitalisme pour mieux s'étendre. Cette tension entre le potentiel marketing et la préservation d'une forme culturelle indépendante soulève la question de savoir si une subculture meurt une fois qu'elle s'est laissée absorber par le système. Ce à quoi nous pouvons répondre que le surf est comme la musique et

spécifiquement le rock'n'roll. Afin d'améliorer une image négative et de s'ouvrir au monde, les deux subcultures ont appris à promouvoir et vendre leurs produits de manière à ce que les corporations puissent produire, publiciser, sponsoriser et échanger ou vendre des acteurs des deux mondes comme l'on ferait de tout produit. Dès lors, le surf s'est peut-être en effet éloigné de ses racines rebelles en s'exposant à la consommation de masse mais s'il voulait survivre, il fallait s'adapter et faire un compromis avec l'ordre établi et la société hôte. Les grandes marques du surf comme Quiksilver créée en Australie, ont accompli leur but de domination du marché en passant de l'alternatif au *mainstream* et en se concentrant plus sur les affaires que sur le *lifestyle*. Mais cela ne signifie pas que tous les consommateurs de ces grandes marques sont des poseurs ou que Quiksilver ne s'adresse plus qu'à eux. Ajoutons que comprendre les règles du marché ne fait pas nécessairement diminuer les aspirations originales liées au surf car si la capacité de résistance réside dans la compréhension des règles du marché, alors les cultures populaires mais aussi les subcultures peuvent en faire un Cheval de Troie pour demeurer au cœur des affaires et dicter les règles de l'intérieur (ainsi que le font les sujets de cette étude). Le seul écueil à éviter pour ces compagnies est de trop donner dans le *mainstream* et plus assez dans le spécialisé. Or il y a de fortes raisons de penser que les acteurs locaux, conscients des effets d'un modelage culturel par les normes *mainstream*, ont su jouer un rôle de préservation d'un *surf lifestyle* authentique.

Rappelons que le surf en Amérique continentale n'est pas né d'une tradition ancestrale mais a été importé d'Hawaï pour des raisons commerciales, puis les Américains l'ont accaparé, l'ont reconstruit, l'ont produit, vendu et consommé. Les médias ont rendu populaire les termes « alternatif » et « sports extrêmes » et ont vendu un rêve à ceux qui ne pouvaient pas se permettre le mode de vie exotique. La référence que fait Glidden (2002) aux boutiques de surf à New York et Singapour sont sur ce point très parlante. Dans le monde du surf, les clients de ces boutiques, « les poseurs » (Beal & Wilson, 2004, p. 34) ne se mettent pas à l'eau pour surfer mais consomment plus que les surfeurs eux-mêmes : ils achètent les produits, regardent les compétitions X Games ou Triple Crown of Surfing à la télévision, ils vont aux concerts, etc. Ils sont passifs en termes de participation à l'activité du surf mais ils sont des consommateurs actifs dont la réalité dépend de l'existence de surfeurs authentiques et de leur mode de vie. Ces surfeurs authentiques sont les figures légitimes de l'industrie du surf et ce sont eux qui déterminent les codes du surf ce qui, d'une part, permet aux consommateurs *mainstream* de maintenir l'une de leurs identités sociales, et d'autre part permet aux distributeurs de légitimer leurs produits. Le consensus semble suggérer que le marché du surf *mainstream* propose une version standard facilement digérable du *surf lifestyle* dans lequel il n'y aurait plus de créativité et de distinction. Or comme le montre ce travail, un produit dérivé du surf comme la musique ne manque d'authenticité que si les surfeurs ne peuvent s'identifier

à lui car il est dépourvu de l'idéologie et de l'expérience commune des participants. Plus les surfeurs sont impliqués dans l'élaboration et la promotion d'un produit, plus authentique ce produit devient. Les poseurs ne font peut-être pas la distinction entre folklore et authenticité, mais toute personne inscrite sur le spectre d'implication de pro-surfeur à *weekend-warrior* est en mesure de porter un jugement valide relatif à sa position. En outre, les universitaires soulignent l'importance de la créativité de la culture du surf (Wheaton, 2004, p. 3). Cette qualité intrinsèque est la preuve de l'innovation, des ressources et du caractère entrepreneurial des membres actifs du monde du surf. Au delà du marché et de l'appropriation par les médias d'une certaine image du surf, il existe toujours une forme d'indépendance qui permet aux surfeurs de persister alors que des marchés qui ont perdu leur indépendance apparaissent mais disparaissent aussitôt. Les surfeurs qui travaillent dans l'industrie comme *shapers*, vendeurs, etc. collaborent entre eux pour répondre aux besoins de leur propre demande. En d'autres termes, fournir aux consommateurs *mainstream* leur permet de générer assez de profit pour créer une niche pour eux-mêmes comme l'expliquent Ricky Carroll et Bart Kelley et comme nous avons pu l'observer avec Sun Bum. Cette stratégie de marketing bilatérale met les surfeurs au cœur des décisions et leur permet une autodétermination qu'il fallait aborder à ce point de la recherche afin de justifier de la singularité de la communauté de Cocoa Beach.

Les communautés de surfeurs hautement impliqués permettent à la subculture de négocier avec le *mainstream* et de lui résister tout en créant des opportunités pour les surfeurs. Sun Bum par exemple, est devenue une compagnie valant plusieurs millions de dollars mais son succès est en partie dû au fait que des surfeurs locaux ont été embauchés pour gérer l'entreprise, mettre en place les événements comme Sonny's Porch, créer puis vendre des produits imaginés par les surfeurs pour les surfeurs. Sun Bum est validé par les surfeurs locaux parce que la marque a réussi à trouver cet équilibre entre *mainstream* et *specialty* en créant deux lignes de produits (« Signature » créé pour les surfeurs, testé et approuvé par eux, et « Original » qui vise les utilisateurs conventionnels comme les familles et les visiteurs des plages) et en sponsorisant des « petits surfeurs » locaux non professionnels. À travers le nom Sun Bum, cette compagnie originaire de Cocoa Beach s'est construite sur une vision validée par les *vrais* surfeurs tout en exploitant le potentiel commercial de l'image du surfeur sans souci. Ils ont misé sur le côté mode de vie du surf clairement présent dans leurs slogans ; « For those who live and love in the sun » ou « Protect your lazy ass ». Alors si l'image du *beach bum* peut être exploitée par les médias de manière négative, comme aux débuts du surf, cette image est devenue un puissant message marketing pour légitimer la marque. Sun Bum promeut un mode de vie et vend un produit de qualité (selon les enquêtés de cette étude) que l'on retrouve dans les grands hôtels et les boutiques spécialisées. Ces produits ont été validés par les surfeurs tout en créant un marché pour les non-surfeurs. Les notions de connexions et

de distinctions se manifestent ainsi à travers des tensions entre canons du surf traditionnels et nouveaux mais aussi entre des formes d'être et de vouloir-être. Ces tensions sont mises en relief dans la théorie de Mark Stranger (2013) selon laquelle la résistance se fait par incorporation. Son approche décrit les relations entre culture dominante et subculture comme étant dialectique (p. 64). Cependant, notons que bien que la *surf music* ne doit pas nécessairement être créée et jouée par des surfeurs pour être validée par les surfeurs, les produits comme les planches ou les crèmes solaires doivent avoir été conçus selon les connaissances et les attentes des surfeurs pour l'être.

Les points développés jusqu'à présent soulèvent la question du statut des individus qui marquent l'histoire de la subculture dans son passé, son présent et son futur selon la volonté des acteurs de s'inscrire dans ce parcours pour de multiples raisons. La mémoire culturelle se transmet de deux façons : de manière immatérielle, à travers les individus et donc les réseaux familiaux et sociaux ; et de manière matérielle, à travers la constitution de traces tangibles. Ce patrimoine concret relève de l'objet matériel comme les planches mais aussi du contenu médiatique ou artistique comme les chansons ou les articles de magazines. Dans les deux cas, une tension se crée entre une idéalisation *mainstream* de la culture et une réalité plus complexe. Le risque pour la subculture est de se laisser submerger par un vouloir-être distinct de l'être et promu par les entités les plus visibles du point de vue médiatique. On pense encore aux Beach Boys dont l'authenticité ne fait pas consensus chez les surfeurs mais qui pourtant sont inscrits dans la mémoire collective comme le prototype du *surf band*. Paradoxalement, comme le montrent les entretiens, des groupes validés par les surfeurs (parfois surfeurs et musiciens) n'auront jamais accès au statut de *surf band* à cause d'une mémoire de la *surf music* construite sur une interprétation plutôt qu'une pratique. Comme le souligne Mark Stranger (2013) :

The commodification of subcultural style is often theorized in terms of a division between 'authentic' insider producers and mainstream 'appropriators'; between resistance to and incorporation by the dominant culture. . . . Despite surfing style being incorporated into the dominant culture, this model does not fit the surfing subculture. (p. 61).

Le présent est essentiel dans la construction du passé. Si les surfeurs authentiques dont parle Stranger (2013) sont assez puissants au sein de l'industrie du surf, alors ils peuvent garder le contrôle des patrimoines matériel (l'image) et immatériel (le ressenti), et donc de l'histoire de leur subculture. Stranger (2013) explique comment l'hyper marchandisation peut permettre aux industriels authentiques du surf et de la musique de résister à une appropriation culturelle par les courants dominants de consommation :

The process of hyper-commodification, which: (1) creates symbolic boundaries and tokens for the surfing subculture; and (2) markets these symbols to mainstream consumers, reinforcing the boundaries while allowing the consumption of a taste of the surfing aesthetic. Importantly, this commodification has occurred without alienating significant numbers of core surfers. One key element in maintaining the link with core surfers is that the companies supply good-quality functional items (as opposed to purely symbolic goods) that the core accepts as genuine 'insider' products. (Stranger, 2009, p. 66).

Ainsi la nostalgie culturelle endosse la fonction d'ancrage dans la symbolique plus qu'elle n'exprime le sentiment de manque ou la tristesse d'un temps révolu. Le lien d'authenticité entre industrie et surfeurs puis entre surfeurs et subculture est préservé si la dynamique de construction du mémoriel va des surfeurs à l'industrie, non de l'industrie aux surfeurs, ou du *mainstream* aux surfeurs.

7.3 Mobilité spatio-temporelle du surf et de la musique

7.3.1 Mouvements des surfeurs et de leurs pratiques culturelles

Dans ce travail nous avons misé sur l'emprunt de certains concepts développés en sciences du langage et sur leur application à notre objet d'étude. La notion de mobilité telle qu'elle est conçue en sociolinguistique comprend un aspect migration. Il y a dans le terme mobilité l'idée d'un potentiel de mouvement d'entités qui peuvent être déplacées d'un lieu à un autre sans disparaître. En sociologie, la mobilité est « l'aptitude à accomplir ou à subir un certain nombre de changements d'ordre social », c'est aussi « l'aptitude à passer rapidement d'un état à un autre » (« Mobilité », 2012). Dans la migration, ce sont les personnes, les objets, les idées et donc les cultures qui se déplacent spatialement et temporellement pour s'intégrer à un autre système. Le capital culturel est alors transféré d'un point à un autre avec les variations que cela implique. La mobilité peut ainsi être géographique, linguistique, sociale, psychologique, professionnelle ou culturelle²⁰⁵ (Murphy-Lejeune, 2003, p. 11, cité dans Thamin, 2007, p. 64).

Le surf a pu quitter Hawaï et s'implanter dans la société continentale américaine. En s'intégrant à un nouvel ordre social, la subculture a développé son propre langage. En effet, les termes appliqués au surf sont en majorité anglais sur l'ensemble du globe : en France on parle de *line up*, de *cut back*, etc. et l'un des seuls termes hawaïens encore utilisés est *aloha*. La subculture a aussi développé sa propre socialité (ce n'est plus le sport des rois et des reines), sa propre culture (une *surf music* dont les mouvements sont complexes : elle est née en Californie et a migré en se transformant d'un lieu à l'autre, d'un temps à un autre en

205 Lejeune, P. (2003). *L'autobiographie en France*. Armand Collin, Coll. Cursus.

gardant des liens soniques, sémantiques ou mémoriels avec ses origines historiques californiennes). Par ailleurs, la notion de mouvement est clé dans la construction de l'identité américaine depuis la naissance d'une conscience américaine. « Si le mouvement est bien au cœur de l'imaginaire, endogène comme exogène, de l'Amérique, la construction nationale des États-Unis, fondée sur la migration et la colonisation, donne à l'enracinement une place non moins cruciale » (Marche & Vallas, 2016, p. 3). Loin de l'idée ethnique mais au cœur du propos culturel, le mouvement et l'enracinement de la culture du surf sont intrinsèquement liés à la conscience floridienne.

L'histoire de la Floride telle qu'elle a été décrite en première partie laissait entrevoir l'importance de la notion de mobilité dans la construction de l'État du point de vue des cultures qui s'y sont développées. L'avènement des moyens de locomotion, puis de l'internet a permis aux personnes et aux idées de voyager de plus en plus vite d'un point à l'autre du globe. La marchandisation des objets, des idées et des modes de vie a reconfiguré certaines pratiques culturelles comme celle du surf en les déplaçant et en les obligeant à s'adapter à leurs nouveaux contextes. Les frontières physiques (l'océan compris) se sont effacées et paradoxalement les frontières culturelles et idéologiques se sont renforcées comme nous avons commencé à le voir avec la glocalisation du surf. Cette mobilité est marquée par le déplacement de populations et d'idées qui en s'enracinant se sont cristallisées en communautés subculturelles. S'il peut être tentant de parler de diasporas culturelles, nous verrons que le terme de diaspora atteint ses limites dans notre recherche car il implique une distanciation avec le lieu hôte alors que nous insistons sur la faculté d'intégration de la subculture en question²⁰⁶. Par ailleurs, si le mouvement diasporique implique de pouvoir retracer le parcours effectué et les frontières traversées, notre approche de la mobilité culturelle est davantage rizhomatique de sorte que les liens avec une culture souche spécifique ainsi que le parcours effectué ne sont pas nettement marqués. En effet, là où l'hybridité insiste sur la constitution d'un ensemble complexe, hétérogène et multiforme, la diaspora porte l'idée d'un ensemble mobile fragmenté mais plus ou moins uniforme (la migration diasporique ayant un moindre effet sur l'entité mobile, qu'il s'agisse de personnes ou de cultures). La persistance

206 Nous proposons une explication de la notion de diaspora en prenant en compte les débats qui existent autour d'elle. La typologie de William Safran (1991) sert de point de départ à notre définition : les diasporas impliquent la dispersion d'un peuple dans des lieux distincts, la mémoire collective du lieu d'origine, le sentiment de ne pas être accepté dans le lieu hôte, l'idée d'un retour nécessaire vers le lieu d'origine, sa restauration, le maintien des relations avec lui (pp. 83-84). Cependant, comme le souligne Clifford (1994), certains aspects de la définition de Safran (1991) ne répondent pas ou plus aux problématiques de conscience nationale, de résistance à l'assimilation par une prise de contrôle du lieu hôte et de facilitation des transports des personnes et des idées (p. 307). Notre acception du terme diaspora part alors de la définition de Safran (1991) à laquelle nous ajoutons l'idée de frontières qu'un groupe ou une culture se doit de traverser ou de contrôler dans le but de maintenir son identité. La notion ainsi définie ne correspond pas à notre manière d'appréhender les mobilités du surf et de la *surf music* et leur corollaire.

des subcultures dans de nouveaux lieux engendre un brassage de populations et des différences socioculturelles causées par la naissance de nouveaux groupes d'affinités comme celui de surf. Dans le cas de la Floride, trois formes de migrations non-ethniques prennent place : la première concerne des flux de réfugiés du surf, ceux qui comme Bart Kelley ont fui le froid des États du nord pour mettre en œuvre l'imaginaire du *surf lifestyle* qu'ils se sont forgé. La deuxième concerne des individus floridiens vivant du mauvais côté de la péninsule, sur la côte ouest, comme Dustin. La troisième concerne les Floridiens désireux d'explorer les autres vagues du monde comme celles d'Hawaï, d'Indonésie ou d'Australie comme le révèlent les enquêtes et l'échange entre Bart Kelley et Ricky Carroll à ce sujet :

Bart Kelley : To me the funniest thing about Florida is once you're here for so long, then it becomes a Hawaiian thing, everybody from Hawaii is here, everybody wants to go to Hawaii, everybody wants to be a part of Hawaii, to where that culture now... which is the furthest thing in a way... is now part of that, to where, you know, I mean how many people...

Ricky Carroll : I think Floridians would say, if I could go somewhere on a trip, it would be to Hawaii before California. (Entretien de Bart Kelley et Ricky Carroll 13 juin 2017 – 50).

Les surfeurs sont tentés par une migration temporaire similaire à l'exploration d'un lieu de culte d'où l'on revient après un pèlerinage. Des lieux de départ deviennent des lieux d'accueil ou de transit. Les pratiques se déplacent avec les individus et surtout à travers des figures sociales vitrines d'un lieu donné comme Kelly Slater l'est encore pour Cocoa Beach. La mobilité dont font preuve ces individus est une forme de représentation du « voilà ce que nous avons créé », un produit local, une fierté américaine ou régionale qui reprend une culture déjà hybride et l'exporte à son tour comme modèle. Un certain nombre d'enquêtés expliquaient à ce sujet qu'ils étaient fiers de voyager sous les bannières américaine et floridienne qui représentaient un savoir-faire et un savoir-être valorisant à leurs yeux.

7.3.2 Instabilité caractéristique du surf et de la *surf music*

La mobilité des surfeurs et de leurs pratiques culturelles implique nécessairement une modification de la culture globale du surf ainsi qu'une diversification des interprétations des identités du surf. Une première version du surf américain a été créée par la Californie mais comme le soulignent Marche & Vallas (2016) au sujet d'une littérature américaine du XVIII^e siècle qui explorait sa propre identité américaine, « l'identité demeure une notion éminemment mouvante, instable et portée à l'écriture de sa propre fiction, à la création de multiples masques qui ne figent qu'un bref instant le portrait » (p. 10). Comme nous l'avons

vu, l'idéalisation d'une culture californienne du surf dans les mémoires est sujette à interprétations et le surf en tant que pratique culturelle est mobile ce qui lui confère des caractéristiques protéiformes dans la forme et l'expression esthétique. Ces transformations sont observables dans le temps et l'espace, comme l'explique Sean Slater :

Surf music now, it's Jack Johnson and Donovan²⁰⁷. . . . Surf music, when I was younger, was Surf Punks, Hulu Gurus. Before my time actually, Matt Kechele, they would listen to Tom Stillby and Joe Jackson, you know. We started getting into Hulu Guru and all the new wave stuff then that carried us into The Cure and all kinds of stuff but nothing that was really geared towards surfing except for the Surf Punks, basically, we loved them. Or Talking Heads. . . . There was a whole era there for a long time when I was on the road, there was a bunch of bands, so Pennywise, and ASG, and NOFX, the Descendants, Bad Religion. (Entretien de Sean Slater, 7 juin 2017 – 21-22).

Sean décrit la manière dont la *surf music* a évolué dans le temps. Elle ne s'inscrit pas dans un genre unique et apparaît sous des sonorités allant du rock au reggae, etc. Cela permet de penser que les stéréotypes du surfeur et de la *surf music* que nous déconstruisons dans ce travail sont des labels qui permettent une économie cognitive nécessaire à cause de la nature instable de ces deux phénomènes. Ajoutons à cela que le surf et la *surf music* sont constitués en réseaux de discours qui génèrent une certaine connaissance et subjectivité d'eux-mêmes dans des lieux et des moments donnés. Si des canons du surf sont établis, il n'en reste pas moins une certaine indépendance des acteurs qui rend caduque toute tentative d'ancrage de la subculture dans un modèle unique. Les participants en tant qu'individus sociaux qui s'inscrivent dans ces discours sont modelés par eux, mais ils les modèlent aussi dans une relation bilatérale. Ces discours qui s'entrecroisent au sein d'un système comprenant des relations hégémoniques instables deviennent eux-mêmes mouvants. Alors les participants (s'il reste à déterminer leur impact sur les changements à travers le modèle du chapitre suivant), sont en tout cas empreints de rôles d'instigateurs ou de suiveurs à différents moments.

Ajoutons enfin que le propre d'une subculture est d'être à la marge d'un système normé et *a priori* uniforme dans lequel le différent et le spontané seraient contenus ou alors placés à la périphérie de l'idéal social, devenant ainsi des subcultures (Portwood-Stacer, 2013). La nature même du *surf lifestyle* consiste à abandonner toute forme d'activité conventionnelle lorsqu'il y a des vagues. C'est d'ailleurs ce que font tous les sujets de cette étude comme le souligne Dustin : « We got in the industry... We do this because is it the lifestyle. You create a job around the lifestyle » (entretien du 10 septembre 2016 – 14). La spontanéité propre à la culture du surf se traduit par l'émergence d'une multitude de subcultures, sortes de créations

207 Sean parle de son ami hawaïen Donovan Frankenreiter.

originales évoluant selon leurs propres besoins. Ainsi l'accès à la culture, son acquisition et sa maîtrise soulèvent des enjeux de proximités physique et affective sans lesquelles toute transmission échouerait. Bart Kelley semble particulièrement attaché à cette idée :

Now there's a lot more interaction between band and fan. If your mom listened to Franck Sinatra, how many times did she meet him? Zero, you know. If you listen to Agent Orange, how many times do we actually get to see them? Every other year. And it's not a matter of they show up and this and that, they show up, and they party with you and they have fun. So I think that's a huge factor. My daughter is more attracted to punk rock bands that I'm attracted to because there's a relationship there. (Entretien de Bart Kelley, 13 juin 2017 – 45).

Malgré l'instabilité de la culture du surf dans son ensemble, la transmission culturelle est facilitée au sein de la communauté et de la famille par la proximité avec les composantes de la subculture qu'il s'agisse d'icônes du surf ou de celles de la musique. Bart Kelley emploie le terme de relation auquel nous apposons l'idée d'une connexion facilitée entre des individus et leur culture mais dont l'instabilité forge des stéréotypes par nature endogènes.

7.3.3 Culture du surf en transition : Modèle des Alliances Studies de Beverly Diamond

Alors que la subculture se transmet de manière relativement inconsciente à travers la famille, il convient aussi de prendre en compte le fait qu'au niveau individuel, un participant peut se réclamer d'autres cultures acquises simultanément ou ultérieurement et avec lesquelles il peut créer une empreinte identitaire éloignée de celle de ses pairs. Notons que le groupe socio-culturel d'appartenance peut émettre des revendications unanimes par rapport à la culture première mais que chaque groupe est néanmoins composé d'une pluralité culturelle et identitaire. C'est ce qu'explique une ethnomusicologue canadienne, Beverly Diamond, qui s'intéresse tout particulièrement aux musiques populaires canadiennes. Elle a élaboré un modèle qui reflète l'évolution des cultures au sein de la société et elle s'est aussi intéressée à la manière dont les universitaires pouvaient analyser ces cultures. Beaucoup de ses analyses sont pertinentes pour notre propos puisque nous parlons de mobilité, de frontières culturelles et physiques, d'histoire, d'évolution, d'hybridation et d'appropriation des cultures. Diamond (2000) tente d'établir des théories sociales des pratiques en lien avec la production musicale de communautés aborigènes afin de faire évoluer les études sur la musique. Son travail se concentre sur les First Nations dont les membres expliquent comment ils singularisent leur identité culturelle à l'aide de certaines sonorités traditionnelles au risque d'une récupération sous formes de stéréotypes : « in order to establish their legitimacy as a distinct cultural group, some argued that qualities of sound indexed their identity, risking of course that such qualities be reiterated as rigid stereotypes » (Diamond, 2000, p. 399). On retrouve le même phénomène

dans la culture du surf. En effet, dans la *surf music* contemporaine délimitée par nos sujets, les sons de la *surf music* historique tels que la réverbération sont encore utilisés (Swimm, Cotton Jones, etc.). En revanche, les artistes synthétisent ces styles selon leur capital culturel²⁰⁸ composé d'éléments issus d'autres traditions culturelles que celle du surf global comme l'influence caribéenne du reggae par exemple, ce qui façonne les contours d'une *surf music* particulièrement représentative de la péninsule. Selon Diamond (2000), « Native American production is increasingly defined outside the boundaries of 'world music' » (p. 400). De la même manière, la *surf music* se définit largement au-delà de son attribution californienne originelle de deux manières : elle est maintenant régionalisée ou *mainstream*. Les changements historiques ont redéfini les frontières esthétiques et identitaires. Ainsi les musiques First Nations tout comme la *surf music* ont dépassé leur cadre de référence : « [First Nations musics] overflow 'beyond the reserve and into the mainstream' » (*ibid.*, p. 402). Diamond pose alors la question de savoir comment les participants interviennent dans les négociations de traversée de ces frontières, comment ils se positionnent eux et leurs choix musicaux, comment ils construisent leur identité musicale en lien avec la tension entre des formes d'anti-essentialisme réductrices et la solidarité des artistes et participants (*ibid.*, p. 302). L'une des personnes que Diamond (2000) a interrogée explique :

Just because they're Native doesn't mean necessarily they have to play a native flute or a native drum to incorporate aboriginal sound, you know. . . . Some of our artists, they don't want to be known as an 'aboriginal' blues singer, an 'aboriginal' country singer. They want to be known as a country singer, a musician. (p. 400).

De la même manière, simplement parce que des individus sont catégorisés comme surfeurs cela ne signifie pas qu'ils correspondent au stéréotype. Ils revendiquent leur pluralisme culturel, leurs racines ethnoculturelles variées en lien avec leur patrimoine culturel et leurs choix esthétiques (*ibid.*, p. 404). Le projet identitaire est donc à mettre en lien avec des choix de cohérence mais aussi de distinction des éléments stylistiques : « The stylistic confrontations index historical ones » (*ibid.*, p. 408). Dans ses entretiens avec des artistes aborigènes, Diamond (2000) parle d'expériences partagées parmi les communautés plutôt que de matériel sonore (p. 410). L'artiste interrogée raconte : « I don't know how to explain the aboriginal sound. . . . If you go to the powwow circuit, it's something you can feel inside. It's something that you feel inside rather than something that you can go, 'Well, you know, I can hear that powwow drum in the background. So I guess that's aboriginal sound' » (p. 410). Le même discours pourrait être apposé à la *surf music* : il s'agit d'un mouvement vécu de manière intime au delà d'une sonorité associée aux premières heures du surf rock. Diamond (2000)

208 Nous développerons la notion de capital culturel à la fin du chapitre 8, mais notons pour l'instant qu'il s'agit de ce qui permet à un individu de mobiliser des savoir-faire et savoir-être appropriés.

insiste alors sur les relations entre l'expérience moderne et les mémoires d'histoires partagées socialement, un point que nous avons développé en amont. Pour elle, il y a dans la musique aborigène, une forme de simultanéité du traditionnel et du moderne, un phénomène que l'on retrouve aussi dans la *surf music*. « Traditional elements, historical references, and deep-rooted values all recycle in new forms, via new technological mediations, framed by new contexts » (p. 420). Au delà des frontières idéologiques, il existe des frontières stylistiques qui elles sont poreuses et dont les ports d'entrée et de sortie sont multiples : « While 'crossings' may be multiple, 'border' is an image which is usually uttered in the singular, but in symbolic space we are dealing with multiple, simultaneous borders as well as many crossings in several directions » (Diamond, 2000, p. 424). Cela nous renvoie à l'instabilité de la culture du surf dans tous ses aspects, à son intertextualité, à sa mobilité spatio-temporelle, à ses potentialités d'acquisition qui en font une culture en transition permanente.

7.4 Adaptation et singularisation du surf et de la *surf music*

Dans la continuité de la pensée de Diamond, nous tentons d'illustrer les mouvements statutaires des subcultures du surf en nous concentrant particulièrement sur l'aspect esthétique afin de comprendre comment le *surf lifestyle* comprenant la *surf music* est adopté par des communautés, puis singularisé à travers, entre autres, sa musique. À cet égard, le modèle de Diamond sur la *mainstreamness* et la *distinctiveness* des cultures est très éclairant. Elle considère que les subcultures vont de la distinction au courant dominant à la re-distinction (Elliott & Smith, 2010, p. 18). Ainsi le surf a émergé aux États-Unis sous les traits d'une culture alternative par et pour les jeunes et dans un esprit de rupture avec la norme sociale. Ensuite, grâce à sa médiatisation à travers des films et un mouvement musical, la culture est entrée dans le *mainstream* en même temps qu'elle s'est réimplantée dans diverses régions du globe pour s'établir de nouveau comme un multitude de subcultures hybrides. Dans cette dernière étape, la culture du surf s'est adaptée à ses nouveaux environnements. Cela a impliqué une appropriation de la culture par les communautés locales. C'est-à-dire qu'elle est devenue une composante personnelle du capital culturel des groupes et des individus. Elle s'est singularisée ainsi parce qu'elle a été transformée pour répondre à des besoins cognitifs et affectifs en lien avec les sociétés locales. Cette transformation a fait ressortir les capacités créatrices des participants qui ont ajusté la culture à leur projet expressif. Il existe ainsi dans le surf et dans la *surf music* des identités reliées (*hyphenated*) lorsque plusieurs cultures se mêlent pour en créer une nouvelle : c'est la créolisation des cultures. Cela implique des processus d'inclusion et d'exclusion dans la formation d'une identité hybride. Les communautés de surfeurs ne sont ni complètement globales ni complètement locales mais

s'inscrivent dans une tension entre les deux qui est exacerbée par des codes culturels endogènes et exogènes.

7.4.1 Appropriation culturelle du surf par le palimpseste

En passant d'une culture commune ancrée dans un passé borné spatio-temporellement et esthétiquement à une forme de réappropriation de cette forme culturelle ancrée dans un présent ouvert au futur, les subcultures du surf substituent à la notion de *surf music* historique, celle d'une *surf music* pragmatique, vécue, vivante et présente. Il s'agit d'une écriture re-imaginée marquant une expression esthétique moderne qui se mêle parfois à une sorte d'anachronisme volontaire permettant de jouer avec les formes et les textures musicales. Par exemple, Bart Kelley et Ricky Carroll décrivent un artiste floridien qui s'est réapproprié les sonorités de Dick Dale en conservant sa propre signature esthétique :

Bart Kelley : There's this guy, Bill Surf. . . . I could tell you, he lives the life...

Ricky Carroll : The band that Bill plays in, just older guys, just kinda chill surf music. There's all kinds of bands around here that pretty much call themselves surf music.

Bart Kelley : Here, you can have that [Bart me donne le C.D. de Bill Surf]. He's also spacey surf, [rires] he's off his record!

Ricky Carroll : But his whole style, a hundred percent was influenced by what original surf music was before punk, before all that, you know, it was the Beach Boys and Dick Dale, and that's who he is, totally, totally, kind of tiki surf²⁰⁹. He's just coming at it from a different angle, he put his spin on it but it's still, you can tell how he plays that he's trying to emulate that sound. (Entretien de Ricky Carroll et Bart Kelley, 13 juin 2017 – 49).

Il y a dans la musique de Bill Surf une tension entre la tradition et la novation. En fait, deux dynamiques d'appropriation du mouvement musical se dégagent : l'une nostalgique qui permet de stéréotyper la *surf music* et d'ancrer le *mainstream* entre des points de repère connus, l'autre novatrice qui permet la distinction et l'innovation dans une dynamique de singularisation de la culture (nous reprenons à dessein les notions de *mainstreamness* et *distinctiveness* développées par Diamond). Le point de vue sur le passé est multiforme car comme nous l'avons vu les ports d'entrée sont multiples. C'est cela qui a fait sortir la *surf*

209 Le *tiki surf* renvoie à l'un des stéréotypes du surf hawaïen. En effet, dans le folklore polynésien, Tiki est censé être le premier homme. Dans les sociétés occidentales, le tiki est plus largement assimilé aux sculptures en bois ou en pierre représentant les pouvoirs surnaturels d'entités mythologiques polynésiennes. Ces objets sont utilisés comme décorations dans beaucoup de maisons et jardins floridiens, ou dans le cas de Bill Surf, pour marquer une filiation plus iconographique que stylistique avec la culture du surf hawaïen.

music de son carcan historique bien que beaucoup considèrent qu'elle n'existe plus (Crowley, 2011 ; Blair, 2015) puisqu'ils ne l'envisagent que sous sa forme historique. Alors ce qui est substitué ce n'est pas l'idée de *surf music* (bornée à une période et un lieu comme elle peut l'être dans la dynamique historique ou nostalgique), c'est l'idée qu'elle n'aurait existé que par vagues. En effet, lorsque nos sujets parlent de *surf music*, ils ne se réfèrent pas aux vagues décrites par Kent Crowley (2011) ; ils commencent souvent leur phrase par : « to me, surf music is what I listen to... ». Ils parlent au présent d'une musique moderne qu'ils écoutent selon leur humeur en pensant par exemple à une future session de surf. Certains groupes tels que Cotton Jones (voir annexe 8) gardent des sonorités ou des thèmes qui les relient aux différentes vagues de *surf music* dans une filiation rhizomatique, c'est-à-dire partant d'un système possédant ses propres normes mais mettant librement en œuvre certaines de ses caractéristiques en les contextualisant sans liens *a priori* avec la source. Mais d'autres se distinguent résolument comme le rock emo dont parlait Sean Slater. C'est cette nouvelle mémoire de la *surf music* telles qu'elle est aussi manifestée sur les réseaux sociaux qui constitue les palimpsestes soniques de la *surf music*. Le palimpseste est un « mécanisme psychologique tel que les faits nouvellement mémorisés se substituent à ceux qui leur préexistaient dans la mémoire » (« Palimpseste », 2012). Dès lors, la *surf music* peut écrire du neuf avec de l'ancien ou alors s'en distinguer complètement. Ces deux possibilités reflètent des façons de penser le surf propres à des communautés (comme celle des surfeurs floridiens) et des sous-groupes (de générations, de sexes, etc.).

Le palimpseste peut être culturel car il se manifeste au delà de la mémoire sonique, dans le lexique (les termes techniques hawaïens ont été remplacés par des termes anglo-saxons qui ont ensuite été repris dans le reste du monde), dans l'histoire (l'origine hawaïenne du surf est transformée en mythologie alors que la naissance californienne du surf reste tangible), dans la pratique et l'idéologie (le sport royal est devenu pour certains une contre culture). On peut aller jusqu'à parler d'acculturation par le palimpseste dans la mesure où des surfeurs en mobilité permanente peuvent s'adapter à la nouvelle donne culturelle en première ou deuxième génération (c'est le cas de Bart Kelley qui n'est pas originaire de Floride mais qui a complètement été assimilé par les locaux, s'adaptant ainsi de manière holistique). Le palimpseste peut être iconique dans les sens étymologique et métaphorique du terme puisque les images et les figures iconiques peuvent toutes deux être remplacées (Galisson, 1994, p. 43) : du Hawaïen Duke Kahanamoku, on est passé au Floridien Kelly Slater comme épitomé du surf²¹⁰. Mais le palimpseste est avant tout linguistique. Comme nous continuerons de le voir dans la suite de ce travail, le langagier et le culturel sont deux notions indissociables d'une anthropologie culturelle du surf puisque nous considérons qu'il faut disposer des outils

210 Sur la scène internationale, Slater représente plus largement le surf américain dans son ensemble.

langagiers et culturels nécessaires pour décoder les substitutions ou du moins en apprécier les subtilités fondamentales. Les palimpsestes, lorsqu'ils sont pris dans leur contexte linguistique, mettent en évidence des transformations verbales tangibles. Décoder des sonorités, des pratiques culturelles ou une mémoire historique selon le modèle du palimpseste verbal permet de mettre en valeur l'intertextualité abondant dans les discours des subcultures du surf. Dès lors, les palimpsestes sont, pour reprendre les termes de Galisson (1994), « d'excellents révélateurs de culture » (p. 42). Le codage et le décodage induits par le palimpseste impliquent une connaissance de la culture d'origine et de la culture cible, « c'est donc ce qui donne aux interlocuteurs le moyen de se reconnaître, de baliser leur espace de communication » (*ibid.*, p. 43). La capacité de décoder le nouveau message fait ressentir à l'individu sa légitimité au sein du groupe. Il s'agit d'une confirmation de son appartenance au groupe qui flatte son orgueil puisqu'ayant réussi à déchiffrer le message il peut se permettre d'alimenter la conversation d'initiés dont il fait légitimement partie. Par exemple, cela peut se manifester à travers l'utilisation d'une planche adaptée à une région (une *fish* en Floride mais une *big-wave gun*²¹¹ à Tahiti), ou à travers la connaissance d'artistes validés par une communauté donnée même si cela semble être à contre-courant de la culture *mainstream* (les D.J. reggae comme Lance-O sont assimilés au surf dans la communauté de la Space Coast). Pour Galisson (1994), il s'agit d'un moment où un grand nombre d'individus peut se référer à la « mémoire collective » d'une culture qu'ils partagent :

Si la culture en question, toute mitée de « prosaïsme » et d'acquis épidermiques, joue un rôle qui la dépasse un peu, c'est qu'elle est bien davantage un signe de reconnaissance, un emblème d'appartenance, un facteur de cohésion sociale, qu'une somme de connaissances systématisées. En effet, constitutive de la notion d'identité culturelle (que je préfère appeler identité collective, pour que le langagier et le culturel soient couverts à la fois), elle possède le « mystérieux » pouvoir d'agréger, de solidariser, d'aider à vivre ensemble des individus qui se reconnaissent en elle (implicitement, ou explicitement). (pp. 43-44).

Il ne suffit pas pour Galisson d'apprendre en surface les codes élémentaires d'une culture pour pouvoir s'en revendiquer. La pauvreté ou la richesse du répertoire culturel incluant les connaissances langagières, pratiques, idéologiques, esthétiques, etc., contribuent à marquer l'identité d'un groupe et ce en dépit de l'évolution (ou du potentiel de mobilité) de la culture en question. Ainsi les membres d'une communauté de surfeurs peuvent se reconnaître et manifester leur identité comme appartenant ou non à une culture. Seuls les surfeurs sont ainsi dotés des outils culturels, langagiers et esthétiques pour d'une part répondre de manière

211 Une *fish* est une planche courte et large particulièrement adaptée aux petites vagues de Floride alors que la *big-wave gun* est une planche longue et fine qui permet de surfer les très grosses vagues de Tahiti par exemple (voir glossaire). Beaucoup de surfeurs débutants utilisent ces planches qu'ils achètent d'occasion sans connaître leur fonction.

appropriée à une situation socioculturelle marquée, et d'autre part pour la faire évoluer loin des stéréotypes.

7.4.2 Mandat culturel et localismes dans la construction subjective de *surf music*

La triade surfeurs, *strand*²¹² de surf et *surf music* est porteuse d'une subculture dont les codes et les symboles sont créés, transportés, transposés, préservés et manifestés par cette triade ou à travers elle. Les surfeurs pratiquent leur activité, et parmi les multiples moyens d'expression à leur disposition comme les films, les arts plastiques, etc., la musique demeure le seul à être omniprésent dans la vie des surfeurs puisqu'elle constitue l'arrière plan du mode de vie : elle est pensée pendant l'action, elle est superposée à l'image filmique, elle nourrit les compétitions professionnelles ou amateurs, elle renforce les autres formes d'expression (comme lors de l'expositions d'art de Gary Propper), et surtout elle donne de la texture aux moments ordinaires du quotidien lorsque les vagues ne sont plus là.

La *surf music* devient « un vecteur culturel », c'est-à-dire qu'elle est « un moyen de diffuser la subculture, ou plutôt la façon dont elle est perçue » (Bénard, 2009, p. 70). Notons par ailleurs que la *surf music* ne saurait porter à elle seule le poids d'un tel mandat et qu'elle requiert le soutien et l'aval des cultures locales pour exercer le pouvoir de transmission, de représentation et de marquage culturel qui est le sien. Ainsi, le mandat culturel de la *surf music* lui est conféré par les surfeurs dont les exigences esthétiques et représentationnelles peuvent différer selon les traditions locales. Il faut insister sur le fait que le mandat culturel ne peut être compris dans une dynamique de dualité du mandaté et du mandataire. D'autres éléments sont à prendre en compte dans une forme de triangulation car si dans la dualité les forces s'opposent, la seconde situation permet la dialectique et le dépassement d'une dichotomie enfermante. Alors il ne s'agit pas simplement de comprendre la relation en termes de surfeurs/*surf music* mais en termes de surfeurs/*surf music*/régions.

Certains lieux comme par exemple l'île de la Réunion sont très marqués par des cultures ancestrales où la « créolité » prime sur une nouvelle culture telle que celle du surf encore souvent associée aux Zoreilles²¹³ (Maillot, 2005, p. 66). Mais dans un lieu comme la Floride qui s'est développé en même temps que le surf, la pratique fait partie de la culture locale²¹⁴. Il est important de prendre en compte l'histoire locale dont la chronologie culturelle devient fondamentale pour la compréhension de phénomènes d'assimilation ou de rejet des

212 Pour rappel, la notion de *strand* s'applique au surf et comprend le style de surf, la ou les cultures du lieu dans lequel la subculture s'est développée, l'environnement géographique.

213 Les Zoreilles sont les Blancs métropolitains sans liens généalogiques avec les habitants de l'île.

214 Pour rappel, la Floride a connu une expansion de sa population au XXe siècle grâce à la création du réseau routier *interstate* et grâce à l'avènement de l'air conditionné.

subcultures contemporaines. Maillot (2005) souligne que le surf constitue un « champ social à part entière » (p. 67) puisqu'on peut y observer une forme de tissage social révélant les interactions entre individus de différents groupes ; il explique que « [d]u point de vue symbolique, tous les spots ne se valent pas. Le *surf* ne constitue pas un 'monde' monochrome » (p. 67). En effet, comme nous l'avons vu, la culture du surf consiste en une multitude de constructions subjectives qui, au-delà des caractéristiques propres à chacune, sont envisagées selon deux visions : l'une endogène, l'autre exogène. Dans l'imaginaire collectif, les constructions subjectives sont pensées comme une hiérarchie symbolique selon laquelle certaines régions seraient plus légitimes que d'autres en termes de représentation du surf. Cela dit, comme le souligne Ricky Carroll, les lieux stigmatisés et dévalorisés comme la Floride, accentuent leurs efforts de légitimation pour casser cette image. Cette version macro du localisme met en lumière les enjeux du rayonnement des régions du surf de manière globale en les opposant les unes aux autres.

Une autre version du localisme, cette fois-ci micro, met en opposition des communautés endogènes et exogènes dans une région donnée. Selon la typologie élaborée par Maillot (2005), il existe trois types de *spots* de surf : club (« communauté d'égaux »), cosmos (« communauté d'élus ») et salon (« communauté de privilégiés ») (p. 67). La typologie correspond bien à la dynamique réunionnaise, mais l'idée de *spot* salon est difficilement transposable à la dynamique floridienne. En effet, selon Maillot (2005), le *spot* salon « s'appuyant sur le droit du sol, ne jure que par la hiérarchie » (p. 67) et serait représentatif du localisme. Nous posons que le localisme n'est pas nécessairement lié à une forme de hiérarchie et que la notion d'altérité n'est pas toujours à prendre à la verticale. En revanche, nous sommes d'accord pour dire que le localisme reflète « [l]e caractère 'fusionnel' d'une communauté et d'un lieu à travers une pratique [qui] donne naissance à une histoire particulière » (p. 67). Nous ajoutons que l'inverse est aussi vrai : l'histoire particulière d'un lieu donne naissance à des relations affectives singulières entre une communauté et un lieu, comme c'est le cas en Floride. Ensuite, Maillot (2005), souligne que le localisme lié aux *spots* de surf est à comprendre comme une relation que l'on développe avec une maison. Il s'agit d'un lieu de vie où l'on côtoie des personnes (souvent de la même famille) et où l'on se construit ; alors si un individu extérieur intervient, cela crée un sentiment de menace dû à la présence de l'étranger (p. 68). Nous nuancions le propos en insistant sur la relativité du localisme et de sa verticalité. En effet, d'abord, la Réunion est un lieu clos, il s'agit d'une île avec un nombre relativement restreint de zones de surf qui avant l'avènement de l'activité étaient réservées à d'autres rituels religieux ou familiaux ; ensuite, l'espace dédié au surf s'est considérablement réduit ces 10 dernières années à cause d'un problème d'attaques de requins.

Par contraste, la Floride est un lieu de passage physiquement relié et ouvert au reste du pays, avec des kilomètres de plage parsemée de zones de surf comme l'explique Dustin :

The west coast [of Florida], it's tight in here [west coast of Florida] but a larger geographic area is tighter knit if that makes sense, cause there's fewer surfers there and there's fewer breaks and fewer consistency, and fewer days that it gets good so like you see, you can go anywhere between Clearwater and Venice, Florida, which is a pretty big geographical area, like it's a pretty long distance and you'll see the same people like, you'll know a lot more of the same people. Whereas here so many people surf, it's definitely... There's enough people where you don't see the same people. (Entretien du 10 septembre 2016 – 7).

La description de Dustin permet d'illustrer le fait que le localisme hiérarchique n'est pas exacerbé en Floride pour deux raisons : d'une part les zones de surf sont étendues, d'autre part le grand nombre de surfeurs facilite leur anonymat. À la Réunion les locaux ont créé un « Comité de défense de la vague de Saint-Leu » (Maillot, 2005, p. 68), mais à Cocoa Beach, les locaux promeuvent une culture du surf à partager, une activité où le meilleur surfeur est celui qui s'amuse le plus, d'où qu'il soit. Alors il semble exister des localismes inclusifs ou horizontaux et des localismes exclusifs ou verticaux et leur nature dépend de la société, de l'environnement et de l'histoire d'un lieu. À l'instar de la société américaine, la Floride exploite ses plages et s'est développée avec le tourisme et le surf jusque dans sa politique d'urbanisation tournée vers l'océan. Comme le montre l'échange entre Ricky Carroll et Bart Kelly sur les différences de comportements des surfeurs selon les régions, les surfeurs floridiens revendiquent leur approche inclusive du surf :

Ricky Carroll : [There is] definitely a difference between the cultures. Just area to area, even here, not only worldwide but just you can go one town and the majority are into some type of clic or whatever, and you go to another town and it's the total opposite so, it's pretty localized what guys are into what their culture is and what they're into. . . . Florida is pretty diverse because we have a wide variety of surf, you've got small waves, you've got no waves, we have good waves, you've got storms or big hurricane waves, so you have to be a little more diverse as a surfer who lives here and surfs...

Bart Kelly : I always like to say that nobody's from here so nobody has this mind... So, do you feel that way? [à Ricky].

Ricky Carroll : I grew up here, and a lot of people definitely came here from somewhere else, it's one of those states, more people come from outta state. . . . So you can't stick your flag in it and say it's yours.

Bart Kelly : You know what, that's one thing that's attracted me to this area, and even like in Miami or Jacksonville, it's still kinda different but it's just this area that I feel is a little bit different. I've been to Venice and I've been to Miami, you know, wherever there's a beach, even Lake Michigan in Indiana, they surf there too, there's still clicks and there's something different in my mind about Brevard County. (Entretien du 13 juin 2017 – 17).

Une fois encore, comme le montre l'échange, le localisme floridien n'est pas hiérarchique mais s'illustre par le fait que les surfeurs sont conscients des différences culturelles qui existent d'une région à une autre et d'une zone de surf à une autre. Les mobilités qui caractérisent la population floridienne ont des conséquences jusque dans la façon d'appréhender la culture du surf. Personne ne peut se revendiquer d'une zone de surf parce que très peu de personnes sont en effet originaires de Floride (un point que nous avons développé en première partie). Cela dit, le comportement inclusif des surfeurs ne signifie pas qu'ils n'ont pas développé leur propre esthétique du surf à travers leur *musicking*.

Maillot (2005) souligne que l'une des meilleures façons d'illustrer le localisme entre locaux et cultures importées est de l'entrevoir à travers la musique. Dans son article, il décrit la rencontre entre l'Américain Tom Curren (pionnier californien du surf et musicien) et le Maloya (musique traditionnelle réunionnaise), puis il conclut sur l'échec du partage culturel censé avoir lieu entre les deux. Dans la compréhension du localisme, ce point montre l'importance de prendre en compte les parcours historiques et culturels des individus et des régions ainsi que les trajectoires des cultures en mouvement. L'échec du partage entre les deux cultures musicales peut être compris comme un désir de protection des Réunionnais contre une altérité dont ils ne possédaient pas les codes. Ainsi les localismes marqués par le maintien d'esthétiques déterminées par l'histoire du lieu en lien avec sa construction culturelle peuvent n'être que l'affirmation d'une identité esthétique par rapport à une autre de valeur égale mais culturellement trop distante. Ricky Carroll, souligne que dans un espace aussi relativement restreint que le nord de la Floride, les sensibilités et appréciations musicales peuvent ainsi diverger d'une ville à une autre :

So I think each area just kinda does their own thing and claims it as that's their surf music, you know, around here, there's still a lot of bands that are considered a little more surf music bands than if you go to Orlando, or if you go to Jacksonville... Well Jacksonville, maybe a little bit... But you know you go to Tallahassee and you don't find this surf music... (Entretien de Ricky Carroll, 13 juin 2017 – 48).

D'est en ouest, les villes de Tallahassee et Jacksonville (à 265 kilomètres l'une de l'autre), représentent deux approches nuancées de la subculture à travers la pratique du surf et

l'esthétique musicale qui s'y sont développées. Dès lors, si au sein d'un espace aussi restreint il est possible de distinguer des nuances dans la mise en œuvre de la subculture, il est aisé d'envisager que la rencontre de deux subcultures construites sur des fondements culturels différents puisse échouer. Le *surf lifestyle* et son esthétique ne sont pas uniformes malgré l'idée d'une globalisation de la culture, et c'est cela qui a causé l'échec de la rencontre entre Tom Curren (icône du surf) et les Réunionnais. De manière similaire, et en dépit d'une proximité géographique et culturelle entre les régions floridiennes, Ricky Carroll constate les différences d'approches de la musique qui peuvent exister au sein de la Floride, un État qu'un observateur extérieur pourrait appréhender comme une unité culturelle :

You know, I go traveling up the coast and I would much rather see a live band than listen to a D.J. or house music, anytime... And when I go traveling and finally decide to stop, and you're not familiar with the area... I've gone and asked people where is there live music? And they look at me like I'm from another planet, 'What are you talking about? This is not a weekend or something,' or it's like 'Oh there's a concert next weekend.' I'm like, no, right now, just a band... (*Ibid.*, 21).

La façon de consommer la musique fait partie du localisme tout comme les associations mentales faites au sujet de phénomènes culturels en lien avec certains lieux. En ce qui concerne la *surf music*, celle de la Californie de Dick Dale persiste dans l'imaginaire commun, alors qu'il existe des musiques consommées dans les divers contextes du surf mais pour lesquelles les termes de la *surf music* historique ne rendent pas compte de la proximité physique et affective. Selon Sean Slater, une musique qui fait sens dans un lieu donné n'a pas besoin qu'on la qualifie de *surf music*, elle est une *surf music* locale : « I think dance hall reggae... If you're in Barbados, and they're playing reggae and everyone is drinking rum and you're surfing, I mean it just kind of all fits together. You don't have to make it surf music, it is » (entretien de Sean Slater, 7 juin 2017 – 29). La *surf music* historique décrit un attachement géographique particulier implanté en Californie, mais les influences musicales sont aujourd'hui diverses et la notion de localisme esthétique synthétise l'idée d'une *surf music* plurielle localisée.

7.5 Socialité culturelle dans les mouvements ethno-esthétiques

7.5.1 Socialité dans la dialectique de l'enracinement et du mouvement de la subculture

Réfléchir aux enjeux de mobilité et d'appropriation culturelles développés dans notre recherche implique de comprendre les contextes dans lesquels une culture telle que celle du surf peut s'implanter. L'idée d'une dialectique de l'enracinement et du mouvement est empruntée à Grégory Benedetti (2016) dans son travail sur la série américaine *Black-ish*. Cette

dialectique met en avant les notions de chronologie, de société et de culture, de symbole et d'archétypes qui sont présentes dans la relation entre mouvement et ancrage d'une culture donnée. La mise au jour des influences multiples dont s'est enrichie la *surf music* à travers sa mobilité et la description de son hybridation jusqu'à ce point nous ont permis de comprendre en quoi les mots *surf music* révèlent une tension entre mobilité et enracinement, que cela soit compris en termes d'espace physique ou de canon du mouvement et des représentations qui en résultent. L'histoire du surf inséparable de la *surf music* est celle d'un mythe symbole du succès de l'enracinement d'une culture devenue états-unienne. C'est-à-dire qu'elle s'inscrit naturellement dans l'histoire d'une Amérique construite sur la migration des hommes, des idées et des pratiques, et de laquelle est ressortie une communauté plurielle caractérisée ici par l'expression « ethno-esthétique ». Ces communautés se définissent par le sentiment d'une histoire et d'un destin commun. Forts de ce sentiment d'appartenance à un *lifestyle* commun, les surfeurs constituent l'un des multiples groupes ethno-esthétiques américains au même titre que celui des rappeurs par exemple. Notre approche de la culture du surf dans sa dimension ethno-esthétique correspond à son caractère enraciné et en mouvement que l'on retrouve dans la description que fait Chrystal Vanel (2016) du mormonisme comme un groupe ethnico-religieux enraciné et en mouvement. En effet, le surf est enraciné car il offre à ses participants « un sentiment d'appartenance commune » (p. 135) à travers des pratiques partagées et des mythes fondateurs communs comme celui de la *surf music* ; le surf est aussi en mouvement car il ne se restreint pas « à un groupe ethnique dont la présence se limite à une terre particulière et à un patrimoine génétique commun » (p. 135). Le surf s'est exporté au delà d'Hawaï. La culture du surf ancrée dans une culture plus large américaine se mêle à elle et s'en distingue. Selon une dynamique similaire à celle du mormonisme décrit par Vanel (2016), la culture du surf est donc enracinée à la fois dans le sol et la culture américaine par son histoire, car c'est là que sa version moderne et démocratisée est née, et c'est aussi à partir de là qu'elle se définit en mouvement vers l'extérieur des États-Unis où elle se dissémine (p. 136).

Le portrait multidimensionnel que nous avons dressé de la subculture du surf nous permet de l'envisager dans ses formes à la fois subjectives et objectives, et donc de caractériser les communautés de surfeurs de manière dynamique malgré l'idée d'enracinement. De plus nos références à certains stéréotypes et prototypes ponctuent notre travail afin de mieux faire ressortir ce que Benedetti (2016) appelle « la fixité et la mutation identitaire » (p. 107) des subcultures. Nous inscrivons ces tensions entre la fixité et la mobilité, le subjectif et l'objectif, l'archétype et le réel dans des dynamiques d'interactions sociales au sein de la culture du surf. La socialité en psychologie sociale est « l'[é]tude des processus d'interaction : interactions entre les individus, entre l'individu et les groupes, entre les groupes eux-mêmes » (CNRTL,

Socialité). La socialité culturelle relève de ces interactions appréhendées ici dans le mode de vie du surf et sa relation à une forme artistique, celle de la *surf music*, ce qui nous amène à suggérer l'idée de socialité musicale. En effet, toutes les musiques sont *a priori* sociales même si la socialité musicale est plus ou moins marquée de manière subjective par les individus selon qu'ils possèdent les codes culturels des musiques en question ou pas. Nous posons donc que la *surf music* permet la socialité culturelle parce qu'elle relève de deux fonctions sociales majeures : elle peut accompagner, promouvoir et inspirer la pratique du surfeur, nous la qualifions ainsi de musique conative, ou elle peut se substituer au surf en accompagnant le surfeur dans sa vie de tous les jours, nous la qualifions alors de musique *lifestyle*²¹⁵. Les caractéristiques des deux catégories reposent sur l'éclectisme stylistique pouvant aller du reggae au punk, sur les validations générationnelles, individuelles ou collectives, et enfin sur l'inclusion temporelle qui renvoie au principe d'inclusion relative que nous avons développé au cours de ce travail. Au lieu d'envisager la socialité musicale du monde du surf en termes de performances des musiciens pour leurs auditeurs, c'est l'ensemble de la création symbiotique émetteur-récepteur qui est pris en compte puisque c'est le mouvement collectif qui crée la socialité. Dès lors, nous classons ici des pratiques culturelles qui ne sont pas forcément déterminées par des origines communes mais plutôt par un ensemble de paramètres sociaux, esthétiques et pragmatiques. Ces pratiques culturelles permettent d'entrevoir la socialisation par les différentes approches du surf en conjonction avec celles de la *surf music*. Ainsi nous délimitons la structuration des éléments de l'ensemble social, l'organisation de cet ensemble et enfin les schémas créatifs et identitaires instables qui en découlent. La socialité culturelle induite par la *surf music* résulte de procédés analogues à ceux du groupe Funkadelic décrits par Guillaume Dupetit (2016) dans son article sur la création musicale du groupe à travers son hybridation : « Ce n'est pas en résistance à la fixité que leur musique opère, mais en faveur d'une permutableté entre mobilité—celle des influences et des apports extérieurs dont elle a su se charger—et fixité—celle d'un ancrage géographique rapidement supplanté par la diversité à laquelle il conduit » (Dupetit, 2016, p. 128). La socialité est le potentiel réalisé de la vie ensemble et la socialité culturelle en est une branche qui consiste à aborder le vivre ensemble par l'aspect culturel (comprenant l'esthétique). Elle inclut la reconnaissance et donc l'inclusion ou l'exclusion de personnes et d'idées. Par conséquent, la socialité culturelle du surf et de sa musique (donc la cohésion du groupe) n'est pas tant fondée sur la mémoire que sur les enjeux relationnels entre membres du groupe et objet culturel.

215 Nous illustrerons ces points dans la quatrième partie.

7.5.2 Vers une appropriation culturelle du surf en Floride

Il existe une culture globale du surf ainsi que des subcultures localisées du surf. L'appartenance à la subculture contribue à forger l'une des identités de ses participants. Cependant, les frontières qui définissent l'identité sont mobiles et poreuses à la fois puisque l'appartenance communautaire peut être multiple et mixte comme nous le verrons dans le chapitre suivant. Lorsqu'une culture comme le surf devient l'espace principal d'identification, alors des réseaux de fabrication, de partage et de protection d'une identité commune aux individus se mettent en place. Pour Michel Maffesoli (2000) cela correspond à la formation de communautés qu'il qualifie de « néo-tribus » et qui ont changé notre compréhension commune des cultures populaires. Les acteurs participent et l'important est de pouvoir choisir, se différencier, s'exprimer, créer, partager, etc. (Wheaton, 2004, p. 6). Ces possibilités sont observables dans la mise en place d'espaces d'expression émanants des participants eux-mêmes au sein des subcultures. Ainsi, les films, magazines, musiques, œuvres d'art, etc. permettent aux acteurs de s'autodéterminer en attribuant à leur subculture certains codes d'une culture inévitablement inscrite dans un espace global et donc plus difficilement saisissable. Comme l'explique Wheaton (2004): « as those who have studied the effects of globalization on (sub)cultures in other contexts have illustrated, 'local' cultures interpret and respond to these global cultural flows of commodities, medias and images in complex and nuanced ways » (p. 20). Dès lors, il s'agit bien pour les acteurs locaux d'une subculture, de se réappropriier les termes de la culture globale, une chose possible uniquement parce que les frontières identitaires sont comme nous le suggérons, mobiles et poreuses. Nous nous accordons alors avec Mark Stranger (2013) qui tend vers l'idée que certains aspects de la culture du surf peuvent être canalisés pour un consumérisme global, alors que d'autres demeurent trop factieux pour être aseptisés : « While surfing culture was being appropriated and sanitized for popular consumption and marketing, the subculture was developing independently in a more subversive direction through its own magazines, its own movies and an affinity with the co-emergent counter-culture movement » (p. 65). Nous ajoutons la musique à ce mouvement. Le développement d'une subculture floridienne du surf peut être observé à travers les accomplissements d'athlètes mais aussi à travers des productions culturelles locales (comme les festivals, les publications ou les concerts) qui impliquent des acteurs anonymes de la subculture. Ces acteurs sont l'illustration d'un foisonnement artistique symptôme d'une appropriation culturelle du surf en Floride.

Chapitre 8. Modèle des phases d'appropriation culturelle

Unlike other universal domains of human expertise such as vision or social organization, both music and language . . . are organized temporally, with the relevant structures unfolding in time. Furthermore, spoken languages, like music, reach our perceptual system as frequency spectra, arrayed as pitches. In both cases, some of the pertinent systematicities are universal, whereas others are culturally specific. (McMullen & Saffran, 2004, p. 289-290).

8.1 Présentation du modèle

8.1.1 Logique d'approche

Dans cette recherche, nous avons mis au point le modèle des phases d'appropriation culturelle afin de donner du sens aux relations que les individus et les groupes développent avec une culture ou le cas échéant, une subculture. Le postulat est que les théories de la didactique des langues peuvent par transposition permettre d'articuler des dynamiques affectives et cognitives entre les individus d'un groupe donné et leur subculture²¹⁶. La sociolinguistique qui traite des questions de bi- et multiculturalisme, de constructions identitaires, d'appropriation, de représentations socioculturelles et d'appartenance nous permet déjà de comprendre de manière empirique et raisonnée les dynamiques de systèmes socioculturels qui demeurent spéculatives et subjectives dans notre domaine, comme nous l'avons vu avec le travail de Timothy Cooley (2011, 2014). Alors ce modèle a pour objectif d'articuler les relations entre surf et musique et l'impact que celles-ci peuvent avoir sur l'identité. Tout comme une langue, une culture s'acquiert, se pratique, se transmet et engage les individus tels qu'ils existent avec leurs expériences de vie, leurs croyances et leurs connaissances. Si le langage est « l'instrument de la communication humaine » et la langue, « la manifestation de cette capacité » (Martinez, 2008, p. 16), alors la sociabilité est l'instrument de cohésion communautaire et la culture, la manifestation de cette capacité à créer du lien social. Comme pour la linguistique, la compréhension des cultures suppose une théorie des interactions humaines ainsi qu'une analyse des facultés à se distinguer du corps social (par la création de nouvelles conventions langagières, ou dans notre cas, esthétiques). La proximité des langues

²¹⁶ Selon les mêmes procédés, le schéma de la communication de Roman Jakobson a été transposé à la didactique des langues car il permettait « de souligner des faits intéressants, comme la dissymétrie des partenaires dans la communication, la difficulté d'interpréter où se trouve placé l'observateur étranger et l'importance du contexte » (Martinez, 2008, p. 10).

et des cultures est indéniable, c'est la raison pour laquelle les linguistes écrivent des articles et des ouvrages portant sur les deux thèmes à la fois, allant même, dans le cas de François Grosjean (1993), jusqu'à suggérer sans la mettre au point, une modélisation telle que celle que nous proposons : « Un modèle du comportement bilingue pourrait-il être adapté au biculturel ? » (p. 38). Cette proximité est aussi la raison pour laquelle nous soutenons la pertinence de modèles transposant des faits linguistiques à des situations culturelles.

Beaucoup d'études ont tenté d'expliquer la manière dont la musique peut construire des identités, mais cette question de la construction identitaire semble poser beaucoup de problèmes. Par exemple, l'un des contre-arguments consiste à dire qu'il existe une grande variété de musiques et qu'il est improbable que nous l'écoutions 24 heures sur 24. Par conséquent, il serait trop simple d'affirmer que la musique se résumerait à une construction identitaire : « If music can construct identities then what identity is being constructed when white people listen to black music? » (Negus & Velazquez, 2002, p.137). Notre modèle reprend ce questionnement à son point initial pour représenter la manière dont un individu s'approprié une culture selon des étapes et des modalités spécifiques. On s'attaque à la même question mais selon une perspective linguistique afin de proposer un cheminement théorique ancré empiriquement : se demander quelle identité est construite par l'écoute intérimaire de musiques reviendrait alors à se demander quelle identité est construite quand un Français parle anglais. La recherche en linguistique nous apprend que les conditions d'acquisition et de mise en œuvre de la langue étrangère sont déterminantes à cet égard et que la question de la construction identitaire ne saurait se réduire à l'approche simpliste évoquée. Par exemple, si un individu fredonne une chanson de Manu Chao²¹⁷, cela ne signifie pas nécessairement qu'il appartient à une communauté multiculturelle espagnole, arabe, portugaise représentative du mode d'expression de l'artiste. Si cependant, l'individu peut créer des liens avec la musique de manière linguistique, musicale ethnique ou idéologique, alors il existe un potentiel à explorer, d'identification à la musique. Dès lors, le modèle basé sur l'acquisition des langues peut nous aider à comprendre les interactions entre cultures (ou subcultures) et usagers avec pour finalité une analyse des implications psychosociales mises en valeur dans ces interactions. Dans notre raisonnement sur l'ethno-esthétique du surf en Floride, le modèle ne représente qu'une étape (essentielle à la compréhension des dynamiques identitaires) et nous permet d'envisager l'identité au-delà même de sa simple construction.

217 Manu Chao est un artiste plurilingue et bi-culturel né en France mais d'origine espagnole. Son travail constitue un *crossover* entre différentes langues et cultures (arabe, portugaise, française, espagnole, etc.), et différents styles musicaux (salsa, pop-rock, etc.).

8.1.2 Choix terminologiques

Le parti pris terminologique consiste à parler de phénomènes culturels en termes linguistiques tels qu'ils sont définis dans les études en didactique des langues étrangères (Thamin, 2007 ; Martinez, 2008). Nous retenons ici en lieu de langues, les notions de culture première, seconde, d'origine et d'appartenance pour rendre compte de situations socioculturelles complexes comme celles concernant les rapports qu'entretiennent les individus d'une communauté à des subcultures multiples. Ces subcultures sont toutes constitutives de l'identité de l'individu, à différents niveaux, selon des modalités et des fonctionnalités différentes.

La culture première, comme son nom l'indique, est la première à être exposée au sujet via ses pairs (Gumperz, 1971). Elle est acquise en premier lieu et se réfère à l'environnement familial immédiat puisque la transmission est parentale (Martinez, 2008, p. 20). C'est le type d'acquisition de cette culture ainsi que son rôle dans la socialisation des individus qui nous intéresse. L'appellation première prend en compte la fonction de la culture inhérente à l'individu dans la construction de son identité. L'immersion de l'enfant dans la culture familiale prédominante fait d'elle une culture première. Ainsi, un individu comme Sean Slater ayant grandi dans une famille dont le mode de vie était principalement celui du surf, aura comme culture première celle du surf.

La culture seconde est apprise en deuxième, comme son nom l'indique. Elle peut être acquise dans des clubs de sports, à l'école, etc., mais pas dans le milieu familial. Elle peut aussi être la culture adoptée par de nouveaux arrivants dans un milieu allo-culturel, par emprunt du préfixe dans le mot « allophone », dont la langue ne correspond à aucune langue parlée localement (Martinez, 2008, p. 22). Les cultures secondes ont un statut particulier car un imaginaire a pu se développer à leur endroit avant leur acquisition (ce serait le cas de Bart Kelley). Nous posons que tout comme l'individu bilingue est le lieu de rencontre des langues (Weinreich, 1951²¹⁸, cité dans Martinez, 2008, p. 22), l'individu pluri-culturel est le lieu de rencontre des cultures, d'où l'intérêt de distinguer cultures première(s) et seconde(s). Par ailleurs, soulignons que tout comme il existe des familles de langues, il existe des familles de cultures comme par exemple celle des *lifestyle sports*. Alors, il faut prendre le répertoire culturel des individus dans leur ensemble pour mieux comprendre leurs interactions avec les (sub)cultures aux statuts différents (première, seconde, etc.). Il est posé que la proximité des subcultures ou leur éloignement peut interférer sur les choix esthétiques des sujets.

218 Weinreich, U. (1951). *Research problems in bilingualism, with special reference to Switzerland* (Thèse de doctorat). Columbia University.

À une échelle plus large, la culture d'origine se réfère à une tradition en lien avec la culture de la communauté d'origine. Cela implique l'idée d'une mobilité des individus et les notions de proximité et d'éloignement. La culture d'origine est principalement acquise au contact de la famille et peut donc comprendre une ou des cultures premières si par exemple les parents en possèdent plusieurs. Le sujet y est exposé lors de la période de socialisation dans un lieu différent de celui de la culture d'origine. Il y a donc une notion de choix directement liée au fait que l'individu possède plusieurs répertoires culturels, l'un propre aux origines de la famille, l'autre propre à son environnement social direct. Ainsi, à l'instar de la langue d'origine, la culture d'origine est « investie d'une fonction symbolique fondamentale qui se révèle tant au niveau de la conscience linguistique qu'à celui des déclarations d'allégeance » (Billiez, p. 99). Alors l'environnement social ainsi que l'histoire familiale sont marqués par cette culture qui permet à la socialisation de se faire avec plusieurs cultures premières. Il s'agirait par exemple pour Dustin de la culture country de l'État de l'Indiana. Par ailleurs, les cultures d'origine peuvent être définitivement bannies. Les individus qui bannissent leur culture d'origine doivent alors retrouver une culture d'appartenance comme une nouvelle identité, un emblème propre à leur quête de singularité. Concrètement, cela peut s'observer dans le rejet de la culture country pour la culture surf.

La culture d'appartenance est revendiquée et traite de l'attitude du sujet envers la culture et ses fonctions sociales. Elle définit une appartenance communautaire et « intègre les fonctions symbolique, identitaire, emblématique²¹⁹ » (Dabène, 1994, p. 24, cité dans Thamin, 2007, p. 167-174). Nous transposons aux cultures d'appartenances les termes de Siguan & Mackey (1986) au sujet des langues naturelles : « le symbole visible de l'appartenance au groupe . . . le symbole d'identité du groupe²²⁰ » (cité dans Thamin, 2007, p. 22). Cette culture qui peut être d'origine endosse des fonctions symboliques et identitaires. Il n'est pas nécessaire d'être un expert pour se revendiquer de cette culture. En effet, certains aspects de la culture peuvent être revendiqués par le sujet comme culture d'appartenance alors que sa connaissance de la culture peut s'avérer être partielle. Les liens entre ces appellations de cultures varient selon les sujets et le surf et la musique interviennent à différents moments et selon différents critères. Dans notre travail, il s'agit de comprendre de quelle culture les sujets se sentent le plus proches affectivement et comment ils articulent ces préférences dans leurs marquages identitaires.

8.1.3 Construction théorique : le multiculturalisme comme synthèse

Un individu peut être pluri-culturel dans la mesure où il maîtrise les compétences pratiques et symboliques des cultures qu'il manie : il les comprend, connaît leurs champs sémantiques,

219 Dabène, L. (1994). *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*. Hachette, Coll. Références.
220 Siguan, M., Mackey, W., F. (1986). *Education et bilinguisme*. Unesco, Delachaux et Niestlé.

peut les mettre en application dans un contexte approprié (Grosjean, 1982). Alors l'un de nos objectifs est de connaître la maîtrise ou le degré d'implication d'un individu dans la ou les (sub)cultures. Cette évaluation a été faite lors des entretiens et dans les questionnaires. La culture prend alors une fonction sociale puisqu'elle peut naître d'un besoin d'intégration ou de continuité dans la communauté (Thamin, 2007, p. 156). Comme nous le verrons en quatrième partie, nous touchons là aux nouvelles théories dérivées du relativisme linguistique de Whorf et Sapir qui consistent à attribuer une forme d'utilitarisme à la langue selon les contextes (Gopnick, 2003). Dans notre cas, il pourrait s'agir de réponse à des besoins expressifs relatifs à l'appartenance communautaire et donc au marquage identitaire. L'utilisation régulière d'une culture ou une autre engage des choix de la part de l'individu et donc une typologie directionnelle. Si les langues se tournent vers les compétences langagières pour déterminer leur degré de maîtrise, dans notre recherche, les cultures se tournent vers les compétences performatives pour l'intégration sociale et le marquage identitaire. Les travaux de Calvet (2009) sur le plurilinguisme sont à cet égard éclairants :

[T]ous les locuteurs, même lorsqu'ils se croient monolingues, . . . sont toujours plus ou moins plurilingues, possédant un éventail de compétences qui s'étalent entre des formes de vernaculaires [langue première] et des formes véhiculaires [langue seconde], mais dans le cadre d'un même ensemble de règles linguistiques. Chacune de ces formes correspond à une fonction sociale particulière et les variations que l'on y trouve relèvent parfois du diatopique (ainsi l'utilisation d'une forme locale peut répondre à une fonction grégaire, la volonté de connivence régionale) ; du diastratique (les premiers enquêtes de Labov sont sur ce point éclairantes) et du diachronique (l'argot des adolescents répond en partie à une volonté de connivence au sein de la classe d'âge). (p. 124).

Les variations dont il est question sont d'ordre linguistique mais sont valables pour les cultures. La variation diatopique se concentre sur les variétés d'une même langue du point de vue géographique ; on parle aussi de « régiolectes » qui correspondent à des espaces précis et qui permettent d'identifier les langues. Dans le cas des (sub)cultures, cela concernerait les différences dans la pratique du surf selon les espaces géographiques. La variation diastratique correspond à ce qu'on appelle des « sociolectes », c'est-à-dire les différents usages d'une même langue selon l'origine sociale. Il sera alors peut-être possible de déterminer si les usages de certaines cultures peuvent mettre en exergue les différences sociales ou au contraire si les sub(cultures) endossent un rôle de niveleur social. La variation diachronique, comme nous l'avons vu, concerne l'évolution des langues dans le temps. Transposée aux cultures cette évolution est visible à travers les différentes générations de sujets que nous avons définies. Enfin, non mentionnée par Calvet (2009), la variation diagénique rend compte de la différence entre homme et femme sur l'usage des mots selon leurs représentations linguistiques,

socialement acceptables ou pas selon les genres (Bigot & Papen, n.d.). Cette variation est particulièrement forte dans la subculture du surf alors elle ne peut être ignorée.

Notre approche multiculturaliste de la culture du surf permettra dans la suite de ce travail d'illustrer notre conception de l'identité marquée. Notons que celle-ci doit aussi poser la question du devenir du statut de la subculture chez un sujet pour qui elle serait l'unique culture de référence par contraste avec un sujet bi- ou multiculturel (pour qui le surf mais aussi d'autres *lifestyles* tels que la country seraient des cultures de références). Il convient par ailleurs, de prendre en compte l'influence de l'ensemble des cultures d'origine et d'appartenance pour la compréhension d'un certain discours du surf et des marquages identitaires puisque ces cultures satellitaires peuvent être des cultures de référence selon le contexte géographique ou social (les préférences esthétiques peuvent alors varier en fonction du niveau social et de l'expérience individuelle et communautaire), ou des cultures acquises au contact des pairs (partages de références musicales mais aussi discours d'une certaine classe).

Dans notre modèle, nous empruntons à la linguistique la notion de répertoire langagier pour mieux appréhender les discours de la culture du surf. Dans son acception première, un répertoire langagier est l'ensemble des variétés nationales, régionales, sociales et fonctionnelles des langues telles qu'elles sont utilisées dans les situations de communication auxquelles l'individu ou le groupe sont confrontés (Gumperz, 1989 ; Dufour, 2014). Il comprend l'ensemble des ressources communicatives mobilisées par un sujet pour communiquer dans des situations sociales et culturelles particulières telles que la plage ou les concerts, quel que soit le degré de maîtrise que le sujet en a, ou le statut, les fonctions et les valeurs sociales assignés à ces langues. Le répertoire langagier est « [l]a totalité des formes linguistiques régulièrement employées au cours d'interactions socialement significatives » (Gumperz, 1971, p. 152). Ainsi, chez les locuteurs bi-plurilingues (détenteurs de deux ou plusieurs variétés linguistiques), les langues semblent se répartir selon les tâches et être en relation d'interdépendance relative au contexte. Dans notre recherche, cette notion de répertoires langagiers est pertinente dans son acception première mais peut aussi être appliquée aux cultures selon nos modèles. Ainsi, des individus au capital socioculturel varié devraient être à même d'adapter leurs discours et leurs comportements à diverses situations. Nous posons là les jalons d'une dialectique de l'identité plurielle, c'est-à-dire que si l'identité est liée à la communauté et au contexte social, nous pouvons envisager l'existence de plusieurs identités pour une même personne, voire un répertoire identitaire.

Si nous convenons que, comme les langues ou les cultures, les valeurs esthétiques peuvent être exposées à un individu puis apprises par lui (sans tenir compte du genre musical ou de la

langue), nous posons que certains individus sont mieux équipés ou éduqués sur leurs subtilités et leurs conventions, et seront alors en mesure d'en apprécier les qualités de manière plus complète et efficace. Les propriétés du discours du surf sont marquées par un vocabulaire spécifique, ainsi que des idiomes probablement nés de besoins sémantiques liés à la culture et à l'environnement (une vision proche des théories néo-whorfianistes). Il existe une régularité grammaticale, lexicale, syntaxique et sémantique dans ces discours. Pour cela on peut même dire que les surfeurs ont leur propre grammaire empreinte de l'oralité et du pouvoir d'expression de leur culture dans les sphères artistiques (plastique et musicale). C'est un dialecte trop systématiquement stéréotypé à travers des termes médiatisés dans des films cultes comme *The Endless Summer* (Brown, 1966) ou à travers des artistes comme les Beach Boys, car en effet, il faut en connaître les codes pour pouvoir le comprendre et l'apprécier. La notion de répertoire est donc essentielle et manquait à l'analyse de Cooley (2011, 2014). Lui-même explique qu'un genre musical constitue les index de l'identité des artistes et de leur communauté (les surfeurs) car la performance active de ce répertoire réifié crée la communauté : « There is no such repertoire for our affinity group surfers, at least not yet. What there is, however, is the individually articulated but collectively shared experience of wave riding. Surfing is the cultural practice that forms the index of belonging to the affinity group of surfers » (Cooley, 2011, p. 24). Dans notre approche, il existe un répertoire qui est ici mis en valeur pour une réflexion sur les phénomènes identitaires dans la subculture du surf.

Les schéma proposé ci-dessous (Illustration 14) représente les différentes phases de notre modèle qui sera contextualisé dans la suite de ce chapitre.

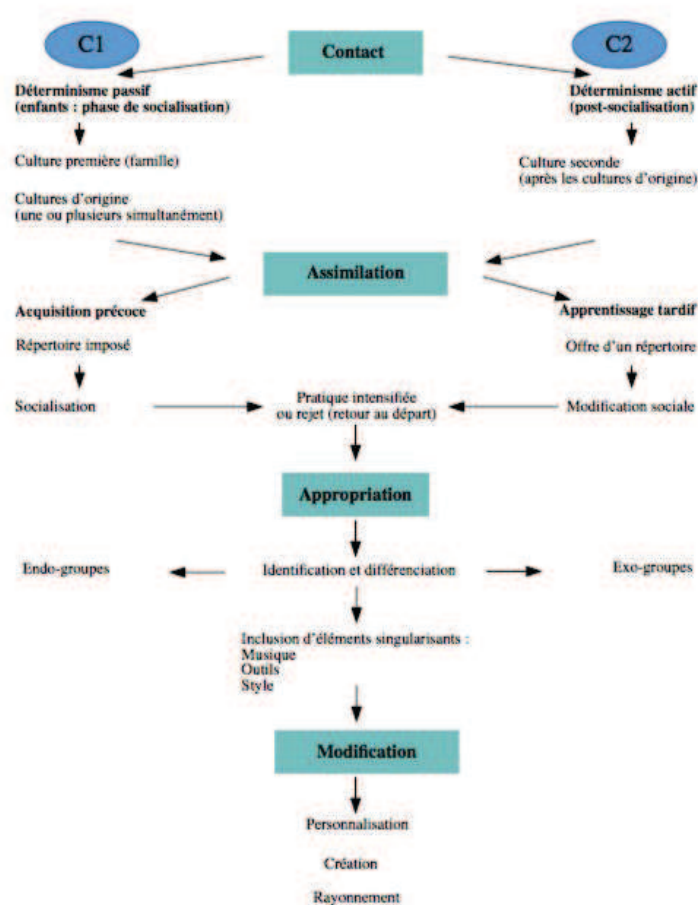


Illustration 14: Schéma du modèle des phases d'appropriation culturelle

8.2 Contact et acquisition

La première phase du modèle correspond au contact initial d'un individu avec une culture. Nous distinguons les modalités d'entrée dans la subculture selon que cette dernière est première, seconde ou d'origine. Le rôle des intermédiaires, c'est-à-dire des groupes ayant mis en contact l'individu avec la culture, est déterminant dans la manière dont l'individu va l'appréhender, s'identifier à elle ou la rejeter. Nous modélisons deux types de contacts : un déterminisme passif qui a lieu durant la phase de socialisation de l'enfant et qui correspond à l'induction de la culture première par la famille ou la communauté d'origine (l'endogroupe) ; et un déterminisme actif qui survient plus tard, à l'âge de l'indépendance sociale (ce qui

correspondrait à l'adolescence, voire à l'entrée dans l'âge adulte). Ici, le sujet entre en contact avec la culture seconde par l'intermédiaire d'un exogroupe (extérieur au cercle familial ou d'origine) et peut faire de la subculture sa culture d'appartenance qui se définirait de la même manière que Louise Dabène (1994) définit la langue d'appartenance : « celle envers laquelle le sujet fait acte d'allégeance et qu'il définit comme définissant son appartenance communautaire » (p. 24). L'impact des environnements physique, culturel et social est à prendre en compte dans ces deux déterminismes.

L'assimilation est directement liée au contact (ou port d'entrée) dans la ou les cultures. Après un premier contact réussi, l'assimilation peut prendre deux formes : celle de l'acquisition d'une culture première (C1, voir Illustration 14) dans le sens où un patrimoine culturel est construit de manière induite sans modifier un système préalablement établi ; celle de l'apprentissage d'une culture seconde (C2) qui implique la volition et qui modifie un comportement existant par l'ajout ou le remplacement d'éléments culturels déterminants dans la construction sociale de la personne. Plusieurs (sub)cultures peuvent être acquises en même temps permettant ainsi au sujet de se construire dans une diversité de cultures (d'origine ou secondes). Logiquement, les déterminismes passifs donnent lieu à une acquisition précoce alors que les déterminismes actifs donnent lieu à un apprentissage tardif en milieu naturel ou en institution comme dans les écoles de surf par exemple (culture de référence). La nature de l'assimilation suggère une approche différente des répertoires culturels : dans le cas d'une culture première ou d'origine, le répertoire (les modalités d'acquisition ainsi que les types de cultures acquises) est imposé par les pairs comme pratique socialisante précédant les possibilités directionnelles, alors que dans le cas d'une culture seconde, un choix est disponible et les opérations directionnelles cognitive et affective se font *a posteriori*.

Notre approche nous permet deux types de hiérarchisation des cultures et de leur répartition fonctionnelle au niveau micro-social, c'est-à-dire aux niveaux de l'individu et du petit groupe culturel (par exemple, la communauté des surfeurs de Cocoa Beach). D'une part, nous pouvons envisager la culture du surf par rapport aux autres cultures régionales et nationales (particulièrement celles qui sont importées par les sujets possédant des répertoires multiculturels), d'autre part, nous pouvons n'envisager que les cultures coexistantes du *surf lifestyle* comme la musique, la pêche, etc. Cela nous permet d'aborder les cultures en leur transposant les notions linguistiques de diglossie, « situation sociale dans laquelle deux langues coexistent avec des statuts différents », ou de bilinguisme, « faculté individuelle à l'usage d'au moins deux langues » (Fishman, 1967, cité dans le cours de Trimaille, C.)²²¹.

221 Cité dans le cours du professeur Cyril Trimaille intitulé Plurilinguismes et identités (p. 18) : Fishman, J. (1967). Bilingualism with and without diglossia, diglossia with and without bilingualism. *Social Issues*, (32).

8.2.1 Culture première : Sean Slater, Lance-O

Dans les cas de Sean Slater et de Lance-O, il est possible de parler de déterminisme passif et d'acquisition précoce. En effet, les deux sujets ont grandi dans la culture du surf caractérisée par l'*ethos* du surf ou le *lifestyle crossover* que nous avons défini dans le modèle précédent et qui inclut la famille, les activités liées à l'océan et la musique. Les trois éléments n'ont pas systématiquement valeur égale mais ils sont tous présents. Dans le cas de Lance-O, la musique et le surf lui ont été transmis par la famille :

There was a lot of music being played when I was growing up and music was always a very intricate part of my life. . . . I started collecting records from an early age, and you know, it came that time of my life where my mom told me she's like, 'you know, make sure you do something you love that way you'll always be happy'. (Entretien du 16 janvier 2016 – 4).

Le surf et la musique sont ici promus par l'environnement familial comme des valeurs positives et ont été l'outil de socialisation de Lance-O. L'entrée dans la culture a donc été déterminée de manière relativement passive. Par la suite, l'artiste s'est résolu à faire d'une pratique familiale, une pratique sociale. Parallèlement, le surf lui a aussi été transmis par la famille, puis la pratique s'est renforcée au contact des pairs :

I'll say with surfing, what happened with me was my uncle surfed and every time, he would come around we would surf. . . . It was kind of three things, my uncle who kinda planted the seed, me getting in the car [avec ses amis pour aller surfer], and my friend kind of you know, pushing me to go. (*ibid.*, 4).

Alors que Lance-O a été exposé au milieu du surf par l'intermédiaire d'un membre de sa famille, il a aussi été actif dans le maintien de la culture à travers des actes de volition dont il semble être conscient.

Sean Slater est né au cœur du *surf lifestyle* car son père était l'un des pionniers du surf floridien : « My father, he was a surfer. He was a beach guy, he surfed, he fished, he owned a tackle store and he used to catch bait and gill-netting before it was illegal, and he was a shrimper, a fisher man, a lifeguard, a bouncer, I mean he was a Floridian beach guy! » (entretien du 7 juin 2017 – 5). Dans le cas de Sean, ce sont les éléments culturels du surf et des activités halieutiques qui ont particulièrement été mises en valeur dans la socialisation. La famille s'inscrit complètement dans le mode de vie du *waterman* de manière quasi archétypale en étant exclusivement tournée vers ce qui représente l'*ethos* du surf. Sean et Lance-O ont acquis la culture comme un enfant apprend sa langue maternelle, sans avoir à penser son métalangage ou ses représentations.

Les répertoires culturels de Sean et Lance-O sont fondés sur l'*ethos* du surf. Comme nous l'avons vu, ces sujets ne se sont pas construits selon des forces culturelles *a priori* antagoniques mais ils possèdent néanmoins des compétences pluriculturelles propres à l'*ethos* de la subculture puisqu'ils maîtrisent des cultures co-existantes comme la pêche ou la musique. On observe donc chez ces sujets des répertoires culturels concordants, c'est-à-dire qu'ils sont presque exclusivement construits sur les principes fondamentaux du surf floridien. Notons qu'il semble peu probable de trouver des situations de mono-culturalisme dans la mesure où la Floride est un ensemble multiculturel et plurilingue. Dans le cas de nos sujets, la culture familiale est aussi la culture dominante du lieu public qu'est Cocoa Beach, et le déplacement hypothétique vers un autre espace surf comme par exemple Hawaï ne pose qu'un problème de relation de pair à pair mais pas de variété à variété en termes culturels. Ainsi dans la culture surf globale, il existe des variations mais il s'agit toujours de la même culture (dans notre transposition linguistique, ce serait la différence entre un anglais britannique et un anglais américain).

8.2.2 Culture seconde : Ricky Carroll, Dustin, Bart Kelley, Britty

Ricky Carroll, Dustin, Bart Kelley et Britty s'inscrivent dans un parcours de déterminisme actif et acquisition tardive. Les quatre sujets sont entrés dans la subculture à des moments différents de leur vie, et selon des modalités distinctes : Ricky Carroll pendant l'enfance, Dustin à l'adolescence, Bart et Britty à l'âge adulte. De plus, les différences entre leurs cultures premières respectives et celle du surf ne sont pas égales puisque Ricky Carroll et Britty étaient en situation de mobilité pendant leur enfance à cause du travail de leurs père dans l'armée (Ricky Carroll est originaire de New York, il a eu ses premiers contacts avec le surf sur la base japonaise d'Okinawa ; Britty est originaire de Floride mais ne s'y est installée qu'à l'âge adulte), Dustin a grandi dans un environnement familial tourné vers l'océan même si ses parents sont originaires de l'Indiana, et Bart est entré dans la subculture de manière tardive. Leurs mobilités respectives sont celles de migrants, de « seconde génération » pour Dustin, et de « primo-arrivant » pour Bart qui a fait le choix de s'installer en Floride il y a seulement trois ans :

I've been coming to this area for about fifteen years. I used to travel with the Nascar circuit... Then it became only if there was a beach around, and then for some reason this place has always attracted me... I've always been attracted to it, so we've been vacationing here and every time I would go back to Indiana, I would get just depressed and unhappy, so finally we made the move to actually move here, so three years ago. (Entretien de Bart Kelley, 13 juin 2017 – 5).

Bart parle de dépression qui l'a poussé à progressivement délaisser les symboles de sa culture première pour se consacrer entièrement à sa culture d'appartenance. La situation de Dustin est différente car il n'est pas né dans une famille de surfeurs mais il considère que la proximité de sa famille avec l'océan lui a permis de vivre le mode de vie très tôt :

I think, I feel like a lot of people like especially in Florida, if you surf, chances are your parents may not surf but they probably spent a lot of time on the water boating, and in and on the water. Or you lived in beach side community, and so that's why I said earlier I think that economics have something to do with that and also it's your family and so many of the guys that have been surfing since they were young their parents were sailors, it's just part of the waterman lifestyle. (Entretien de Dustin, 10 septembre 2016 – 58).

Comme le rappelle Dustin, l'acquisition tardive du surf en Floride n'est pas exceptionnelle puisque les populations migrent comme l'ont fait ses parents ou Bart Kelley pour justement vivre le *tiki* ou le *beach lifestyle*. Selon lui, « Florida is such a diverse place, like everybody ends up there from all around the country, particularly like the east coast, from New York, from Canada, from all over they all end up coming to Florida... » (*ibid.*, 6). Même s'il a grandi dans un environnement marin, nous ne considérons pas que le surf soit pour Dustin une culture première parce que ses parents ne la connaissent absolument pas et que malgré leur goût pour l'océan, leur culture première reste inhérente à celle de l'Indiana : plus proche de la culture *redneck* selon leurs propres termes. De plus, comme il l'explique lui-même, ses premiers contacts avec la culture ont eu lieu à l'adolescence :

A neighbor of mine named John, he used to collect pretty much anything that people would leave outside his house. And he gave me a surfboard when I was probably 11 or 12, and I'd done some body boarding and stuff before that but he gave me that board and I was instantly like... I couldn't wait, like it only had two fins, one of the side fins had broken off and it was super dangerous 'cause there was fiber glass poking out everywhere, and yeah, I was like, "alright, let's do this!" And I took it out and started surfing. (*Ibid.*, 3).

Dustin, Ricky Carroll, Bart Kelley et Britty ont été exposés à la culture du surf à l'adolescence, par l'intermédiaire de leurs pairs, ce qui fait du surf l'une de leurs cultures secondes et d'appartenance principales. En effet, ces sujets sont caractérisés par leur mobilité et leurs répertoires culturels hétérogènes qui impliquent la nécessité d'opérer des choix relatifs à l'appartenance culturelle. Tous ont des compétences pluriculturelles, c'est-à-dire qu'ils maîtrisent à des degrés divers l'expérience de plusieurs cultures tout en étant à même de gérer l'ensemble de leur capital culturel. Comme le montre leurs biographies, les individus en situation de mobilité ont déjà un répertoire culturel qui peut être parfois aux antipodes du surf,

comme dans le cas de Bart Kelley et de sa passion pour le Nascar. Progressivement, Bart s'est identifié à la subculture du surf plus qu'à celle des courses automobiles et cela se retrouve dans la programmation et les thèmes de ses émissions de radio tournées vers le *surf lifestyle*. Dustin maintient deux cultures, celle du surf et une autre résolument plus country qui lui provient de la ferme familiale de l'Indiana. Britty s'est inscrite tardivement dans les cultures du jazz et du yoga, qui pour la première est considérablement éloignée de celle du surf.

8.3 Appropriation

Dans ce travail, nous attribuons le terme *appropriation* à la capacité d'adapter une culture à un usage ou une fonction déterminés par le sujet en dépassant le simple apprentissage de la culture. En linguistique, l'appropriation revient à s'accaparer un langage qui se singularise des autres non seulement à cause du lexique, des intonations ou de la syntaxe, mais aussi grâce à des marqueurs culturels qui lui sont associés. La langue-culture devient marqueur d'identité. Par exemple, aux États-Unis, le *redneck* s'associe à la musique country, à La Réunion, le créole s'associe à une tradition culinaire ou à la danse maloya (deux exemples observés et analysés par la chercheuse dans des travaux universitaires précédents). Ces associations entre langue et marqueurs extérieurs (influencés ici par le contexte floridien) sont dominées par le besoin d'expression ; en d'autres termes, ces langues s'associent à des formes d'expression qui leur sont propres. Nous posons que le surf et la *surf music* s'inscrivent dans cette logique. C'est ici que les représentations et les différenciations socioculturelles et esthétiques entrent en jeu : les rapports aux endo- et exogroupes se marquent, et l'intégration d'éléments singularisants comme la musique, les vêtements et les attitudes font leur apparition. On entre alors dans la phase où les communautés d'appartenance se démarquent. Un surfeur peut donc se différencier d'autres surfeurs par ses choix musicaux ou par l'affirmation d'un style dans la pratique du surf telle qu'elle est cultivée dans sa région. Il s'agit d'une phase cruciale parce qu'elle articule la culture du surf en subcultures. Les surfeurs sont face à un choix : s'identifier à un groupe par opposition à d'autres groupes et maintenir cette identité, ou aller plus loin, jusqu'à la quatrième phase de notre modèle pour avoir un impact sur la subculture, donc sur les individus qui la composent. Dans cette phase, il y a un besoin d'association à des modes d'expression qui caractérisent la culture d'appartenance. Le modèle doit donc montrer comment ce besoin s'articule et l'analyse permettra d'en comprendre le sens et les corollaires identitaires.

8.3.1 Représentations intergroupes : les subcultures du surf

Les représentations sont liées aux questions d'identité vers lesquelles nous orientons progressivement notre pensée. Les inflexions identitaires sont produites par les représentations sociales, familiales, collectives, etc., émanant des groupes d'influence. Les surfeurs appartiennent à des groupes dont les individus partagent des pratiques et des croyances. Ces groupes existent nécessairement par contraste avec d'autres groupes de surfeurs (la Floride versus la Californie, ou au niveau régional, la Space Coast versus New Smyrna). En effet, l'identité d'un individu est ce qui le différencie des autres, mais l'identité d'un groupe est ce qui rend les individus de ce même groupe similaires. Les sujets de cette étude appartiennent à une communauté globale puisqu'ils s'identifient à la culture du surf, mais ils se différencient aussi d'elle par leur affiliation à la subculture floridienne distinguée par sa géographie et son histoire socio-culturelle. Si Deschamps & Moliner (2012) parlent « d'identités au pluriel » (p. 19), nous envisageons une identité globale dans laquelle une formation locale serait inscrite dans un plus grand dessein national et global (à la manière de poupées russes qui se ressemblent mais dont la taille change fondamentalement la densité, le poids, le volume, marquant ainsi leurs caractéristiques singularisantes). En créant des groupes, nous simplifions notre environnement en le réorganisant selon des structures et un système de perception, ce qui permet une économie cognitive (une pratique mise en œuvre au quotidien lorsque, par exemple, nous imaginons un surfeur, nous visualisons une planche, un *boardshort* mais pas l'ensemble de la communauté répondant à tous les critères « surfeur »). Ce phénomène engendre un marquage plus fort des différences entre groupes, et des similitudes au sein du groupe afin de faciliter la discrimination entre catégories. Selon Deschamps & Moliner (2012),

En considérant que certaines personnes appartiennent à une même catégorie, les individus auront tendance à percevoir chez ces personnes, des traits communs. Ce sont ces traits communs que l'on va appeler des stéréotypes. . . . L'aspect simplifié et consensuel des stéréotypes peut s'expliquer par le processus de catégorisation sociale qui est à leur origine. (p. 30).

Ces stéréotypes font alors partie des représentations intergroupes puisqu'ils permettent une évaluation du « nous » et du « eux » en fonction de critères concrets comme les comportements territoriaux ou « aggro » des surfeurs tels qu'ils sont décrits par nos sujets. « La distinction de groupes différents s'accompagne généralement d'une valorisation de l'endogroupe et d'une dévalorisation de l'exogroupe. Ainsi les stéréotypes ne remplissent pas qu'une fonction cognitive, ils ont aussi une fonction évaluative » (*ibid.*, p. 32). Cette évaluation qualitative des exogroupes prend des formes différentes. Par exemple, les surfeurs

floridiens peuvent considérer les autres communautés comme des modèles (c'est le cas avec l'archipel d'Hawaï qui est pensé comme un idéal de la culture du surf), ou bien ils peuvent les voir comme des rivaux (c'est le cas de la Californie des points de vues de l'industrie et du rayonnement international)²²².

Si les stéréotypes entrent en jeu principalement dans les relations intergroupes, les prototypes sont eux le point de référence au sein du même du groupe. Le prototype est selon Deschamps & Moliner (2012) « un élément qui est considéré comme définissant le mieux la catégorie, qui en est le meilleur représentant ou le modèle » (p. 74). Par exemple, à Cocoa Beach, Kelly Slater et C.J. Hobgood sont deux icônes locales devenues internationales. Ainsi, « les relations intergroupes se structureraient selon le processus de la catégorisation ensembliste, mais la prototypicalité rendrait mieux compte des relations au sein de l'endogroupe » (*ibid.*, p. 76). En d'autres termes, les groupes se distinguent entre eux par le stéréotype, une vue partielle et presque clichée de la réalité (la vahiné hawaïenne, le *white trash* floridien, le beau surfeur californien) alors que les individus se retrouvent autour d'un modèle original ou authentique validé par les acteurs du groupe culturel²²³. C'est le statut de surfeurs considérés comme authentiques qui valide leurs choix musicaux comme étant représentatifs d'une *surf music* floridienne constituant l'un des traits de la subculture.

8.3.2 Intégration de l'élément musical : choix d'un répertoire représentatif

Dans notre modèle, un individu finalise la phase d'appropriation culturelle en sélectionnant des attributs offerts par la culture qui lui permettent de se situer au sein de cette culture. Selon la trajectoire choisie par les sujets, ils vont chercher à se singulariser des autres groupes mais aussi des autres individus de leur groupe. C'est ici que la musique entre en jeu dans notre étude (d'autres facteurs singularisants existent qui peuvent être analysés comme par exemple les tatouages). L'expérience de la culture maintenant adaptée à un usage déterminé par le sujet transforme le rapport aux autres et à la société puisqu'elle permet l'individualisation de la personne morale. Les sujets qui intègrent l'élément musical peuvent ainsi redéfinir leur relation aux autres par les processus qui mènent à la singularisation de leur propos esthétique. Selon leur expérience personnelle, leur vision des autres et de la subculture évolue et ils sont aussi perçus comme une valeur distincte par les autres. Les facteurs singularisants apparaissent dans les *playlists* des réseaux sociaux mais aussi à travers les revendications directes du type « to me, surf music is... ». Par exemple, alors que nos sujets avaient tous une

222 Contrairement à ce que j'avais dans mon travail sur la country : « plus l'appartenance identitaire est marquée, plus les rapports entre les groupes aux identités très marquées sont dévalorisants (country versus rap) » (Barjolin, 2015, p. 57), la disparité culturelle et esthétique ne crée pas un discrédit systématique dans la culture du surf.

223 Le problème de la question de l'authenticité sera développé dans la quatrième partie de ce travail.

idée commune de ce qu'impliquaient les termes *surf music* (une musique plutôt rock des années soixante), le temps de l'entretien servant à la réflexion, ils sont tous parvenus à définir leur propre *surf music*. Celle-ci s'éloignait du mouvement historique en incluant divers genres et artistes, mais dans chacun des cas, des éléments de reggae y étaient incorporés.

La notion de répertoire empruntée à la linguistique implique l'idée d'un « processus dynamique d'appropriation et de transformation des connaissances » (Dufour, 2014, 180). Dans le répertoire musical des surfeurs, les musiques s'inscrivent dans des relations de réciprocité. Il y a une forme de continuité entre des éléments du répertoire qui sont en lien avec les cultures du sujet. Ainsi un répertoire musical se construit selon un contexte culturel allant de la famille à celui du groupe socioculturel proche, puis des autres groupes. Le répertoire est fluide car il évolue selon les moments de la vie du sujet, de ses rencontres, des nouveautés musicales, etc. et de ce qui répond le mieux à sa situation affective. Les variétés musicales contenues dans un répertoire sont représentatives du capital culturel de l'individu (pluriel chez nos sujets) qui les met à contribution selon les contextes socioculturels appropriés : chez Ricky Carroll, cela peut signifier jouer du rock alternatif avec son groupe Lady and The Tramp ou du rock-country avec son autre groupe, Down Patrol. Pour Britty, il s'agit de chanter du jazz dans des lieux publics ou d'écouter du reggae dans des situations personnelles du quotidien.

Les sujets s'approprient la subculture en développant leur propre répertoire musical selon un choix qui est offert localement et globalement, et qui n'est pas toujours extrait du répertoire consensuel de la *surf music*. Le répertoire musical permet de marquer l'appartenance mais aussi la non-appartenance. Ces choix permettent une sorte d'écriture autobiographique des sujets puisque les répertoires musicaux permettent de s'explorer et de répondre aux questions : « qui suis-je comme individu et comme surfeur ? », « où est-ce que je me situe au sein de ma communauté et dans le monde ? » Ces répertoires permettent de rendre tangible une conscience de soi. Ainsi, l'élément musical permet la singularisation au niveau du groupe et au niveau des individus en marquant la culture d'appartenance. Le but néanmoins n'est pas d'atteindre un tel degré de différence que tous liens soient rompus avec les autres membres du groupe. Il s'agit de trouver sa place avec justesse dans une structure sociale équilibrée et dont les choix personnels contribuent à édifier un répertoire musical commun mais modulable.

8.4 Modification

8.4.1 Personnalisation culturelle

Au stade de la modification, le sujet maîtrise assez la (sub)culture pour pouvoir la personnaliser (la transformer), puis créer (la (ré)inventer) et enfin rayonner à travers elle (disséminer sa vision personnelle). Avant de créer, l'individu doit apprendre à personnaliser les composantes de la subculture en s'accaparant un objet existant et en le modifiant. La personnalisation est un effort de création balbutiant par lequel tous nos sujets sont passés lorsque, par exemple, ils ont récupéré et réparé des planches cassées pour apprendre à surfer, lorsqu'ils ont composé leur répertoire musical en sortant du paradigme de la *surf music*, lorsqu'ils ont mis des autocollants des marques qui les représentaient le mieux sur leur voiture, etc. Le but de la personnalisation n'est pas l'individualisation extrême qui ferait perdre de vue l'appartenance au groupe, mais elle permet de se rapprocher du processus de création authentique atteint par tous nos sujets et qui fait d'eux des références de la culture du surf.

8.4.2 Création : naissance de signatures ethno-esthétiques

La créativité est comprise comme le fait de proposer quelque chose de nouveau et de singulier dans la subculture. C'est la maîtrise ultime des codes de la subculture et l'on se rend compte que ce niveau d'appropriation peut-être atteint aussi bien par des individus dont le surf est la culture première que par ceux dont c'est la culture seconde. À cet égard, la description qu'a donnée Dustin de son parcours dans le surf (sa culture seconde) a aussi servi de cadre à la conception des étapes de notre modèle : « It started off as a hobby, and then it evolved into a lifestyle, and it evolved further into a career » (entretien du 10 septembre 2016 – 2). À l'instar des autres acteurs de la subculture, après y être entré, il se l'est appropriée, puis l'a modifiée. À ce stade, un surfeur peut par exemple créer ses propres modèles de planches, ses images médiatiques, ses chansons, etc. Dès lors, au-delà de simples capacités à altérer l'objet, un surfeur ayant atteint cette phase peut aussi influencer les comportements au sein de la subculture et ainsi la modifier ou la réorienter idéologiquement. On parlera alors du pouvoir performatif des discours de la subculture. On pense notamment aux surfeurs qui sans créer d'objets concrets, inventent une nouvelle façon de penser le mode de vie.

Les créations les plus évidentes à observer sont de nature matérielle. Ainsi, les créateurs du *hardware*²²⁴ comme Sean Slater et Ricky Carroll fabriquent un objet technique pour un public spécifique à partir de données environnementales précises. Tous les *shapers* et une majorité de

224 Le *hardware* constitue l'ensemble des équipements techniques : les planches, les ailerons, etc.

surfeurs ont commencé à fabriquer des planches par nécessité ou par passion ; Sean Slater et Ricky Carroll en ont fait un métier. À ce stade, il ne s'agit pas simplement de fabriquer des planches en imitant des modèles existants mais bien en proposant quelque chose de nouveau afin de se singulariser et à son tour inspirer les autres *shapers*, comme l'explique Sean Slater : « I try to get creative with my surfboards by making themed boards, and then a couple of guys caught on and started doing things that were really fun... That's how I see it it, it's fun, when the fun is gone, I don't want to do it anymore » (entretien du 7 juin 2017 – 38). Ricky Carroll a commencé à fabriquer des planches dès l'âge de 13 ans parce que son grand frère ne le laissait pas utiliser l'unique planche qu'ils partageaient. Il ne pensait pas en faire un métier, mais comme pour tous les sujets interrogés dans cette étude, sa passion du surf l'a conduit à la création par et pour le surf : « I mean it's just a passion... As a kid, once I did it, it's like that's all I wanted to do... I got into the surf industry just kinda by chance, not that that's what I wanted to do. I didn't think there was a career in making surfboards but I soon discovered that there was, and once I did, I never went back » (entretien du 13 juin 2017 – 8). Le choix de carrière n'est pas lié à la perspective financière mais au *lifestyle* qui permet de travailler pour pouvoir surfer. Encore une fois, qu'il s'agisse de Sean Slater ou Ricky Carroll, les notions de bonheur, « fun » et de passion sont fondamentales dans leur approche du surf, du mode de vie et de la création. Ricky Carroll explique :

I'm really passionate about what I do. You don't make surfboards all of your life unless you're passionate about it. It's not something you do and go, 'Oh I'm gonna make a ton of money doing this.' It's hard work and you have to have a passion for it. And I'm one of those people who's very competitive. When I started surfing, in competitions and stuff, I wasn't going to enter competitions unless I was gonna win. I didn't go in here just to be a part of it. And when I started my own company, I had worked for many years for another company, and the 'work hard' ethic has always been a part of who I am, but the 'surf hard' was kind of saying you know, if you're gonna do something put your all at it instead of just go out to surf and say I'm a surfer. (Entretien du 13 juin 2017 – 26).

Comme le montre ce passage, l'implication dans l'industrie du surf relève pour Ricky Carroll d'un choix dominé par la passion et d'un sens de l'accomplissement poussé à l'extrême. Les compétitions dont parle Ricky Carroll n'ont pas uniquement à voir avec la pratique du surf, mais elles renvoient aussi aux multiples compétitions de *shaping* qu'il a gagnées avant de créer sa propre compagnie. Le but était de reproduire à la main des modèles de planche le plus précisément possible. Ainsi, avant de devenir la référence en termes de surf qu'il est aujourd'hui, Ricky Carroll a dû imiter à l'extrême pour prouver son talent. Par ailleurs, le slogan de sa compagnie « Work hard, play hard » reflète une vision consensuelle du surf

comme nous l'avons fait ressortir au cours de ce travail : qu'il s'agisse de pratique sportive ou de création esthétique, les surfeurs revendiquent l'action et se méfient des postures.

Si le *hardware* constitue l'ensemble des objets techniques du surf, le *lifestyle* est ce qui transforme le sport en mode de vie en lui apposant des dimensions sociales, culturelles et affectives. Deux dynamiques liées à la création semblent faire surface dans le *lifestyle* : l'une ayant trait à la création en elle-même, l'autre étant une réflexion sur l'inhérence de l'acte de création dans le surf. Lance-O considère par exemple que la pratique sportive et la musique ont en commun d'être des phénomènes organiques, c'est-à-dire qu'ils sont construits selon des principes relatifs à tout être vivant. Son approche de la musique, exclusivement reggae, est ainsi très spirituelle :

So for me, I feel there's a very deep connection [entre surf et musique], you know because music comes from a special place you know, and it's a creative process. And some of the most talented people that make music are special people because it's coming from a very special place. And you know, most music is made through something that they have experienced. . . . Most of the time we're surfing where we live and believe it or not, because say surfing takes you there, it can in some shape or form take you to that place to create music as well cause it's in that solace. It's that kind of quiet place in your head, and I mean a lot of time you can just get an idea while surfing or you can get all kinds of ideas because if the topic could be without any stretch of the imagination stretching it to fit this topic, ideas come out all the time so... (Entretien du 16 janvier 2016 – 1).

Selon Lance-O, le surf et la pratique artistique relèvent d'une expérience intime qui permet à l'individu d'accéder à un état où les facultés d'imagination peuvent être libérées pour laisser s'exprimer la créativité. L'équilibre entre le sensible et l'intelligible transcende la vision du *surf lifestyle* de l'artiste. Britty représente sa vision du mode de vie dans des peintures aux couleurs vives caractéristiques des esthétiques floridienne et caribéenne. Selon des modalités de création différentes, Bart Kelley crée et propose des programmes radiophoniques représentant sa vision du *surf lifestyle* qu'il veut positive et encore une fois « fun ». Bart a choisi le nom de la radio Endless Summer Radio parce qu'il caractérise le mode de vie floridien : un été sans fin. Un dernier point sur l'aspect musical du *lifestyle* est apporté par Sean Slater au sujet de son ami Jack Johnson. Ce dernier était un surfeur comme les autres, puis il a trouvé « sa niche », un mot souvent utilisé lors des entretiens et qui marque l'importance de trouver sa place au sein d'un groupe, d'une société, d'une industrie, etc. :

It's funny, about Jack, Jack Johnson, we use to joke that he was the poorest guy we know, and now he's the richest guy we know because everyone would sit around and play guitar... All of a sudden Jack, he found his niche, it's crazy! . . . Donovan

tried all kinds of different musics and I mean, they cruised around in a van, like a 24 foot van. (Entretien du 7 juin 2017 – 39).

Jack Johnson et Donavon Frankenreiter, deux artistes hawaïens, représentent tous les deux un consensus contemporain sur ce que peut être la *surf music* aujourd'hui : une musique acoustique produite par d'anciens surfeurs professionnels et dont la sémantique relève des valeurs du surf sans tomber dans le cliché enfermant des artistes qui justement n'ont pas su créer leur signature esthétique. Dans le cas de Sean Slater, la création est ancrée dans les co-cultures du surf : il s'agit de promouvoir les éléments servant de liens au *surf lifestyle* tels que la famille, les activités liées à l'océan, la musique, la communauté et la protection des participants. Sa création la plus importante pour notre propos est son concept de *lifestyle crossover* qu'il souhaitait mettre en œuvre à travers son organisation, Slater Brothers Invitational, et qui comme nous l'avons vu, caractérise l'*ethos* du surf floridien.

L'image du *surf lifestyle* développée par Dustin pour la marque Sun Bum se veut très hétéroclite : Dustin est à l'origine de plusieurs opérations marketing censées inscrire la marque dans la subculture de la manière la plus vraisemblable possible. Il a ainsi mis au point des compétitions de surf impromptues (appelées Bum Rush Tour), des concerts intimes sur la terrasse du bureau de Cocoa Beach (Sonny's Porch) ou encore le partenariat avec Mastercraft pour le wakesurf. Tout cela a été possible grâce au statut de Dustin dans la subculture et à l'ensemble de ses contacts. Comme il l'explique, il a créé un emploi autour de la vie qu'il souhaitait mener : « We got in the industry... We do this because it is the lifestyle right? You create a job around the lifestyle » (entretien du 10 septembre 2016 – 14). Ces événements sont toujours filmés ou photographiés. Cela permet à la marque de créer un répertoire d'images médiatiques ancrées dans la réalité de la subculture par l'intermédiaire des employés surfeurs, qui dans le cas de Dustin représente une vision régionale de la subculture. Pour lui, Sun Bum est l'un des emblèmes du surf de Cocoa Beach : « I think our brand [represents the surf lifestyle around here] in a big way. All the marketing, the imagery and social media and all that stuff is all wrapped around the Florida lifestyle, the Florida surfing lifestyle, and how it kinda differs from other places » (*ibid.*, 15). Sonny's Porch a été créé parce que comme la plupart des surfeurs, Dustin apprécie la convivialité d'un rassemblement musical après une session de surf. Il s'est donc servi de ses propres envies pour créer le concept de Sonny's Porch : « we love the music so we wanted to capture the music on film and share with everyone else kinda what we like and what we're about... And we just like having concerts at our office » (*ibid.*, 27). Encore une fois, qu'il s'agisse de commercialisation de services ou de produits, les surfeurs créent ce dont ils ont besoin pour eux-mêmes. C'est ce qui fait la différence entre le *mainstream* et l'authentique : « Everything that you do can't be scare

tactics. . . . We started making sunscreen for us, and we made it for us so that it would work well and then we wanted to share with everybody else » (*ibid.*, p. 12). Comme nous le verrons dans la quatrième partie de ce travail, le manque est l'une des impulsions créatrices de ces surfeurs qui ont fait de leur mode de vie une offre à leur propre demande. Ainsi, les objets et comportements légitimes se démarquent aisément des autres par leur fonctionnalité (les shorts ou les planches doivent être conçus en anticipant sur l'action) et leur capacité à s'harmoniser à l'affect des surfeurs, comme la musique peut le faire.

8.4.3 Rayonnement : influence des sujets sur les répertoires culturels

Le rayonnement des créateurs de cultures comme nous pouvons les nommer, est de deux natures différentes : l'activité des *shapers* comme Ricky Carroll ou Sean Slater est très spécialisée et ne s'adresse principalement qu'aux participants. En revanche, les acteurs du *lifestyle* peuvent toucher un public beaucoup plus large car il n'est pas nécessaire d'être un surfeur pour apprécier un concert (fût-il de *surf music*), utiliser de la crème solaire, écouter une radio qui propose des musiques associées au surf mais aussi au *beach lifestyle* floridien. Lance-O parle de sa musique, du reggae, comme d'une musique créée pour donner une voix à ceux que l'on n'entend pas :

You know, reggae was born as a voice for the voiceless, and people that struggled, people that were oppressed, people that weren't allowed to do everything that everyone else was allowed to do. It's injustice, inequality, you know, but it also evolved into you know having fun, dancing, love. (Entretien du 16 janvier 2016 – 4).

Les pratiques et les discours mis en œuvre par nos sujets ont tous en commun d'avoir une forme d'impact sur autrui. Ainsi, en s'accaparant la subculture, ils l'ont réinventée selon leur besoins et l'ont exposée au monde en s'emparant d'espaces habituellement occupés par les archétypes du surf : Hawaï, la Californie, voire l'Australie (Dustin se rend régulièrement dans ces trois lieux pour former le personnel sur la vision spécifique du *surf lifestyle* tel qu'il est conçu par Sun Bum, une compagnie émanant de Floride). Dès lors, ces acteurs locaux défient les suprématies du surf pensées comme étant les seules légitimes en termes de lieux, de pratique et de symboles culturels et esthétiques de leur temps. En participant à la production d'idées, de discours, d'images et de sonorités et en s'engageant sur la construction globale d'une psyché du surf, nos sujets parviennent à articuler de nouveaux discours qui libèrent progressivement la Floride de ses stigmates et la mettent en avant comme acteur incontournable du surf. Ils ont pris le contrôle car ce sont eux qui maîtrisent les liens et les ruptures entre les diktats du surf et leur propre compréhension de la subculture. À travers Sun

Bum, Dustin a réussi à imposer un discours floridien dans les pratiques commerciales de la marque en dépassant ainsi les limites et les difficultés liées au statut d'*underdog* floridien (un terme récurrent dans les questionnaires), et ils se sont situés dans la sphère globale du surf en gagnant une réputation et un public dans les capitales du surf : la Californie, Hawaï et maintenant l'Australie. Les modèles marketing de Sun Bum sont ainsi disséminés physiquement et virtuellement car Sonny's Porch est diffusé sur YouTube.

8.5 De l'apprentissage d'un capital culturel à l'appartenance ethno-esthétique

8.5.1 La notion de capital culturel du surf et sa construction

Le dernier mouvement de ce chapitre revient sur la notion d'apprentissage du capital culturel du surf et nous permet de faire le lien entre les enjeux de l'appropriation culturelle et ceux de l'appartenance ethno-esthétique illustrés dans la quatrième et dernière partie de ce travail. Le capital culturel est compris ici comme ce qui permet à un individu de mobiliser des savoir-faire et des savoir-être appropriés de façon plus ou moins consciente. La formation de ce capital comprend une forme d'apprentissage relative à l'expérience culturelle, sociale, géographique et esthétique qui se traduit par la maîtrise des savoirs théoriques et des savoir-vivre partagés par la communauté de surfeurs. C'est ainsi que l'on peut parler d'une culture du surf et une culture qui a construit son capital sur sa mobilité. Bien qu'installée en Floride la subculture n'ignore ni son passé californien, ni ses racines hawaïennes (même si la relation est unilatérale). Le capital culturel du surf se construit alors dans différents mouvements : dans la mobilité de la culture elle-même et dans l'apprentissage individuel de la subculture ancrée en un point donné. Le capital est ce bien fondamental que des groupes d'individus font valoir et qui grandit selon l'apport des participants et les conjectures sociales. Bourdieu (1979, 1980) considère que les capitaux économiques et culturels sont les plus déterminants dans la construction sociale des individus. Sans ignorer l'aspect économique, nous concentrons notre analyse sur l'aspect culturel de l'édifice socio-identitaire. Le capital culturel du surf est alors la construction des savoirs relatifs à la subculture comme l'a illustré notre modèle des phases d'appropriation culturelle. La formation à un système global dont les ramifications sont propres à des régions géographiques et qui évoluent selon des périodes données apportent des compétences propres aux individus acquérant ces savoir-faire et savoir-vivre pour qu'ils puissent s'identifier et se distinguer les uns des autres. Dustin explique qu'un poseur serait ainsi rapidement découvert : « anybody who surfs would sniff it out instantaneously so they don't... It may sound like an insider but if they talk to anybody who actually does the activity on a regular basis they'd sniff it out right away, like you can't fake it to somebody who's like [a real surfer]... » (entretien de Dustin, 10 septembre 2016 – 70). Ce capital est une

construction (d'où l'idée d'une construction de l'identité) qui se fait selon des objectifs fixés, des modes d'application, des moyens, des besoins, des désirs et des codes.

Alors que nous avons emprunté à Bourdieu l'idée de capital culturel, nous nous intéressons à sa forme « incorporée » (Mauger, 2002, p. 2), c'est-à-dire en considérant les facultés à acquérir et à maintenir des savoirs culturels hérités ou instruits. Comme le souligne Gérard Mauger (2002), « [l]e capital culturel, qui disparaît avec la mort de son détenteur, ne peut pas être transmis instantanément par le don ou la transmission héréditaire, l'achat ou l'échange. Il exige un travail d'inculcation et un travail d'assimilation, travail du sujet sur lui-même qui coûte du temps : il se cultive » (p. 2). Le travail dont il est question ne nécessite pas systématiquement une volonté préalable d'apprentissage conscient et actif chez l'apprenant car le savoir peut se transmettre par immersion et par contact avec les pairs en particulier lors de la socialisation de l'enfant. On se réfère ici encore à notre schéma d'appropriation culturelle. Il y a d'un côté un patrimoine culturel transmis et érigé en capital culturel (acquisition précoce comme chez Sean Slater), et de l'autre un objet culturel intégré comme constituant d'un capital culturel existant (acquisition tardive comme chez Bart Kelley). La transmission du capital dans le premier cas « s'opère, pour l'essentiel, en dehors de toute volonté explicite de le transmettre, par l'effet éducatif qu'exerce le capital culturel objectivé intégré à l'environnement familial et par toutes les formes de transmission implicite liées à l'usage de la langue, qui contribuent à la construction sociale des habitus » (Mauger, 2002, p. 2). La construction du capital culturel se fait alors soit par intégration tardive à un capital existant, soit par transmission selon le modèle que nous avons développé et que la section suivante vient appuyer sous l'égide du travail de Shinichi Suzuki.

8.5.2 Apprentissage d'un capital culturel : Théorie de la Méthode Suzuki

Le capital culturel ainsi constitué permet de créer des alliances communautaires. Cette manière d'appréhender un phénomène socioculturel est particulièrement prisée par les *alliance studies* selon lesquelles les approches ontologique, pragmatique et phénoménologique participent à l'explication des distinctions et collaborations entre musiques et subcultures. La méthode de Shinichi Suzuki de transmission du savoir musical est à cet égard éclairante²²⁵. Pour son inventeur, il s'agit de considérer l'approche de la langue maternelle dans l'apprentissage musical. Suzuki pensait que comme pour l'acquisition de la langue, les capacités musicales sont développées mais pas héritées, et que donc l'implication des parents

225 Suzuki est l'inventeur de la Talent Education School. « Shinichi Suzuki (1898-1998) a développé un processus spécifique d'apprentissage / enseignement pédagogique consacré non seulement au violon, mais aussi à d'autres instruments. Ce processus aux États-Unis est appelé 'Méthode Suzuki' tandis qu'au Japon, son pays d'origine, la Méthode s'appelle 'Saino Kyoiku', c'est-à-dire Éducation du Talent » (Mirkovic, 2016, p. 107).

était cruciale pour le développement de ces capacités. Alors la méthode Suzuki crée un fort lien entre l'école, les élèves et leur famille dans l'apprentissage musical. Notons qu'au delà de la composante familiale de l'environnement social, nous pensons que les composantes affective (les amis) et normative (éducateur spécialisé par exemple) sont aussi fondamentales dans l'acquisition de la subculture. Selon la forme incorporée du capital culturel, un individu est disposé à l'assimilation et en nous inspirant de l'approche de Suzuki nous ajoutons à cela l'importance du caractère altérable de l'individu dans cette faculté d'assimilation. La devise de l'école était « D'abord le caractère, ensuite la capacité » (Mirkovic, 2016, p. 112). Le terme *Ongakudo* signifie la voie de la musique et indique la nature spirituelle de l'entraînement musical selon Suzuki (*ibid.*, p. 98). Le maître insistait sur l'aspect spirituel de sa méthode, sur les notions de jeu, de divertissement et de récompense affective du progrès, ainsi que sur la faisabilité de modeler le caractère par et grâce au procédé d'acquisition (*ibid.*, p. 101). On retrouve là des aspects essentiels de la construction du capital culturel du surf tels qu'ils sont perçus par nos sujets. Pour Sean Slater, le surf s'apprend d'abord en s'amusant et il dénonce les parents qui poussent de manière agressive leurs enfants à devenir les nouveaux Kelly Slater :

I think there's an era for a while when the families were getting a little bit overzealous because Kelly was making all this money, and he's number one and winning all these titles. So they're like on the beach, like football coach, screaming at their kids on the water. . . . Stop yelling at your kids! You're gonna scare your kids right out of the water. They're never gonna want to do it anymore. My dad just let us go here. You'll learn what's good and bad when you're a kid. You don't need your parents who don't surf, or if they do, they're not as good as you are! If they're just gonna be yelling at you, I hate that! (Entretien du 7 juin 2017 – 38).

Si les enfants apprennent le surf parce qu'ils sont forcés à le faire, alors selon l'approche Suzuki, ils n'en maîtriseront ni la technique, ni la spiritualité. En d'autres termes, ils n'acquerront pas les savoir-être de la subculture. Ensuite, la construction du capital culturel du surf est réussie lorsque les individus ont modelé leur caractère et façonné leur savoir-être selon les valeurs du surf, celles qui distinguent un *kook* d'un surfeur légitime. Dans notre étude, ces valeurs se retrouvent dans les musiques qui leur sont associées par les enquêtés ou à travers l'émission Sun Bum Positive Sunday de Bart Kelley.

Dans la méthode Suzuki, la mère est l'élément clé du processus d'apprentissage et elle doit aussi apprendre à jouer de l'instrument, en l'occurrence le violon (*ibid.*, p. 103). Bien que l'on semble s'éloigner de notre objet d'étude, nous voyons de grandes similitudes entre la méthode Suzuki et les modèles que nous avons développés. En effet, comme dans notre modèle

d'appropriation des cultures inspiré de la didactique des langues étrangères, c'est la compréhension des facultés linguistiques qui ont inspiré à Suzuki sa méthode selon laquelle « le talent était le résultat de l'éducation et non un facteur héréditaire » (*ibid.*, p.103). Le but de Suzuki n'était pas de fabriquer des musiciens professionnels mais d'en faire des individus complets, sensibles pouvant appliquer les principes acquis à l'École du Talent à leur vie de tous les jours, peu importe leur voie (*ibid.*, pp. 128-29). L'objectif avoué de l'École du Talent était de faire au travers de l'étude musicale, des citoyens heureux et bienveillants. Il s'agissait de construire de l'enthousiasme et de l'estime de soi (*ibid.*, p. 140). On retrouve ici quelque chose de très fortement inscrit dans la conscience des surfeurs : transmettre aux jeunes générations des valeurs essentielles au surf. Dans notre recherche, chacun des individus interrogés a posé le doigt sur cet aspect du *surf lifestyle*. Un très bon surfeur peut être originaire de la Floride et ne pas être légitimé par ses pairs à cause d'un comportement de *kook* :

Bart Kelly : You find people who actually were born here, and sometimes they are the biggest kooks I've ever seen.

Ricky Carroll : It's pretty much a matter of attitude. (Entretien du 13 juin 2017 – 54).

La méthode de Suzuki basée sur ses observations relatives à l'acquisition de la langue maternelle est similaire à notre démarche. Elle s'inspire de la facilité avec laquelle tout individu peut apprendre sa langue maternelle grâce à l'environnement familial qui inculque sans l'enseigner les savoir-faire et savoir-être de la langue et de la culture. Peu importe les dispositions naturelles, tout individu est capable d'apprendre sa langue. Le surf tel que nous l'avons décrit est une subculture, un mode de vie qui si nos modèles sont corrects répond aux mêmes étapes d'apprentissage qu'une langue ou une culture donnée et est sujet aux mêmes phénomènes d'évolution. Alors en s'appuyant sur le modèle Suzuki on peut légitimer d'une part, l'approche qui consiste à mettre en parallèle langues et cultures, et d'autre part on peut comprendre la formation et l'appropriation de la culture fragmentée en mouvements. La méthode Suzuki est une approche par l'emploi. Elle est pragmatique et passe par la pratique plutôt que par la raison. Elle a pour but d'acquérir des savoir-faire et savoir-être, ce que l'on observe aussi dans le surf. Même s'il existe des écoles de surf, la subculture se transmet et s'acquiert dans la pratique physique et spirituelle fortement déterminée par celle des pairs. C'est aussi là l'une des raisons pour lesquelles la culture du surf n'est pas uniforme globalement : elle n'est pas institutionnalisée même si elle est ritualisée. À cet égard, il est intéressant d'observer les différences entre individus ayant le surf comme culture première (Sean Slater, Ricky Carroll) et ceux qui l'ont comme culture seconde (Dustin, Britty, Bart

Kelley). Nous constatons des différences entre ces deux catégories de surfeurs. Il semble y avoir chez les deuxièmes une réflexion mémorielle, voire métacognitive qui n'est pas aussi forte chez les premiers, même si avec l'âge ces différences tendent à se niveler. Alors le capital culturel est construit dans un contexte spécifique à chaque subculture, selon des données régionales et des données globales. Cette réflexion sur la didactique de la subculture du surf est essentielle pour comprendre les articulations entre savoir-faire, savoir-être, expression et marquage identitaire dans l'espace et le temps, et c'est sur cette appréhension de la subculture que nous avons fondé la dernière partie de notre travail.

QUATRIÈME PARTIE

La question de l'identité dans l'appartenance ethno-esthétique

Chapitre 9. Retour sur les réflexions théoriques autour de l'identité

Du côté de l'ethnomusicologie ou de la sociologie de la musique, . . . on se demande : « Pourquoi toutes les sociétés humaines ont-elles besoin de musique ? » Et parmi les réponses les plus courantes, il y a les suivantes, qui ne sont pas forcément exclusives : la musique permet une coordination des comportements dans le groupe, elle est le vecteur essentiel de la cohésion sociale, elle sert au maternage . . . , elle est au service de l'expression émotionnelle collective, elle est un régulateur d'émotions, voire, selon certains « cognitivistes », elle permet à l'esprit humain d'explorer sa propre flexibilité²²⁶.
(Wolff, 2016, p. 352).

9.1 Questions du rapport entre identité et *surf music*

9.1.1 La musique comme reflet ou construction d'une identité ?

L'objectif de la recherche est depuis son départ de comprendre l'impact des liens entre un mode de vie et les qualités d'une expérience musicale donnée sur la production d'individus et de communautés développées par ces individus. Notre plan a d'abord posé les bornes du cadre contextuel et de l'objet de recherche pour aborder ensuite les deux spécificités américaines dont il est question dans cette recherche, à savoir le surf et la *surf music*. Dans la troisième partie, nous avons inscrit l'objet d'étude dans une dynamique de mobilité afin de montrer que les phénomènes humains incluant les cultures sont mobiles dans le temps et l'espace et que leur appropriation globale en génère de nouvelles formes. Nous appréhendons l'identité²²⁷ selon des principes similaires de fluidité et de mobilité. Si nos analyses montrent clairement que le surf et la *surf music* font partie de ce que *sont* nos sujets (le verbe être ayant pour fonction d'introduire la notion d'identité), il reste encore à expliquer de manière précise comment des sujets qui se sont appropriés un mode de vie et une culture, allant jusqu'à lui (re)donner forme, se situent et se définissent par rapport à elle.

226 Le travail philosophique de Francis Wolff (2016) tente de répondre à la question « Pourquoi la musique ? ». Pour ce faire, il propose un contraste objectif entre les disciplines empiriques et l'approche spéculative de la philosophie sur ce sujet.

227 La relecture du travail de Laplantine (1999) *Je, nous et les autres*, en troisième année de doctorat nous a amené à repenser la pertinence des questions d'identité. Convaincu de leur intérêt théorique, nous rappelons l'importance de définitions de l'identité et des représentations qui insistent sur le caractère fluide, mobile, créatif et nuancé des deux notions telles qu'elles ont été définies dans l'introduction de la recherche.

Il semble au premier abord logique de penser que la musique puisse être le reflet du *lifestyle* et donc de l'individu qui s'y construit. Cependant, la représentation, non pas dans le sens psycho-social relevant des perceptions sociales (intelligibles) de l'individu et sur lequel nous reviendrons, mais dans le sens de reproduction sensible d'une réalité, apparaît restrictive et inappropriée. À cet égard, nous rejoignons en partie le propos de Laplantine (1999) pour qui :

L'art et la science ne sont pas des copies conformes de la 'réalité', des reflets, des reproductions, mais consistent dans l'élaboration de systèmes symboliques pour tenter d'en rendre compte, un système pouvant présenter une interprétation provisoirement satisfaisante dans tel domaine alors qu'un autre apparaîtra à un moment donné beaucoup moins pertinent. (p. 121).

Là où notre position diverge, c'est sur les intentions portées à l'art. Nous ne pensons pas que la musique ait pour but spécifique de rendre compte d'un système mais que c'est l'interprétation qu'en font ceux qui la consomment qui lui donne sa valence²²⁸. En cela, nous nous accordons au propos de Frith (1996a) : « My point is not that a social group has beliefs which it then articulates in its music, but that music, an aesthetic practice, articulates in itself an understanding of both group relations and individuality, on the basis of which ethical codes and social ideologies are understood » (p. 111). Nous retournons ainsi l'approche comme l'a fait Frith, pour dépasser l'idée que la musique ne serait qu'un simple reflet de la réalité des surfeurs dont la musique ne propose ni nécessairement une sémantique basée sur le surf, ni une forme homogène d'un genre censé représenter tous les surfeurs du monde. Des musiques deviennent populaires parmi certaines communautés parce qu'elles sont pertinentes pour ceux qui la valident. En effet, selon Frith (1996a), « popular music is popular not because it reflects something or authentically articulates some sort of popular taste or experience, but because it creates our understanding of what 'popularity' is, because it places us in the social world in a particular way » (p. 121). Dès lors, comme nous l'avons observé, au sein d'une même communauté de surfeurs, certains se reconnaissent dans le punk, d'autres dans le rock alternatif et d'autres encore dans la musique électronique. Même s'il existe un consensus au sein de la communauté, chaque individu se construit selon sa propre expérience, selon son éducation, son contexte générationnel, etc²²⁹. Pour Dustin par exemple, la musique électronique qu'écoutent les jeunes surfeurs n'est pas qualifiante d'après la vision qu'il a du *lifestyle* : « to me electronic, it couldn't be [representative of surf music] 'cause I don't think it's anything to anybody. Like, I don't think electronic is associated to any particular type of person. It's just... Some people like electronic music, it's gotten more popular so maybe that's

228 Notons que nous ne faisons pas de différence entre les musiques classiques pouvant être considérées comme supérieures (Bourdieu) et les musiques populaires dans lesquelles s'inscrit la *surf music*.

229 L'identité collective peut différer de l'identité personnelle (d'où le fait que le reggae ressorte comme le dénominateur commun parmi les sujets interrogés).

why » (entretien du 10 septembre 2016 – 48). Pour Dustin, la musique électronique ne signifie rien pour personne malgré sa popularité avérée chez les plus jeunes. Son discours n'est ni nouveau ni surprenant mais il est met en lumière des notions importantes : d'abord pour que la musique ait un sens, il faut qu'elle puisse exister dans des associations cognitives et affectives. Ensuite, après avoir disqualifié la musique électronique, Dustin revient sur sa position radicale en réalisant qu'après tout, le genre connaît une grande popularité parmi les jeunes surfeurs. Ce qu'il introduit ici est l'idée que ces musiques, plutôt que d'être le reflet d'une identité, permettent à ces identités de se manifester et de s'articuler au sein d'un groupe culturel. Le problème est bien de comprendre la différence entre conditions de production et de consommation de la musique, ce qui disqualifie l'idée de la musique comme reflet d'une identité. Dans une réflexion sur la musique classique, l'inventeur du concept de *musicking*, Christopher Small (1998), explique ses propres doutes initiaux sur la nature et la fonction des liens entre musique et société : « Is there something built into the nature of the works of that repertory that makes performing and listening to them under any circumstances go counter to the way I believe human relationships should be ? . . . Was Mozart wrong ? » (p. 16). Small (1998) indique ensuite que ce sont les circonstances de production de la musique d'un lieu à un autre, d'un public à un autre et surtout d'une époque à une autre qui sont pertinents pour comprendre les liens entre musique et société. Il explique que les répertoires musicaux représentent en effet certaines modalités d'interactions humaines (des groupes réunis selon leur volonté et dans la compréhension de conditions sociales acceptées) mais pas leur identité. De même, le *musicking* des surfeurs ne représente pas leur identité à proprement parler, mais la manière dont une communauté composée d'identités diverses et en formation interagissent selon une volonté et une direction commune à des moments et dans des espaces donnés.

Les identités en formation dont il est question posent le problème de leur construction par la musique. Même si l'on peut concéder que la musique contribue à cette construction, nous posons qu'il est nécessaire de dépasser cette relation car d'une part beaucoup d'autres éléments entrent en compte dans la formation d'une identité, et d'autre part le terme *construction* implique l'idée d'une mise en forme solide et définitive d'un édifice qui aurait pour but d'être fini alors que nous considérons l'identité comme quelque chose de fluide. (Nous poussons à dessein l'image à son paroxysme et reconnaissons que la construction se définit dans le mouvement. Cependant, ce mouvement tend vers un projet final, or c'est précisément cette idée de finalité qui nous semble inappropriée pour parler d'identité). L'identité évolue de manière plus ou moins intense selon différentes périodes de la vie à travers la mise en contact avec de nouvelles cultures et leur apprentissage. Tout individu peut ainsi apprécier des variétés de musique *a priori* distantes de sa culture première pour les inclure à son capital culturel ou pas. Frith (1996a) a posé le problème en ces termes : « How

do we make sense of the obvious love of European listeners and players for the music of the African diaspora? » (p. 109). Les musiques africaines ne reflètent pas une identité particulièrement franco-française mais sont populaires parce qu'elles semblent convenir à ce qu'attendent les Français à un moment donné, dans un espace donné. Encore une fois, penser que la création musicale doit rendre compte d'un système symbolique particulier ne semble pas fonctionner. Comme le souligne Frith (1996a) :

while music may be shaped by the people who first make and use it, as experience it has a life of its own. . . . [I]t is easy enough to move analytically from the cultural to the material. . . . The difficult trick is to do the analysis the other way round, to show how the base produced this superstructure, to explain why an idea or experience takes on this artistic or aesthetic form, and not another, equally 'reflective' or 'representative' of its conditions of production. (p. 109).

Cette réflexion montre par ailleurs que les sujets sont actifs dans leurs associations cognitives et affectives et donc dans ce qu'ils choisissent de mettre en œuvre dans l'invention d'eux-mêmes. Foucault (1997) s'était ainsi penché sur la manière dont les sujets se constituent activement :

[I am] interested in how the subject constitutes itself in an active fashion through practices of the self, these practices are nevertheless not something invented by the individual himself [sic]. They are models that he finds in his culture and that are proposed, suggested, imposed upon him by his culture, his society and his social group. (p. 291).

Foucault soulève en outre l'idée que les choix ne sont ni indéfinis, ni complètement libres pour l'individu puisqu'ils sont proposés, voire imposés par la culture et la société dans lesquelles il s'inscrit. Cependant, nous avons vu dans nos modèles que l'individu peut s'approprier des caractéristiques spécifiques de ces cultures et les redéfinir en créant ainsi de nouveaux possibles identificatoires.

9.1.2 Dépasser la dualité : synthèse culturelle dans le marquage identitaire

Avant de proposer une nouvelle approche de l'identité, il convient de revenir sur la notion de genre musical car elle soulève le problème de la classification et l'association de certaines musiques selon des critères ethniques, régionaux et culturels inégaux, voire parfois obsolètes. La *surf music* n'est pas intrinsèquement liée à un type ethnique ou à un genre de musique spécifique comme le jazz ou la country. Il est donc difficile de parler de reflet ou de construction d'une identité par la musique lorsque les mouvements musicaux sont si volatiles et la notion de genre si délicate à délimiter comme le suggère Brackett (2016) :

This lack of a tight, unwavering fit occurs at least partly because categories of people are subject to the same type of transience that affects categories of music. The ability of popular music genres to evoke a demographic group also seems odd in that some categories, such as country music and rhythm and blues, evoke a category of people much more clearly than do others (Top 40 or mainstream popular music, for example). (p. 3).

Ce qu'il faut alors questionner dans la *surf music*, c'est plutôt comment s'articule la relation entre la culture du surf, ses participants et les musiques qui composent le mouvement ou plus précisément, la manière dont les surfeurs perçoivent leur relation à la musique. Par exemple, (au delà de l'apposition de la catégorie *surf music* à la culture), Lance-O nous permet de comprendre que les deux phénomènes peuvent être envisagés comme des marqueurs d'identité intrinsèquement liés. Il explique ainsi l'existence du lien entre surf et musique :

Not a doubt [there is a link between surf and music]. Because they're both organically based, um, the music is made from the soul and... Surfing and music both feed the soul. There's a very, specially the stuff that's more organic it, um, it's very spiritual, and surfing definitely is a spiritual cleansing, so there is in my opinion, there is a deep connection especially for me because my two favorite things in the whole world are surfing and music. (Entretien du 16 janvier 2016 – 1).

Les autres sujets de l'étude envisagent eux aussi le surf et la musique comme fonctionnant ensemble et revêtant une importance toute particulière dans leur vie de tous les jours, même si très peu d'entre eux se l'expliquent. La réponse de Lance-O est intéressante car elle met en avant une réflexion préliminaire du DJ/surfeur sur ses propres pratiques et elle souligne le caractère spirituel, affectif et vivant des deux phénomènes (surf et musique). On retrouve encore une fois l'idée de participants actifs, d'entités culturelles dynamiques et de la recherche de satisfaction.

Comme le souligne Brackett (2016), la question du genre dans la musique est souvent intrinsèquement liée à la manière dont les individus s'identifient à différents types de musiques (p. 2). Pour lui, ce n'est pas le genre musical qui crée l'identité mais la volonté commune qui donne naissance à un genre :

A single individual or group of individuals (no matter how powerful) cannot will a genre label into existence ('they never even knew')²³⁰. Genres are therefore neither top-down, in that they cannot be imposed by the music industry if the connections projected by the categorical labels are not legible to the public, nor bottom-up,

230 Brackett fait référence à un dessin intitulée « They never even knew » de Bruce Eric Kaplan parue dans *The New Yorker* le 2 novembre 2009. L'image représente un couple se promenant dans un espace sectionné en trois parties : « rock, pop, easy listening ». Le couple est parti du rock, à traversé la pop et se retrouve dans la dernière catégorie.

created by consumers willy-nilly in a voluntaristic feat of individual will. (*Ibid.*, p. 32).

Les frontières stylistiques sont poreuses parce que ceux qui les créent et ceux qui les consomment évoluent tout en marquant un parcours ou une histoire esthétique qui leur est propre. Par exemple, au niveau macro-social, la *surf music* reste fortement associée à la Californie (surtout pour le grand public) car c'est l'expression de la construction d'une réalité culturelle blanche anglo-saxonne distincte et réceptionnée comme telle par ceux qui la vivent²³¹. Mais la *surf music* est aussi une constellation d'unités stylistiques non pas construite dans le but de représenter les surfeurs mais agrégée dans leur esprit parce qu'elle constitue un idéal. En effet, les individus ne sont pas forcés d'adhérer à un mouvement musical, il s'agit d'un acte volontaire qui implique la recherche d'un certain plaisir (physique, intellectuel, émotionnel, etc.). Small (1998) développe ce point en parlant de la participation à des concerts :

Because people who attend symphony concerts mostly go voluntarily, we can assume that they enjoy doing so; therefore, it is not too far-fetched to suggest that those relationships represent some kind of ideal in the minds of those taking part. . . . If that is so, then those taking part in this or any other musical event are, at some level of awareness, saying, to themselves, to one another and to anyone who may be taking notice, *This is who we are*. (p. 43).

Dès lors, tout événement musical, qu'il s'agisse de la création d'un genre ou de la participation à un concert ne peut exister qu'à travers l'expérience d'individus en adéquation avec leurs visions de l'événement et leurs objectifs identificatoires. Frith (1996a) explique ainsi que l'expérience identitaire est à la fois un processus social et esthétique : « The experience of identity describes both a social process, a form of interaction, and an aesthetic process; as Slobin²³² argues, it is the 'aesthetic rather than organizational/contextual aspects of performance' that 'betray a continuity between the social, the group, and the individual' » (p. 110). Dès lors, la musique ne peut être envisagée comme un simple reflet d'une identité individuelle ou communautaire, ni comme le seul élément de la construction identitaire d'individus ou de groupes socioculturels. En revanche, nous affirmons que le mouvement musical lié au surf est le résultat instable d'une construction esthétique qui constitue l'un des outils de marquage des identités. Dans ce travail, l'esthétique est l'expérience d'une réalité associée de manière bilatérale à l'identité sociale des individus et de leur groupe. Selon les théories de l'esthétique identitaire du sociologue William G. Roy (2002), nous posons que les

231 Il est nécessaire à ce point de rappeler que nous considérons la *surf music* comme un mouvement musical composé d'unités stylistiques distinctes.

232 Slobin, M. (1993). *Subculture sounds. Micromusic of the West*. Hanover and London: Wesleyan University Press, p. 42.

bornes esthétiques mises en valeur par les individus correspondent à certaines frontières mobiles, perméables et temporaires de l'identité des groupes sociaux : « Aesthetic identity is the cultural alignment of artistic genres to social groups by which groups come to feel that genres represent 'our' or 'their' art, music, and literature » (p. 459). Soulignons que le terme « feel » insiste sur le caractère subjectif de la relation et que le terme « représente » est compris comme perception sociale selon la définition psycho-sociale que nous avons rappelée plus haut. Ainsi, les individus dans leur appartenance à des groupes socioculturels s'approprient les valeurs et principes esthétiques de l'entité partagée, en l'occurrence une certaine sensibilité relative au surf. Mais comme le rappelle Roy (2002), l'identité esthétique n'est pas une appréciation pure du jugement du goût et elle ne signifie pas non plus que chaque membre du groupe adopte l'esthétique standard de ce dernier (p. 461) comme nous l'avons vu avec la génération Z et la musique électronique. L'identité esthétique reflète plutôt une construction sociale (le *surf lifestyle* englobant tous les aspects de la culture) basée sur les perceptions de chacune des réalités culturelles qui la composent.

Il apparaît ici nécessaire de revenir sur certaines objections relatives aux notions d'identité et de représentation condamnées, par exemple, par l'anthropologue François Laplantine. Cette condamnation relève de divergences d'approche et de définitions des termes selon des champs différents. Pour Laplantine (1999), « [c]e qui leur fait horreur [aux tenants de l'identité et de la représentation], c'est le temps, c'est le langage, c'est le caractère contradictoire de la réalité de l'existence, qui provoque en eux une telle contrariété qu'ils prennent les devants pour neutraliser cette angoisse » (p. 142). Comme le montre notre recherche, c'est au contraire la prise en compte du temps, des langages et l'acceptation des contradictions révélées par le travail de terrain qui nous ont permis de proposer de nouvelles pistes de réflexion sur ces notions clés de la psychologie sociale et de l'ethnomusicologie. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de parler de marquage identitaire. Le substantif « marquage » offre une richesse sémantique susceptible de traduire la malléabilité de l'identité : les individus et sociétés observés peuvent ainsi entrer et sortir d'un espace culturel, laisser une trace du parcours accompli, utiliser toutes sortes d'outils (le marquage peut se faire avec la musique, la langue, etc.), distinguer les différentes marques, signer par apposition d'une esthétique, mettre en valeur mais aussi de dissimuler, signaler leur présence, etc. C'est un terme qui a tout à voir avec l'identification mais qui ne l'enferme pas et qui au contraire lui sert de point de repère à des moments et dans des espaces donnés. Cette approche de l'identité s'accorde à la définition qu'en donne Frith (1996a) : « identity is mobile, a process not a thing, a becoming not a being; . . . our experience of music—of music making and music listening—is best understood as an experience of this self-in-process » (p. 109). Les identités, comme les cultures et les sociétés sont en constante évolution et la sélection de musiques, de lieux et de modalités d'écoute chez

nos sujets correspond aux procédés d’êtres en cours de devenir. « Identity, like music, is a matter of both ethics and aesthetics. . . . [I]f music is a metaphor for identity, then, to echo Marx, the self is always an imagined self but can only be imagined as a particular organization of social, physical and material forces » (Frith, 1996a, p. 109-10). Les individus se pensent eux-mêmes ainsi que les cultures auxquelles ils s’associent d’une manière singulière et marquent cette vision personnelle à l’aide de l’interprétation qu’ils se font des musiques incluses dans leurs répertoires. Comme le souligne Frith (1996a) :

in talking about identity we are talking about a particular kind of experience, or a way of dealing with a particular kind of experience. Identity is not a thing but a process—an experiential process which is most vividly grasped as music. Music seems to be a key to identity because it offers, so intensely, a sense of both self and others, of the subjective in the collective. (p. 110).

La musique telle qu’elle est appréhendée par nos sujets surfeurs est la mise en œuvre d’une expérience esthétique qui leur permet de se détacher du modèle *surf music* historique imposé par les penseurs du mouvement (journalistes, spécialistes, etc.) afin de recréer, sans qu’ils sachent la nommer, une musique subjective qui permet aux surfeurs de marquer de manière plus ou moins forte leur rôle et leur attachement à une communauté. C’est l’idée développée par Frith (1996a) selon laquelle l’expérience musicale est une expérience de l’identité puisqu’en répondant à une chanson nous engageons des alliances émotionnelles avec les artistes mais aussi avec les autres auditeurs (*ibid.*, p. 121). C’est ce phénomène qui est envisagé dans le marquage qui se concentre non pas sur la construction ou le reflet d’une identité mais sur la construction d’un sens identitaire. « Music constructs our sense of identity through the direct experiences it offers of the body, time and sociability, experiences which enable us to place ourselves in imaginative cultural narratives » (Frith, 1996a, p. 124). Ce récit culturel imaginé est celui que nous avons décrit en troisième partie et sur lequel nous revenons ici pour expliquer les questions d’identité dans l’appartenance ethno-esthétique.

9.1.3 Transition ethno-musicale : identité et *surf music*

L’esthétique comme expérience d’une réalité et l’évaluation fonctionnelle de certaines formes musicales constituent la mise en place d’un sentiment d’identité socio-culturelle qui sous-tend les notions de rôles et de statuts au sein des sociétés d’appartenance. Les statuts sont définis par l’implication de chaque individu dans le mode de vie et cela détermine d’une part, la légitimité des participants, et d’autre part, les rôles qu’ils ont à jouer dans l’évolution de leur subculture, de ses caractéristiques esthétiques et de sa fonction sociale. Une distinction a été faite entre les consommateurs du *lifestyle* et ceux qui en déterminent l’évolution. Pour rappel,

notre parti pris a été de réserver les entretiens individuels aux acteurs du surf (ceux dont le travail est assimilé à l'un des aspects du surf, qu'il s'agisse de la pratique ou des activités marchandes et culturelles associées), alors que les questionnaires ont été proposés à la fois aux acteurs et aux consommateurs (ceux qui vivent le mode de vie et s'adonnent à la pratique mais dont l'activité professionnelle n'a aucun lien avec la subculture). Ainsi les sujets interrogés lors des entretiens ont des statuts divers et occupent des rôles différents dans le monde du surf mais ils ont tous en commun d'avoir une influence sur la subculture. Les questionnaires contrastant les deux types de publics apportent des informations sur leurs perceptions respectives de la subculture, donc de la *surf music*, puisque les participants consommateurs en offrent une vision moins technique et moins pensée (une distinction que le deuxième modèle théorique a mis en lumière). L'identité culturelle du surf devient un espace où plusieurs types d'individus se rejoignent, à des degrés différents : ce qui ne font que participer et ceux qui façonnent et normalisent la culture (dans ses aspects pratique, idéologique et esthétique). Tous partagent cette identité puisqu'ils en reconnaissent les caractéristiques, mais les deux groupes ne mettent pas en pratique ces habitudes et ces codes de la même manière. Les identités sont instables et constamment remodelées parce qu'il n'y a pas une quintessence de l'identité mais bien un balisage continu sur la base des tensions entre les similitudes et les différences affectives, cognitives et historiques. Il n'y a pas qu'une forme de différence ou qu'un trait de similarité puisqu'une culture est une entité vivante qui comprend souvent l'identification à des catégories subordonnées ou parallèles telles que la classe, l'ethnie, la nationalité ou encore les positions politiques. Les individus peuvent appartenir et s'identifier à une subculture du surf à différents degrés à la condition *sine qua non* qu'ils s'identifient à l'un ou plusieurs des aspects de sa culture, la musique en étant un, et qu'il sachent en maîtriser certains codes (savoir-faire et savoir être).

9.2 Problème des représentations et des relations endo- et exogroupes

9.2.1 Représentations et *surf music*

La notion de représentation peut sembler problématique selon l'approche envisagée. À l'opposé de Laplantine (1999), nous pensons que les représentations dans leur acception psycho-sociale sont un outil théorique qui permet d'énoncer certaines perceptions qu'ont les individus d'eux-mêmes, de leur société et des autres. On apprend ainsi comment nos sujets perçoivent le surf et la *surf music*, et l'absence de représentations permet en outre de mettre en lumière ce qu'ils ne perçoivent pas. En effet, la subculture a plusieurs significations et plusieurs façons d'être pensée. Dès lors la *surf music* signifie quelque chose au niveau de la culture globale mais autre chose au niveau des subcultures régionales. Toutes les définitions et

significations de la subculture ont évolué dans le temps conjointement aux évolutions des participants eux-mêmes. Une variété de marqueurs culturels peuvent ainsi se revendiquer de la culture du surf aujourd'hui : le rock de Dick Dale, le punk de Sublime, le reggae de Mike Love, les cultures skate et snowboard, des préoccupations artistiques, technologiques, environnementales, etc. Il n'y a pas qu'une façon de se représenter le surf et c'est lorsque la culture et ses composantes (dont la musique) sont posées comme un dogme effaçant les différentes sensibilités qui les constituent qu'elles se détournent d'elles mêmes, à l'image de la *surf music*. Jeff Howe (2003) exprime une perspective similaire en parlant du skateboard :

Skateboarding's iconic meaning is simple, a sound bite. It's a function of an external logic, that of mainstream culture. The meanings inside the skateboarding community are vastly more complex, as well as veiled from outside interpretation. Where an outsider sees a 'skater,' someone within the subculture sees an array of signifiers, each one contributing to a highly sophisticated expression of allegiances, affinities, and individual identity. (p. 366).

Les représentations qu'ont les individus du skate dépendent ici de leurs statuts endogène ou exogène (c'est-à-dire de leur expérience effective ou spéculative de la subculture). Notons cependant qu'au sein même des cultures, l'inscription d'individus dans des groupes régionaux marque des différences non pas de l'ordre d'une simplification stéréotypée voire erronée de la culture mais de l'ordre de l'interprétation esthétique des subcultures et de leur évaluation. Cela s'observe particulièrement dans la musique. Si l'on considère que la musique est créée par l'artiste pour exprimer sa propre vision du monde (pas forcément au nom des surfeurs), les représentations permettent à différents groupes de surfeurs de s'approprier diverses musiques en leur apposant leurs propres conceptions de l'expérience qu'ils souhaitent constituer. Il faut donc faire la distinction entre expression et représentation. Selon Searle (2009) :

we need to distinguish between those communicative acts that involve intentionally representing a state of affairs in the world and those that simply express (in the original sense of pressing out, of giving vent to) an animal's internal state, where that expression may convey information about the world but it does not do so by representing that something is the case, or by representing other sorts of conditions of satisfaction. (Searle, 2009, p. 72).

Ainsi, la musique (qu'elle soit accompagnée de paroles ou pas) exprime un état d'esprit qui peut être imaginé d'une certaine manière dans la production, et d'une autre dans la réception en lui apposant des intentions différentes selon les individus présents d'un pôle à l'autre. Notons que les représentations impliquent une forme d'intentionnalité qui relie un signifiant (une musique) à un ou plusieurs signifiés (une ou des surf music) alors que l'expression (la création artistique) n'a pas de critère d'évaluation du vrai ou du faux puisqu'elle est purement

subjective, ce qui la rend en soit objective. C'est la raison pour laquelle, le mouvement de la *surf music* est si hétérogène du point de vue stylistique. Comme le souligne Frith (1996), « the role of musical style in the enactment of identity makes it not merely a reflexive but also a potentially constitutive factor in the patterning of cultural values and social interaction » (p. 117). En apposant leurs représentations esthétiques et sémantiques aux musiques qu'ils choisissent, les surfeurs créent des codes et des idéaux, mais nous ne pensons pas que la notion d'homologie²³³, c'est-à-dire de correspondance parfaite entre structure sociale et organisation du corpus musical, soit à ce titre pertinente.

9.2.2 Symbolique des codes de la subculture : la question des groupes

La notion de représentation possède des définitions multiples. Celle de Kathryn Woodward citée par Elizabeth Bird (2003) convient à notre propos : « Woodward (1997) writes, 'Representation as a cultural process establishes individual and collective identities, and symbolic systems provide possible answers to the questions: who am I?; what could I be?; who do I want to be?' (14)²³⁴» (p. 90). Les représentations sont alors définies comme une série d'actions. Elles sont modulables et permettent de penser des objets inconstants. Elles sont mises en relation avec des systèmes symboliques qui permettent le marquage d'identités personnelles et sociales. En d'autres termes, en réévaluant leur pratique du surf et leur consommation musicale selon l'offre nouvelle, les sujets confrontent leurs perceptions de la subculture aux codes qui la définissaient et à ceux qui se mettent en place comme une tendance musicale, un code vestimentaire, un produit solaire, etc. Les représentations, ici de natures cognitive et symbolique, sont « nécessairement véhiculées et actualisées par des individus . . . Dans certains cas elles peuvent être partagées par plusieurs individus » (Deschamps & Moliner, 2012, p. 83). Ce sont précisément ces représentations partagées mais modulées dans le souci d'adhésion avec ses propres croyances qui font des participants à la subculture « des êtres individuels et collectifs » (*ibid.*, p. 85). Donc représenter une culture ou une subculture consiste à la reconstruire dans un système cohérent fondé sur des croyances propres à chaque individu qui la compose : nous avons ainsi observé une certaine diversité musicale dans le groupe de Cocoa Beach mais une cohésion du groupe dans son approche affective, spirituelle et comportementale de la subculture. Pour Serge Moscovici (1961), « la représentation sociale est un corpus organisé de connaissances et une des activités psychiques grâce auxquelles les hommes rendent la réalité physique et sociale intelligible, s'insèrent dans un groupe ou un rapport quotidien d'échanges, libèrent les pouvoirs de leur imagination » (p.

233 La notion d'homologie telle qu'elle est comprise par Bourdieu (1979) nous apparaît trop structurée pour pouvoir rendre compte des échanges qui s'opèrent entre la culture et les individus qui y articulent leur sens de l'identité.

234 Woodward, K. (1997). *Identity and difference*. London: Sage

27-28). L'imaginaire, souvent collectif, dont il est question est une force créatrice à même de façonner une certaine aura esthétique du surf qui existe en tant que perception à travers le regard qu'on lui porte et les attributs qu'on lui confère. L'éditeur de *Tracks Magazine* explique comment le regard et l'image influencent les représentations pour donner corps à des réalités subjectives : « In our corporate view pro surfing was to be encouraged because it gave us something to write about, but sucking up to sponsors didn't fit in with our image of the surfer as outlaw²³⁵ » (Phil Jarrat, 1985, cité dans Booth, 2003, p. 327). Ainsi, l'imagination possède des propriétés performatives. C'est en cela par exemple, que le surf et la *surf music* peuvent être considérés comme des attributs américains. La *surf music* telle qu'elle est définie dans les écrits spécialisés ou telle qu'elle est comprise dans l'imaginaire collectif est une représentation prototype et souvent stéréotypée de l'histoire contemporaine américaine. C'est le symbole de l'insouciance d'après-guerre, de l'industrie du tourisme et du culte du corps sculpté et bronzé sous le soleil californien. Des symboles comme la plage sont réappropriés, des codes sont définis et les représentations sont reconnues de tous (participants et non-participants). Cette description de la culture du surf est en soi très large et englobante, et dans les représentations culturelles, elle est génératrice d'une identité américaine alors que le surf n'est pas purement américain. Comme nous l'avons vu, la culture du surf américaine a réécrit son passé, a défini ses représentations et a transformé son propre génome identitaire.

Il devient évident qu'il existe plusieurs niveaux de représentations qui peuvent être mis en tension dans le but de mieux saisir l'intérêt du concept. On peut ainsi confronter les représentations endogènes et exogènes (individus inscrits dans la culture et individus non-inscrits dans la culture), les représentations intergroupes (entre deux groupes subculturels distincts inscrits dans la culture) et les représentations intragroupes²³⁶ (d'un individu à un autre au sein de la même subculture). En fonction de leurs représentations, les individus et les groupes réajustent le marquage de leurs propres identités mais aussi de la subculture elle-même selon que l'expérience culturelle est authentifiée²³⁷ et validée, ou travestie et refusée. Pour être validée, le référent culturel (le sens d'une identité de surfeur) doit se trouver représenté de manière intelligible dans la *surf music*.

Par ailleurs, pour se différencier plus nettement des exogroupes, les sujets doivent faire d'autant plus d'efforts à appliquer les pratiques culturelles qu'ils associent à leur subculture. Selon Deschamps & Moliner (2012) « Il n'est en effet qu'une seule façon de se présenter différent d'autrui dans le respect de la conformité aux normes sociales : c'est de s'affirmer comme étant en plus grande conformité que les autres à ces normes » (p. 43). Par exemple,

235 Jarratt, P. (May 1985). Pro surfing in the olden days. *Tracks*. p. 12.

236 La reconnaissance intragroupe sera discutée dans le Chapitre 11.

237 La notion d'authenticité est comprise ici comme le reflet du « nous ».

nos sujets se sont souvent différenciés de la Californie ou d'Hawaï par leur approche sereine et joyeuse de l'activité du surf. Alors les représentations intergroupes, si elles sont marquées, semblent inciter les individus à homogénéiser leurs sens identitaires pour mieux se différencier des exogroupes : « le fait de partager des représentations communes pourrait bien conduire les individus à mettre en œuvre, de manière sensiblement identique, des processus identitaires semblables » (*ibid.*, p. 86). Ainsi, malgré le besoin d'affirmation d'une identité personnelle à travers des choix musicaux variés, les sujets interrogés semblent trouver dans le consensus symbolique, comportemental et esthétique, une forme de renforcement de leur identité socio-culturelle. Le langage employé, les raisons de surfer et de se retrouver dans une communauté cohérente font partie des codes qui mutualisent la subculture. Jeff Howe (2003) décrit les codes du skate en mêlant les mots aux actes et aux figures :

We were bonded by the mutual need to punch, cut, lash out in words and actions and skating. The vernacular of skateboarding was invented for us. We shredded, ripped, and tore with our boards. We tweaked our airs and slammed our bodies²³⁸. Skating, a highly charged form of destruction, wasn't entertainment. It was catharsis. (p. 365).

Il existe ainsi des façons de faire et d'être qui relèvent de codes qu'il s'agit de connaître pour s'affirmer dans la subculture et se différencier des exogroupes. À Cocoa Beach, un bon surfeur peut néanmoins être considéré comme un *kook* parce qu'il est agressif sur l'eau, un artiste peut être disqualifié même si sa musique répond aux attentes stylistiques des surfeurs parce que la sémiotique de ses vidéos est considérée comme *kookie* (c'est le cas d'un groupe de reggae, Collie Buddz²³⁹, qui a joué à Sonny's Porch mais dont les vidéos ultérieures au concert ne correspondent plus à l'esthétique des surfeurs). Dès lors, les codes permettant l'évaluation, la représentation et enfin l'identification à la subculture sont imaginés dans la symbolique mais aussi dans l'action. Small (1998) explique leur importance lors de concerts :

At rock festivals, as at any other kind of musical event, there were, and are, right and wrong ways to behave, right and wrong ways to dress, to speak and to respond, both to one another and of course to the musical performances. . . . There are even right and wrong drugs to get high on; I remember some hash-smoking friends at one rock festival registering fierce disapproval of a nearby group who were drinking alcohol—cider, for god's sake! (Small, 1998, p. 46).

238 Les verbes *shred*, *rip* et *tear* suggèrent que le skateboardeur exécute des figures complexes et de qualité de manière systématique. Le verbe *tweak* signifie que la figure est exagérée par une contorsion supplémentaire du skateboardeur pour ajouter du style. Le verbe *slam* évoque une chute violente. Ce vocabulaire est aujourd'hui repris dans la majorité des sports de glisse.

239 Collie Buddz est une qualité de marijuana. Le chanteur, Colin Patrick Harper, est originaire des Bermudes. Il est particulièrement connu pour sa chanson sur la marijuana « Come around » sortie en 2007. Les vidéos qui l'ont rendu impopulaire auprès de nos sujets le mettent en scène dans un style nouveau gangster loin de l'esprit décontracté des surfeurs de Cocoa Beach.

Les commentaires de Small s'appliquent au *surf lifestyle* tout entier. La consommation de marijuana et de bière trouve un certain écho chez les surfeurs, mais les drogues dures ou le vin par exemple ne sont pas les substances appropriées. Ces codes ne sont pas imposés par la subculture, mais ils sont le résultat d'une construction communautaire dont l'expérience est synthétisée dans la *surf music* (particulièrement à travers les concerts).

9.2.3 Construction imaginaire et mémorielle de l'identité

9.2.3.1 L'expérience imaginée

Une culture se pense et se construit dans l'imaginaire de ses participants et des non-participants. Les représentations ne doivent pas être comprises comme un rejet de l'imagination mais plutôt comme son support puisque la perception du monde permet d'en créer des images adaptées à l'expérience d'une réalité désirée. Encore une fois, nous nous opposons à Laplantine (1999) pour qui :

Tout ou presque aujourd'hui est devenu information, image et presque plus rien n'est imaginaire. . . . Presque tout est représentation, *reality show*, exhibition et presque plus rien n'est création. Presque tout est représentation qui se donne d'un premier coup d'œil ou d'une première lapée de parole et presque plus rien n'est relation qui, elle, demande de l'attention, exige de l'apprentissage, du temps, de l'effort. (p. 107).

Les représentations dont il est question ici permettent le mouvement de la pensée car elles se réactualisent constamment en fonction des nouvelles données sans quoi ni le surf, ni la *surf music* ne seraient en capacité d'évoluer ; or nous avons montré l'importance des individus actifs dans la détermination des caractéristiques pratiques et esthétiques de la subculture. Elle ne s'inscrit pas dans une fixité identitaire, elle s'inscrit dans un mouvement de reconstruction mémorielle, imaginaire et symbolique qui favorise son renouvellement dans ses aspects pratiques et expressifs. Avec sa diversité socio-culturelle et son histoire ethnique, la Floride est un espace où les identités ethno-esthétiques se sont jusque-là imaginées selon un mouvement contre mais aussi en continuité avec la culture nationale et globale du surf. Ainsi, les processus cognitifs relèvent d'une volonté des surfeurs de s'approprier une culture par le biais de la mise en place d'un système symbolique de représentations. Comme l'explique Searle (2009), « [t]he mind, for present purposes, consists of mental states, processes, and events, including intentional actions. The human mind is able to create systems of symbolic representations » (p. 16). La création d'images sert à la présentation du soi et la mise en évidence de l'altérité. D'ailleurs le mot image est connoté. L'image de soi et des autres est ce que l'on souhaite ou doit montrer selon des attentes spécifiques. Par exemple, Ricky Carroll pense que l'image en

surf est quelque chose de très important : « Oh definitely, yeah [it is important]! They have an image of what a surfer should be and if you're not that, then you're a kook » (entretien du 13 juin 2017 – 69). L'emploi du conditionnel montre bien la valeur subjective de l'image, et donc de l'imaginaire et de ses intentions. Cette remarque montre aussi à quel point l'image n'a de sens que si on lui en donne ou si on est en mesure de lui en donner, et c'est précisément ce qu'est l'imaginaire. Quelqu'un qui ne surfe pas, ne peut ni lire les images de manière appropriée, ni mettre en œuvre l'imaginaire de la subculture de manière appropriée. Ainsi, les images correspondent à des statuts (imaginés) qui deviennent des constructions de la réalité à part entière. Searle (2009) définit la fonction du statut dans les perceptions du monde social :

The status function doesn't really exist except insofar as it is represented as existing. In a sense, there is an element of imagination in the existence of private property, marriage, and government because in each case we have to treat something as something that it is not intrinsically. (p. 121).

L'imagination est alors la capacité de création et de maintien de réalités systémiques qui n'ont aucune valeur intrinsèque. C'est le cas des *kooks*, par exemple. Searle (2009) suggère qu'il s'agit là de l'origine ontogénique de la capacité humaine à créer une réalité institutionnelle (*ibid.*, p. 121). Encore une fois, nous insistons sur le fait qu'il n'est pas nécessaire de rejeter l'ontologie dans les sciences humaines alors que les sujets à l'étude la mettent en œuvre dans leur propre imaginaire et qu'elle nous permet d'émettre des pistes de recherche. Dès lors, nous posons qu'une fois établie une forme d'expression commune telle que la musique, il devient possible de parler de communauté et donc de société. Par ailleurs, les statuts sont une forme de catégorisation qui ne s'appliquent pas qu'aux personnes mais aussi aux idées ou ici aux musiques. En effet, les genres sont une création imaginée pour satisfaire un besoin d'organisation, d'économie cognitive et de facilité d'identification²⁴⁰. Les genres ne naissent pas selon la volonté d'individus mais ils sont construits pour donner du sens au réel et de la consistance à l'immatérialité musicale. L'imaginaire peut ainsi devenir réalité et objet d'appropriation culturelle. Selon Adorno (2002), « what the gramophone listener actually wants to hear is himself, and the artist merely offers him a substitute for the sounding image of his own person, which he would like to safeguard as a possession²⁴¹ » (cité dans Brackett, 2016, p. 20). Cependant, l'imaginaire de la signification d'un corpus musical n'est pas assez pour déterminer le genre puisque toutes les *surf music* ne parlent pas de surf, et que certains genres musicaux sont dépourvus de paroles. Selon Brackett (2016), pour qu'un genre émerge, des auditeurs doivent ressentir que d'autres interprètent les signes de la même façon qu'eux. Il

240 Nous pensons aussi qu'il est de la nature humaine de vouloir classer et catégoriser tous phénomènes et entités sensibles et intelligibles.

241 Adorno, W. T. (2002). The curves of the needle. In R. Leppert (Ed.), Y. T. Levin (Trans.), *Essays on music* (3rd ed.). Los Angeles: University of California Press.

utilise le concept de communication latérale d'Altman (1999) pour expliquer son point de vue : « 'lateral communication'²⁴² [is] the way in which textual or generic meaning is shaped by audience members' communication with each other as much as by 'frontal communication' between audiences and texts » (p. 22). C'est donc dans la reconnaissance de pair à pair et d'auditeur à musique que le genre s'agrège. Ce phénomène se confirme dans la participation à l'acte musical comme lors des concerts où les relations imaginées entre participants sont idéalisées et se substituent à la réalité tangible. Selon Small (1998), « [t]hat the experience is more of the desire for than of the actuality of community is part of my point ; the relationships created during a musical performance of any kind are more the ideal, as imagined by the participants, than the present reality » (Small, 1998, p. 49). Les concerts Sonny's Porch répondent à cette logique de superposition d'une expérience pensée à une réalité objective.

Selon la même dialectique, l'identité imaginée est à penser dans un lien avec la temporalité car elle est conjoncturelle. Les concerts, les normes stylistiques, etc. s'inscrivent dans un contexte qui n'est pas figé et qui se renouvelle sans fin, mais paradoxalement la place de l'histoire, et donc de la mémoire, est importante dans le rapport au mouvement musical comme l'a montré la troisième partie de notre recherche. Selon Brackett (2016), il existe deux manières de comprendre les relations entre musique et identité :

[W]ays of conceptualizing music-identity relations often fall into two other categories based on the temporality of the identificatory relation. A nostalgic or retroactive relation, in which an identification is mapped onto the past, as in what occurs with many nationalist uses of folk music, and imaginary identifications that prefigure an emergent, and potentially homologous social grouping. (p. 20).

En ce qui concerne la *surf music*, ces deux façons de penser la musique se retrouvent dans chaque individu sous forme d'abord de nostalgie culturelle due au monopole historique de la Californie entretenu dans l'imaginaire commun comme exception américaine normative, et sous forme d'une identification des surfeurs à des musiques dont ils savent qu'elles n'appartiennent pas forcément au genre historique de la *surf music*. Il s'articule alors une sorte de schizophrénie esthétique entre ce qui se doit d'être compris comme *surf music* et ce que les sujets surfeurs affectionnent et associent à leur mise en œuvre personnelle du sport et du mode de vie. En effet, au cours des entretiens, les sujets distinguent tous ce que « on » appelle *surf music* et ce que « je » écoute en tant que surfeur. Il s'agit alors pour eux d'articuler la connaissance et l'adhésion à la norme socio-culturelle avec leur expérience personnelle et leur évaluation de musiques qualifiantes aux niveaux personnel et social. Selon Brackett (2016), la notion d'articulation est essentielle car elle suggère que les relations entre genre et identité ne

242 Altman, R. (1999). *Film/Genre*. London: British Film Institute.

sont pas de l'ordre du lien naturel même dans les cas d'homologie les plus évidents (si tant est que l'on adhère à cette conception des relations), mais qu'elles doivent être « suturées » par la répétition de pratiques sociales dans lesquelles des étiquettes génériques sont formées pour réunir des catégories de personnes (p. 20). Qu'il s'agisse des surfeurs californiens des années soixante ou de nos sujets, la *surf music* ne s'est pas imposée à eux mais c'est la répétition de leurs pratiques (le *stomp*, les improvisations musicales sur la plage, les concerts intimes entre surfeurs) qui ont donné au mouvement son nom. Cependant si le mouvement consiste en une forme de super-catégorie, au niveau micro-social il est alimenté de sub-catégories par des individus aux affinités esthétiques variées. Ainsi l'articulation se comprend avec la notion d'assemblage, ainsi que le souligne Brackett (2016) :

Notions of articulation and assemblage help account for the complex relations between music and social identification, in which different categories of people may feel an affinity for a category of music, or, conversely, the same category of people may identify with multiple categories of music. (p. 20).

Des groupes de surfeurs peuvent se retrouver sur la base de leur pratique et d'un consensus musical permettant le lien social et il faut rappeler qu'il n'est ni nécessaire de connaître les individus qui composent le groupe, ni nécessaire d'être en contact physique pour que ces individus puissent imaginer une communauté d'appartenance. La reproduction d'images et de sonorités par l'intermédiaire des médias permet la création de liens entre individus dispersés dans l'espace mais réunis par la consommation du même objet musical (Brackett, 2016, p. 22). Notons qu'au delà d'un simple consumérisme, ce qui crée les subcultures dont il est question ici, c'est l'interprétation de l'objet musical. Ainsi, la communauté des consommateurs de reggae peut englober des surfeurs floridiens, des étudiants montpelliérains et des rastafariens jamaïcains mais c'est l'interprétation qu'en font les surfeurs floridiens qui les agrègent autour du sens qu'ils donnent à leur pratique et qu'ils associent au reggae comme le montrent les entretiens et les questionnaires²⁴³. Les constructions esthétiques des surfeurs sont donc imaginées puis concrétisées dans la validation des statuts des individus et des musiques, mais il reste à comprendre les intérêts sociaux et personnels de ces pratiques.

9.2.3.2 Entre idéal et réalisation

L'idéal est quelque chose qui n'existe *a priori* que dans l'imagination. Il s'agit de l'idée que l'on se fait de quelque chose et vers quoi l'on tend car le mot appose une caractéristique positive à la chose idéalisée. L'idéal se conçoit à travers la volonté d'aligner une réalité

²⁴³ Nous avons demandé aux enquêtés quelles musiques étaient les plus représentatives des valeurs du surf. Les réponses étaient diverses mais les artistes affiliés au reggae sont apparus les plus communs. De plus, la majorité des sujets d'entretiens a fait référence au reggae comme élément distinctif de la communauté des surfeurs de Cocoa Beach et de la Space Coast dans son ensemble.

intelligible aux qualités subjectives d'un monde sensible. En surf et dans la *surf music*, l'idéal peut ne pas correspondre à la culture originelle, ou au contraire, cette dernière peut être idéalisée et donc repensée en lui attribuant des caractéristiques fantasmées qui ne lui sont pas toujours propres. C'est la réaction initiale des surfeurs qui se représentent Hawaï comme un idéal et qui après y avoir vécu, sont confrontés à la réalité du territorialisme, des drogues, du mauvais système éducatif (entretien de Ricky Carroll, 13 juin 2016). Il existe une distance entre un idéal abstrait et des pratiques dans les faits. Sean Slater par exemple, avait une image idéale de ce que devait être le *surf lifestyle/crossover* mais la réalisation de son projet s'est heurtée aux contraintes du réel : « Well the reason I was doing that with my Slater Brothers Invitational is I wanted to bring my family back together. I wanted to bring my brothers together and have some fun with it » (entretien du 7 juin 2017 – 31). L'idéalisation naît d'un besoin de corriger une réalité insatisfaisante. Ici, Sean souhaitait réunir ses frères autour d'un projet commun parce qu'avec la carrière internationale de Kelly, il ressentait la dissolution de sa famille comme un danger manifeste. Le surf semblait donc être le point de réunion idéal pour les trois frères. Il avait choisi le thème des Three Stooges²⁴⁴, un programme qu'il regardait avec ses frères lorsqu'ils étaient jeunes :

So the Three Stooges, we used to watch the *Three Stooges* when we were younger... Um, *Joe Dirt*²⁴⁵, yeah, it kinda has something to do with the Florida redneck. And it's really funny, 'cause I did have a mullet one time, not by choice. I would put my pony tail in a rubber band and it would rip my hair out you know, and then after a while, I just had a yeah... a neck warmer [rires]. But yeah, I did the Po Boys, Three Stooges, it didn't really matter. It was all about helping people out. I really wanted to build this big event that was a lot of fun for families. You'd get free screenings and it was developed by my friend Drew, and I just thought it was gonna be a great event. I thought it'd be a really good one to have our family take off for generations. But it's a lot of work doing it on your own so... (Sean Slater, entretien du 7 juin 2017 – 31).

Il y a de la nostalgie dans le discours de Sean car l'idéal peut exister dans un passé qui serait devenu un point de référence, et en même temps, il peut tendre vers un futur comme l'un des possibles de la réalité (dans son projet, Sean pensait aux générations à venir de la famille Slater). L'idéal devient alors le reflet d'associations cognitives et affectives de moments, d'idées et de personnes clés dans la vie de l'individu. Les relations idéales que Sean a tenté de recréer à travers son organisation auraient pu être faites à travers la musique. En d'autres termes, nous posons que la musique permet de mettre en œuvre et de répéter ces associations

244 The Three Stooges était une troupe de comédiens américains de 1922 à 1970. Le terme *stooge* désigne un larbin. Sean avait fait créer des tee-shirts à l'effigie de ses deux frères selon le style iconographique des Stooges originaux.

245 *Joe Dirt* (Gordon, 2001) est un film mettant en scène David Spade dans le rôle de Joe Dirt, un jeune *redneck* simple d'esprit à la recherche de ses parents qui l'ont abandonné dans le Grand Canyon.

en sollicitant la mémoire mais aussi en permettant, le temps d'un concert par exemple, de matérialiser les articulations sociales idéalisées par les participants. En effet, chaque acte musical possède ses propres types de relations (un concert d'opéra et un concert de reggae en plein air n'impliquent pas les mêmes interactions de participant à participant, d'artiste à participant, d'espace à participant, etc.). Qu'il s'agisse d'événements liés au surf ou à la musique, ils ne peuvent être réussis que si les participants sont en mesure d'y explorer leurs relations idéales à l'événement, l'objet, l'espace et les autres participants. Selon Small (1998), seuls les participants peuvent connaître la nature de ces relations idéales :

Any performance . . . should be judged finally on its success in bringing into existence for as long as it lasts a set of relationships that those taking part feel to be ideal and in enabling those taking part to explore, affirm, and celebrate those relationships. Only those taking part will know for sure what is their nature. (p. 49).

Si seuls les participants sont en capacité de déterminer la nature des articulations, nous sommes néanmoins en mesure de caractériser leur fonction qui est d'ordre social, et leur objectif qui consiste à établir un sentiment de plaisir, voire d'hédonisme. Selon Frith (1996a) :

Music making and music listening, that is to say, are bodily matters, involve what one might call social movements. In this respect, musical pleasure is not derived from fantasy—it is not mediated by daydreams—but is experienced directly: music gives us a real experience of what the ideal could be. (p. 123).

Le fait de s'impliquer dans l'acte musical et de ressentir des émotions relève du réel. C'est comme cela que l'idéal se matérialise ; c'est comme cela que Sean l'entendait et que Dustin, à travers Sonny's Porch, parvient à donner vie à son rêve de *surf lifestyle*. Alors si l'idéal prend forme lors d'événements sociaux, le sens de l'identité peut se développer selon la réussite du projet social (ou son échec) et le marquage d'une identité idéale peut ainsi être entrepris. Pour Frith (1996a), l'identité est déjà un idéal en soi si elle consiste en ce que nous souhaitons devenir et pas en ce que nous sommes déjà (p. 123). Comprise ainsi, l'identité est ouverte à ce que les individus ne sont pas et elle permet de briser les frontières idéologiques. « [I]n taking pleasure from black or gay or female music I don't thus identify as black or gay or female (I don't actually experience these sounds as 'black music' or 'gay music' or 'women's voices') but, rather, participate in imagined forms of democracy and desire » (*ibid.*) Cela renvoie à notre notion de marquage identitaire qui constitue précisément l'ensemble des tendances possibles vers un soi en devenir. Il y a quelque chose de l'ordre de l'espoir dans l'identité pensée de cette manière car elle permet d'envisager toutes les potentialités de l'individu.

9.2.3.3 La « tradition du nouveau »

L'identité n'est pas qu'un processus abstrait. Si elle peut être imaginée et idéalisée, elle peut aussi se matérialiser à travers l'acte musical, chez l'artiste, chez le participant ou dans la naissance d'un mouvement. L'action fait partie de la biographie de l'individu, et les actions mutualisées forment la trame fondamentale des mouvements culturels qui se développent selon des expérimentations par *trial and error*²⁴⁶. Ce qui ne fonctionne pas (ce dans quoi les participants ne peuvent construire un sens d'identité) est abandonné et ce qui fonctionne est retenu, développé, transformé. Dans ces expériences, ce n'est plus le résultat qui compte, mais la participation et ce qui en ressort de profondément personnel. Ainsi, un même mouvement peut se réinventer sans fin, ce qui le place dans le paradoxe de tradition du nouveau développé par Harold Rosenberg²⁴⁷ au XX^e siècle et qui caractérisait pour lui les arts plastiques américains : « 'tradition of the new', oxymore célèbre qui place le mouvement au cœur de l'enracinement d'une école picturale propre aux États-Unis » (Marche & Vallas, 2016, p. 8). Le surf et la *surf music* relèvent de cette logique d'un mouvement fondamental enraciné aux États-Unis (la tradition) mais qui permet à ses acteurs de l'explorer et de l'inscrire dans la mobilité temporelle (le nouveau). Le concept est au centre de notre pensée sur le mouvement dans la construction socioculturelle d'identités régionales américaines dans le monde du surf :

[L]e mouvement, parfois, s'enracine et l'on peut voyager chez soi, dans un territoire dont on a une connaissance intime et qui permet une exploration de soi ; l'Ouest se fait alors métaphorique pour qui sait voyager dans le connu, le quotidien, décaler légèrement son point de vue et redécouvrir, à l'infini, le même. (Marche & Vallas, 2016, p. 9).

L'Ouest métaphorique de la culture du surf lui permet de continuer à s'écrire dans le familier mais en inventant son propre récit tourné vers un futur pluri-directionnel²⁴⁸. À l'instar du pop-rock et d'autres champs artistiques, les canons de la *surf music*, établis dès la deuxième moitié du XX^e, ont imposé une sorte de hiérarchie stylistique et intellectuelle légitimée par l'histoire ; cependant, de nouveaux canons se créent, parfois comme une forme de résistance régionale au global mise en œuvre dans l'affirmation ethno-esthétique des communautés telles que celle que nous observons. Regev (2013) explique le cas du champ pop-rock :

[I]t has dominant positions, consisting of consecrated canonic musicians and their works . . . and corresponding production of meaning positions (i.e, critics, journalists, historians, etc.) that maintain the successfully imposed criteria of

246 *Trial and error* fait référence à l'expérimentation à tâtons relative aux cultures. La formulation anglaise synthétise bien les idées d'essais et d'échecs recherchés ici.

247 Rosenberg, H. (1994). *The tradition of the new*. (3rd Ed.). Da Capo Press.

248 Selon notre parcours linguistique, nous choisissons le préfixe pluri- pour sa signification qui prend à la fois en compte la pluralité des éléments constitutifs de la subculture et l'idée d'unité globale (Puren, 2014).

evaluation. The history of the field is exposed as a series of struggles by new entrants to gain the ultimate prize of becoming part of the canon. The ever developing and expanding field is constructed through a series of additions to the canon, each justified in its turn by power-holding producers of meaning as important stylistic innovations. (p. 25).

La *surf music* dispose elle aussi d'artistes et de penseurs canoniques que nous avons cités dans ce travail mais que nous avons aussi remis en question justement à cause d'une vision imposée de la subculture qui nous semblait être arrivée à bout de souffle. Les genres et artistes compris comme répondant aux attentes émotionnelles et esthétiques des surfeurs floridiens ne correspondent pas forcément aux canons de la *surf music* historique. Notre travail relève ainsi de la tradition du nouveau sur deux plans : il propose non seulement un nouveau canon artistique inclusif mais aussi une nouvelle façon de produire la signification de la subculture.

9.2.4 Courants dominants et postures alternatives

Le paragraphe précédent témoigne de l'existence d'une pensée dominante (chez les participants et chez les théoriciens de la subculture) et de postures alternatives. La conception des sports extrêmes proposée par Booth (2003) traduit l'une de ces visions dominantes du surf dont nous nous efforçons de déconstruire les aspects absolus et définitifs tels qu'ils apparaissent à travers cette assertion : « the concept of lifestyle always involves an element of the extreme—whether it be of fashion, language, or behavior—and . . . in a 'sporting' lifestyle, the extreme involves physical risk » (p. 330). Ce n'est pas l'apposition de l'adjectif « extrême » au concept de *lifestyle* que nous modérons mais l'idée présente dans les divers écrits de Booth (2003, 2004) que le danger, l'agressivité des participants et la quête des superlatifs (dans la démesure des vagues par exemple) sont intrinsèques aux *lifestyle sports*. Comme l'explique Ricky Carroll, l'action est guidée par diverses intentions même si le courant dominant (pouvant par exemple se matérialiser par la légitimité attribuée à un seul type de planche dans un lieu donné) menace la mise en œuvre d'une approche alternative :

I was in Puerto Rico a couple years ago. I went there for a longboard contest, so I had a longboard and I paddled down the beach to this spot that was a shortboard spot. So I'm out there with my longboard, and this guy who was a semi-pro... I didn't know who he was, he didn't know who I was obviously 'cause he paddles up, he goes, 'no longboards!' I just looked at him and then, when somebody does that to me it's like a challenge to me to show him: well, I may be on a longboard but I can still surf. And so he was paddling back out, I caught this wave and just did this thing, went right over top of him... Hopefully, shut him up you know. It doesn't always happen but for somebody who says it, there's probably ten other guys in the water thinking it. They just don't say it 'cause they don't want to get

beat up or something... But there's still that 'what do you ride a longboard for...'
(Entretien du 13 juin 2017 – 68).

Selon les régions du monde où l'on surfe, le choix des planches peut signifier beaucoup de choses. Les longboards ont un statut particulier car ils sont souvent utilisés par les débutants mais ils permettent aussi aux surfeurs confirmés d'effectuer des manœuvres très techniques²⁴⁹. De plus, beaucoup d'adeptes des shortboards n'apprécient pas de surfer parmi les longboardeurs car il est plus facile pour eux d'attraper les vagues (la surface de la planche et sa flottabilité leur permet de ramer plus vite). L'expérience de Ricky Carroll à Porto Rico (lieu connu pour l'agressivité des surfeurs) montre que la légitimité acquise par la maîtrise (pratique et théorique) permet d'imposer la différence comme étant une possibilité, voire comme une impulsion de nouvelles tendances chez les jeunes, un phénomène constaté par Ricky Carroll :

I still see that changing though. That's more and more being accepted down the line in the younger minds that it's ok to ride a wider board, it's ok to ride a bigger board. But for a while there, you were called a kook if you showed up with a board like that... So that's kinda gone and people are accepting that your surfboard can be whatever you want it to be. (*Ibid.*, 67).

Ces différences d'approche permettent de donner un sens à la subculture. C'est dans l'altérité qu'à la fois les pratiques en surf et la *surf music* peuvent se singulariser et permettre à des groupes d'y articuler leurs relations socioculturelles. Brackett (2016) explique que ces systèmes de différenciation par la dépréciation des valeurs de l'autre sont nécessaires à la création du sens dans la musique :

Fabbri²⁵⁰ strongly suggests that musical genres become meaningful only in relation to one another, as part of a 'musical system,' and cannot be identified according to a list of positive terms. His rules thereby become a mechanism for describing difference as it is found to exist within a system during a particular period of time. (p. 7).

De la même manière, nos sujets ne sont par exemple pas intimement persuadés que les Beach Boys proposent une musique par et pour les surfeurs. Par ailleurs, au niveau générationnel, nous avons constaté un certain dédain des générations X et Y pour les genres choisis par la génération Z. Les courants de pensées s'inscrivent dans des dynamiques d'oppositions et de

249 *Hangin' ten* consiste par exemple à surfer la vague en se positionnant sur le *nose* de la planche et en laissant dépasser ses orteils. Cela implique de savoir marcher sur la planche lorsqu'elle est en mouvement, ce qui est très difficile à faire sans glisser, perdre la vague ou l'équilibre.

250 Fabbri, F. (1982). A theory of musical genres: Two applications. In D. Horn and P. Tagg (Ed.), *Popular Music Perspectives* (pp. 52-81). Göteborg: IASPM.

convergences de flux circulant au sein de systèmes spatiaux et temporels. Une fois les entités culturelles définies, elles évoluent dans ces systèmes en interagissant avec les autres forces en présence. Cependant, leur statut dominant n'est pas en tout point assuré comme l'explique Brackett (2016) :

In Tynyanov's²⁵¹ formulation, 'evolution,' rather than referring to an autonomous and organic unfolding, describes an ever-changing constellation of genres in which a shifting hierarchy results in a 'dominant' genre, which reveals itself in its influence upon other subordinates genres. Eventually, the influential reign of the dominant is spent, as its characteristic stylistic devices become overused and clichéd, and the generic hierarchy gradually reassembles with a different dominant. (p. 8).

La *surf music* a évolué ainsi. Partant d'un mouvement culturel très marqué par son contexte socio-historique, elle a englobé divers genres musicaux qui sont chacun à leur tour devenus des sortes de canons de la *surf music* globale (on pense notamment au surf rock ou au punk). Mais c'est au niveau régional que se créent les principes fondateurs d'une musique dont la fonction n'est plus de résumer de manière générique un mode de vie mais d'y articuler une multitude d'identités locales. Le courant dominant a cela de paradoxal qu'il prend tout son sens grâce à son hétérogénéité.

9.3 Négociations identitaires et fonctionnalités des diverses identités

Les consciences qui composent les subcultures du surf se fondent principalement sur des distinctions d'ordre générationnel, ethnique, sexuel et culturel. Il faut ajouter à cela les situations de mobilité, les multi-culturalismes précoces ou tardifs, le rejet ou la préservation des cultures d'origine en fonction de contextes plus ou moins favorables, la volonté d'imposer ou pas ses choix personnels aux générations suivantes, l'ouverture aux autres, les modalités d'expression de ces positionnements (dans l'indicatif, le performatif, dans le marquage cohérent ou contradictoire entre sphères privée et publique). Dans la conception des entretiens et des questionnaires, tous ces paramètres ont été pris en compte ainsi que le constat de Thamin (2007) selon lequel « [l]es situations de contacts humains . . . engendrées par les mobilités . . . ne sont pas sans effet sur la reconstruction des identités individuelles » (p. 237). Les questionnaires et entretiens ont donc été pensés selon une problématique identitaire. Les réponses obtenues offrent une fenêtre sur le positionnement des sujets dans la subculture et par rapport à elle. Ils y évoquent leur appartenance à la subculture de manière plus ou moins marquée (et du point de vue de la chercheuse, plus ou moins convaincante). À la lecture des

251 Tynyanov, Y. (1971). On literary evolution. In L. Matejka and K. Pomorska (Ed.), *Readings in Russian poetics: Formalist and structuralist views* (pp. 66-78). Cambridge: MIT Press.

entretiens, on se rend compte que les propos des sujets sur les questions identitaires ne sont pas catégoriques. Ils sont très complexes, voire confus car les sujets ne savent pas toujours évaluer leurs propres sentiments et comportements vis-à-vis de la subculture. Par exemple, ils changent d'avis au cours de l'entretien ou du questionnaire sur des questions relatives à la posture de leur communauté dans la culture du surf. Mais c'est justement sur ces contradictions, sur certains détails locutoires et sur la manière dont les sujets interprètent les questions que repose la cohérence de leur discours. Ainsi, des mots *a priori* sans grand intérêt ou des pauses constituent des indices précieux sur la nature complexe de l'identité des sujets. L'identité est plurielle et fluide, elle est imaginée, mise en œuvre, puis reformulée sans fin. Elle n'est pas qu'être, contrairement à ce que soutient Laplantine (1999), elle est action et pensée : « on s'éloigne d'une vision statique de l'identité, pour en percevoir les dimensions multiples, explicites, comme implicites, visibles ou cachées²⁵² » (Moore, 2006, p. 32 cité dans Thamin, 2007, p. 240). C'est grâce au croisement de l'observation des sujets dans leur vie de tous les jours et des résultats des enquêtes et entretiens révélant ce que les sujets pensent de leurs propres appartenances culturelles que nous sommes en mesure de déceler le foisonnement identitaire de la subculture.

9.3.1 Identités sociale et personnelle : le nous, le je et le moi multiple

La difficulté des sujets à caractériser leur communauté sans se contredire au cours du même entretien provient du fait qu'ils sollicitent la reconnaissance d'une appartenance à la culture du surf globale tout en se réclamant d'une subculture locale. Leur réflexion s'inscrit, sans qu'ils en soient conscients, dans une dynamique globale puisqu'ils définissent leur place dans un espace culturel global tout en se distinguant par rapport aux autres groupes régionaux. Selon Deschamps & Moliner (2012), ce rapport à la culture et au(x) groupe(s) s'explique par « une dichotomie mais aussi une complémentarité entre identité sociale et identité personnelle » (p. 8). Selon eux, « l'identité sociale concerne un sentiment de similitude à (certains) autrui alors que l'identité personnelle concerne un sentiment de différence par rapport à ces mêmes autrui » (p. 8). Par conséquent, les individus doivent négocier leurs constructions identitaires et leurs représentations pour pouvoir satisfaire le besoin d'être assimilé à la culture du surf en dépit des cultures satellitaires ou du besoin d'affirmation d'un « Soi ». En effet, selon Deschamps & Moliner (2012) :

Les groupes auxquels l'individu appartient vont donc, en quelque sorte, servir de cadre de référence dans la constitution de Soi. Cependant, les différents groupes ou communautés auxquels l'individu appartient et qui, de cette façon, contribuent à la constitution du Soi, peuvent avoir des attitudes, des normes contradictoires,

252 Moore, D. (2006). *Plurilinguismes et école*. Coll. LAL, Didier.

voire antagonistes. Il faudra donc aussi envisager comment ces appartenances sont négociées au niveau des individus. (p. 16).

D'après les préceptes de Georges Herbert Mead²⁵³ (cité dans Deschamps & Moliner, 2012, p. 13), le Soi comprend le Je (personnel) et le Moi (social), ce qui signifie qu'il existe une tension entre ce qui solidarise le sujet à son groupe et ce qui le singularise. Les contacts avec autrui sont alors primordiaux car c'est selon ces rapports que l'individu dans son intégralité se construit et négocie ses identités (on s'éloigne de la pensée bourdieusienne selon laquelle le capital économique serait le plus déterminant dans les constructions identitaires). Par ailleurs, si l'on considère qu'un individu possède plusieurs identités, il faut noter que l'influence des différents groupes d'appartenance peut modifier le degré d'identification à l'un des groupes indépendamment de son statut. C'est le cas des sujets qui ont fait le choix d'identités multiples dont les caractéristiques sont *a priori* éloignées, voire contradictoires dans le sens commun (par exemple, Nascar et surf pour Bart Kelley, jazz et surf pour Britty). Les trajectoires socio-culturelles, comprenant des processus d'interactions intra-groupes et intergroupes, sont donc essentielles pour comprendre les liens variés qu'entretiennent les sujets avec la culture du surf qui contrairement à d'autres n'est pas associée de manière intrinsèque à un système de classe (tout le monde peut surfer indépendamment de ses revenus). Un individu est donc membre de différents groupes (adulte, professeur, protestant, etc.) eux-mêmes en interactions avec beaucoup d'autres groupes (enfant, élève, skateur, etc.). On voit alors bien à quel point les manifestations identitaires sont complexes et dynamiques. Les identités multiples d'un individu ne sont pas dissociables mais l'une ou l'autre peut prendre le dessus selon le contexte. Alors les marquages identitaires se manifestent au travers des distances et des rapprochements opérés selon les contextes socioculturels (dans les pratiques du surf et du *musicking*), au sein de l'endogroupe (groupe auquel le sujet appartient) et par rapport à l'exogroupe (le groupe extérieur). Le but implicite des participants est alors la réussite d'une appropriation de la subculture du surf à travers une communication appropriée de ses valeurs et principes.

Cela nous renvoie aux notions de connexion et de distinction que nous avons développées dans la troisième partie de ce travail et qui sont fondamentales pour comprendre le phénomène d'appropriation d'une culture en mobilité telle que celle du surf. Selon une logique similaire, Elizabeth Bird (2003) insiste sur l'importance des concepts de similitude et de différenciation pour expliquer l'identité : « As defined by Woodward (1997), 'identity gives us an idea of who we are and of how we relate to others and to the world in which we live. Identity marks the

253 Le travail de Georges Herbert Mead n'est pas référencé dans la bibliographie de Deschamps & Moliner (2012).

ways in which we are the same as others who share that position, and the ways in which we are different from those who do not²⁵⁴ (1-2) » (p. 91). L'identité devient alors le point ou plutôt l'espace dans lequel le Soi et autrui divergent. Pour Stuart Hall (1997), cette séparation implique une forme de pratique des stéréotypes exclusive : « [it] reduces, essentializes, naturalizes and fixes 'difference'. . . . It symbolically fixes boundaries, and excludes everything which does not belong » (pp. 258-9). Ainsi l'identité sociale des surfeurs les assimile à une culture globale et une subculture locale mais les distingue des autres cultures et subcultures alors que leur identité personnelle les individualise les uns par rapports aux autres. Le terme marquage prend alors tout son sens dans l'opposition : le marquage des identités sociales et personnelles consiste à adopter des valeurs et symboles qualifiants alors que le démarquage consiste à se libérer d'une altérité ou de symboles *dys*-qualifiants (rendant l'appartenance socio-culturelle impossible). Ces phénomènes sont observables dans la musique qui pour Frith (1996a) symbolise et offre l'expérience immédiate de l'identité collective alors que l'identité personnelle est l'accomplissement d'un narrateur plutôt que l'attribut d'un caractère (p. 121-122), un point que nous développerons plus loin dans l'analyse des concerts de Sonny's Porch.

La question du « nous » en tant que communauté de partage dans une conscience collective et celle du « je » (un individu) au nom d'un « nous » (sa communauté) sont intrinsèques à la culture du surf et de sa musique. Les surfeurs partagent une connaissance et une évaluation commune de leur pratique culturelle qui leur permet de développer leur sens de l'identité sociale. Comme le souligne Frith (1996a), «[social groups] only get to know themselves as groups (as a particular organization of individual and social interests, of sameness and difference), through cultural activity, through aesthetic judgement » (p. 111). C'est la raison pour laquelle la majorité des enquêtés parlent de Brevard comme d'un lieu où la mise en œuvre de la culture du surf se différencie par la solidarité de ses membres et l'approche inclusive de l'activité. De plus, le surf, bien que pratique individuelle (le surfeur est seul sur sa vague), offre à chaque participant le même rapport privilégié avec l'océan. Chaque surfeur est conscient de ce privilège qui forme la base d'une relation tacite fondée sur cette expérience extra-ordinaire des points de vue physique, spirituel et émotionnel. Sans tomber dans l'anecdote, il convient de souligner objectivement l'intensité et la singularité de l'expérience sensible du surf. Sean Slater rappelle à ce titre le dicton selon lequel seule l'expérience peut rendre compte de la sensation : « only a surfer knows the feeling ». Il y a donc malgré l'expérience individuelle, la conscience d'une expérience partagée. Stranger (2013) va jusqu'à parler de phénomène de transcendance lorsque le temps se fige alors que le surfeur entre en synchronie avec la vague :

254 Woodward, K. (1997). *Identity and difference*. London: Sage.

In these moments of 'peak experience' [when you abandon yourself to the rhythm of the wave and become part of that rhythm], the individual is said to transcend the social and experience the true self. . . . [T]his is a 'foundational experience' for the surfing subculture ; i.e., the shared knowledge of this transcendence of the self constitutes a form of 'collective consciousness' that exists on a global scale. The foundation is constantly renewed through the lived experience of its members, relived and reinforced through their moments of sociality, and underpins the culture in all its authentic social formations and manifestations. (p. 63).

La conscience du « nous » relève d'une expérience partagée par tous les surfeurs du monde et de liens implicites entre ceux qui agissent et savent, par opposition à ceux qui pensent et imaginent. Le surf est une relation intime à l'océan mais l'expérience est partagée lors d'événements de socialisation comme les concerts. L'appel au rassemblement et la réponse des participants relèvent de cette connaissance partagée d'une esthétique du surf (cette expérience intime avec l'océan) qu'ils articulent comme un « nous » qui de manière simultanée, produit un *outsider* pour reprendre le terme employé par Guilbault (2010, p. 286).

La communauté ainsi liée atténue les distinctions entre le « nous » subculturel et le « je ». La lecture des entretiens révèle ce mélange des pronoms. Par exemple, le fait était avéré que Dustin était responsable du choix des artistes pour les concerts de Sonny's Porch. La question était donc « How do you choose the artists ? ». Mais dans sa réponse il a employé un « nous » au nom d'un « je »²⁵⁵ : « It's mostly just bands that we're fans off, and we find out when they're coming to town, and we send them an invite, say, 'hey, you guys wanna come and play on the porch?' » (Dustin, entretien du 10 septembre 2016 – 28). L'individu mandaté par le groupe peut ainsi parler au nom de la communauté (ici Sun Bum) mais aussi être assimilé à cette communauté de manière légitime tout en protégeant son identité personnelle.

Les surfeurs, même s'ils ont dédié leur vie à l'activité, ne sont, ni ne peuvent être hermétiques aux autres champs sociaux et culturels. L'identité d'un surfeur peut être marquée par sa culture musicale, sa formation professionnelle, ses autres passions, etc. Ainsi, Ricky Carroll se reconnaît aussi dans la musique en tant que musicien ou dans la mécanique en tant qu'artisan : « Well me being a craftsman, I like working on cars you know, that's a passion that I have. I wish I could do that more but this [shaping boards] consumes so much of my time, I don't get to do it as much as I want to. It's just another card, it's working with my hands » (entretien du 13 juin 2017 – 57). Dès lors, le « moi » est nécessairement multiple car les cultures dans lesquels il se construit ne sont jamais des créations indépendantes. Le *surf lifestyle* s'inscrit

255 Notons que l'anglais prédispose particulièrement à cette atténuation entre le « nous » et le « je » selon que le sujet est sollicité par une question sur ses pratiques ou que son discours est spontané. En effet, lorsque l'on pose une question, c'est le même pronom « you » qui est employé que l'on se réfère à un individu ou à un groupe.

dans un système qui comprend aussi bien les cultures du sport, de la musique, de l'artisanat, de la protection environnementale, etc. Nous sommes ici à un point où il convient de revenir sur les concepts théoriques qui sous-tendent notre démarche. Nous sommes en accord avec Laplantine (1999) pour dire que : « La spécificité d'une culture ou d'un individu vient des combinaisons infinies qui peuvent être produites, des agencements de termes hétérogènes, dissemblables, différents, bref de la reformulation de plusieurs héritages » (p. 49). En revanche, nous nous opposons fermement à ses propos restrictifs au sujet de l'identité : « La logique de l'identité a la phobie de la conjonction *et*, qu'elle élimine au profit du *ou* : une proposition, un sentiment, une expérience ne peuvent être à la fois vrais *et* erronés, transparents *et* opaques, relever du présent *et* du passé » (*ibid.*, p. 34). Comme le montre notre analyse, l'identité peut être pensée dans le multiple, « c'est-à-dire le singulier *et* l'universel » (*ibid.*, p. 35). Le problème de Laplantine (1999) avec la notion d'identité relève de la définition qu'il en donne et qui ne permet pas de l'aborder de manière copulative car elle est restreinte et enfermante. Figée, elle est l'équivalent de ce que nous nous sommes efforcés de déconstruire dans la définition consensuelle de la *surf music*. Il faut alors comme pour la musique, repenser la sémantique et la sémiotique de l'identité, ce qui nous réconcilie partiellement et ponctuellement avec Laplantine (1999) dont le concept de métissage résonne avec notre idée de l'hybridation : « Alors que le métissage est un processus sans fin de bricolage, la pureté est de l'ordre du tri » (*ibid.*, p. 49). Il semble donc que nos divergences soient directement liées aux fonctions des champs disciplinaires dans lesquels les deux approches se sont construites (anthropologie et psychologie sociale).

9.3.2 L'altérité : du générique au particularisme culturel

Selon la même démarche critique, nous abordons la notion d'altérité (fondamentale dans l'approche identitaire) sous l'angle de la confrontation théorique car nous considérons qu'une approche dialectique permet de dépasser certains points de blocages conceptuels. Ici encore, nous critiquons l'approche de Laplantine (1999) pour qui l'identité est « mobilisée chaque fois qu'il s'agit d'éviter de penser l'altérité qui est en nous, le flux du multiple, le caractère changeant et contradictoire du réel ainsi que l'infinité des points de vue possibles sur ce qui est potentialité ou devenir, elle leste plus qu'elle ne fait avancer » (Laplantine, 1999, p. 18). Or nous avons montré que dans notre conception de l'identité, le multiple est pris en compte chez l'individu, dans la communauté et dans la culture globale du surf. Nous avons fondé notre approche de la subculture sur la notion de mobilité culturelle et cherchons avant tout à mettre en avant les potentialités esthétiques de la subculture. Nous avons misé sur l'apparente contradiction de la dialectique du mouvement et de l'enracinement pour justement penser l'altérité chez l'individu, au sein de son groupe et de la culture globale. Ce refus de

l'identitaire provient sans doute d'une contradiction de Laplantine (1999) dans sa vision de l'identité :

L'absurdité de la monade ou du solipsisme, selon lesquels il n'y aurait pour le sujet pensant d'autre réalité que lui-même, c'est son inexistence, car être, c'est être avec, c'est être ensemble, c'est partager—le plus souvent conflictuellement—l'existence. Privés de rapport avec les autres, nous sommes privés d'identité, c'est-à-dire conduits par autosuffisance et autoérotisme à l'autisme. (p. 49).

L'auteur contredit ici son argument selon lequel l'*être* serait la définition paralysante et enfermante de l'identité, puisqu'il le concède, *être* est bien plus qu'une univocité²⁵⁶. De fait, les surfeurs partagent des expériences dans la pratique du surf et dans la musique. C'est là qu'ils parviennent à se différencier car l'altérité leur permet de se définir personnellement et socialement alors que pour Laplantine (1999), l'approche identitaire ne permet pas l'altérité :

En posant l' 'être' à la fois comme omniprésent et séparé en 'étants', la philosophie identitaire ne permet pas d'envisager qu'il puisse y avoir de l'altérité en chacun de nous, pas plus que de dialogue avec les cultures dans lesquels nous ne sommes pas nés. Ne pouvant concevoir l'étrangeté, elle est condamnée à ne voir que de l'étranger et des étrangers comme modalités absurdes de l'être ou des ennemis potentiels (p. 32).

Au contraire, nous avons vu que c'est par exemple la rencontre des cultures hawaïenne et californienne qui a permis à la *surf music* d'émerger, et c'est à travers elle que se sont manifestées les articulations identitaires des surfeurs des années soixante. Par conséquent, autrui n'est pas nécessairement étranger et menace de l'identité, il est aussi source d'inspiration. De plus, il serait faux d'affirmer que la différence ne fait que condamner les individus au rejet. Au contraire, elle leur permet de s'affirmer comme l'explique Dustin : « I think the main part about it is just being different, everyone just wants to be an individual. So I think it's just setting yourself apart, I think, that's about it » (entretien du 16 septembre 2016 – 77). L'expression « to set oneself apart » est très importante car elle indique plusieurs aspects de l'adhésion à la subculture. D'abord, la différenciation par rapport aux autres est une décision active de l'individu, ensuite il s'agit d'une expression qui implique une comparaison à autrui et qui a pour but de valoriser celui qui cherche à se différencier. Le choix des outils et l'intensité de l'effort de différenciation résultent dans l'émergence de nouveaux mouvements culturels propres à exprimer l'altérité. Dès lors, ce qui crée la conscience d'une *surf music* c'est le fait qu'elle soit reconnue par une communauté mais aussi par des personnes

256 « La pensée identitaire, tout entière commandée par la primauté du verbe *être* . . . se trouve modelée par des jugements d'attribution qui présentent le plus souvent un caractère de réductibilité totale à l'univocité... » (Laplantine, 1999, p. 33)

extérieures au groupe. Par ailleurs, les médias et les réseaux sociaux alimentent cette conscience d'*alter-ego* et d'autrui. En effet, les surfeurs sont conscients du fait que des auditeurs non-surfeurs écoutent et jouent la même musique mais le fait de penser l'altérité leur permet de s'agréger en communauté esthétique. Un auditeur, quel qu'il soit, ne peut que penser une communauté faite d'individus non-imaginés (proches et famille) et d'individus imaginés comme possédant des attributs communs et offrant des possibilités d'échanges (économiques, musicaux, etc). Selon ce principe, la *surf music* est assemblée d'unités stylistiques qui ne lui sont pas forcément dédiées :

The notion that a genre, at a given point in time, articulates together notions of musical style, identifications, visual images, ways of moving and talking, and myriad other factors is akin to the idea of assemblage. In contrast to the notion of organic totalities, assemblages, according to the philosopher Manuel DeLanda, are 'wholes characterized by *relations of exteriority*. . . . The exteriority of relations implies a certain autonomy for the terms they relate'. Thus, in the study of genre, the components (be they musical, social, material, expressive, *et cetera*) that may characterize a genre at a given point in time may also participate in other genres at the same time, or in the past or the future. (Brackett, 2016, p. 10).

Un mouvement musical tel que la *surf music* n'est pas un ensemble organique homogène. Au contraire, au fil du temps et selon les lieux, ses composantes ont pris tout leur sens dans leurs interactions et grâce à leurs différences. Alors l'approche identitaire n'est pas « réfractaire à l'altérité » (Laplantine, 1999, p. 138) puisque les subcultures du surf et leurs *surf musics* comprennent des éléments musicaux, culturels, matériels, sociaux, ethniques, esthétiques, etc. assimilés à d'autres mouvements culturels comme par exemple les couleurs vert, jaune, rouge de la Jamaïque notables dans la palette chromatique des surfeurs et artistes de Cocoa Beach.

Afin d'illustrer la manière dont les identités multiples et l'altérité se négocient au sein de la subculture, nous faisons appel à la kinesphère de Rudolf Laban²⁵⁷ qui a imaginé une sphère autour du corps humain délimitée par l'extension maximale des membres selon un point fixe matérialisé par le pied. L'espace imaginaire se déplace selon les transferts de la masse corporelle et représente un espace privé ou personnel au delà duquel on entre dans l'espace générique. La kinesphère est susceptible de modéliser la complexité des identités qui composent la subculture du surf. La notion de centre est importante car c'est en fonction de ce centre que l'on peut plus ou moins étendre la sphère (qui en réalité n'en est pas une). Lorsque les mouvements de deux individus les font pénétrer dans l'espace de l'autre, ils sortent de

257 Il m'est difficile de me souvenir exactement quand et à travers quel support j'ai découvert la kinesphère du danseur et théoricien Rudolf Laban (1879-1958). Ayant pratiqué la danse contemporaine une grande partie de ma vie, j'ai passé beaucoup de temps à lire les ouvrages et magazines de danse dans lesquels j'ai pris connaissance de la théorie.

l'espace générique et de l'espace personnel pour entrer dans un espace partagé avec deux centres en mouvement qui se coordonnent pour rester en équilibre dans le partage, voire qui s'unissent pour ne former qu'un centre gravitationnel. Ils peuvent aussi s'exclure mutuellement. Dès lors, notre projet n'est plus si différent de celui de Laplantine (1999), mais c'est le parcours et les outils qui diffèrent : « Ce que l'on propose [les anthropologues], c'est de tenter de comprendre et de nommer ce qui n'est pas totalement 'représentable', clairement identique à soi-même, distinctement 'identifiable', nécessairement reproductible, ce qui suppose que l'on accepte de faire le deuil de l'unité rassurante de l'homogène » (Laplantine, 1999, p. 147). L'intérêt de la kinesphère est de montrer que les situations d'interactions humaines relèvent d'une réalité qui n'est pas statique et qui peut se transformer selon plusieurs combinaisons possibles. Les bornes de la sphère sont invisibles et imaginées de la même manière que le sont celles de l'identité qui à l'instar des différents espaces de la kinesphère se complexifie selon le nombre et la nature des interactions avec autrui. Plus l'espace est peuplé plus l'identité sociale se renforce et se singularise. De la même manière, les unités stylistiques qui composent la *surf music* peuvent se substituer aux corps humains du principe de Laban. Ainsi l'espace générique devient la *surf music* et les kinesphères deviennent les genres qui la composent, ce qui illustre l'idée que la *surf music* est un espace de partage et de création toujours en mouvement.

Chapitre 10. Postures des sujets dans la subculture et consommation musicale

[Music is] . . . a resource for—rather than a medium about—world building. Within this dynamic conception of music’s social character, focus shifts from what music depicts . . . to what it makes possible. And to speak of ‘what music makes possible’ is to speak of what music ‘affords’ . . . depending upon how it is conceptualized, the concept of ‘affordance’ highlights music’s potential as an organizing medium, as something that helps to structure such things as styles of consciousness, ideas, or modes of embodiment²⁵⁸.
(DeNora, 2003, p. 46-47).

10.1 Cultures et sentiment d’appartenance

Ayant étayé nos positions sur les concepts psycho-sociaux d’identité et de représentations à l’aide d’exemples extraits de notre travail ethnographique, il convient à présent d’analyser les potentialités socio-culturelles telles qu’elles prennent forme dans les faits de musique. Nous allons pour cela expliquer dans un premier temps comment les surfeurs développent un sentiment d’appartenance vis-à-vis de la culture du surf observable dans leur *musicking*. Pour Guilbault (2010), c’est la participation aux événements sociaux tels que les concerts qui donne corps au sentiment d’appartenance : « Participation in such events literally embodies a viscerally experience sense of collective belonging²⁵⁹ » (p. 287). Dans un deuxième temps, nous mettrons la notion d’appartenance en tension à travers l’analyse des rapports que les sujets entretiennent avec le reste du monde afin de mieux comprendre la posture qui est la leur dans la communauté globale du surf. Enfin nous serons en mesure de revenir sur les caractéristiques spécifiques des modalités de consommation musicale des surfeurs floridiens afin de cerner les enjeux d’une ethno-esthétique du surf glocalisée.

10.1.1 Le surf : pratique individuelle et communautarisme

Les stéréotypes autour de la figure du surfeur sont nombreux, mais deux d’entre eux sont particulièrement bien implantés dans l’imaginaire commun. Le surfeur est soit conçu comme

258 Cité dans Regev (2013), p. 96 : DeNora, T. (2003). *After Adorno: Rethinking music sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.

259 Guilbault (2010) décrit la manière dont les concerts de soca (un mouvement musical originaire de Trinidad) créent des espaces intimes dans lesquels les participants coordonnent leurs corps dans une proximité qui leur permet de prendre conscience à la fois de la présence de chaque participant et de l’ensemble synchrone qu’ils constituent.

un être solitaire à la recherche d'une harmonie transcendante avec l'océan, soit comme un membre d'une tribu vivant aux marges de la société. La réalité est beaucoup plus subtile car comme nous l'avons vu, même si le surf est une activité qui peut se pratiquer seul, c'est la présence de l'autre qui permet à ses participants de développer la conscience d'un soi social en capacité de partager l'expérience unique d'une réalité ineffable. Cependant, certains spécialistes des *lifestyle sports* alertent sur le déclin des valeurs communes et collectives des participants et sur le recentrage vers soi dans un phénomène d'individualisation (Wheaton 2013, p. 4). Bien que nous constatons l'accentuation de ce phénomène surtout depuis l'avènement des *smart phones*, nous posons que ce sont les modalités de mise en œuvre du collectif qui se sont transformées et que la communauté demeure un élément essentiel dans la culture du surf aux niveaux professionnel et personnel. Britty explique ainsi que c'est la communauté de surfeurs qui lui a permis, en tant que mère célibataire, de pouvoir se remettre à surfer : « for a long time, I couldn't surf 'cause I had Charlie by myself and there was no way to really get out and do it. And then we became friends with like a little family and we'd have like a little surf tribe community on the beach so everyone would take turn watching the kids » (entretien du 15 juin 2018 – 1). Nous mettons ici l'accent sur la fonction sociale d'une communauté qui propose, protège et agrège ses membres sans faire d'autrui un étranger ou un ennemi²⁶⁰.

Il convient de rappeler que ces communautés sont en transition permanente puisqu'elles constituent des espaces interactifs créateurs d'une conscience identitaire commune qui se forme au travers de l'action de groupes de personnes réunies lors de concerts par exemple, et qui développent une sorte de transcendance du moi au sein du groupe, comme l'explique Stranger (2013) :

The shared knowledge of the foundational experience transcends spatial and temporal boundaries through surfing's collective consciousness, which is reinforced through storytelling and through the photographs and video productions that animate surfing's moments of sociality, presented by the surfing media on a global scale. (p. 64).

La conscience collective s'inscrit dans l'espace et la temporalité et prend corps dans l'interprétation narrative qu'en font les médias mais aussi les surfeurs eux-mêmes. Le récit des sujets de Cocoa Beach est celui d'une communauté solidaire qui s'est construite autour du surf comme l'explique Dustin : « Cocoa Beach is just... That's kinda where surfing really took off... And like, the community embraces, and the community is built around it so... Like, the

260 Dans cette partie, nous allions traiter du néo-tribalisme de Michel Maffesoli (2000), mais malgré l'intérêt de certaines de ses analyses dans le *Temps des tribus*, le récent discrédit posé sur son travail de sociologue nous invite à ne pas utiliser ses concepts.

mayor surfs... » (entretien du 16 septembre 2016 – 18). En soulignant le fait singulier que le maire de la ville de Cocoa Beach est un surfeur, Dustin cherche à montrer que tous les membres de la communauté sont impliqués dans l'un des aspects du *beach lifestyle*, y compris des individus dont la fonction et le statut social ne semblent pas correspondre au mode de vie. La communauté a revendiqué un territoire et a capitalisé sur son histoire, celle du berceau du surf sur la côte est des États-Unis. Il y a une sorte de droit du sol qui unie les surfeurs de Cocoa Beach et qui leur confère une légitimité leur permettant d'afficher une assurance dépourvue d'animosité à l'égard de l'étranger comme l'illustre le propos de Sean Slater sur les comportements de certains *kooks* venus d'ailleurs : « We're the ones who've been surfing here for so long. What are they gonna say [rires] you know ! We know the etiquette and you know, we're all happy, so everyone else is gonna be happy ! » (entretien du 7 juin 2017 – 11). L'appartenance communautaire passe ainsi par la connaissance des codes. Il peut s'agir des codes universels du surf comme la priorité sur la vague ou le langage employé : « People who actually participate probably won't ever use that term, *extreme sports*. Because it's really kookie [rires]. It's not very humble and it's kinda... That's why they call it, it's action sports industry, it's the term that's used » (entretien de Dustin du 16 septembre 2016 – 22). Mais il peut aussi s'agir des codes régionaux tels qu'une approche décontractée à Cocoa Beach par opposition aux surfeurs *aggro* d'autres régions, de la mise en avant de produits locaux comme les planches ou les vêtements, des modes d'interactions entre surfeurs, etc.

Si les comportements individualistes ont existé et existent toujours, la communauté de Cocoa Beach représente quant à elle l'effort réussi d'un partage culturel relevant de la solidarité des acteurs de la communauté, comme l'explique Ricky Carroll : « For the longest time, the guys didn't work together very well. It's kinda of a realization that you gotta work with your competition somewhat because we're all in the same boat and we would die as an industry if we didn't stay together » (entretien du 13 juin 2017 – 30). La mise en commun de la culture est partie d'un besoin de survie de la part des petites entreprises locales face au marché mondial et aux grandes entreprises californiennes et australiennes. Cette pratique a non seulement aidé à la survie des *shapers* locaux, elle a aussi permis de développer un sens du « nous » à la fois solidaire, affectif et déterminé à agréger une identité commune et résolument singulière dans le monde du surf. Bart Kelley explique comment Ricky Carroll est l'un de ceux qui ont promu et entériné cette solidarité :

This is one thing I like to say about Ricky. You see Ricky's facility compared to anybody else's facility, um, Ricky helps other people. So Neilson's boards are finished here in this factory because if he wasn't, and if it didn't, he wouldn't exist. He would have to go somewhere else or do something else. So Ricky helps out a lot of people. And the niche there, I said niche and we don't even like to call

it a niche, we don't even like to call it marketing, it's just who we are or what we do for our community and within our community. Um, and I like to almost think that when you're with people and you're helping people, that kinda shows who you are and what you are doing, you know what I'm saying? So in a way that's the niche, helping everybody out... You know, there's times when Ricky's helped people, and there are several times when we have huge events and this other stuff... And we lost, everybody else won, you know, and it was our thing that we gave. That's what we do in our community, so I think to serve the community to help others... (Entretien du 13 juin 2017 – 30).

Contrairement au dictat de la raison commerciale, Ricky Carroll permet à ses compétiteurs d'utiliser ses locaux parce que l'intérêt du produit qui sort de son usine réside moins dans l'hégémonie d'une marque indépendante que dans la promotion d'un savoir faire local. Les acteurs de Cocoa Beach travaillent pour et avec leur communauté. L'idée d'image du produit est relayée au second plan et c'est l'action qui prime : le fait de participer à la construction de la communauté, à l'entraide, etc²⁶¹. Sans faire preuve d'angélisme, car nous sommes bien conscients que toute action et partenariat entre entreprises (petites ou grandes) a une visée commerciale, les acteurs de l'industrie du surf dans la communauté de Cocoa Beach agissent selon des principes d'affinité relevant de l'amitié et de la solidarité parce qu'au delà des marques, ce sont les individus (tous des surfeurs) qui donnent corps à l'effervescence industrielle de la région comme l'illustre le propos de Bart Kelley sur le partenariat entre Endless Summer Radio et Sun Bum :

The Sunday was because the support that Sun Bum supplies. You can see there's two Sun Bum hats there, there's Sonny here, there's Duke²⁶² there, behind you is a whole bag full of everything, and a banana! Every time somebody comes here, they're getting something. So it's kinda like just support right back. Once again, that's not a niche thing or a marketing thing, it's part of our community, and giving back to the people... And you can ask anybody at Sun Bum, it was never really asked or it was never really talked about, it's just something that happened. Just like, you know, the backyard sessions, the porch sessions, that just happened, you know, he let us come right along with it and it was fun, you know. I think it's the cool thing about what happens here, just with surfing and everything else. You see cool things that happen and you wanna support it, be a part of it and next thing you know, you're in it. It's not... It's let's do this, you help me, I help you and this is how this works. (Entretien du 13 juin 2017 – 46).

Encore une fois, on retrouve la notion de soutien mutuel comme colonne vertébrale de la communauté. Les relations commerciales sont implicites, les accords sont tacites et les

261 La première fois que j'ai rencontré Ricky Carroll, c'était en 2015, lors d'une levée de fonds pour la famille d'un surfeur local qui venait de décéder. Ricky Carroll avait invité tous les vendeurs locaux au sein de son usine pour permettre à chacun de participer à l'effort. Sun Bum avait participé.

262 Sonny est le gorille qui représente la marque et Duke est le gorillon qui représente la gamme enfant.

interactions humaines se créent naturellement. La spontanéité fait de ces entreprises des entités authentiques aux yeux des surfeurs car dans le spontané tout individu doté de savoir-être peut participer (il lui suffit de partager la connaissance de l'expérience locale du surf). Par ailleurs, si la communauté accueille un événement venu de l'extérieur, les membres impliqués font en sorte d'en faire profiter les acteurs locaux. C'est le cas de l'organisation internationale du Rootfire Festival qui a demandé à Bart Kelley de promouvoir l'événement de Cocoa Village dans son émission. Ce dernier a saisi l'occasion pour y imposer des vendeurs locaux, ceux de sa communauté de surfeurs :

It's like when Rootfire came, once again, being a part of the community... Rootfire came and they wanted me to help promote. So I said, 'I'll tell you right now, my number one problem is Slightly Stoopid came and not one local band was there. So you're charging people \$40 a head, and nobody's local. You're not supporting anything local'. So the first thing they said was, 'Ok, give me a local band'. So I gave them a local band and I said, 'There's no local companies involved either'. So that's how Sun Bun got involved with that, then we're there... So it's just those little bitty small seeds that you get to plant and help other companies and other bands... That's why I love being a part of the surf community. (Entretien du 13 juin 2017 – 72).

Les entreprises locales de *surf lifestyle*, de restauration, de prêt-à-porter et d'événementiel sont présentes lors de ces concerts, et même si elles sont en compétition les unes contre les autres dans leurs domaines respectifs, elles trouvent le moyen de s'entre-aider et de représenter la culture et les valeurs du surf de Cocoa Beach. Elles sont considérées comme de réelles vitrines du *surf lifestyle* régional ainsi que l'explique Sean Slater :

I think that my local brand does [represent local surf values], and I think Kelly's surfboards. I think Bagel's done a good job; Dan Capuano²⁶³ has done a great job... But I mean, we've got quite a few, we've got Jeff Haney²⁶⁴... Matt Kechele²⁶⁵ has always been true to his roots of surfing and he's so dedicated too... Ricky Carroll, yeah those are local brands. (Entretien du 7 juin 2017 – 18).

La notion de famille est elle aussi importante car c'est de cette manière que chaque membre considère la communauté. Comme dans une famille, de nouveaux membres sont régulièrement ajoutés par des partenariats qui créent de nouvelles relations au sein des

263 « Bagel », Daniel Capuano, est un *shaper* de Cocoa Beach. Il a été formé entre autres par Sean lorsqu'il a intégré l'équipe du surf shop Quiet Flight. Son label s'appelle Pelican Surfboards et le nom lui vient des moments qu'il passait à observer les pélicans avec ses deux amis Sean et Skippy Slater.

264 Jeff Haney est le créateur d'Ocean Image Surfboards, à Cocoa Beach.

265 Matt Kechele est né à Cocoa Beach en 1962. Il est l'un des pionniers des *aerials* à la fin des années soixante-dix. Il est connu pour ce qui sera appelé le « Kech Air ». Il est le fondateur de Matt Kechele Surfboards dont l'un des premiers membres a été l'adolescent Kelly Slater.

familles existantes. Cela dit, ce phénomène n'est pas le propre de la communauté de Cocoa Beach comme le fait valoir Sean Slater :

I worked for Black Flys²⁶⁶, so I'm basically Black Flys family. Those are sunglasses... So Black Flys and Sublime... They were one of the sponsors for Sublime and friends and so we were just kind of a giant family with Black Flys and Skunk Records²⁶⁷, and those guys introduced me to all those guys, from Eek-A-Mouse²⁶⁸ and all those guys from Sublime, and Slightly Stoopid²⁶⁹, Filibuster²⁷⁰, Corn Doggy Dog²⁷¹ and all the bands that they had in the label. Every year we'd go to Salsipuedes [California], and we'd have a Skunk festival. They'd have a little stage set up in the car parking lot and everyone would just go down there and bands would play on all day and all night, and it was a lot of fun, you know. By day three, the toilet's overflowing and there's trash everywhere, and you know, it just became a scene and then, couple years later, a lot of people found out about it that kinda didn't get what we were doing... They started flooding down there you know and there was... They think you can go down there and just trash the place... And that's not what you do, and I think after that it was kind of, it was done... No one wanted to do it, there wasn't... It didn't have the flavor that it did before anybody found out about it, so that didn't happen anymore and then Bradley²⁷² passed away... (Entretien du 7 juin 2017 – 23).

Black Flys est une marque de lunettes de soleil très populaire dans les milieux subculturels californiens des années quatre-vingt-dix. Comme dans le cas du partenariat entre Endless Summer Radio, Ricky Carroll et Sun Bum, des acteurs de différents secteurs de la subculture se sont rassemblés en communauté de sens effaçant la distinction entre relations de travail et d'amitié. Ces associations ont pour point commun de toujours s'agréger autour d'une scène musicale, ici celle de Salsipuedes. Le festival a pris fin lorsque des individus non au fait des savoir-être et de la « saveur » de l'événement ont envahi les lieux (pour reprendre l'idée de « flood » choisie par Sean). Le terme « flavor » illustre encore une fois l'idée selon laquelle penser la subculture ne peut se substituer à l'expérience (partagée) de sa réalité. Une saveur peut s'expliquer mais ce n'est qu'en goûtant que l'on peut prendre conscience de l'univers sensoriel qu'elle met action. C'est aussi ce qui se produit lors du *musiciking*, ce vécu musical où s'articulent les liens sociaux et où se développe le sens des identités sociales et personnelles des participants.

266 La marque de lunettes de soleil Black Flys a été créée en 1991 en Californie dans l'esprit de la subculture skate et surf de la côte ouest (« Black Flys », 2013).

267 Skunk Records est un label d'enregistrement californien fondé par Bradley Nowell, le chanteur de Sublime, dans les années quatre-vingt-dix.

268 Eek-A-Mouse est un artiste reggae originaire de Jamaïque.

269 Slightly Stoopid est un groupe originaire de San Diego en Californie. Le groupe se décrit comme une fusion de genres allant du rock au reggae en passant par le blues et le métal.

270 Filibuster est un groupe de ska créé dans les années quatre-vingt-dix, originaire de Sacramento en Californie.

271 Corn Doggy Dog est un groupe de rock proche de Sublime.

272 Bradley Nowell est le chanteur de Sublime.

10.1.2 Relativisme ethno-esthétique : surf et musique comme expérience d'une réalité culturelle

Comme nous venons de le voir, le *musicking* dans le contexte du surf constitue l'un des procédés identificatoires des surfeurs et ne s'inscrit donc pas dans la logique d'un quelconque monisme. Cependant, les attaques contre les approches identitaires mettent en avant la nature supposée absolue de l'identité comme finalité : « [L'identité] fournit des signes absolus ruisselants de vérité. . . . Elle est étanche et non criblée de trous. Elle est du plein, de la continuité sans faille » (Laplantine, 1999, p. 25). Nous avons montré que l'identité est poreuse, elle se manifeste sous différentes formes et selon des modalités diverses d'où la difficulté d'en cerner les contours (ce que nous ne tentons pas de faire puisque notre projet consiste à appréhender les articulations identificatoires observables dans le *musicking* des surfeurs). Nous ne pensons donc pas que « [p]arler d'identité, c'est affirmer qu'il y a des vérités à prendre ou à laisser » (*ibid.*, p. 25) car nous nous méfions des absolus et souhaitons dans notre projet pluridisciplinaire déconstruire l'idée suivante : « En tant qu'affirmation d'absolu, [l'identité] entretient une aversion tant pour l'insolite que pour le hasard » (*ibid.*, p. 33). Dès lors nous n'exprimons à aucun moment l'idée selon laquelle un tel ne serait que « ceci ou cela » pour reprendre les termes de Laplantine (*ibid.*). Mais encore une fois, nous nous entendons avec l'anthropologue pour dire que les représentations linguistiques sont déconnectées de la réalité sémantiquement car « il n'existe pas de relations naturelles entre le monde et la langage, le signifiant et le signifié, mais des élaborations culturelles, ce qui suppose que nous en finissons avec ces fictions de la transparence du langage, de l'adéquation des mots et des choses, de l'isomorphisme du référent et du signe » (p. 91). Cependant, nous posons que les mots, tout comme les autres phénomènes qui s'inscrivent dans la représentation, naissent d'un besoin d'expression et de réalisations des potentialités des réalités relatives des individus. Un phénomène que nous observons à travers la mise en œuvre de la *surf music*.

L'interprétation que des individus se font du monde dépend d'une multitude de facteurs dont celui qui nous intéresse ici, leur bagage culturel. Il existe un rapport entre des discours du surf et une forme de proximité culturelle avec certains de ces discours. Un objet culturel comprend plusieurs possibilités d'interprétations et c'est aussi le cas du surf. Fiske²⁷³ (1987) explique comment l'intertextualité invite l'auditeur à se servir de son propre bagage culturel pour décoder les textes :

The theory of intertextuality proposes that any one text is necessarily read in relationship to others and that a range of textual knowledges is brought to bear upon it. . . . Intertextual knowledges pre-orient the reader to exploit television's

273 Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Routledge.

polysemy by activating the text in certain ways, that is by making some meanings rather than others (p. 108, cité dans Gwenlian-Jones, 2003, p. 186).

Le surf (*music* ou *lifestyle*) comprend un ensemble de signes linguistiques et symboliques dont la réception peut varier en fonction des répertoires culturels du destinataire, comme dans le cas des messages télévisés. L'interprétation de ces codes est importante pour la finalité du message, et cela pose le problème de la relativité des signes puisque si l'entrée dans cette culture se fait à travers ses codes langagiers, comportementaux, esthétiques, etc., il faut savoir à quoi ils font référence. Les mots sont en effet polysémiques et par exemple, il est probable qu'un Français rencontrant le mot *redneck* pour la première fois se représente la nuque d'un individu rougi par le soleil alors que pour un Américain, il s'agit d'un type de personne associé à une catégorie socio-culturelle bien précise dans laquelle il se reconnaît peut-être. Les objets sont aussi polysémiques puisqu'ils deviennent des symboles comme par exemple le longboard. Selon les communautés de surfeurs et les générations auxquelles appartiennent les individus, cette pratique peut sembler désuète ou au contraire en conformité avec une certaine approche du *surf lifestyle*. Pour Britty, il s'agit d'une pratique gracieuse, simple et naturelle, voire mélancolique (elle utilise le terme *soulfulness* pour la décrire, entretien du 15 juin 2018 - 1) opposée au shortboard qu'elle conçoit principalement comme un sport agressif (elle utilise le terme *jock* qui évoque une image péjorative du sportif arrogant et obnubilé par son physique²⁷⁴, *ibid.* – 8). Ces objets représentatifs de différentes approches du surf sont ritualisés et endossent une signification distincte selon les communautés et les individus. Dès lors, le sens donné aux objets culturels et la façon de les percevoir a un impact sur l'interprétation des réalités socioculturelles de chaque individu. En d'autres termes, la subculture du surf est attachée à une expérience collective mais aussi à la façon dont elle est perçue et interprétée individuellement par chaque participant.

Les mots et les objets ne sont pas les seuls éléments à donner du sens à la subculture. La réalité est aussi constituée de non-dits et de gestes porteurs de valeur dans l'expérience culturelle du *surf lifestyle*. Dans leur interprétation de la *non-representation theory*²⁷⁵ (N.R.T.) de Nigel Thrift (2008), Thorpe & Rinehart (2013) relatent l'expérience de certaines pratiques sportives et leur propension à développer une prise de conscience de l'autre, de son environnement et de soi, générant ainsi de nouveaux besoins expressifs, éthiques et moraux :

274 Notons que lors de conversations informelles entre Britty et d'autres surfeurs, sa description de la pratique du shortboard ne faisait pas l'unanimité.

275 Thrift, N. (2008). *Non-representational theory: Space, politics, affects*. London: Routledge.

La N.R.T du spécialiste en géographie culturelle Nigel Thrift vise à montrer que l'ineffable a de la valeur et que l'on peut trouver du sens dans le mouvement du corps, dans l'évocation, dans le non-dit et l'immédiateté.

Thrift argues that bodily practices, when performed in nature, ‘amplify passions, provide mystical experiences and stress sensory appreciation through a more complete control of the body’. As such they have the potential to both ‘provide more harmonious relations with the environment’, and produce ‘an expanded awareness of present time’. (Thorpe & Rinehart, 2013, p. 220).

La théorie de Thrift (2008), même si elle ne peut constituer l’unique explication des liens entre surf et musique, permet néanmoins de nourrir notre propos sur l’expérience extra-ordinaire des surfeurs avec leur environnement et à laquelle nous faisons référence plus haut. La perception du réel ne peut être appréhendée sans la prise en compte à la fois des expériences intelligibles et sensibles des sujets. De plus, le croisement des diverses expériences partagées par une communauté permet de construire le récit d’une réalité adaptée à la conscience culturelle du groupe. Ce récit peut prendre corps à travers les images et les sons qui sont récupérés par les industries locales pour promouvoir la subculture locale comme l’explique Dustin au sujet de l’image adoptée par Sun Bum :

All the marketing is kind of, the imagery and social media and all that stuff is all wrapped around the Florida lifestyle, the Florida surfing lifestyle, and how it kinda differs from other places. We found that even with the California office we hired a lot of east coast people from Florida to kinda bring that vibe there because it’s refreshing to a lot of people. Like you don’t just say ‘hi’ to people walking down the street, and there’s not that southern hospitality in California, and so you kinda catch people off guards, but I think it’s a positive thing. (Entretien du 16 septembre 2016 – 15).

Les comportements floridiens sont remarquables dans un environnement californien ce qui souligne encore une fois la complexité de notre objet d’étude ne pouvant être appréhendé uniquement par l’observation de phénomènes tangibles. Dustin parle de « vibe » pour qualifier le *surf lifestyle* floridien, c’est-à-dire non pas d’un objet saisissable mais d’un ressenti car la subculture est l’expérience d’une réalité culturelle relative. La culture du surf n’est pas un bloc monolithique mais une interprétation du réel fondée sur une expérience localisée qui prend sens grâce au partage et à la reconnaissance de certains codes. Il n’y pas une mais des cultures du surf et c’est la porosité des sphères culturelles qui permet leur interaction et la mise en œuvre de mouvements culturels singuliers : ici la culture floridienne a transformé celle du surf. De même, dans la pratique du surf, les absolus sont difficilement défendables car ce qui est vrai dans un lieu donné ou pour un individu ne l’est pas ailleurs ou pour d’autres participants. Comme l’explique Sean Slater en définissant ce que constitue une bonne planche : « I think a good all around surfboard is really simple, consistent, good for your weight, and your talent, you know » (entretien du 7 juin 2017 – 14). Le monisme ne correspond pas à la réalité et toute tentative d’uniformisation des pratiques serait vaine pour

expliquer les cultures. Cela dit, nous pouvons malgré tout identifier des tendances et une réelle volonté commune des participants à construire une réalité dans laquelle ils peuvent s'identifier à d'autres individus. C'est dans la nature de leurs relations que les tendances identitaires se dessinent : « Who we are is how we relate, and the relationships articulated by a musical performance are not so much those that actually exist as they are the relationships that those taking part desire to exist » (Small, 1998, p. 134). La réalité n'est pas un absolu, elle n'a de sens que ce que les individus la constituant lui donnent. Une compétition de surf, un concert de Sonny's Porch n'endossent de valeur que parce que leur existence sociale est une construction cognitive exprimant les besoins affectifs et sociaux d'une communauté donnée. Comme le souligne Small (1998), « Reality may be socially constructed, but no individual is bound to accept unquestioningly the way it is constructed. Musicking, being exploration as well as affirmation and celebration, is one way in which the question can be asked » (p. 134). La construction du réel et les processus identificatoires sont donc relatifs mais il faut rappeler que dans la forme, peu importe la valeur donnée à un événement, sa structure reste la même. Dès lors la pensée identitaire permet « d'envisager l'existence du singulier qui nous ouvre l'universel » (Laplantine, 1999, p. 19) puisque par exemple, une compétition reste une rencontre d'acteurs jugés sur leurs performances indépendamment de la pratique évaluée, et un concert de pop-rock reste un rassemblement musical indépendamment du répertoire et de l'intention des organisateurs et du public.

10.1.3 Appartenances plurielles et discours singularisants

L'appartenance à une ou des cultures signifie qu'un individu peut y développer un sens de lui-même tant que la culture lui permet d'y construire sa réalité. L'appartenance n'est donc ni définitive, ni conclusive, mais elle est un procédé temporel. Pour Laplantine (1999), elle comprend le risque d'inscrire les individus dans la permanence :

En renvoyant chaque individu ou chaque culture à une appartenance, l'identité leur désigne leur origine. Elle attire l'attention sur ce qu'il y a de plus stable et de plus permanent dans un être humain ou dans un groupe social, appréhendés à partir de ce qu'ils étaient autrefois, et non de ce qu'ils sont en train de devenir. (p. 41).

Dans notre approche, l'identité n'est pas une entité autoritaire qui assignerait les individus à une origine particulière pour les y inscrire à jamais. Au contraire, les origines des individus sont comprises dans leur pluralité, elles ne sont pas apposées mais retracées et surtout elles sont l'un des points de référence dans le marquage identitaire, un point duquel les sujets peuvent se détourner. Dès lors, la posture des surfeurs ne procède pas du « définitionnel,

définitif et conclusif » (*ibid.*, p. 37). Cependant, pour rendre compte du monde, il est naturel pour tout individu de créer des catégories, des constructions subjectives. La catégorisation permet l'identification mais encore une fois, les frontières sont poreuses ce qui permet à un individu ou un groupe de pouvoir s'identifier à plusieurs catégories :

All of us, in fact, carry around with us our own way of making sense of the world and its relationships. From the moment of birth, and perhaps before, we learn which relationships are of value to us and which are not, what to remember and what to forget, and how to order our experience of the world into categories. None of these are god-given but are the result of an active engagement with the world outside us. (Small, 1998, p. 130).

Comme l'explique Small (1998), notre conception du monde se construit selon nos interactions avec les éléments qui le constituent. Les subcultures, les mouvements culturels, les sociétés répondent de cette logique d'assignation subjective de valeurs aux objets et personnes avec lesquels des contacts se produisent. Lorsque ces expériences sont catégorisées puis évaluées de manière positive, des réseaux d'identités peuvent entrer en contact et créer de nouvelles relations positives. C'est comme cela qu'un surfeur floridien peut parfaitement se référer à un surfeur californien comme idéal tout en invalidant l'approche californienne dans son ensemble. Des réseaux identitaires se créent parce que les catégories et les discours ont une capacité à être affinés. De la même manière, la *surf music* n'est pas une catégorie homogène parce qu'elle est affinée par les apports des diverses communautés d'appartenance. Elle nous permet ainsi d'entrevoir les articulations des discours d'appartenance relatifs à ces communautés. Dans le passage du global au local, on observe l'affinement de ces discours, d'où l'importance de parler d'appartenances plurielles permettant des discours singularisants au niveau individuel car plus on introduit d'éléments d'identification, plus on s'éloigne d'une identité générique. À cet égard, les questionnaires menés pour cette étude font bien ressortir les approches génériques et particulières du surf. En effet, la réaction initiale des enquêtés lorsque nous leur demandons s'ils se considèrent avant tout comme des surfeurs floridiens est de penser le surf dans sa globalité : ils affirment dans un premier temps ne pas voir de différences entre leur communauté de surfeurs et celles des autres : « We are all surfers of the world » ; puis leur discours s'affine alors qu'ils reviennent sur certaines caractéristiques régionales pouvant être valorisantes ou dévalorisantes pour les communautés dont il est question. Ainsi, au regard des enquêtés, les surfeurs brésiliens sont trop territoriaux et agressifs alors que les Caribéens ont tendance à être plus accueillants. Par conséquent, la mise en œuvre du mode de vie et son interprétation sont sujettes à changements au niveau local alors qu'elles sont comprises comme un élan collectif au niveau global. Comme le souligne Stranger (2013) :

The industry supplies an ‘inventory of ends and pool of means’ which go towards the ‘self assembly’ of a person’s surfing identity²⁷⁶ promoted through the surfing media, and subject to the reflexivity of local surfing communities and peer groups. As the individual gains knowledge of the subtleties of the local culture, the use of symbols becomes refined. (p. 71).

La logique d’inventaire proposée par Stranger (2013) vient compléter notre approche rhizomatique de la culture selon laquelle nous envisageons une culture générique du surf dont les différentes ramifications aboutiraient à divers résultats en fonction des éléments présents dans le nouveau contexte. Selon cette logique, même si les liens avec la culture générique ou une subculture autre ne sont pas visibles, la proximité affective ou idéologique (et non plus physique) peut générer un sentiment d’appartenance plurielle. Les sentiments de proximité, de lien, de connaissance intime et d’identification avec certains surfeurs qui ne sont pas forcément floridiens sont illustrés ici par les propos du Dustin :

[John John Florence], to me he’s the new Kelly Slater. Like he’ll do things particularly in really critical waves that he’s so comfortable he doesn’t... other guys will grab the rail of the board to stabilize themselves, he’ll go on his back hand not even touching the board and skimming his shoulders off the back of the wave, just do things that most people don’t even think was possible. (Entretien du 16 septembre 2016 – 10)

La comparaison avec un athlète (Kelly Slater) déjà validé par Dustin dans le marquage de son identité de surfeur permet de valider d’autant plus facilement l’identification à un nouveau modèle (J. J. Florence) et donc l’appartenance à une ou plusieurs catégories identificatoires dans lesquelles il s’inscrit (comme son approche du surf). Au delà de la culture générique et globale du surf, l’appartenance plurielle est aussi marquée au niveau local par l’affiliation à diverses communautés dont certaines caractéristiques s’entrecroisent : « Yeah, it’s the beach community, it’s the boating community, it’s fishing. . . . To me it’s anything associated with the water » (Dustin, entretien du 16 septembre 2016 – 51). Le sentiment d’appartenance et les discours singularisants deviennent une façon d’appréhender le mode de vie comme le souligne Sean Slater :

As soon as you really get into loving surfing, it kinda moves toward that whole thing. And it becomes that. It’s a fun thing to do. You do it by yourself, and I don’t know... There used to be a saying, ‘only a surfer knows the feeling...’ And there’s so much truth to that, but um, you can go almost anywhere and just do it... You meet good people, a lot of free spirits, I don’t know... It’s just a great thing and you just start living doing what you love to do... (Entretien du 7 juin 2017 – 17).

276 Bauman, Z. (1992). *Intimations of Postmodernities*. London: Routledge.

Le mot « feeling » signifie sensation et sentiment. Il peut ici renvoyer à la fois à la sensation physique que procure l'activité et au sentiment d'appartenir à la « famille » des surfeurs (rappelons que l'idée de famille est très présente dans le discours de Sean, voir Annexe 5.). La pratique et la communauté du surf sont globales mais leurs modalités de mise en œuvre divergent selon les régions. La description que fait Sean du *surf lifestyle*, alors qu'elle peut sembler générique, reflète une réalité particulièrement floridienne : il parle de plaisir, d'amour et d'ouverture d'esprit, loin des comportements *aggro* caractéristiques de certaines communautés de surfeurs par exemple californiens ou comme nous l'avons vu, brésiliens. Ces diverses conceptions du surf sont articulées dans la musique mise en œuvre par ces communautés, comme nous le verrons dans la suite de notre travail.

10.2 Rapport au monde

10.2.1 Le fantasme de l'autonomie culturelle

Pour autant que l'on distingue des particularismes au sein de la culture du surf, l'idée d'une autonomie complète des unités culturelles est objectivement fautive mais la tendance vers cette autonomie est subjectivement envisageable si l'on se positionne du côté d'une volonté émancipatoire par rapport au courant générique (plutôt que dominant car nous ne pensons pas ici en terme de hiérarchie de pouvoir mais de superposition des particularismes ayant pour corollaire l'effacement de leurs différences respectives). Les observations micro-sociales révèlent qu'il existe des îlots identitaires au sein de la culture du surf qui ne sont pas représentés à travers les arts visuels, les discours académiques et les représentations en tous genres. Nous avons vu par exemple que dans une certaine mesure le film de Bruce Brown, *The Endless Summer* (Brown, 1966), ne représente pas la réalité des surfeurs floridiens, ou que les écrits de David Booth ont tendance à envisager le surf des points de vue des surfeurs issus de régions où la qualité des vagues est exceptionnelle, etc. En d'autres termes, diverses expériences du surf appellent à diverses représentations ou manières d'appréhender un même objet de représentation. La musique est l'un de ces objets culturels qui peut être interprété de différentes manières selon les contextes socio-culturels et les intentions du public. Ainsi, tout comme les individus, les communautés peuvent se penser autonomes et prouver leur autonomie par leur manière d'expérimenter l'objet culturel. La description de Small (1998) d'un concert de musique classique illustre ce propos. Il explique la façon dont les spectateurs d'un concert classique sont étrangers les uns aux autres et semblent nourrir cette forme d'individualisme par le bannissement de toute forme de communication :

Even those who have come with friends sit, once the performance begins, still and silent in their seats, each individual alone with his or her own experience, avoiding

so much as eye contact with others. Whatever may be the nature of the performance, they experience it, and expect to experience it, in isolation, as solitary individuals. (p. 41).

À travers cet exemple, on comprend que l'autonomie culturelle est bien un fantasme. L'isolation absolue n'existe pas car malgré leurs efforts de proscription des liens (physiques, communicatifs, émotionnels, etc.), tous les participants se rendent au concert car ils partagent une certaine sensibilité esthétique pour cette forme d'art. Par ailleurs, sans leur désir collectif de participer au concert, il n'y aurait pas de concert. Ainsi que le rappelle Frith (1996a), « Identity is thus necessarily a matter of ritual, it describes one's place in a dramatized pattern of relationships—one can never really express oneself 'autonomously'. Self-identity is cultural identity » (p. 125). Les expressions culturelles, sociales et identitaires ne se manifestent que dans le rapport à autrui (semblable ou distinct). Cela est aussi le cas au niveau des groupes subculturels puisque les communautés de surfeurs développent leur identité culturelle selon leurs propres singularités qui ne le sont que dans le rapport à autrui. Les identités culturelles ne se construisent pas en autarcie comme l'illustre l'exemple des surfeurs floridiens qui entretiennent des liens avec les autres subcultures du surf telles que celles d'Hawaï ou la Californie.

10.2.2 Regard vers l'ouest : rapports aux cultures du surf hawaïenne et californienne

Beaucoup de surfeurs floridiens expérimentent la vie hawaïenne de manière temporaire. Les retraites de surf dans des lieux idéalisés comme l'Indonésie ou Hawaï permettent de légitimer le statut de l'individu à travers sa pratique du surf dans des zones requérant un niveau de maîtrise confirmé. L'un des effets de ces déplacements plus ou moins longs est aussi de réaffirmer l'identité floridienne en la contrastant avec les pratiques locales de ces régions. C'est une réflexion qui se fait *a posteriori* comme le montrent les enquêtes et entretiens. Ce que l'on constate, c'est que l'idéalisation de ces lieux exotiques pour les Floridiens ne va pas de soi. Dans son entretien, Ricky Carroll, à l'instar des autres sujets, commence par expliquer que la qualité des vagues floridiennes fait que les surfeurs souhaitent explorer les lieux mythiques du surf comme Hawaï : « I think Floridians would say : 'if I could go somewhere on a trip, it would be to Hawaii before California' » (entretien du 13 juin 2017 – 50). Mais la réalité socioculturelle de ces lieux se heurte à son idéalisation. Ainsi, les rapports avec Hawaï sont des rapports de force qui peuvent être tolérables s'ils sont ramenés d'égal à égal, ou intolérables lorsque le contraste avec la Floride devient trop important. Dustin a par exemple su s'intégrer à Hawaï de manière conjoncturelle, c'est-à-dire grâce au statut d'égal à égal que lui confère sa position au sein de Sun Bum. Il a ainsi pu développer des liens amicaux avec

l'équipe du Hawaiian Water Patrol²⁷⁷ qui supervise toutes les compétitions de surf comme celle de Pipeline :

I got in through Sun Bum. Like we support it, a lot of the guys, we work with, the Hawaiian water patrol, and they're sort of the enforcers for the North Shore. They're like the unofficial police. But they also work to keep everybody safe in the water. They do the surf contests, rescue people, they travel the world, and they train other communities. Like officials had them do rescues so we like, they're in the protection business, we're in the protection business, so we support them. (Entretien du 16 septembre 2016 – 56).

Les relations d'affaires peuvent faciliter l'accès à la communauté des surfeurs hawaïens mais ce n'est pas une garantie. La durée déterminée des séjours de Dustin semble promouvoir la réussite des relations alors que son installation permanente dans l'archipel rendrait des relations à long terme plus difficiles comme le raconte Ricky Carroll d'après son expérience :

It's hard to come there as a *Haole*, which is mainlander, and fit in but a lot of people do... But um, when I was younger, I was thinking this would be great to get a job over here. I could move over here and work but as I got older and had kids... You don't wanna raise your kids in Hawaii 'cause the school system is terrible. They're like two years behind us, and it's like you just don't wanna raise kids there. There's more and more people who lived in Hawaii that move here because they say that, 'this place reminds me of Hawaii so I like it,' and the schools are better and it's less expensive to live. Everything is a little more accessible, and a lot of Hawaiians do actually move here, even the ones that were brought up there through the military. They stay there for many years and then when it's time to retire or change, they come here because they don't wanna bring their families up in that environment. It's a tough place to live, it really is. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 52).

La culture du surf ne peut être dissociée de son environnement socioculturel. C'est pourquoi aucun des surfeurs interrogés pour cette étude n'a fait le choix de s'installer à Hawaï. Le contraste entre qualité des vagues, culture du surf idéalisée et expérience des réalités culturelles et sociétales locales ne justifiait pas le choix de vie. C'est ce constat qui est fait *a posteriori* des voyages vers Hawaï. Si l'imaginaire valorise la culture hawaïenne, le contraste avec la réalité joue en faveur de la Floride. Par ailleurs, après que chaque sujet a mentionné Hawaï comme l'une des destinations de choix, la question leur a été posée de savoir s'ils

²⁷⁷ J'ai rencontré l'équipe de Kavika lors d'un séjour à Hawaï. Lui et sa famille contrôlent de manière officieuse les plages et la communauté du North Shore. Par exemple, un jour Dustin n'avait pas de planche pour surfer, alors Kavika a pris la planche d'un surfeur qui passait et la lui a donnée sans que l'autre surfeur ne puisse objecter. Avant de nous dire au revoir, Kavika est allé au magasin de souvenirs et a sommé au responsable de lui donner six verres pour ses amis, ce que le responsable a fait.

considéraient y vivre. Chacun a répondu par la négative en justifiant sa réponse par contraste avec les qualités de la Floride. Par exemple, Dustin explique :

I could maybe live in Hawaii, but it's kinda of like the same sort of deal. It's like Florida just has, like the, to me it has everything, the best of a lot of those things where it may not be the best waves but it's less expensive. There's like a pretty good community, it doesn't get too aggro. California can get really aggro, there's still to this day people who get pulled out of the water and get beat up for surfing the wrong place, and you don't have quite that ego here and I feel like in California there's less of a waterman culture, like you don't have the boating element that we have here in the sailing and all that stuff 'cause I don't think people can afford to do it, and the coastline isn't conducive for it, whereas here, I feel like there's in some ways... Hawaii is a good example, Hawaii has like tons of boating, it's centered around the water so... Yeah. (Entretien du 16 septembre 2016 – 87).

La Floride est valorisée dans une réflexion commune à tous les sujets qui touche au pragmatisme, loin des principes spirituels censés guider les surfeurs dans leur mode de vie. Il s'agit de trouver un compromis entre mode de vie (celui du surf) et qualité de vie. La vie en Floride est peu onéreuse comparée à Hawaï ou la Californie. Les surfeurs, à l'exemple de la population floridienne, sont dans l'ensemble accueillants, les egos sont à l'image des vagues, modestes, et ne dominent pas les relations communautaires. De plus, comme Hawaï, la Floride offre le mode de vie historiquement idéal des surfeurs, celui du *waterman* puisque l'on peut faire du bateau, pêcher, etc. Les contrastes des relations entre la Floride et Hawaï sont plus de l'ordre du confort social et il existe un respect mutuel qui semble plus aléatoire entre la Floride et Hawaï, voire entre la Californie et Hawaï comme l'explique Ricky Carroll :

I told you about the stigma between the east coast surfers and the west coast surfers. Hawaiians like east coasters better than they like Californians, and you would think the opposite. You would think they would like the Californians and appreciate what they've done for surfing but they don't. They feel like the east-coasters are more laid back and not so full of themselves and the Californians are a little more full of themselves. They are a little more entitled or whatever. They think they invented surfing, which is super ironic because surfing was invented in Polynesia, closest to Hawaii then anywhere else in the world. But Californians took up on it later, but culture-wise around the world, people would think that surfing was invented in California. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 52).

L'humilité des surfeurs floridiens relative à leur statut de « *underdog* » semble faciliter l'entretien de rapports non compétitifs entre la culture hybride et la culture mère. Les tensions sont plus marquées avec la Californie car il semble s'y développer un sens de primauté, de privilège régalien construit sur le révisionnisme dont il était question en troisième partie. Le

retour sur la position de la Floride vis-à-vis des deux lieux à l'origine du surf et de la *surf music* nous a semblé nécessaire à ce point car il constitue un point d'ancrage important dans la mise en perspective d'une ethno-esthétique du surf en Floride inscrite dans le glocal, partant d'un passé occidental essentiel pour fonder la culture d'une continuité et pour pouvoir envisager un futur.

10.2.3 Ouverture au monde

Paradoxalement à son image d'activité individuelle, le surf se conçoit dans le partage et l'ouverture au monde. Il est la fois la finalité du voyage et son prétexte. Les surfeurs voyagent pour surfer et ils surfent pour voyager et découvrir de nouveaux lieux, de nouvelles cultures avec lesquels ils développent des affinités qui leur inspirent des modèles qu'ils ramènent ensuite chez eux. Sean Slater a beaucoup voyagé pour sa carrière de surfeur et il différencie chaque lieu non par rapport à sa vague mais par rapport à sa culture et aux comportements des surfeurs locaux et des interactions qu'il a pu avoir avec eux. Il explique ici la territorialité :

You know, yeah, you definitely see that... Some are worst than others. Some I try to completely avoid and others are just super welcoming. Like if you go to Tahiti, it's like old school, like people are so nice there you know... It's wonderful, you're out on the water, and it's so weird, someone is being nice to you... I love Tahiti... Barbados is getting a little aggressive but they've always been very nice. It's just so crowded and everyone gets irritated... So here, because of all that chaos, I like to find a street where there's no one at, or near my house in Cocoa Beach, and maybe go out there. (Sean Slater, entretien du 7 juin 2017 – 10).

Cela nous rappelle pourquoi le surf est une culture : il se conçoit selon des interactions humaines dont les caractéristiques sont définies par les usages sociaux des éléments interagissant. Mais aujourd'hui, à l'ère du numérique, le partage et le voyage sont aussi à comprendre dans la virtualité. Les cultures sont mises en contact selon de nouvelles modalités. Le son et l'image se sont multipliés permettant aux communautés de surfeurs d'entrer en contact de manière virtuelle. On est en effet passé de l'expérience personnelle, au son et à l'image ponctuelle, à la multiplication des sons et des images et aux transferts de données. Cela a transformé la façon dont les communautés s'imaginent et se vivent parce qu'elles peuvent maintenant exister de manière à la fois tangible et virtuelle. Ce phénomène se retrouve dans la musique. Les performances *live* d'artistes étrangers dans des concerts intimes comme à Sonny's Porch permettent de créer des liens de proximité entre cultures régionales comme le souligne Brackett (2016) :

Even as the sound recording may have introduced 'schizophonia' (to use R. Murray Schaefer's term), it bought corporeal traces of the performers into

environments with music, enabling listeners to come into contact with music that they would have been unlikely to encounter before. That is, the source was split from the sound in the circulation of recordings even as a new way of creating an association between the presumed identity of the people at the source and the sound came into being. (p. 47).

La réalité virtuelle a permis aux surfeurs de s'identifier à des musiques qu'ils n'auraient autrement pas pu soit découvrir, soit apprécier de la même manière s'ils n'en avaient eu que le son. Certaines musiques nourrissent les sentiments utopiques de paradis du surf comme Hawaï avec le ukulélé, la Californie avec la guitare rock ou les Caraïbes avec l'alliance de percussions et de basse caractéristique du reggae. Cependant, lorsque les artistes se déplacent dans une région qui n'est pas la leur et qu'ils parviennent à réunir des foules, c'est parce que l'interprétation subjective de leur musique a permis à d'autres communautés de construire du sens avec le son et l'image. Le concert permet quant à lui de donner corps à cette interprétation dans l'acte musical comme le souligne Small (1998) :

[T]he way people relate to one another as they music is linked not only with the sound relationships that are created by the performers, not only with the participant's relation to one another, but also with the participant's relationships to the world outside the performance space, in a complex spiral of relationships, and it is those relationships, and the relationships between relationships, that are the meaning of the performance. (p. 48).

La consommation musicale relève de l'intime et du public. Elle est le résultat des relations entre ouverture au monde et repli sur soi. La manière dont les surfeurs floridiens articulent leur identité culturelle au sein de leur communauté et par rapport au reste du monde lorsqu'ils sont dans l'acte musical reflète la manière dont ils équilibrent leurs relations aux diverses composantes de leur *surf lifestyle*, comme nous nous apprêtons à le voir.

10.3 Modalités de consommation des surfeurs floridiens

Il ne fait aucun doute que les surfeurs ont un rapport particulier avec la musique : leur activité a donné son nom à un mouvement musical, certains parlent d'une corrélation entre les ondes de l'océan et celles de la musique, Lance-O considère que surf et musique sont tous deux des éléments organiques, Britty explique que la performance musicale lui procure les mêmes sensations qu'une vague bien prise, ou encore, Dustin maintient que la musique accompagne le quotidien des surfeurs :

When I surf, a lot of times, especially if the waves are good and I'm in a good mood, I sing to myself in my head [rires]. Like, I'll have that song stuck in my head. I don't know, it's just one of those... You could argue that music goes with

most anything but um, yeah it's just... I don't know how to answer that question better than that. (Entretien du 16 septembre 2016 – 26).

Il est en effet difficile d'expliquer sur le vif pourquoi la musique est si importante. La question de départ doit interroger la cause du besoin de musique. Il faut ensuite comprendre comment ce besoin est assouvi pour enfin comprendre la fonction de la musique dans les modalités expressives de la vie des surfeurs.

10.3.1 La musique comme substitut du surf

10.3.1.1 Des surfeurs affamés

Lorsque nous avons demandé à Ricky Carroll quel terme définirait le surf en Floride et résumerait le mieux l'atmosphère relative au surf, il a brossé le portrait de surfeurs affamés par le manque de vagues de qualité caractéristique de la Floride :

I think surfing in Florida is a lot different than a lot of states, other than maybe Hawaii because of our weather you know... We have that opportunity to not put a wetsuit on eleven months out of the year sometimes, and we don't even wear a wetsuit so there's no constrictions like, 'oh, it's too cold'. And because the surf in Florida is so inconsistent you know, it can be really good for a while and then really bad for a while. So now, you have a more likeliness to drop everything and go surfing where there is surf so you're thinking about it more. (Entretien du 13 juin 2017 – 63).

Les conditions de surf en Floride ont un impact direct sur le comportement des surfeurs. En effet, s'ils apprécient de ne pas avoir à porter de combinaison pour se protéger du froid, ils doivent en contre-partie se contenter de vagues contingentes (elles sont susceptibles de ne pas se produire sur des périodes relativement longues contrairement à la Californie par exemple). Cette irrégularité dans la pratique imposée par l'environnement se répercute sur le mode de vie des surfeurs puisque la vague étant une denrée rare, il faut se rendre disponible quand elle se présente. En d'autres termes, en Floride les surfeurs doivent organiser leur vie et leur emploi du temps en fonction des aléas de l'océan.

Like I use the analogy a lot where in the Gulf Coast, when they surf, and especially up into the Panhandle, there is a big surf community over there. There are a lot of surfers and we make a lot of boards for a lot of people there, and they're more surf starved than we are. So we think we're surf starved; living on the Gulf Coast, they get waves way less than we do. Most of them will jump in the car and drive across the state to surf over here on a day, and then go back to work you know. (*Ibid.*).

L'expression « surf starved » est forte mais elle revient souvent dans le discours des surfeurs floridiens. Ils sont affamés et feront ce qu'il faut pour nourrir ce qui se présente déjà comme plus qu'un besoin, une addiction. Certaines régions de la Floride sont plus dépourvues de vagues que d'autres comme toute la côte du Golfe du Mexique qui ne produit de vagues décentes que lors d'ouragans (dans quels cas, les surfeurs de la côte ouest feront le déplacement). Quand les surfeurs sont affamés parce qu'il n'y a pas eu de vagues depuis longtemps ou qu'ils ne peuvent pas se déplacer, ils se tournent vers les médias spécialisés :

And up in the Panhandle, there's guys up there that are so surf starved that they have nothing better to do than to watch videos, look at magazines, look online. And I feel like some of the surfers in the Panhandle area are more specific about what they want in their surfboards, to measurements to within an eighth or a sixteenth of an inch that don't make any difference at all, and they're so into it, and they're even more into it than guys that live here should be into it 'cause they have more time to think about it than actually do it! (*Ibid.*).

La rareté de l'activité pousse beaucoup de surfeurs à participer au mode de vie par procuration à travers les films, les magazines, etc. Ce qu'ils y consomment ne sont pas uniquement des images de surf mais aussi des sensations produites par les musiques qui accompagnent les vidéos. Le temps qu'ils ne passent pas à être des surfeurs, ils le passent à reproduire les émotions et les sensations que leur procure le surf. Selon Bart Kelley et Ricky Carroll, ce manque produit chez les surfeurs des comportements dépressifs, voire délirants que la musique peut pallier :

Ricky Carroll : Yes, it continues... [Music] can be the drug that keeps you going, the compensation...

Bart Kelley : When the lake comes, when it's Lake Atlantic, and you're.... So [the music] helps you, 'cause there's a depression that takes place, there's a mental thing.

Ricky Carroll : Oh yeah, people get crazy, I mean, when the surf's flat for a month, and there's talk of a swell coming, and it's this big and they're talking about it being ten feet you know... It's like, 'you guys are crazy, you guys are nuts!' They're like, 'no, it was really good and you missed it!' I took off work and everything, and you go up and look at it and it's like, 'you're surf starved, your mind is telling you it's better than it is'. (Entretien du 13 juin 2017 – 60).

Les surfeurs sont si affamés qu'ils imaginent des conditions plus favorables qu'elles ne le sont en réalité. Si la musique semble aider les surfeurs à traverser ces périodes de disette, les

musiciens rencontrent à Brevard le même problème que les surfeurs, comme l'explique Ricky Carroll, lui-même musicien :

Like musicians who play in bands around here, sometimes you can't get gigs a lot because there's only so many places that play and so many bands, and there's open mic nights or jam nights at different places... I know guys that play pretty regular, but if you go to the open mic night, they're there too, waiting for their turn to get up there and play because they need that drug. They need more of it to get on stage and play. It's the same relatable thing that surfing is to surfers as playing on stage is to musicians you know. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 61)

Comme nous l'avons expliqué dans la première partie, la scène musicale de Brevard est particulièrement active. Beaucoup de restaurants et de cafés offrent des concerts gratuits dans une effervescence musicale pourvue par la multitude de groupes à la recherche de scènes disponibles. Ainsi, le parallèle que fait Ricky Carroll entre le monde du surf et celui de la musique nous intéresse tout particulièrement puisqu'il met l'accent sur un mode de consommation commun aux deux mondes, celui d'une propension à l'excès (dans l'usage, l'approche et le ressenti) sans doute due à l'intensité des sensations et émotions générées par les deux activités, le besoin de les ressentir et la rareté de leur mise en œuvre.

10.3.1.2 Des comportements addictifs

Ricky Carroll et Bart Kelley comparent le surf et la musique à des drogues. Les deux milieux ne sont pas exempts d'histoires de consommation de vrais narcotiques. On pense notamment aux décès par overdose de deux figures du surf et de la *surf music* : Andy Iron et Bradley Nowell. Par ailleurs, les surfeurs interrogés pour cette étude se caractérisent souvent comme ayant des personnalités addictives. Selon eux, cette propension à créer des dépendances à des produits ou des sensations peut être maîtrisée si les surfeurs ont accès à l'activité ou à la musique en l'absence desquelles la dépendance aux produits (drogue ou alcool) peut s'aggraver. Lance-O se décrit ainsi :

It's who I am, almost completely. I mean, I'm a very all or nothing person. I have an addictive personality, so you know, it goes hand in hand. I'm all or nothing you know, there is only four main things in my life, surfing, music, my son, and my diet, and that's it, you know. Everything else is about less than five percent you know. It's the balance of a mix but it's just who I am, especially now you know, with the time that I have between my family and work. I go from one to the other and back, you know, so it's just how it is, that's what I am in my life. (Entretien du 16 janvier 2016 – 7).

Le comportement est absolu, c'est tout ou rien et il n'existe aucune limitation à la démarche entreprise. Le surf, la musique, l'alimentation végétalienne et son fils ne font plus simplement

partie de la vie de Lance-O, ils le définissent dans son entier et sans compromis possible. Puisqu'il parle d'un équilibre entre ces quatre éléments, il est légitime d'envisager que si l'un des éléments vient à manquer (comme les vagues ou son fils lorsqu'il aura grandi et qu'il se construira à son tour comme adulte), alors les autres prennent le relais et sont plus sollicités pour compenser le déséquilibre. Cela rejoint le point de vue de Ricky Carroll selon qui la musique serait un substitut du surf et vice-versa.

Ce comportement excessif peut être expliqué en partie par l'un des paradoxes observés chez ces individus qui sont tous des acteurs de la subculture : dans leur rapport professionnel à la culture du surf, ils se projettent tous dans le futur en essayant d'innover et de proposer des nouveaux concepts pour faire avancer la subculture, mais sur le plan personnel, ils sont ancrés dans le présent à la recherche de satisfaction immédiate (si une possibilité de mise en œuvre du surf ou de la musique apparaît, toute autre activité cesse). C'est le propre des comportements de dépendance où ce qui compte est de se sentir bien dans le moment présent, comme l'explique Bart Kelley :

I'm 44 years old, I'm just living the dream of what I am right now... I don't know, to me, yeah sure, it's fun, this is where we are right now. Like Ricky said, it consumes your life and even when I'm not here, then it's all you think about. That's the reason why we're here, that's the reason why we're good at what we do. It's because, it's just um, it's a drug, it's a bug, it's a something special, and the cool thing about it... Sometimes people don't understand, my wife doesn't understand. (entretien du 13 juin 2017 – 57).

Encore une fois, les termes employés sont très forts pour parler du surf, et dans le cas de Bart Kelley, de la musique. Les deux activités consomment, dévorent et rongent la vie des participants lorsqu'elles ne sont pas concrètement assouvies. C'est un virus, une maladie (comme l'addiction par ailleurs) et de nouveau, seuls ceux qui l'ont expérimenté peuvent le comprendre, d'où le fait que la femme de Bart ne comprenne pas son obsession. Cette vision d'un comportement addictif de la part des surfeurs (vis-à-vis du surf, de la musique, de l'alcool ou des drogues) est validée par Ricky Carroll lors de l'entretien (ainsi que par Sean Slater comme nous l'avons vu plus haut) :

It's hard for people who don't surf to understand what it is. Like what you [Bart] said about the drug thing. I've had a lot of issues with my son and drugs and stuff and... My other son... And I've seen it with many surfers who come up to me at some point in time who hadn't known my issues, and have said to me, 'Yeah, I got into it and I quit surfing, you know the whole drug thing, and I quit surfing, but I'm good now because I found surfing again and I wanna be healthy. I wanna be in shape in order to be able to go out and surf'. And it may have been the one thing that saved them, it really saved their life. They had this passion for something, and

I'm sure that other people through music or whatever... I've heard so many surfers... I know surfers that grew up here that could have been right on the tales of Kelly Slater in the pro career but they blew it by choosing the drug route. The guys that figured it out, surfing is a drug, it can be a good kick. (Entretien du 13 juin 2017 – 57).

L'un des fils de Ricky Carroll est tombé dans la consommation de drogues dures. Elles sont facilement accessibles en Floride, qu'il s'agisse de crack, de méthamphétamine, d'héroïne ou simplement de médicaments anti-douleur délivrés sous ordonnance (ils sont la cause de l'épidémie d'opioïdes à laquelle font face les États-Unis). Si le surf semble particulièrement satisfaire les comportements addictifs, il peut permettre de sortir de « mauvaises » dépendances comme l'explique Ricky Carroll puisqu'il considère aussi le surf et la musique comme des drogues. Ces pratiques (surf, musique, prise de drogue) se substituent les unes aux autres mais les deux premières offrent une alternative aux surfeurs moins dangereuse physiquement et socialement que les drogues dures, comme l'explique Bart Kelley :

You know, it's your life, it's your lifestyle to where it's all you know. You wake up and you wanna watch it and you wanna hear it, you know. That's where the Endless Summer comes into play, you wanna listen to it, you wanna hear something. You know, before you can come to this area and you can go anywhere, and that's one thing I really don't understand, when you turn on the radio, why don't you hear surf music in a surf town? Um, so... it's just the lifestyle, it consumes you, just like music consumes you and anything else. It's something that we need to pick and choose. We choose bad things or we choose good things... I don't think surf is a bad thing... (Entretien du 13 juin 2017 – 58).

La description de Bart Kelley met en avant le besoin de continuité dans la mise en œuvre du sentiment de vivre le *surf lifestyle* dont les composantes doivent remplir la vie sensorielle du surfeur à tout moment : dans la pratique, la vue et l'écoute. L'interruption est synonyme de vide et entraîne un manque ressenti physiquement puisque les sensations sont absentes. Sans entrer dans des considérations d'ordre biologique, on sait néanmoins aujourd'hui que l'endorphine²⁷⁸, (« l'hormone du bonheur ») et la dopamine²⁷⁹ (notre « système de récompense ») sont sécrétées lors de l'activité physique et de l'écoute de la musique (Levitin, 2016, p. 32). Or le *rush* d'adrénaline²⁸⁰ (« l'hormone de l'excitation») dont parlent les surfeurs

278 L'endorphine est une opiacée naturelle libérée lors de l'activité physique pour neutraliser la douleur (BNA, 2013, p. 10).

279 La dopamine est considérée comme « le neurotransmetteur du bonheur » et peut être activée par la prise de risque ou les drogues (BNA, 2013, pp. 9-10).

280 Le *rush* d'adrénaline est la montée rapide d'adrénaline provoquée par la situation dans laquelle se trouve le surfeur. Elle a un effet euphorisant. Britty peut ne pas surfer sur une longue durée sans ressentir de manque mais elle compare tout de même les sensations provoquées par ses performances musicales à celles provoquées par sa pratique du surf : « I enjoy the performance because it's just like exhilarating and I think in that sense there's a bit of an adrenaline rush which I think you also get with surfing, not so much with

lorsqu'ils sont sur la vague crée aussi une dépression car l'augmentation d'adrénaline s'accompagne d'un décroissement des dopamines, un facteur de dépression. Les émotions provoquées par le surf ou la musique créent des états de manque quand elles ne sont plus là et ont des liens avec les symptômes de dépendance décrits dans notre travail. Selon Small (1998) :

It is perfectly possible to become hooked on the emotional state that is brought into being by taking part in good musical performances. When this happens, one can come to believe that the emotional high is the reason for the performance, but that belief is a symptom of something like addiction. (p. 138).

Surf et musique se rejoignent alors dans leur potentialité à engendrer des comportements de dépendance vis-à-vis d'états émotionnels provoqués par la participation aux activités. La capacité de la musique à se substituer au surf dans la vie des surfeurs étant ainsi posée, il convient de déterminer ce qui oriente les choix des surfeurs dans leur consommation musicale.

10.3.1.3 Importance des humeurs

Les contextes d'écoute des musiques et les choix que les surfeurs opèrent relèvent d'évaluations de nature socio-culturelle et affective. En effet, elles sont d'abord culturelles car les choix sont influencés par ce que les sujets ont appris à aimer tout au long de leur vie :

From the 'consumers' perspective, though, it is obvious that people play the music they do because it 'sounds good', and even if musical tastes are, inevitably, an effect of social conditioning and commercial manipulation, people still explain them to themselves in terms of something special. (Frith, 1996a, p. 120).

Les évaluations sont aussi affectives car les choix dépendent de la capacité des musiques à correspondre à une émotion recherchée. Pour Regev (2013), les goûts dépendent de la corrélation affective de trois éléments propres à la musique : « The first is rhythm as bodily experience . . . The second element is rhythm as experience of time . . . Finally, the third element consists of the voice as experience of personality²⁸¹ » (p. 66). Le rythme permet à tous les individus de ressentir la musique (par exemple, un tempo rapide peut aider à motiver un surfeur avant une session de surf alors qu'un tempo lent convient à des situations où le calme est recherché comme après avoir surfé, un moment souvent décrit par les surfeurs comme euphorique). La musique comme expérience temporelle permet de se concentrer sur le présent, ce qui comme nous l'avons vu est caractéristique des surfeurs interrogés. Enfin la

yoga, you know. You catch a very steep wave and you're just getting down the line getting barreled and you're like, 'Wow!' you know. It's kind of the same excitement I get when I'm about to go on stage and perform but I'm just like, 'Oh okay, you can do this, you can do it!' » (entretien du 15 juin 2018 – 4).

281 Motti Regev élabore son propos à partir du travail de Simon Frith dans *Performing Rites* (1996) qu'il considère pertinent mais incomplet car trop générique.

voix du chanteur, si tant est que la musique en soit pourvue, personnalise la musique et lui appose le caractère du personnage public censé représenter certains idéaux. En contre partie, si le personnage semble faux ou si la mise en œuvre de son discours n'est pas évaluée de manière positive, il sera écarté (c'est comme nous l'avons vu, le cas de Collie Budz).

Pour expliquer leur choix de musiques, les sujets parlent souvent d'humeurs (*mood*). L'humeur est « l'état de réceptivité dans lequel se trouve une personne à un moment donné » (« Humeur », 2012). La disposition à recevoir des informations sensibles est un état temporel, c'est-à-dire que l'on peut passer d'un état réceptif à un autre selon une quantité de facteurs propres à la personne mais pouvant être influencés par le contexte. Le choix musical se fait donc selon la conformité de la musique à un état de réceptivité à un moment donné. Dustin explique comment il ajuste sa musique par rapport à son humeur :

Surfing is so personal and you get in your head a lot. Like you get a lot of time to think about things that are going on. Or even the way that I surf is affected by my mood so that I think it really just comes down to the type of mood I'm in. There's days when I'm like, I wanna get really pumped up and I wanna be really aggressive on the waves, then I'm gonna listen to music that's aggressive. If there's days that I wanna be kinda cruisy, I'm just gonna go with something that's more metabolic... (Entretien du 16 septembre 2016 – 32).

Le tempo joue un rôle de métronome dans la façon d'appréhender le surf dans l'action ou dans la vie de tous les jours. En répondant à notre questionnaire, beaucoup de surfeurs ont associé la pratique du surf (dans les faits et dans les films) à des musiques au tempo soutenu alors que le mode de vie était plus souvent associé à des musiques plus lentes comme le reggae. Par conséquent, le choix des musiques dépend des humeurs mais aussi des circonstances d'écoute.

Si les musiques sont souvent choisies pour correspondre à une humeur, elles peuvent aussi dans certains cas servir à la modifier. L'humeur est bien un état réceptif, alors si celui dans lequel se trouve l'individu ne correspond pas à ce qu'il souhaite ressentir, il est disposé à recevoir des musiques qui modifieront son humeur telle qu'il la souhaite, comme l'explique Lance-O : « [W]hen I was in a bad mood, I just wanted to go surf. I wanted to go listen to music and just listen to my favorite songs and it would take me to a better place, it would put me in a much better mood, so it's almost instantaneously if it was the right song » (Lance-O, 16 janvier 2016 – 1). Lance-O attribue les mêmes capacités de modification de l'humeur au surf et à la musique. Pour Regev (2013), l'esthétique pop-rock²⁸² repose sur cinq éléments constituant les modes d'expression utilisés dans la musique pour transmettre et exprimer des

282 Rappelons que pour Regev (2013) la super-catégorie pop-rock comprend toutes les musiques produites en utilisant une forme d'amplification électrique ou électronique, des voix et des enregistrements, incluant donc des genres aussi variés que le rock, le reggae, le disco, etc. (p. 18).

émotions, des humeurs et du sens : « They are sonic textures of electric instruments, complexity and sophistication of studio work, techniques of vocal delivery, rhythmic drive and the song's lyrics » (p. 68). Chaque mise en œuvre plus ou moins exhaustive de ces éléments permet l'évaluation de la musique comme correspondant ou pas aux humeurs des auditeurs. La musique devient un art instigateur d'émotions à des degrés divers et donc un porteur d'esthétiques particulières comme le souligne Regev (2013) :

For a song or an entire album to be judged as a good one, the expressive elements are supposed to be carriers, foremost, of some credible emotional statement, as specific mood. Lyrics, when judged to be complementing the affective meaning through their narrative or poetical qualities, bring added value. (p. 69).

Selon l'argument de Regev (2013), lorsque Dustin choisit par exemple d'écouter NOFX (voir annexe 8) avant d'aller surfer c'est parce que les cinq éléments expressifs ou partie d'entre eux forment une déclaration émotionnelle correspondant à une humeur spécifique. En d'autres termes, NOFX correspond à une manière agressive de surfer grâce à son rythme soutenu, à la texture que l'on pourrait qualifier de rugueuse de la guitare et à la voix du chanteur. Mais l'agressivité n'est pas la seule humeur exprimée par les surfeurs. Au contraire, nous avons vu qu'en Floride, c'est avant tout le bien-être et la joie qui sont revendiqués par les surfeurs. Regev (2013) fait la liste des différentes humeurs qui peuvent être exprimées dans le pop-rock : « The moods and affective meanings typically expected to radiate from pop-rock are either those of rage, anger, frustration, bleakness, and despair (which could be interpreted as the 'rock' aspect), or those of fun, extreme joy, pleasure, and bliss (which might be interpreted as the 'pop' aspect). (p. 69). Selon la typologie de Regev (2013), les surfeurs de Cocoa Beach sont plutôt réceptifs au côté pop de la musique. Dans le chapitre suivant, nous nous concentrerons particulièrement sur les notions de plaisir et d'hédonisme qui semblent être un idéal vers lequel tendent les surfeurs de Cocoa Beach. Mais avant cela, rappelons l'approche choisie dans ce travail pour évaluer les modalités de consommations musicales des surfeurs : nous tentons d'appréhender le rôle de la musique dans la vie de tous les jours des surfeurs dans le but de comprendre la manière dont s'articulent leurs identités socio-culturelles dans leur expérience musicale.

10.3.2 *Surf music* : associations cognitives, affectives et conatives

D'après nos observations, les surfeurs consomment la musique selon deux modalités majeures : soit dans un mode performatif (musique conative) en fonction d'une session de surf, c'est-à-dire avant l'action (écoute qui stimule la motivation), pendant (répétition d'une musique qui maintient la motivation), après (musique qui correspond à l'état d'euphorie suscité

par la session de surf) ; soit dans un mode agrémentant, c'est-à-dire ayant pour but d'accompagner la vie de tous les jours sous des formes enregistrées et *live*. Ces deux modalités correspondent au deuxième type de connaissance de la musique décrit par Regev (2013). Selon lui, la première serait informative ou discursive et la deuxième expérientielle :

In terms of accessibility, there is an important qualitative difference between the two types of knowledge. The first type of knowledge is informational and discursive by nature. One can obtain it by reading or through conversation. The other is experiential. The only way to gain it is by listening to the music itself, usually more than once, until acquiring a sort of cognitive and affective ownership of it that allows one to say that he or she knows, likes, and enjoys a musical work or a genre. (Regev, 2013, p. 132).

Dans ce travail, nous nous intéressons au rapport expérientiel à la musique car c'est dans cette connaissance de la musique que l'on peut observer des comportements identificatoires directement liés à la perception cognitive et affective des sujets pour certains genres et artistes.

10.3.2.1 Musique conative et fonction performative

Les sports de glisse comme le surf, le snowboard ou le wakeboard sont souvent accompagnés de musique. Beaucoup de participants revendiquent le besoin d'écouter de la musique lors de leur performance. Ce rapport à la musique est par exemple observable lors des compétitions de snowboard dans la discipline du *pipe*²⁸³ où l'écoute systématique et quasi rituelle de la musique par les athlètes est mise en évidence sur les vidéos. Objectivement, la musique n'est pas directement responsable de la qualité de la performance sportive, mais elle joue un rôle sur le mental des athlètes. Par ailleurs, les genres de musiques pouvant avoir un effet bénéfique sur la performance diffèrent d'un sportif à l'autre²⁸⁴. Selon le neurologue et musicien Daniel Levitin (2016) :

Songs give us a multilayered, multidimensional context, in the form of harmony, melody, and timbre. We can experience them in many different modes of enjoyment—as background music, as aesthetic objects d'art independent of their

283 Le *pipe* ou *half pipe* est une structure qui ressemble à la coupe transversale d'une piscine. Pour les sports d'hiver, les *pipes* sont construits en amoncelant une grosse quantité de neige qui est ensuite coupée pour former un demi tube sur la piste. Les dimensions d'un *pipe* de compétition sont d'au moins 150 mètres de long, 20 mètres de large et 6 à 7 mètres de hauteur.

284 L'idée du besoin de musique dans l'acte sportif est venue d'une observation de mes pratiques personnelles sur le besoin de musiques spécifiques lors de sessions de snowboard. Selon les chansons écoutées pendant l'action, les performances étaient différentes. Par exemple, j'ai pu constater que certaines musiques électroniques, comme celle de The Prodigy, me faisaient faire des erreurs techniques parce qu'elle me faisaient *ridier* de manière trop agressive, alors que d'autres musiques avec un rythme marqué mais plus lent comme celle de Muse, me permettaient de trouver le bon rythme. Par ailleurs, il m'était impossible d'aller dans le *pipe* sans la musique jouée dans mon casque (j'avais monté une *playlist* intitulée *ride* spécialement créée pour le snowboard).

meaning, as music to sing with friends or sing along with in the shower or car; they can alter our moods and minds. (pp. 38-39).

La réalité est donc transformée par la perception subjective de la musique et des effets qu'elle peut avoir sur la performance sportive. Il s'agit d'une forme d'auto-persuasion liée à l'état émotionnel et aux goûts de l'individu. Ainsi, selon leur interprétation affective et cognitive, certains types de musique peuvent avoir un impact sur l'action. Cela peut être mis en relation avec la théorie de Searle (2009) selon laquelle l'esprit a une structure formelle symétrique, c'est-à-dire que les caractéristiques structurelles des croyances, des désirs, des perceptions et des intentions sont indépendantes de tout contenu et qu'il existe une distinction entre facultés cognitives et facultés conatives et volitionnelles : « Basic to that formal structure is the distinction between the 'cognitive faculties'—perception, memory, and belief—and the 'conative and volitional faculties'—desire, prior intention, and intention-in-action » (p. 15). Selon cette théorie, tout individu est doté des facultés conative et volitionnelle. Nous pensons qu'il est intéressant d'appliquer ce concept directement à la musique. Nous parlons ainsi de musique conative parce qu'elle agit sur le sujet (le récepteur) et lui permet d'altérer son action. « The conative-volitional states such as desires, prior intentions, and intentions-in-action, like orders and promises . . . are not supposed to represent how things are but how we would like them to be or how we intend to make them be » (*ibid.*). Nous retrouvons ici la notion d'imagination que nous avons développée en amont. Elle permet de faire correspondre une volonté à un réel et peut créer ainsi des réalités culturelles et institutionnelles par la répétition. Ainsi les surfeurs interrogés ont tous rapporté entretenir des rapports étroits avec la musique.

Si la musique est conative, elle a une fonction performative, c'est-à-dire qu'en étant écoutée ou utilisée, elle transforme les réalités sociales et culturelles ainsi que le rapport au monde. Edward L. Schieffelin (1998) a développé une théorie de la performativité : « performativity is not only endemic to human being-in-the-world but fundamental to the process of constructing a human reality²⁸⁵ » (p. 205, cité dans Koskoff, 2010, p. 102). La performativité dans ce sens est la mise en forme de pratiques qui mettent en œuvre les identités et les articulent au sein de catégories socioculturelles. Il nous reste à comprendre les différentes manières qu'ont les surfeurs d'intégrer la musique à leur pratique. Quand nous leur demandons s'il peut y avoir du surf sans musique, les réponses sont nuancées comme le montre l'échange suivant entre Ricky Carroll et Bart Kelley :

285 Schieffelin, L., E. (1998). Problematizing performance. In F. Hughes-Freeland (Ed.), *Ritual, performance, media* (pp. 194-207). London: Routledge.

Ricky Carroll : I think, there can but it's not, for most people, not likely. Most people if they didn't have music, they would feel like their surfing is missing something, they're not amped up, they're not getting that mood but...

Bart Kelley : I can say there cannot be surf films, so it's really relatable to the surfer...

Ricky Carroll : But you know, there's plenty of times when I'd be driving to the beach, and there'd be a song on the radio and I'm thinking about it, but as soon as I got out of my car and looked at the water, the song was out of my head and it was like, I'm looking at the waves, I'm looking at what I think I'm gonna do, where am I gonna paddle out, whether I have the right board and so then the music thing becomes less of an issue for me while in the water... But I'm on the water, I see guys saying, 'I wish I had headphones on so that I could listen to the tunes while I surf'. There's a certain thing, you can get lost in surfing while you're surfing, and think about music and do that but if you're really serious about your surfing, you're thinking about surfing, not about tune in the back of your head. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 59).

Si pour Dustin et beaucoup d'autres surfeurs la musique semble déterminante dans l'humeur avec laquelle ils abordent une session, en revanche, chez Ricky Carroll, la musique sert d'avant-propos, ou comme il l'a expliqué, de substitut au surf mais elle n'est pas conative. Pour Lance-O, la musique n'est pas non plus nécessaire pendant l'action :

I've always heard a lot about that for surf contests. I've heard a lot of the guys say, 'Oh, what gets you amped?', 'What gets you going?'. And it's different, like some guys just want to hear, really, a lot of energy stuff that gets them pumped. But then, you'll hear guys that might listen to hip hop and hard rock, and they wanna listen to Beethoven before they go out, just to be calm and relaxed. . . . Music has never, not for me really, unless you're at a party and it gets you kinda hyped up, just enjoy yourself, have more fun dancing or whatever. For me, in sports, I never really went, it never really was meant to be something about... It never became that type of element. (Entretien du 16 janvier 2016 – 3).

D'après les questionnaires et les témoignages de nos sujets (même de ceux qui n'utilisent pas la musique à des fins performatives), il ne fait aucun doute que pour une majorité de surfeurs, la musique est conative. Il semble que pour les musiciens surfeurs tels que Lance-O et Ricky Carroll, la musique soit principalement un substitut au surf alors que chez ceux qui ne pratiquent pas la musique, elle semble être un agrément musical qui habille la réalité d'une sonorité distincte afin de l'altérer et la conformer à leurs attentes. Enfin, les genres musicaux choisis par les surfeurs qui mettent en œuvre la fonction performative de la musique dépend encore une fois de l'humeur de l'individu comme l'explique Sean Slater :

It depends on my mood. There's never one thing. It can be all the way from Jimmy Buffet, to Nihilists, to a lot of old school new wave stuff like Talking Heads. 'This must be the place' is one of the best songs I ever heard in my life from the Talking Heads... It brings up a lot of memories... You can't pinpoint a memory, you just feel it... There was a whole era there for a long time when I was on the road, there was a bunch of bands, so Pennywise and ASG, and NOFX, the Descendant's 'Bad religion'. (Entretien du 7 juin 2017 – 22).

Ce dernier passage montre qu'au delà des éléments musicaux pris en compte dans la constitution du goût, la mémoire joue un rôle fondamental dans la formation d'une esthétique du surf. Les musiques choisies pour l'action renvoient à des moments favorables ou plaisants pour l'individu et ont alors la faculté de transformer l'humeur pour qu'elle corresponde à la situation désirée. De plus, bien que la justesse du rythme et des voix soient des éléments fondamentaux pour l'évaluation positive de la musique selon les contextes, le fait de connaître une musique et de pouvoir anticiper sur ces mouvements et articulations entre aussi en compte dans la faculté de la musique à modifier la performance du sportif ; d'où l'importance de prendre aussi en compte la mémoire dans la musique conative.

10.3.2.2 *Lifestyle music : musicking* et Sonny's Porch

Hormis la fonction performative de la musique, la fonction contextuelle de la musique (celle qui agrmente le mode de vie en lui procurant un arrière plan) semble fondamentale dans la réalisation du *lifestyle*. Cette musique est celle que les surfeurs écoutent tous les jours sans pour autant l'associer à la pratique. C'est le fait de s'inscrire dans le *surf lifestyle* et donc de vivre la subculture à travers la pratique, les savoir-être et les activités connexes au surf qui attribue aux sujets le pouvoir de faire des musiques qu'ils écoutent de la *lifestyle surf music* car le surf ne s'arrête pas sur la plage. La *lifestyle surf music* est donc celle que les surfeurs écoutent chez eux, par exemple, lorsqu'ils font un barbecue entre amis. Elle peut être semblable à la musique conative : « [Good background music] is the same thing, it's whatever mood I'm in. If I get excited, I think I listen to the same music. It just depends on the mood » (Dustin, entretien du 16 septembre 2016 – 37). Mais la *lifestyle surf music* est aussi celle à laquelle les individus décident de participer en se rendant à des concerts. C'est à ce type de *musicking* que nous nous intéressons ici car il met en œuvre des dynamiques socio-culturelles qui permettent d'observer les articulations identificatoires des individus constituant la subculture.

Beaucoup des artistes qui sont écoutés par nos sujets ne sont ni originaires de Floride, ni programmés sur les stations de radio locales mais ils deviennent populaires grâce à la mise en place d'un système de réseaux d'initiés. En d'autres termes, les valeurs esthétiques

d'individus ayant acquis une certaine légitimité dans leur évaluation du monde du surf et grâce à leur influence sur la culture, sont normalisées. Leurs conceptions musicales en l'occurrence, ne sont pas validées simplement parce que ces individus déclarent que les groupes sont bons mais parce qu'ils les mettent en œuvre et en contexte lors de concerts, dans des *playlists* partagées sur Internet ou lors d'événements liés au surf. Le vocable *life* dans *lifestyle surf music* donne donc deux sens à cette musique : c'est celle de la vie de tous les jours et c'est celle des concerts *live*. Le concert est un lieu où l'on accepte tacitement de créer une proximité avec des étrangers et donc de créer une communauté autour d'une performance musicale. L'artiste comme point focal ou lien social de cette communauté temporaire est au cœur de ce système : « Those music specialists were socially necessary for the central part they played in the rituals of the community that celebrated the mythologies... » (Small, 1998, p. 39). Alors nous allons ici analyser la manière dont Sonny's Porch rend possible la célébration d'une réalité esthétique construite autour du surf.

Dustin est l'un des acteurs du mode de vie qui a un impact sur son évolution et qui propose des espaces d'écoute de la musique comme lors des Sonny's Porch. Le public de cet événement est assemblé à partir d'individus initiés qui ont le privilège de recevoir une invitation privée. En effet, même si le jardin reste ouvert aux passants lors du concert, la promotion de l'événement se fait sur réseaux sociaux dans des groupes privés créés pour chaque occasion. Cela permet de contrôler le nombre de personnes susceptibles d'assister au concert car l'espace est relativement restreint (la terrasse qui fait environ trente mètres carré). Le lieu n'est pas un espace de concert traditionnel dans lequel le décor doit être recréé artificiellement pour contextualiser la performance. Selon la description que nous en avons faite en première partie, le style architectural de la maison servant de bureau reprend tous les symboles du *surf lifestyle* floridien. La performance musicale est alors directement associée à la culture dans laquelle elle est contextualisée. Comme le souligne Regev (2013) :

Places for 'live' music are obviously an important element in the cultural performance of cosmopolitanism in pop-rock music. Various music venues . . . by constructing their image as home to alternative pop-rock music, become locations in which fans gather to collectively worship the objects of their taste, namely, local or foreign bands and musicians. (p. 150).

En plus d'offrir un espace de rassemblement et de partage collectif d'une expérience musicale, les Sonny's Porch contribuent à entériner un sens de l'identité résolument axé sur l'esprit du surf en Floride. L'espace n'est plus simplement physique, il devient culturel à travers les symboles du surf et de la Floride, et social à travers les interactions humaines et leurs différentes modalités sur lesquelles il faut revenir. Les artistes sont placés sur la terrasse à

quelques centimètres du public soit assis par terre ou sur le canapé, soit adossé au mur de la maison. Les bières sont dans le frigidaire du bureau à la portée de n'importe qui. La table de billard est prête à être utilisée. Le concert est gratuit et il n'y a pas de dispositif de sécurité, ce qui, ajouté au décor et à l'organisation, donne l'impression d'une fête privée mise en place par un ami le samedi après-midi. Dès lors, la participation au concert est un droit conféré aux individus par leur appartenance à la communauté, et même s'ils ne se connaissent pas forcément, ils ont cela en commun d'appartenir à une communauté de valeurs esthétiques agrégée par une expérience collective du *surf lifestyle*. Le format du concert intime leur permet de s'envisager les uns les autres, dans le sens où ils peuvent poser un visage et donc une identité sur les autres participants, ce que permet moins un concert au format standard dans lequel l'immensité de la foule rassemblée dans la fosse, le volume sonore et l'éclairage centré sur la scène auraient tendance à rendre anonyme tous les participants agrégés en une masse uniforme de consommateurs payants. Comme le souligne Small (1998),

All public performances . . . are open to anyone who has the price of admission. . . . In all of them, the audience is kept apart from the performers and is to a greater or lesser extent dominated by them. All maintain a network of stars and superstars whose glamour and inaccessibility is part of the deal. (p. 45).

À l'opposé, les Sonny's Porch permettent à l'audience de participer, d'interagir avec les artistes, les organisateurs et les autres spectateurs. L'artiste discute avant, pendant et après le concert avec les participants pour leur demander ce qu'ils souhaitent entendre ou ce qu'ils ont aimé. Il n'est pas question d'acheter et de consommer la musique puisque tout est gratuit. Il s'agit simplement de venir comme l'on est pour partager un moment privilégié avec des artistes internationaux comme Donavon Frankenreiter ou Mike Love, ou des artistes floridiens comme les Jacuzzi Boys ou Nude Party. Dans ce sens, Sonny's Porch ne fait pas preuve de l'hypocrisie que reproche Small (1998) aux concerts rocks. Il n'y a pas de dramatisation sexuelle entre les artistes et les fans, pas de gardes du corps, pas d'appel implicite ou explicite aux comportements extrêmes (drogue, promesse de nuits sans fin, etc.). Paradoxalement, Sonny's Porch se rapprocherait alors du concert d'opéra ou du festival de musique folk qui ne sont pas pour Small (1998) des remèdes à l'ennui et à la peur de vieillir mais l'expression du désir de partager un moment de cohésion esthétique :

A festival of folk music shows a similar quest more coherently, through a deliberate informality of presentation that goes beyond that of the usual rock concert. There is a studious avoidance of glamour. Stages are generally small and unpretentious, and amplification, if it is used at all . . . is discreet. Performers are expected to avoid the kind of forceful self-presentation and domination of the

audience that characterizes the rock star and, in a different way, the concerts soloist, and to fraternize with the audience when not performing. (*Ibid.*, p. 48-49).

Le succès des Sonny's Porch est un bon indicateur de la réussite collective de mettre en œuvre des interactions sociales évaluées comme idéales par les participants dans le contexte de la *surf town* qu'est Cocoa Beach.

10.3.3 Enjeux d'une ethno-esthétique du surf « glocalisée »

L'un des problèmes liés à notre thème de recherche provient d'une difficulté à nommer ce qui ponctue la vie des sujets. Il n'est pas évident d'évaluer ses propres pratiques et encore moins de les qualifier, ce qui explique pourquoi lors des entretiens ou des enquêtes les individus ont indiqué n'avoir jamais pensé à la question des liens entre leurs pratiques du surf et leur consommation musicale, ne pas avoir de réponse ou ne pas savoir comment répondre. Ce qui en contre partie explique aussi le changement de point de vue en cours d'entretien comme par exemple sur la question d'une définition de la *surf music*. L'un des enjeux est donc de nommer les pratiques des surfeurs pour leur donner corps en tant qu'actes dotés de signification socioculturelle. Ainsi dans le sens large, surfer est le langage formel des surfeurs et la *surf music* est son langage informel. Howe (2003) explique ainsi le skateboard comme la célébration du corps dans le jeu : « Like much dance, [skateboarding] can simply express the sheer exuberance of living in three dimensions, a celebration of the physical body in play » (p. 367). Selon lui les skateboardeurs communiquent forcément quelque chose à travers leur pratique car ils n'y auraient autrement aucune raison d'enchaîner des figures toutes nommées et porteuses de valeur. De la même manière que seul un surfeur connaît la sensation, pour Howe (2003), seuls les skateboardeurs peuvent savoir ce qui les fait agir mais ils ne peuvent pas l'expliquer. Alors, les participants des *lifestyle sports* connaissent et comprennent ce langage de manière intuitive dans la pratique spontanée mais les cadres normés comme les compétitions réduisent la spontanéité dans le langage performatif : « When skating is received as a sport, it diminishes the potential meanings embedded within this language » (p. 367). Nous voyons dans l'écart entre pratique libre et compétition, la même problématique décrite entre concert intime (comme celui de Sonny's Porch) et concert standard, ce qui nous renvoie à l'un des enjeux de la recherche qui est de comprendre la construction du sens de l'identité (ou son marquage) dans la pratique musicale des surfeurs, et leurs articulations dans la construction sociale que constitue l'acte musical (*musicking*).

L'un des autres enjeux de la recherche consiste à replacer le phénomène ethno-esthétique dans sa dimension glocale, c'est-à-dire dans la production du global dans le local. Nos sujets sont des producteurs de significations qui partagent leurs goûts et leur connaissance intime du

monde du surf selon des modalités créatrices qui leur sont propres (fabrication de planche, élaboration de produits, mise en œuvre de concerts, etc.). Ils ont une influence locale sur le mode de vie auquel ils assignent leurs critères d'évaluation, leurs canons et leur vision. Lorsqu'ils organisent des concerts, programment des émissions de radio ou invitent des artistes à se produire dans des festivals locaux, ils créent une doctrine esthétique locale légitimée par la validation des participants. Alors dans la perspective identificatoire qui est la nôtre, il faut prendre en compte le fait que la catégorisation des activités et des personnes n'est ni vraie ni fausse mais bien idéologique. En effet, comme le souligne Brackett (2016), « they speak to a shared, tacit understanding about which differences are meaningful as well as how these differences are meaningful » (p. 26). Mais l'idéologie de cette culture va au delà de la région lorsque les marques que ces individus représentent se propagent à travers les réseaux sociaux ou lorsque l'entreprise devient nationale puis internationale comme dans le cas de Sun Bum. Nous avons parlé d'une expansion de la culture du surf en rhizome et nous reprenons ici le travail de Guilbault (2010) sur la soca pour l'illustrer :

Instead of speaking of regional or North American collaborations enacted through live soca, following James Fergusson's insights, I prefer to speak more specifically about the points of connection that soca enables. Echoing his argument about the way that financial capital travels, a musical practice such as soca may criss-cross the Caribbean region and North America, but it does not encompass or cover them. (p. 282).

De la même manière, le surf permet la mise en place de points de connexion qui sillonnent les États-Unis et en l'occurrence les Caraïbes, mais ne recouvrent pas l'ensemble de ces territoires. C'est en cela que certains artistes peuvent recevoir la même évaluation esthétique à Hawaï et en Floride mais pas juste à côté, dans l'Alabama. Parfois d'une ville à l'autre, la différence peut être marquée comme l'explique Ricky Carroll :

I think each area just kinda does their own thing and claims it as that's their surf music, you know, around here, there's still a lot of bands that are considered a little more surf music bands than if you go to Orlando, or if you go to Jacksonville... Well Jacksonville, maybe a little bit... but you know you go to Tallahassee and you don't find this surf music... (Entretien du 13 juin 2017 – 48).

La réception, l'interprétation et l'utilisation de produits culturels tels que la musique diffèrent selon les contextes sociaux culturels. Nous nous permettons à ce point d'inclure une citation particulièrement longue de Regev (2013) car elle résume particulièrement bien notre travail jusqu'à présent :

[A]esthetic idioms, stylistic elements and genre components from multiple national and ethnic sources are mixed and welded to serve the preferences and interests of local taste cultures and identity formations. Hybridity, creolization, complexity, mixture, fusion, and deterritorialization are key concepts in the approaches that stress multidirectional cultural flows and networks . . . as well as the glocalization of world culture. . . . Taken together, however, all approaches share the understanding that late modern world culture is, in effect, one cultural space. That is the traditional and modernist perception of world culture as composed of distinct, separate cultural units—be they national, ethnic, local or indigenous—has been replaced by a perception of world culture as one entity composed of numerous sub-units that interact between them in complex ways. (p. 7).

Il existe une nouvelle façon d’appréhender les liens entre culture et identité qui comprend le monde comme une réalité socio-culturelle composé d’unités distinctes. La *surf music* est constituée de diverses incarnations dans différents lieux, et les enjeux de l’ethnomusicologie inscrite dans un système glocal impliquent d’accepter et de comprendre qu’il existe des différences. Comme le souligne Koskoff (2010),

If ethnomusicologists are truly committed to promoting tolerance for musical and social difference, we must first understand the nature of difference and how to manage its destabilizing power. I see the process of confronting and dealing with difference as divided into three experiential stages: noticing, processing, and integrating difference. (p. 104).

Dans notre recherche, nous nous efforçons d’intégrer la singularité régionale (les unités culturelles) à un système culturel global. Notre tâche consiste à souligner les complexités d’une réalité telle qu’elle se présente à nous et non telle que nous souhaitons qu’elle se déroule devant nos yeux d’ethnographes. Le dernier chapitre de ce travail s’appuie donc sur l’enchâssement des descriptions et analyses données tout au long de ce travail pour mettre en perspective une synthèse ethno-esthétique fondée sur les problématiques identitaires développées dans la dernière partie.

Chapitre 11. Synthèse ethno-esthétique et mise en perspective

Il en est de la musique comme des autres arts, y compris la littérature : la forme la plus haute de l'expression artistique est du côté de la littéralité, c'est-à-dire en définitive d'une certaine algèbre : il faut que toute forme tende à l'abstraction, ce qui, on le sait, n'est nullement contraire à la sensualité.

Et c'est précisément ce que l'art bourgeois refuse ; il veut toujours prendre ses consommateurs pour des naïfs à qui il faut mâcher le travail et surindiquer l'intention, de peur qu'elle ne soit suffisamment saisie (mais l'art est aussi une ambiguïté, il contredit toujours, en un sens, son propre message, et singulièrement la musique, qui n'est jamais, à la lettre, ni triste ni gaie).
(Barthes, 1957, p. 158).

11.1 Mobilisation des ressources sémiotiques du surf

11.1.1 Praxis et herméneutique du surf dans la société américaine

Dans le dernier mouvement de ce travail, nous nous efforçons de mettre en perspective les réflexions identitaires et esthétiques qui ont été menées jusqu'ici afin de donner un sens aux pratiques socio-culturelles des surfeurs floridiens. Nous établissons la manière dont ils mobilisent les ressources sémiotiques disponibles à des fins de socialisation, puis nous montrons comment la réalisation des potentialités identitaires repose sur des paradoxes socio-culturels qui permettent néanmoins à des communautés d'appartenance de valoriser leur identité esthétique à travers à la fois la collaboration et l'affranchissement.

Après avoir exploré les modalités de consommation de la *surf music*, il convient à présent d'analyser certaines tendances esthétiques (comprises on le rappelle comme expériences d'une réalité idiosyncrasique) propres à la communauté de Cocoa Beach à travers des discours et des signes représentatifs de sa culture. Comme le souligne Barthes (1957) dans *Mythologies*, il existe plusieurs niveaux de symboles, de représentations et d'associations identitaires selon la distance entre le texte et son lecteur. Il est alors difficile, voire vain de parler d'une sémiotique du discours de la *surf music* puisqu'elle ne constitue pas un genre cohérent comme par exemple celui de la musique country qui aux États-Unis suit une logique continue dans les thèmes (en schématisant très rapidement : travail manuel, camion, amour et bière) et dans les

techniques vocales et instrumentales (*twang*²⁸⁶, banjo, guitare), etc. Comme nous l'avons montré, la *surf music* est un super-genre qui comprend une multitude de genres musicaux dont l'inclusion dépend de leur capacité à correspondre aux besoins expressifs et affectifs des individus qui construisent la *surf music* selon leur lieu, leur époque et leurs prédispositions culturels et esthétiques. Cependant, des tendances peuvent être dégagées et les concerts sont la matérialisation de ces tendances collectives. Alors un regard sur la sémiotique d'une *surf music* singulière telle que celle qui est construite à Cocoa Beach peut permettre l'analyse des articulations de certains comportements socio-culturels à travers des systèmes symboliques et représentationnels. Rappelons que notre but n'est pas d'établir un discours des surfeurs dont le décodage traduirait l'identité mais bien de comprendre les dynamiques identificatoires des surfeurs participant à l'acte musical, ce qui renvoie au problème de l'esthétique tel que le conçoit Frith (1996a) : « The aesthetic question about this postmodern music, at least, concerns not meanings and their interpretation—identity translated into discursive forms which have to be decoded—but mutual enactment, identity produced in performance » (p. 115). Penser l'esthétique de la *surf music* en termes de discours à décoder reviendrait à interroger le statut de ses symboles comme mythes ou comme réalités subjectives selon une distance relative entre l'objet et l'individu, ce qui nous renverrait à l'histoire mythique de la *surf music* que nous avons dépassée (dans sa conception nostalgique et collective, cette musique est définie encore aujourd'hui comme intrinsèquement liée à la Californie blanche des années soixante à quatre-vingt). Si les textes actuels de la *surf music* ne portent pas toujours sur le surf, les caractéristiques instrumentales marquées par la texture de la réverbération des guitares fonctionnent encore comme un rappel à l'histoire originelle de la *surf music* qui est mythifiée dans un discours sonore. Tout le monde (surfeurs et non surfeurs) peut associer une telle musique à l'histoire du surf. Alors au cours des trois années de recherche, il nous a semblé plus pertinent de nous concentrer sur les musiques qui ne possèdent pas ces caractéristiques sonores ou textuelles évidentes de la *surf music* historique et qui ne peuvent être comprises comme *surf music* que par des initiés partageant une connaissance et un rapport à la culture éprouvés par l'expérience du *surf lifestyle*. Un discours (qui peut être textuel ou sonore) avec tout ce qu'il comporte de codes, de symboles, de références et de savoir-faire culturels peut être interprété de plusieurs manières selon le capital culturel de l'auditeur mais aussi selon sa volonté d'interprétation. Différents publics utilisent la musique dans des buts variés puisqu'une chanson peut devenir un morceau complètement distinct d'un auditeur à un autre et d'un groupe à un autre selon les systèmes de perception et d'évaluation de chacun. Mais les *surf musics*, plus qu'un ensemble de symboles, jouent un

286 Le *twang* est une technique vocale qui permet au chanteur d'émettre un son puissant mais nasillard. Le *twang* est caractéristique de la musique country.

rôle pratique d'intermédiaire dans les dispositifs sociaux des communautés qui les construisent. Dans ce chapitre, l'esthétique de la *surf music* floridienne est pensée dans sa dimension sémiotique car elle articule l'*être*, le *penser* et l'*agir* social d'une certaine catégorie d'acteurs de la société américaine.

11.1.2 Valeurs symboliques du surf et concept d'américanité

Dans ce travail en civilisation américaine, il convient à présent de faire le point sur les liens symboliques qui existent entre le concept d'américanité et la culture du surf. D'après ce qui a été énoncé en première partie, il est possible d'entrevoir un double marquage symbolique entre la culture du surf et les États-Unis ; c'est-à-dire que d'une part, le surf dans toutes ses dimensions, est l'un des symboles de l'Amérique, et d'autre part, l'Amérique ou plutôt une certaine notion d'américanité est l'un des symboles du surf. Soulignons que la cohésion d'une nation passe par la reconnaissance de ses symboles de la part de ses citoyens et que de manière similaire, la cohésion d'une culture passe par la reconnaissance de ses symboles de la part de ses membres. Le surf en tant que symbole américain et l'Amérique californienne comme emblème du surf dans ses dimensions sociale, économique et artistique constituent un ensemble de pratiques et de codes qui sont importants pour la formation et l'expression d'identités nationale, culturelle et locale. Surf et Amérique sont alors essentiels dans la construction, le maintien ou au contraire l'évolution et le marquage d'identités foncièrement américaines. Le surf étant une culture et une subculture à la fois, ses représentations symboliques ont un effet sur les communautés auxquelles elles se réfèrent dans la mesure où les représentations soulèvent d'une part une conscience collective du « nous » et de notre histoire de surfeurs mais aussi du « eux » et de leurs valeurs desquelles nous nous distançons. La société américaine se voit ainsi attribuer le rôle de banque de symboles qui se manifestent dans notre travail sous la forme d'une culture et de sa musique. Ainsi ils deviennent les marqueurs emblématiques de l'identité socioculturelle d'un groupe composé de différentes factions. À la façon des stéréotypes, ces symboles proposent des raccourcis vers les groupes qu'ils représentent dans une dynamique subjective et créatrice de frontières (souvent esthétiques). Ainsi, les communautés se solidarisent à travers des symboles concrets du surf comme les planches, les statues, les icônes ; ou bien elles recréent leurs propres représentations du surf en faisant appel à ses symboles esthétiques (écoute de la musique, participation à des concerts, visionnage de vidéos, méta-discours, décorations *tiki*, etc.).

Tout comme les représentations intergroupes, les symboles peuvent avoir une fonction intégrative puisque les constructions identitaires mettent en avant des pratiques et des pensées communes au sein du groupe mais dont le sens et l'importance des symboles peuvent varier

parmi les membres (pour certains les Beach Boys sont un *surf band*, pour d'autres ils sont une imposture). Ils peuvent aussi avoir une fonction exclusive puisque c'est comme cela qu'un sens d'identité commune est construit. Par exemple, les symboles de la communauté de la musique électronique sont écartés par certains surfeurs et dénoncés comme n'étant simplement « rien » et ne représentant rien (entretien de Dustin du 10 septembre 2016). Par ailleurs, les systèmes symboliques, à l'image des identités, sont des constructions actives et ceux du surf ne font pas exception. En effet, l'image du surfeur blond athlétique est une image construite à partir de ressources symboliques disponibles dans les styles contemporains comme l'explique Peterson (1997) en parlant du personnage de musique country (p. 68). Les symboles sont fabriqués mais restent malléables pour que leur signification soit subjective (permettant l'appropriation) et c'est ce qui les rend efficaces. Les groupes et les communautés sont des constructions mentales faites de représentations, et ces constructions mentales sont des outils qui permettent à l'individu de donner un sens à sa réalité. Les symboles communiquent au groupe une certaine idée des représentations mais ils permettent aussi aux individus une cohésion entre eux et un antagonisme avec les exogroupes. À cet égard, nous divergeons encore une fois de la théorie de domination sociale de Bourdieu :

Le sociologue manquerait autre chose de la culture populaire s'il était incapable de faire l'hypothèse interprétative qu'une culture populaire est aussi capable de productivité symbolique lorsqu'elle oublie la domination des autres et qu'elle parvient à organiser en cohérence symbolique, dont le principe lui est propre, les expériences de sa condition²⁸⁷. (Grignon & Passeron, 1982, cité dans Pasquier, 2005, p. 63).

Dans la formation d'une identité nationale américaine ou d'une identité culturelle ancrée dans le surf, la caractérisation des symboles et des rituels représentatifs permet aux membres de cette collectivité de se définir et de justifier leur appartenance au même groupe. Ces communautés culturelles sont en elles-mêmes l'expression de frontières symboliques et il est possible d'avancer l'idée que la revendication des symboles est susceptible d'augmenter si l'identité du groupe est menacée. Ces symboles ont quelque chose à nous apprendre sur le caractère et l'identité d'un groupe culturel et d'une conscience collective. Alors les symboles communautaires en tant que systèmes de représentations et d'actions collectives sont essentiels pour permettre l'adhésion des individus au groupe et pour assurer sa continuation. C'est lors de l'utilisation de ces symboles et de la mise en pratique des rituels que les groupes sont les plus conscients de leur identité (pratique du surf, participation aux concerts, choix vestimentaires, etc.). Ces symboles apportent une forme d'ancrage dans un monde en changement et ouvert sur l'extérieur. Dans le but de comprendre comment les symboles de la

287 Grignon, C. & Passeron, J.-C. (1982). *Le Savant et le populaire*. Paris : Le Seuil/Gallimard.

culture du surf comme sa musique permettent le marquage de l'identité de ses participants, les relations entre ces symboles et les communautés qu'ils représentent doivent être analysées à travers le discours et une sémiotique du *surf lifestyle* (la *surf music* faisant partie du mode de vie). Ces emblèmes sont des représentations et des expressions de ces individus et nous permettent d'entrevoir leurs identités multiples : surfeur, Américain, Floridien²⁸⁸, etc. Comme ils se sont construits sur une histoire commune et validée, ces symboles fournissent, par association, un accès unique à la mémoire locale et nationale inscrite dans un tout global, et ils garantissent ainsi la préservation de l'identité. Dès lors, nous posons que les symboles du surf proposent à la communauté (glocale) des références qu'ils sont libres d'ajuster à leur patrimoine culturel afin de constituer des signes d'appartenance au groupe.

La représentation symbolique peut être perçue comme une métonymie puisque l'objet symbolique désigne un tout qui est soit absent, soit difficilement représentable dans son ensemble comme le surf. Les objets symboliques en portant l'attention sur eux sont en mesure de provoquer des réactions cognitives et affectives qui définiront la relation esthétique. Nous posons que les assemblages mentaux des participants au *surf lifestyle* (acteurs et consommateurs) relèvent de métonymies relatives à leur expérience quotidienne en lien avec la subculture et qu'ainsi le fonctionnement des activités cognitives de la vie de tous les jours met en lumière la symbolique d'un comportement déterminant des processus esthétiques.

11.1.3 Structure micro-sociale de Sonny's Porch : intimité et proximité

Afin de comprendre le rôle de la musique dans la définition du social, nous nous penchons ici sur la structure micro-sociale que constitue Cocoa Beach, puis nous verrons comment le phénomène se traduit au niveau de la structure macro-sociale. Le terme structure est compris comme l'ensemble des composantes de la vie des membres d'une société. Elle comprend entre autres, des événements collectifs essentiels à la société et représentatifs de la vie socioculturelle des sujets. Il s'agit ici de concerts comme celui de Sonny's Porch qui sert de base à notre analyse. Comme le souligne Small (1998), la participation à l'acte musical met en œuvre et donne à observer les dynamiques de différenciation et de collaboration d'une micro-société :

We can see also why it is that musicking has always functioned so powerfully as a means of social definition and self-definition. For if members of different social groups have different values, that is, different concepts of relationships and of the pattern which connects, then the enactment of those relationships that takes place during a musical performance will differ also. Each musical performance

288 Les identités sont représentées par les substantifs qui posent l'*être* plutôt que par les adjectifs qui apposent une caractéristique à l'*être*.

articulates the values of a specific social group, large or small, powerful or powerless, rich or poor, at a specific point in its history, and no kind of performance is any more universal or absolute than any other. All are to be judged, if judged at all, on their efficacy in articulating those values. 'At a specific point in its history' is important also, for groups change, in both their constitution and their values; and as they change, so do their styles of musicking. (p. 133).

Lors des concerts de Sonny's Porch, les individus sont réunis autour de valeurs esthétiques mais tous se présentent selon une humeur, un statut social, des affinités plus ou moins marquées avec l'artiste, l'organisateur, les autres membres du public et surtout avec leurs propres manières de socialiser (certains s'expriment et interagissent, d'autres ne font qu'écouter, certains sortent du groupe avec lequel ils sont arrivés, d'autres s'y cachent, certains dansent, d'autres se figent, certains affichent leur appartenance au monde du surf grâce à leurs vêtements et au langage qu'ils utilisent, d'autres neutralisent leur appartenance à toute culture de sorte qu'il est impossible de savoir ce qui les émeut). Le concert est un laboratoire où l'on peut observer ces relations humaines faites de mots, d'attitudes, de langage gestuel qui articulent les relations sociales. La musique produit et exprime des sensibilités culturelles, et comme le souligne Small (1998), la manière dont les individus répondent à leur mise en œuvre les singularise. Il s'agit là de la force sociale de la musique : « How we relate is who we are. Every way we can think of to specify a human being will involve a relationship with others. Our relationships specify us ; they change as we change, and we change as they change » (*ibid.*, p. 142). Les concerts sont à l'image des relations humaines, inscrits dans la temporalité. Dans le temps long, le succès de Sonny's Porch peut s'éroder parce que le format ou les artistes invités ne correspondent plus aux envies de la société locale. Les participants les plus réguliers, ceux qui participent à donner une identité à l'événement peuvent cesser de venir et changer la dynamique de groupe. Dans le temps court, ce qui évolue pendant le concert ce sont les interactions entre participants (artistes et organisateurs compris). Le temps d'un concert, ils ont appris à collaborer (il y a parfois des problèmes techniques, et tout le monde met en œuvre des stratégies qui consistent à entretenir l'atmosphère du moment, qu'il s'agisse de chanter à cappella, de servir des bières ou de faire entrer le public dans la maison parce qu'un orage est sur le point d'éclater), ils ont rencontré des étrangers, ils ont découvert un artiste qui les a profondément touchés (et qui les auraient moins marqués sans le format intimiste du concert permettant la proximité de tous les participants).

Les notions d'intimité et de proximité deviennent alors essentielles parce qu'elle transforment la dynamique du concert et les interactions humaines. C'est la raison pour laquelle nous pensons que le format de Sonny's Porch (ainsi que bien entendu son soubassement culturel)

est si pertinent pour l'observation de la communauté. L'intimité permet les contacts et donc la socialisation comme l'explique Guilbault (2010) pour décrire la force sociale de la soca :

Drawing on Lisa Lowe's critical insights²⁸⁹, I use the word [intimacy] in two other ways: to speak about the spatial proximity that soca helps create, and to address the variety of contacts among people that it makes possible. These two different types of intimacies enabled by live performances of soca could be referred to as public intimacies as they unfold among artists on stage, between the artists on stage and their audiences, and among audience members during the performance (p. 282).

Les concerts de Sonny's Porch permettent à la fois la proximité spatiale et les contacts entre tous les participants incluant ici le public, les artistes et les organisateurs. La scène n'est pas surélevée par rapport au public, ce qui permet une réelle collaboration entre les deux espaces pour le succès collectif de l'événement dont le corollaire est la satisfaction d'avoir participé à la mise en œuvre conviviale d'un mode de vie partagé et d'avoir découvert un artiste ou la personne derrière l'artiste. Des souvenirs se créent, des liens se nouent et l'apprentissage de nouveaux comportements ainsi que de savoirs musicaux et sociaux se met en place. Tout le monde est convié à partager ce moment et du point de vue symbolique, le concert est mis en œuvre sans distinction de générations, de classes ou de filiations. Cependant, il ne faut pas perdre de vue que ces concerts ont un intérêt marchand pour Sun Bum qui en les médiatisant promeut sa propre vision du *surf lifestyle* dans laquelle les femmes ont une fonction encore très proche de celle que nous avons décrite dans la première partie de ce travail : elles agrémentent le mode de vie, soutiennent et admirent le surfeur ou en l'occurrence l'artiste, mais ne sont que rarement mises en scène dans l'action. En effet, en tant que photographe de l'événement, j'avais pour instructions de capturer des images des (belles) femmes en extase devant les artistes, avec le logo de Sun Bum en arrière plan. Il s'agit d'une pratique que certaines participantes avaient bien compris et elles se prêtaient au jeu de manière tacite.

Le concert a permis de mettre en avant le phénomène de transformation de la structure sociale par la reconnaissance collective et subjective de l'objet culturel. Pour Searle (2009), il s'agit ici de la capacité des humains à transformer leur réalité sociale en apposant des fonctions à ce qui les entoure :

[H]umans have the capacity to impose functions on objects and people where the objects and the people cannot perform the functions solely in virtue of their physical structure. The performance of the function requires that there be a collectively recognized status that the person or object has, and it is only in virtue of that status that the person or object can perform the function in question. (p. 7).

289 Lowe, L. (2006). The intimacies of four continents. In A. L. Stoler (Ed.), *Haunted by empire: Geographies of intimacy in North American history* (pp. 191-212). Durham: Duke University Press.

En d'autres termes, un objet ou une personne peuvent se voir assigner différentes fonctions sociales qui deviendront réalité (subjective) si elles sont reconnues de manière collective. Alors pour transformer la structure sociale, le groupe doit paradoxalement la penser de manière objective : les faits deviennent objectifs grâce à la volonté et l'acceptation commune des fonctions d'un système (*ibid.*, p. 10). Dès lors Sonny's Porch est un concert de *surf music* parce qu'il est organisé par des surfeurs, pour des surfeurs qui souhaitent partager leur mode de vie à travers leurs pratiques socioculturelles et leur expérience esthétique. En d'autres termes, Sonny's Porch relève de la non-conformité de l'espace social de Cocoa Beach marqué par l'absence d'un lieu où se retrouver après avoir surfé. Or, lorsque le monde ne correspond pas à la réalité objective à laquelle un groupe peut s'affilier alors le groupe transforme le monde pour qu'il corresponde au contenu de son mode expressif. Personne avant Sun Bum ne proposait cette pratique privée (le rassemblement entre amis autour de la musique après une session de surf) dans le cadre public.

Par ailleurs, le fait de répéter l'événement permet aux participants de modifier leur identité personnelle et sociale en étant régulièrement plongés dans l'univers de proximité que nous venons de décrire. Cela nous renvoie à une compréhension performative de l'identité qui selon Brackett (2016) se réfère à la transformation de l'identité par la répétition :

'Performative' in this case, however, does not refer to a voluntaristic act of identificatory affiliation, but rather to how successive iterations of an identification constantly modify the conventions (and thus the constraints) of the category (or categories) with which people identify, uncannily paralleling the iterative processes of musical categories. (p. 24).

La participation régulière à ce type de concert implique une évolution comme nous l'avons vu (sur les longs et courts termes) et elle permet d'être mis en contact avec des personnes dont les objectifs sociaux et culturels sont communs, ce qui a pour effet de renforcer les conventions sociales auxquelles ils adhèrent collectivement lors de ces rassemblements.

Au delà du micro-social, la proximité esthétique observée lors du concert renvoie à certaines dynamiques globales. L'esthétique de la *surf music*, ses sous-genres, son discours et ses significations résonnent de manière particulière dans les régions où elle se développe : « It is a process of intensified aesthetic proximity, overlap, and connectivity between nations and ethnicities, or at the very least, between prominent large sectors within them » (Regev, 2013, p. 3). C'est ce que l'auteur appelle « aesthetic cosmopolitanization » et qui s'accorde avec notre notion d'ethno-esthétique comprise comme les rapports qu'entretiennent les groupes, donc les unités socioculturelles, aux formes artistiques telles que la musique dans un ensemble que nous avons déterminé comme glocal. Là où le travail de Regev (2013) et son concept se

penchent particulièrement sur le côté global singulier du monde culturel à travers le phénomène musical, nous nous concentrons sur l'unité variée qui compose ce monde : les *surf musics* du monde sont écoutées dans des contextes similaires ce qui contribue à créer une proximité entre régions du monde dans leur expérience de l'identité du surfeur.

11.1.4 Légitimation discursive : socialisation par le surf et la *surf music*

La cohésion d'un groupe passe par la mise en commun de valeurs relatives à la réalité qui lui est propre. La langue par exemple est un élément symbolique qui permet de créer une réalité commune autour d'un mode de communication devenu outil collectif. Mais la représentation sémantique peut ne pas être linguistique et être constituée d'actes et d'institutions comme dans le cas de la communauté de Cocoa Beach qui donne du sens au surf à travers les diverses manifestations de ses membres : industrie de fabrication, compétitions, arts et bien entendu, concerts. Les éléments discursifs dont il est question ici sont l'ensemble des entités porteuses de sens et qui agrégées forment le récit d'une société (micro ou macro). Pour Frith (1996a), le récit permet de structurer la pratique artistique de façon à ce qu'elle s'inscrive dans la réalité sociale : « such a narrative is necessary to any claim that art has something to do with life » (p. 117). Dès lors, la réussite d'un concert tel que Sonny's Porch repose sur la vérité rhétorique et sur la capacité des musiques à convaincre les participants que leur performance a du sens et qu'il est important (*ibid.*). Le but n'est pas de représenter certaines valeurs mais de leur donner corps à travers la performance et la participation active des participants dans leur reconnaissance et leur évaluation du « nous ».

Former le récit d'une communauté culturelle au niveau micro-social est objectivement plus facile que de déterminer la cohésion d'un groupe au niveau national ou global. La reconnaissance intragroupe signifie que les individus composant une communauté peuvent se reconnaître comme appartenant à la même communauté de valeurs grâce à la compréhension et la connaissance partagée du récit relatif au groupe. Il est possible de marquer les termes d'un récit commun à travers la notion largement utilisée par Regev (2013), d'isomorphisme expressif qu'il introduit ainsi :

The work done by individual and collective actors in national settings to advance up-to-date variants of national and ethnic cultures according to models set by institutionalized patterns of cultural value—the work of agency—can be understood by applying and extending to the sphere of cultural globalization Bourdieu's notion of homology between the supply and demand sides of cultures (1993a). (p. 10).

L'isomorphisme expressif est inspiré des travaux de Meyer²⁹⁰ (2000) et Bourdieu²⁹¹ (1993). Cependant, rappelons que nous ne validons pas la notion d'homologie telle qu'elle est présentée par Bourdieu car nous n'adhérons pas à l'idée d'une substitution de la musique à la structure sociale pour expliquer son fonctionnement. En revanche, nous trouvons le dépassement de l'homologie par la notion d'isomorphisme très pertinent car il s'agit de comparer des structures égales tout en les maintenant dans leurs groupes distincts. Il n'y a donc pas de substitution structurelle ou de reproduction d'un groupe à l'autre. Regev (2013) définit le concept ainsi :

Expressive isomorphism is, then, the process through which national uniqueness is standardized so that expressive culture of various different nations, or of prominent social sectors within them, comes to consist of similar—though not identical—expressive forms, stylistic elements, and aesthetic idioms. It is the process through which cultural uniqueness is constructed by adopting, adapting, adjusting, incorporating, and legitimating creative technologies, stylistic elements, genres, and forms of art derived from world models. While in the past national cultural uniqueness was organized around the principle of striving toward totally different expressive forms and stylistic elements, with expressive isomorphism it becomes organized around proximity, similitude, and overlap of art forms and stylistic elements between nations. (p. 11-12)

Le récit de la *surf music* que nous avons reconstruit jusqu'ici est bien le résultat d'une construction et de transformations fondées dans la *surf music* historique et par l'ajout successif de tous les autres genres dans des manifestations rhyzomatiques à la fois de ces divers genres et de la *surf music* elle-même. La trame discursive de la *surf music* se retrouvent ainsi dans les paramètres d'une idéologie d'indépendance relative aux genres, aux modalités d'écoute, à l'esprit des artistes et au sens donné aux paroles. Il faut donc distinguer les moments de reconnaissance collective et ceux de coopération : quand le premier permet de donner corps à un mouvement culturel existant, le deuxième permet de le maintenir et de le consolider. Comme l'explique Searle (2009), pour qu'il puisse y avoir coopération, il faut qu'il y ait une reconnaissance collective de l'entité (p. 57), ici le récit de la *surf music*. La coopération ne prend place qu'au niveau micro-social lors d'événements impliquant la participation tels que les concerts.

La coopération résultant de la reconnaissance d'un discours commun prend aussi place sur Internet qui apporte de l'efficacité à la diffusion culturelle alors qu'avant son avènement il était bien plus difficile d'être mis en contact avec une communauté de pairs. Internet et les

290 Meyer, J. W. (2000). Globalizations: Sources and effects on national states and societies. *International Sociology*, 15, 233-48.

291 Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production*. Cambridge: Polity.

réseaux sociaux apportent une autre dimension à l'idée d'appartenance communautaire puisqu'elle porte dans l'écriture virtuelle une manifestation visuelle et sonore émanant directement de l'expérience. Les membres d'une communauté ainsi reliés peuvent avoir un accès instantané à un répertoire musical correspondant à leurs évaluations de ce qui constitue le *surf lifestyle*. Les réseaux sociaux permettent d'aller chercher l'information mais nous savons aussi aujourd'hui que l'information qui nous est proposée correspond à notre profil. Nous faisons référence ici à la mise en place d'algorithmes en conjonction avec la pratique de partage de données opérée notamment par Facebook avec des agences telle que Cambridge Analytica²⁹². Comme le souligne Regev (2013), les possibilités de produire et d'échanger de la connaissance et de la musique sur les différentes plateformes en ligne, associées à leur circulation et leur activation dans la vie des consommateurs a permis d'optimiser la participation aux cultures esthétiques qui y sont présentes, les transformant ainsi à leur tour en microstructures (p. 133). C'est l'une des raisons pour lesquelles nous avons constaté une différence entre les éléments des *playlists* construites sur les réseaux sociaux et les musiques mentionnées par les sujets et certains enquêtés. Des identités micro-sociales se créent sur les réseaux sociaux qui peuvent diverger des identités micro-sociales du réel. Cela permet aux internautes de se socialiser dans des systèmes socio-culturels virtuels auxquels ils n'auraient pas accès autrement. Dès lors, Internet a aidé à démocratiser deux formes d'accès aux éléments de récit de la *surf music* : les accès idéologiques et expérimentaux (l'accès au surf ne pouvant être qu'idéologique).

La socialisation passe par l'apprentissage et le partage d'une façon de penser la réalité. Elle s'effectue tout au long de la vie. L'acte musical peut ainsi devenir l'un des biais de la socialisation lorsqu'il prend la forme d'un langage commun. Small (1998) rappelle que « The act of musicking, in its totality, itself provides us with a language by means of which we can come to understand and articulate those relationships and through them to understand the relationships of our lives » (p. 14). En d'autres termes, la participation à des rassemblements sociaux autour de la musique permet aux participants de se socialiser, de se connaître à travers le regard de l'autre, et dans le même temps, il nous permet, en tant qu'observateurs, de comprendre comment se met en œuvre la socialisation. Une première étape qui consiste à décider de se rassembler dans un contexte donné offre des opportunités socialisantes permettant d'abord de développer une connaissance de soi et des autres dans un contexte donné puis de valider ou d'invalider la situation collective devant aboutir à l'adhésion à la communauté dans le premier cas. Dès lors, dans les concerts comme celui de Sonny's Porch

292 Cette partie a été rédigée en février 2017, un an avant que le scandale relatif à l'organisation d'analyse de données, Cambridge Analytica, ne fasse irruption. C'est dans l'émission, *La vie numérique*, présentée par Xavier de La Porte sur France Culture (De La Porte, 2017) que j'ai pris connaissance de la compagnie et que la réflexion sur les réseaux sociaux a commencé.

mais aussi lors de productions plus standards comme au Rootfire Festival (standard dans le sens où le format est plus conventionnel, l'entrée est payante, il y a un service de sécurité, des vendeurs et le nombre de participants est élevé), il se crée un sens de la communauté de la part des participants qui se réconfortent en sachant que les uns et les autres attendent un type de comportement particulièrement adapté à la situation. Par exemple, étant donné que dans les deux cas il s'agit d'événements dits familiaux et axés sur le surf, les participants s'attendent à un certain confort social (dans lequel les identités sociales ne sont pas mises à l'épreuve) ainsi qu'à une atmosphère protectrice qu'ils ont le devoir d'entretenir (ce qui constitue un exemple de coopération). Les participants ainsi au fait qu'ils sont tous présents selon une compréhension mutuelle de l'événement peuvent se socialiser lors des concerts. Cependant comme le souligne Small (1998) c'est à des moments spécifiques du concert que la socialisation est possible : « the socializing is an important part of the event. But we have seen that that takes place in the after, before and in the interval of the concert, not in the auditorium » (p. 42). De plus, les concerts sont eux-mêmes des moments ponctuels dans la socialisation. Ils sont parfois un port d'entrée dans la culture, parfois un renforcement ou un réajustement de la socialité dans le parcours culturel de l'individu. Une forme de socialisation moins flagrante mais plus régulière s'effectue par l'adhésion à un mouvement qui implique d'être accepté par le groupe. Adhérer signifie participer, s'unir à un groupe, former une communauté de valeurs et partager une certaine idée de soi au sein du groupe d'appartenance selon une expérience commune. Pour Small (1998) le renforcement identitaire constitue la fonction du groupe social : « It is shared assumptions about relationships, with the rest of the world as well as with one another, that holds social and cultural groups together » (Small, 1998, p. 131). C'est aussi la transmission des valeurs aux nouvelles générations et aux nouveaux adhérents qui permet au groupe de se préserver. Dans notre cas, le groupe est constitué de surfeurs utilisant le surf et la musique comme lien social. Pour Frith (1996a), il est naturel pour les communautés socioculturelles d'utiliser la musique comme un procédé esthétique à travers lequel les individus peuvent se découvrir eux-mêmes dans leurs relations aux autres (p. 118). Nous allons à présent voir comment ces potentialités identitaires peuvent se manifester selon les différentes interprétations que communautés et individus se font des subcultures dont il est question ici.

11.2 Réalisation des potentialités identitaires

11.2.1 Trouver l'authenticité dans le surf et la *surf music* : l'identité marquée

Nous sommes conscients du fait que le terme authenticité est connoté et décrié par certains universitaires comme étant une sorte de valise intellectuelle. Cependant, il s'agit d'une notion

importante dans la subculture alors il convient de la comprendre. Aborder le thème de l'authenticité dans la culture du surf revient à parler d'institutions marchandes qui régissent l'image et l'évolution de la culture comme nous l'avons vu au cours de ce travail. Pour trouver l'authenticité dans la culture du surf il faut commencer par observer la différence entre sa signification *mainstream* et sa signification pour les acteurs (professionnels du mode de vie) et participants (simples surfeurs). Beaucoup de surfeurs (professionnels, amateurs, universitaires) se sont posé la question de cette authenticité qui rendrait un groupe, une personne ou une pratique légitime. À la lumière de ce qui a été développé jusqu'à présent, il semble que l'authenticité puisse être définie en termes de validation de normes susceptibles d'être partagées par des communautés de surfeurs proposant chacune des approches originales du mode de vie (on pense par exemple aux capacités techniques et créatrices singulières des surfeurs de la Space Coast). Ils sont authentiques parce qu'ils jouent un rôle spécifique et défendent les valeurs du surf de manière globale et régionale. Les membres de ces communautés sont comparables à des lanceurs d'alerte et sont très prompts à dénoncer les fraudes. Ils n'achètent pas un produit parce que la photo de Kelly Slater est dessus. L'authenticité déterminée de cette manière reste un défi pour les industriels comme les grandes marques Quiksilver ou Billabong qui se sont trop éloignées des racines de la subculture en essayant de s'aligner avec les marques non-*lifestyles* des grandes surfaces. Même s'ils sponsorisent toujours les athlètes, pour beaucoup de surfeurs interrogés, les teeshirts Quiksilver sont par exemple dépassés. La fidélité à un mode de vie et la défense de singularités régionales marquent l'authenticité. Les « pourquoi » et « comment » des habitus de consommation et les choix esthétiques traduisent des actions volontaires qui jouent un rôle dans la détermination d'identités uniques et déconstruisent la notion de passivité. Selon Wheaton (2004), « Local cultures interpret and respond to global cultural flows of commodities, medias and images in complex and nuanced ways » (p. 20). La culture du surf en Floride est ce que les individus ont fait des produits et des pratiques de l'industrie du surf. Pour utiliser la terminologie de Bourdieu, en termes de cultures populaires, les surfeurs authentiques sont les acteurs dominants d'un champ qui nécessite une connaissance, une implication et des compétences légitimes. Le pouvoir des cultures populaires réside dans leur capacité à contrecarrer les prétendues hautes cultures et pouvoirs dominants (nous faisons référence ici au principe de cultures dominées et dominantes de Bourdieu auquel nous n'adhérons pas). À l'idée que les subcultures et les cultures populaires ne défient pas l'ordre établi, il est donc possible de répondre que la communauté des surfeurs a réussi à pénétrer de manière insidieuse dans le système pour agir de l'intérieur et dé-franchiser les éléments moteurs qui se sont trop reposés sur un impérialisme capitaliste et ont délaissé les cultures régionales. Les marques vont et viennent, comme la musique, mais les surfeurs demeurent (en

évoluant avec leur temps) et ils déterminent les caractéristiques de chaque domaine du *lifestyle* à travers leur recherche et leur innovation : Slater et sa vague artificielle, la technologie Core Vac de Cannibal Surfboards, Surf Rider Foundation, Skin Cancer Foundation, etc. Alors le surf a créé ses propres valeurs, ses propres mythes, et ses propres critères de validation. Faire confiance aux choix esthétiques de ces surfeurs authentiques engagés tels qu'ils ont été définis permet de délimiter des espaces culturels animés par des formes d'expression authentiques telles que la musique et d'y observer l'action, celle qui dénote un besoin, une vision, une façon de faire. Le surf est un sport populaire, mais avant tout un *lifestyle sport*, une subculture qui est accessible mais pas monolithique ; le monde du surf est riche, dynamique et actif et ses singularités sont visibles même au sein d'un petit État tel que celui de la Floride.

L'authenticité entre en jeu dans la socialisation des participants à la subculture. Beal & Weidman (2003) dégagent de leurs analyses deux manières d'appréhender la vie en société : en acceptant le *statu quo*, ou en choisissant les normes auxquelles on souhaite adhérer (p. 342). Les skateurs tout comme les surfeurs prônent des comportements non-conformistes et préfèrent la créativité : « They valued it more if it was seen as a creative means of self-expression, and valued it less if it was simply an unreflective rebellious act » (p. 343). Alors, l'authenticité, selon Beal & Weidman (2003), est marquée par l'adoption des valeurs d'une subculture que sont le contrôle du participant sur son activité, l'expression personnelle et l'atténuation de l'aspect compétitif puisque ces valeurs mettent à l'épreuve de manière implicite celles qui sont associées au sport traditionnel. Ainsi le non-conformisme vis-à-vis des courants dominants devient un indicateur d'authenticité (p. 344). L'industrie du surf se construit et se défait selon des choix stratégiques qui lui sont propres et qui peuvent lui apporter une certaine légitimité. Dès lors, en nous inspirant du travail de Beal & Weidman (2003), nous posons que l'authenticité découle de plusieurs facteurs stratégiques²⁹³ : une bonne compréhension de la subculture, la capacité de sponsoriser des athlètes légitimes, l'individualisme et le non-conformisme, le palimpseste adressé à l'initié (une réappropriation du phénomène par les participants dont eux seuls possèdent les codes), de l'accent sur le mode de vie plutôt que la compétition, de la nostalgie culturelle (l'idéalisation d'un passé du surf commun). Sun Bum par exemple est apprécié des participants parce que les représentants de la marque ont tous une bonne compréhension de la culture du surf et ont souvent été embauchés pour répondre aux besoins locaux (surf en Floride, activités de plein air dans les États montagneux, etc.). La marque sponsorise aussi des surfeurs professionnels et amateurs en leur

293 Les stratégies décrites par Beal & Weidman (2003) sont : self-selection, sponsorship, advertising, participant control, de-emphasizing competition, individualism and nonconformity, insider mentality, masculinity, commitment to the sport/lifestyle (pp. 346-50).

offrant de la protection solaire et des autocollants contre un affichage gratuit (les autocollants sur les planches de surf). Les professionnels étant sponsorisés par d'autres grosses marques, cela donne à Sun Bum une exposition qui serait difficilement réalisable par ses propres moyens, et l'assimilation aux autres marques lui apporte une nouvelle dimension identitaire : elle fait partie des grands acteurs du surf. Dans les vidéos et autres campagnes promotionnelles, les surfeurs se retrouvent souvent dans la façon dont le mode de vie est représenté. Comme beaucoup de marques avant elle, Sun Bum a embauché des employés pratiquant le surf, ayant une bonne connaissance du milieu mais pouvant aussi représenter la marque physiquement. Dustin est très photogénique et les enfants le comparent souvent à Sonny (le gorille). Un autre employé nommé Dusty apporte quant à lui le côté hippy, avec sa longue barbe et son allure nonchalante. Un t-shirt a d'ailleurs été fait à son image. En troisième partie nous avons développée l'idée des palimpsestes pour le surf et la *surf music*. Il s'agit d'une stratégie très effective pour faire appel à la mentalité de cercle fermé souhaitée par les participants *hard core* (le noyau dur). Dans certaines campagnes publicitaires, seuls les initiés peuvent décoder les messages, ils en sont conscients et cela permet de légitimer une marque car les *outsiders* sont exclus.

Du point de vue des consommateurs participants qui ne font pas partie de l'industrie du surf, il faut commencer par regarder ce qui est visible pour trouver de l'authenticité : qu'il s'agisse de surfeurs, de skateurs ou de snowboarders, les normes diffèrent de celles de la société même si cela n'est pas évident pour l'œil non initié. Tous s'habillent selon un certain code, ont un certain langage ou jargon, et leurs vies suivent les préceptes de la subculture. Comme le soulignent Beal & Weidman (2003) : « [i]t is an anthropological notion that one's identity is bound by one's culture » (p. 338), alors ceux qui se sont forgés cette identité culturelle sont aussi les participants les plus à même de détecter la fraude d'amateurs employant mal un terme, faisait un effort trop marqué ou portant une tenue non qualifiable au regard de la subculture. Si en skateboard les personnes non légitimes sont appelées des rats, en surf, ce sont des *kooks*. Ils portent les marques les plus connues (comme Quiksilver), ce qui est souvent malgré eux un faux pas, ils sont dotés des derniers équipements les plus chers mais ils ne savent pas les utiliser (ni même les tenir en main), ils utilisent tout le jargon qu'ils peuvent placer dans une phrase, ils demandent à leurs conjoints de les prendre en photos dans la pose la plus « radicale » (celle qui leur semble le mieux représenter le surf dans l'action mais qui pour un surfeur ne constitue qu'une preuve d'amateurisme). En termes d'authenticité liée à la pratique individuelle, Beal & Weidman (2003) rappellent : « Donnelly and Young²⁹⁴ claimed that a significant indicator of authenticity is when the participant is no longer worried about

294 Donnelly, P., & Young, K. (1988). The construction and confirmation of identity in sport subcultures. *Sociology of Sport Journal*, 5(3), 223–240.

the general audience, while Fox²⁹⁵ claimed that no longer consciously performing for any audience was a sign of authenticity » (p. 351). À l'opposé des *kooks*, les surfeurs légitimes agissent pour le plaisir sans se préoccuper de l'image gratifiante qu'est susceptible d'apporter l'activité.

Plus que jamais, dans les sports de glisse, l'apparence ne fait pas le participant. La même chose est vraie en termes de choix esthétiques. En ce qui concerne la musique par exemple, le punk est l'une des musiques qui a été particulièrement appréciée des surfeurs des années quatre-vingt et quatre-vingt-dix à cause de ce qu'il représentait : il s'agissait de vivre l'idéologie punk à travers tous les aspects de la vie et pas uniquement pendant les weekends comme le soulignent Beal & Weidman (2003) au sujet des skateurs : « This consistent commitment to subcultural norms, identified as a specific lifestyle, was also an indication of authenticity for skateboarders » (p. 340). Alors c'est le fait d'être constamment engagé dans la subculture et de mettre en pratique ses valeurs fondamentales qui crée une certaine aura d'authenticité. Notons que les skateurs et les surfeurs amateurs partagent les mêmes sentiments envers la professionnalisation du sport et les compétitions. Beal & Weidman (2003) expliquent ce manque d'intérêt dans la compétition ainsi : « [it] is partially explained by its formal environment and partially by the fact that legitimacy is constituted by their daily engagement as opposed to the outcome of an isolated event » (*ibid.*). En revanche, on constate que beaucoup des surfeurs qui s'intéressent à la performance et qui ont une opinion sur la compétition considèrent aussi que les femmes, si elles peuvent être des éléments authentiques dans le mode de vie, sont rarement des références en termes de pratique.

Revenons à présent sur le cas précis de Sun Bum à Cocoa Beach, un lieu qui présente à la fois une forme non-authentique et insidieuse de la culture (alimentée par une industrie du surf reposant sur un tourisme exacerbé et la promotion de l'espace comme lieu de vacance ou d'échappatoire pour les gens venus du nord) ; et sa contrepartie authentique, plus discrète mais plus active sur la front de l'évolution de la culture. Pour Dustin, l'authenticité dans le surf se résume avant tout par l'idée d'action pour et par les surfeurs :

Authentic is like a company that's operated, run by the community for the community. But there's an expression too in the surf industry that core is poor, meaning that if you really are an up and coming brand, you're probably not making any money. So there's a fine line and you have to walk between the two. . . . Quiksilver has done it a little bit but they haven't done a good job where you literally will make things specifically for core surf shops, for core surf, but then they'll have other stuff that they'll sell to everybody else in the world. So that to set it apart. Vans has done the best job at doing that then anybody else. I wanna say they have ten different catalogs and they only give them out to certain

295 Fox, K. (1987). Real punks and pretenders. *Journal of Contemporary Ethnography*, 16, 344–370.

retailers, and they scale it that way where they have classics and only certain retailers can buy those. So they've done a good job at like pushing people away just far enough where it's cool. (Entretien du 16 septembre 2016 – 83).

Pour rappel Sun Bum est ce que l'on appelle une « lifestyle brand ». La compagnie vend un mode de vie, ce qui implique une réflexion et une connaissance préalable des discours qualifiants et disqualifiants d'autant plus sérieuses qu'il s'agit de convaincre par l'action et l'image par opposition au produit technique et tangible qui est lui évalué sur sa fonctionnalité. Il explique ici que pour grandir mais rester crédible les industriels du surf doivent diversifier leur offre afin de pouvoir viser un public restreint « core » qui engendre peu de bénéfices (les surfeurs) et un public large (non participants consommateurs d'image). Il faut selon lui trouver le juste équilibre pour ne pas tomber dans le tout public et perdre l'authenticité aux yeux des consommateurs « core » mais développer néanmoins ce marché pour rester compétitif. Dès lors, c'est la nature et l'intensité de l'engagement des surfeurs et des industriels envers la subculture qui leur confère une identité authentique comme le soulignent Coates *et al.* (2013) : « Wheaton and Beal document that commitment to an activity is the most valued sign of identity to core lifestyle-sport participants »²⁹⁶ (Coates *et al.*, 2013, p. 38). Il s'agit d'adopter une attitude envers la subculture mais pas en fonction d'elle. Le journaliste américain Charles Young (1984) a ainsi capturé l'essence de la culture punk en termes d'authenticité : « True punk fashion is determined by your attitude toward the apparel, not by the apparel per se²⁹⁷ » (p. 190, cité dans Humphreys, 2003, p. 414). Cela renvoie au propos de Dustin pour qui porter un tee-shirt Quiksilver ou se revendiquer de la *surf music* ne fait pas de l'individu un surfeur. L'énoncé ne fait ici ni œuvre d'action ni d'authenticité.

Enfin le terme authentique renvoie à une vérité du propos, c'est-à-dire qu'un phénomène doit correspondre à une réalité identitaire comme celle du récit de la *surf music* ou de la communauté des surfeurs. Guilbault (2010) explique que dans la soca, l'authenticité est l'expression du « nous » : « what makes soca songs 'authentic' is that they are a 'reflection of us,' a reflection of the new visual and sonic environments that soca artists experience on a daily basis » (p. 283). Dans les *lifestyle brands*, les projets promotionnels aussi spontanés semblent-ils prennent en compte la nécessité d'exprimer l'expérience du « nous » : c'est encore une fois ce qu'a compris Sun Bum en mettant en œuvre les Bum Rush Tours et Sonny's Porch. Ces événements sont jugés sur leur capacité à produire de la vérité dans le récit commun des surfeurs. Pour Frith (1996), l'authenticité n'est pas la qualité de la musique

296 Wheaton, B., Beal, B. (2003). Keeping it real. *International Review For the Sociology of Sport*, 38(3), 155-76.

297 Young, C. (June 1984). Skank or die. *Playboy*.

en tant que telle mais l'histoire qu'elle raconte : le récit des interactions musicales dans lesquelles les participants se placent (p. 124).

11.2.2 Crise identitaire dans les *lifestyle sports* : la résistance socioculturelle

Selon Dustin, les *lifestyle sports* connaissent une crise identitaire relative à une dichotomie entre l'image originelle des adhérents aux communautés subculturelles et les participants modernes. Si le surf et le skateboard étaient une forme de résistance à une société capitaliste et à l'ordre établi, la démocratisation de leur industrie les a rendu accessibles au grand public et certains aspects (souvent esthétiques) ont été récupérés par les non-participants.

I think there's an identity crisis happening in action sports in particular surfing. Snowboarding, the example I used before is you have rich white kids, like you have to have some cash to have lift tickets and live in the mountain, and the gear is expensive, and goggles are expensive, and listening to gangster rap that's talking about shooting people and selling drugs. These kids are not doing any of that. They're the whitest white kids ever! There's no association to the urban lifestyle, and skateboarding has always kind of, has always stayed pretty true to its roots and even with their music now, it's gone more urban but it makes sense cause a lot of skateboarding takes place in an urban environment so it makes sense. But to have like some of the younger kids listen to real hardcore hip hop, trap music... Or whatever... How can you even relate, there's no relevance whatsoever to the lifestyle that they live so... And electronic, it's whatever, there's no connection, anybody could... I don't feel like electronic is really... It's noises, it's not like... It's not associated to any sort of lifestyle but going to the clubs and doing drugs. (Dustin, entretien du 16 septembre 2016 – 47).

Le métier de Dustin consiste à analyser les comportements des consommateurs pour mieux cerner les publics visés par certains produits. Ces propos découlent donc d'une réflexion nourrie sur les habits des consommateurs et leurs contradictions. La crise identitaire dont il parle provient de l'écart schizophrénique qui s'est créé entre une musique censée représenter un mode de vie et la conception de ce mode de vie. Si la musique urbaine correspond bien au skateboard, il ne correspond pas à la réalité du snowboard devenu une activité réservée aux plus riches. Mais cela nous renvoie à notre rejet de l'homologie : la musique ne peut pas se substituer à la pratique sociale ou culturelle pour l'expliquer. Comme dans la *surf music*, les thèmes des chansons ne sont pas des énoncés performatifs. La crise identitaire vient du fait que les musiques se consomment selon des modalités différentes qui libèrent d'un modèle contraignant réduisant tel genre à telle activité. Si la résistance socioculturelle signifiait punk et rock, les contextes ont changé et de nouvelles formes de résistance ont pu se mettre en place comme le rejet d'une ancienne assignation des sports de glisse aux genres affiliés au rock. Le snowboard est aussi plus proche du skateboard et de la culture urbaine qu'on se le représente.

L'un des plus grands snowboarders de tous les temps, Shaun White, est un exemple très représentatif du croisement des deux sports qu'il maîtrise dans les deux cas au plus haut niveau. Par ailleurs, la discipline *freestyle* du snowboard est directement influencée par le skateboard : on utilise des rampes, des structures verticales similaires aux bols comme le *half pipe*. Beaucoup de surfeurs et de skateboarders font du snowboard mais l'inverse n'est pas toujours vrai étant donné que le surf et le skateboard sont beaucoup plus difficiles à apprendre. Alors il n'est pas surprenant d'obtenir une telle diversité des genres musicaux partagés par les snowboarders qui reçoivent l'influence des skateboarders et des surfeurs.

La résistance socioculturelle ne va donc pas de soi et elle peut prendre des formes insidieuses. Dufaure (2016) emprunte le concept d'immobilité culturelle à Benesch (2012)²⁹⁸ pour décrire une forme de résistance qui tend à critiquer le paradigme de la mobilité en mettant en avant l'idée que l'attachement aux lieux ou à des valeurs établies relèvent d'un besoin d'ancrage et de stabilité dans un espace dédié :

'Cultural immobility' may be defined as the attempt 'to reduce movement and speed' and 'to undo the limitations of place by making it a repository of new ideas,' proffering a deeper and more thorough vision of space as 'vertical and rhizomatic rather than horizontal'²⁹⁹. (Benesch, 2012, p. 406, cité dans Dufaure, 2016, p 88).

D'après le concept d'immobilité culturelle, l'espace dédié à l'immobilité peut être conçu comme un laboratoire d'expérimentation, un lieu de protection de la production culturelle qui au lieu de simplement s'étendre et se propager en l'état, se transformerait pour faire naître de nouvelles formes culturelles apparaissant de manière localisée selon la dissémination rhizomatique que nous avons illustrée au cours de ce travail. Cocoa Beach représente l'un de ces lieux de foisonnement culturel. La *surf town* est un laboratoire de la culture du surf et Sonny's Porch constitue l'une de ses expérimentations. C'est pour cela que la ville est qualifiée de *hub* du surf de la côte ouest des États-Unis. La région joue ainsi un rôle essentiel dans la préservation et l'évolution de l'identité culturelle du surf floridien, et par conséquent dans celles des identités sociales des participants.

Traiter du problème de la protection de l'identité sociale de l'individu ou du groupe implique de comprendre la nature de la menace. Le principe de protection peut être illustré sans tomber dans des extrêmes comme peut le faire Laplantine (1999) par exemple qui extrapole le problème : « Il y a quelque chose de redoutable dans le langage du moi ou du groupe qui

298 Benesch, K. (2012). Cultural immobility: Thoreau, Heidegger, and the modern politics of place. *Amerikastudien/American Studies*, 57 (3), 403-418.

299 Dufaure (2016) explique que la vision de Benesch (2012) suggère que le vertical serait une conception dynamique de l'espace alors que l'horizontal serait une conception statique.

s'estime à tort ou à raison agressé, qui se rétracte et est prêt à la vengeance » (p. 51). Il n'est pas nécessaire de se sentir agressé pour se protéger (le vocable porte en lui la proactivité exprimée par le préfixe *pro-* qui signifie *avant*). En revanche, la protection indique la prise en compte de l'altérité personnelle et sociale. En surf, l'identité d'un individu peut être menacée lorsque ses pratiques sont remises en question par d'autres participants ou par ses propres capacités physiques diminuées par un quelconque facteur comme ici, celui de l'âge :

There are a lot of guys out there, my age, who are struggling riding these little performance shortboards, and all they're doing is trying to hold on to their youth. It's all they're doing. They're doing nothing for their surfing, they're doing nothing for their fun. All they're doing is saying 'look at me, I can still ride a shortboard, I'm not an old fat guy yet'. But they really are and they really should be on a bigger board, but they just can't admit it. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 66).

Le matériel utilisé en surf est connoté. Il est difficile pour beaucoup de surfeurs jeunes ou âgés d'accepter qu'ils ne peuvent pas se conformer à l'idéal de la pratique qui reste attaché à l'utilisation de shortboards promus par les professionnels. S'il convenait de prendre note de cet aspect de la protection identitaire, ce qui est particulièrement important pour notre propos relève de la protection de l'identité de toute une communauté. Comme nous l'avons montré dans cette recherche, la Floride souffre d'un manque de reconnaissance de la planète surf. Cette évaluation négative a été transformée par la communauté en force de création :

That stigma still exists today. It's still there. And so when guys started building boards, and competing in competitions, they had to do it better than they did, we had to prove that we were something and that just followed through the years, through all of the guys... There are guys here who may not build the best boards, there was a long line of guys ahead of them that knew that they wanted to make it as a surfboard builder. They had to do a good job because the bar had been set so high. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 28).

Ainsi les points faibles de la communauté l'ont poussée à miser sur sa créativité. Les planches, les concepts et les surfeurs élaborés dans le laboratoire de Brevard, pour reprendre les termes du concept d'immobilité culturelle, ont fait évoluer le monde du surf aussi bien dans ses aspects techniques qu'esthétiques. Les surfeurs sont conscients de ces qualités particulières qu'ils ont appris à entretenir et à revendiquer. Dès lors, la défense de la culture de Cocoa Beach s'assimile à une protection plus large de l'identité du surf floridien contre les géants du surf californiens :

That's the tough part in today's market. It's been overrun by imported boards from all over, and also the Californian companies figuring out, 'here's how we get more

of the east coast market, is we take up the rack space in the shops by consigning longer terms'. And that really hurts us over here as builders wanting to get paid for what we do. (Ricky Carroll, entretien du 13 juin 2017 – 29).

Il y a une vraie guerre marchande dans le monde du surf dont les implications vont au delà des aspects purement commerciaux. Ce conflit concerne une région à l'identité culturelle axée autour d'une certaine acception de la subculture. L'enjeu est donc de défendre de manière collective chaque membre de la communauté et comme le souligne Bart Kelley en parlant du Rootfire Festival, cela passe par la protection de la vie musicale :

I have a problem with California reggae bands coming here charging \$40 a ticket and supporting nobody local. You know, The Dirty Heads... So you know Slightly Stoopid, well the thing is I think they found the white guy reggae club because Dirty Heads was just here, and then two months later they come back, and it's just kinda like, come on dude, nobody can afford \$80 to go out on a date. (Bart Kelley, entretien du 13 juin 2017 – 71).

La protection des identités des diverses subcultures du surf n'est pas qu'une question de rayonnement des approches régionales du surf sur l'ensemble du territoire américain. Elle dépend aussi des modalités et des possibilités de mise en œuvre du *surf lifestyle*. Or comme le souligne Bart Kelley, si certains éléments pratiques et esthétiques de la culture globale peuvent être assimilés aux subcultures locales, cela doit se faire et ne peut avoir lieu que dans le respect des personnes et des institutions qui constituent ces subcultures. L'échec relatif de la rencontre avec Dirty Heads et Slightly Stoopid repose sur le refus des deux groupes de s'ajuster au mode de vie la communauté des surfeurs de Brevard. Cela s'est traduit par plusieurs écueils dont le plus important a été celui du prix des billets. En effet, le niveau de vie floridien est nettement inférieur au niveau de vie californien³⁰⁰ ; de plus, la communauté est inclusive or de tels tarifs sont prohibitifs pour les moins aisés (cela inclut un nombre considérable de jeunes surfeurs de la région) ; enfin, la référence à un « white reggae club » pointe du doigt le fait que les surfeurs de Cocoa Beach, malgré leur inscription dans une culture blanche, incluent le reggae dans leur approche du *surf lifestyle* et ne souhaitent pas être considérés comme de simples consommateurs d'un produit culturel exotique en vogue, donc onéreux. La question de la présence de musiques *a priori* déplacées comme ici celle du reggae doit à présent être développée car elle constitue le point d'orgue de notre analyse ethno-esthétique.

300 En 2016, le salaire moyen en Floride était de 48 900 dollars par an contre 63 790 en Californie (U.S. Census Bureau).

11.2.3 Le *crossover* esthétique

En musique, le *crossover* est une association de genres ou l'histoire d'une transgression³⁰¹. Il se distingue de l'hybridité qui relève de l'emprunt, du mélange et de la traduction (Stockhammer, 2012, p. 14). En effet, l'hybridation consiste à emprunter certains éléments culturels environnants afin de former une entité nouvelle et autonome alors que le *crossover* est la rencontre entre aux moins deux entités distinctes mais encore intègres et reconnaissables dans l'espace culturel. Le concept renvoie à la notion d'authenticité qui selon Brackett (2016) met dos à dos les motivations des artistes et les liens indissociables entre genres et identités (p. 281). Le *crossover* musicale est pensé comme une transgression des catégories sociales puisqu'en mêlant différents genres, on mélange aussi des ethnies, des statuts sociaux, des sociétés, etc. Il y a l'idée d'un passage de frontière. Brackett (2016) utilise le mot *boundary* qui en anglais marque une limite linéaire et la séparation, alors que le mot *frontier* marque une zone liminaire d'intégration, voire de partage (une distinction qui n'existe pas en français et qu'il fallait rappeler ici). Comme nous l'avons indiqué plus haut, la country est l'exemple d'une musique qui exprime des caractéristiques identitaires de personnes inscrites dans le mode de vie portant le même nom³⁰². Pourtant des frontières ont été franchies avec la figure antinomique du cowboy urbain. C'est une transgression que nous observons aussi aujourd'hui dans les *lifestyle sports* (on pense au reggae dans le surf ou au rap dans le snowboard comme le dénonçait Dustin plus haut). Pour Brackett (2016), ce phénomène s'explique par l'émergence de discours selon lesquels l'idée du *crossover* répondrait aux changements dans la manière de comprendre les catégories et leurs fonctions, mais la matérialisation de ces discours ne s'est pas encore opérée dans les catégorisations officielles comme les *charts* ou les *playlists* (p. 283). Le *crossover* est donc la réponse à un besoin d'expression de l'expérience et de la réalité esthétiques des nouveaux groupes communautaires auxquelles les frontières artificielles des catégories ne correspondent plus : « In other words, the discourse of crossover may have been responding to the sense that the categories as they existed were insufficient to map the the practices of musicians and consumers » (Brackett, 2016, p. 283). Le *crossover* pose alors le problème de délimiter le *mainstream*, le *core* et les marges des catégories musicales comme nous l'a montré la *surf music*. Dans notre cas, le *crossover*, c'est le reggae dans le surf américain plutôt que le rock ou le punk. Il renvoie alors à la mobilité sociale, culturelle et esthétique (pas en contradiction avec la notion d'immobilité culturelle développée plus haut mais plutôt en concordance avec elle), puisque selon l'évolution de la musique, de

301 C'est la mention du terme *crossover* par Sean Slater qui m'a amenée à rechercher ses diverses utilisations dans des domaines divers dont celui de la musique.

302 Il convient d'insister ici sur l'opposition entre les notions de ruralité et d'urbanité marquée par le mot *country*.

nouveaux publics et de nouvelles combinaisons se forment qui imaginent de nouvelles esthétiques correspondant à leur expérience de la réalité socioculturelle.

Crossover highlights the tension between the differentiated practices that people experience in their daily lives, and the imagined unities of categories of people and music that enable the use of genre and identificatory labels in communication —what I elsewhere described as the tension between lived and imagined conceptions of genre. (Brackett, 2016, p. 26).

Les membres d'un groupe social ou culturel ont différentes manières de s'engager dans l'acte musical et leur interprétation, même si elle diffère de l'intention de l'artiste, est cohérente dans sa conception fautive (elle peut-être en contradiction avec les intentions originales de l'artiste, qui par exemple dans notre cas, n'a pas nécessairement créé sa musique pour qu'elle devienne *surf music*). Un concert est un espace où le *crossover* est validé par tous dans la mesure où les participants le considèrent légitime car répondant aux attentes esthétiques et socio-culturelles de leur mode de vie. Même si des étrangers sont présents, le concert reste un lieu de sécurité puisque chaque participant vient pour les mêmes raisons. Ces lieux permettent d'exprimer des émotions en lien avec le *lifestyle* et donc permettent la réalisation des potentialités identitaires d'individus sociaux.

11.3 Valorisation ethno-esthétique

11.3.1 Une place dans le monde : espace et temporalité de la subculture

La musique, peu importe ses caractéristiques stylistiques, est un moyen pour les participants de manifester un sentiment d'appartenance. Cette notion implique des rapports d'inclusion et d'exclusion ainsi qu'une prise de conscience du monde et des voix qui représentent ses différentes expériences. L'appartenance se manifeste alors par l'adhésion à l'une ou plusieurs de ces voix matérialisées par des groupes d'affinité, des mouvements, des régions et des nations. L'appartenance musicale prend forme à travers la complexité des forces socioculturelles, régionales, nationales et multinationales qui donnent naissance à des communautés sur la plage, dans les concerts ou lors de compétitions. Enfin, l'appartenance inscrit les cultures et subcultures dans l'espace et le temps grâce à la mise en œuvre de discours justifiant leur légitimité géographique, temporelle, socioculturelle, esthétique et identitaire : leur place dans le monde. Sean Slater a beaucoup voyagé pour sa carrière de surfeur professionnel. Il a donc fait l'expérience de beaucoup de lieux idéaux pour le surf mais il justifie son attachement à Cocoa Beach en dépit de ses insuffisances en termes de vagues :

[I live here] because of the fishing, and my friends, and I'm born and raised in Cocoa Beach, for 48 years. But you know, I still like the waves in Cocoa Beach. It's not the greatest but it's probably the greatest place to learn. There's so many different things to do as far as fishing, and sporting things around the water here, and it's great. You're kind of right in the middle, so you have the Keys, or you can go to the Bahamas, and you're a pretty quick shot to the Caribbeans. I just like Florida. It's getting a little bit overrun with tourists, and it's hard even to get to the grocery store but we like Florida. (Entretien du 7 juin 2017 – 37).

Sean place la Floride au centre d'un monde caribéen qui lui paraît idéal mais qui selon d'autres perspectives pourrait sembler tout-à-fait excentré. Sa justification commence à la première personne du singulier mais elle se termine à la première personne du pluriel qui marque la voix de sa communauté d'appartenance, les surfeurs floridiens. Après avoir expliqué son attachement aux qualités physiques de la péninsule, Sean rappelle la singularité de Cocoa Beach en termes de production de surfeurs exceptionnels, sur le modèle de son frère Kelly Slater :

I tell you what man, we have some good upcoming kids, and they are some good people. And I think there's an era for a while when like, the families were getting a little bit overzealous because Kelly was making all this money, and he's number one, and winning all these titles, so they're, like on the beach, like football coach, screaming at their kids on the water, and I hope to god the era's gone. I haven't seen a lot of that in the last few years. (Entretien du 7 juin 2017 – 38).

Les familles de surfeurs de Cocoa Beach ont visé un idéal, celui de Kelly Slater à qui ils s'identifient parce qu'il est de chez eux. C'est un héros local et s'il a pu y arriver, alors d'autres le pourront aussi. À l'exemple de Ricky Carroll, les locaux semblent penser qu'il y a quelque chose dans l'eau de Brevard. Ils justifient leurs comportements et leur appartenance à la communauté par l'exceptionnalité de tout ce qui ressort de Cocoa Beach. Il y a un amalgame entre la structure géographique objective et la construction de l'identité socioculturelle qui ne s'arrête pas à la pratique de l'activité du surf mais englobe le mode de vie et donc la manière dont la *surf music* est conçue. Les surfeurs floridiens sont à la croisée de plusieurs cultures (par exemple, caribéenne et redneck selon la proximité physique, mais aussi hawaïenne et californienne selon la proximité idéologique) et de plusieurs flux identificatoires (*surf lifestyle*, statuts alternatifs liés au travail, aux origines sociales, aux mobilités, etc.). Trouver ainsi sa place dans le monde implique de se confronter à ses alternatives. Pour Benedetti (2016), la prise de conscience des mouvements et des interactions de ces multiples identités relève d'un « dilemme identitaire » consistant pour les membres d'une communauté « à naviguer en permanence d'une culture à une autre afin de trouver leur place dans la société » (p. 110). La

musique est l'endroit où ce dilemme prend corps et permet aux individus de réorganiser leur place dans le monde, comme le souligne Regev (2013) :

Being primarily a complex web of meaningful sonorities, a set of 'things that have sonic-physical presence in the world, pop-rock styles and genres become objects of interactions, building blocks that afford individual and collective actors the arrangement and construction of life-worlds, of ways of being in the world. (p. 4)

La *surf music* est un mélange de genres qui dans sa temporalité a été porteuse de sens pour les communautés de surfeurs qui l'ont enrichie de leur expérience esthétique. Mais la construction de réalités matérialisées par la musique ne se fait pas de manière autarcique. Les genres musicaux qu'ils soient associés à un mouvement socioculturel ou un espace géographique se développent au sein d'un réseau global comme l'explique Regev (2013) :

All in all, the working of this circuit usher world culture to a condition in which its different sub units, as much as they maintain uniqueness and distinction, display greater connectivity, overlap, and proximity than ever before or, in short, to a condition of aesthetic cosmopolitanism. (p. 5)

La dissémination globale des cultures implique une prise en compte des autres unités culturelles et du sens des échanges entre ces dernières. Mais la glocalisation ne signifie pas qu'il y ait une homogénéisation de la diversité culturelle. Elle marque l'intégration de l'exogène dans la production locale comme l'indique Regev (2013) :

Openness consists not only of straightforward consumption of imported cultural goods. It also includes explicit absorption, the indigenization and domestication, of exogenous stylistic elements, creative practices, techniques of expression, and other components into the production of local, ethnic, and national culture. (p. 8).

Le glocal prend ainsi en compte les unités sociales régionales et les replace dans le global. La notion de microstructures globales provient de travaux sur la finance et sur le terrorisme et développe l'idée de structures socioculturelles de connectivité et d'intégration qui sont d'envergure globale mais de caractère microsociologique (Regev, 2013, p. 137). La culture du surf est composée d'unités réparties sur l'ensemble de la planète. Ces unités communiquent entre elles en voyageant (compétitions, *surf trips*), par l'intermédiaire des réseaux sociaux et par le partage des musiques (dans les vidéos de surf, lors des compétitions médiatisées, lors d'événements comme Sonny's Porch, Rootfire Festival, etc.). Ces scènes dites microsociologiques interagissent entre elles mais manifestent une identité singulière à travers leur signature ethno-esthétique, une notion que nous allons à présent illustrer.

11.3.2 Signatures ethno-esthétiques : influence caribéenne et reggae

La question de la signature esthétique émane de notre réflexion sur la difficulté à marquer justement les frontières de la *surf music*. Pour pallier cette difficulté, nous avons procédé par analogie en commençant par comparer les sports traditionnels et le surf. Dans la plupart des sports traditionnels, les conditions de pratique ne changent pas. Un stade reste un stade qu'il se trouve à Paris ou en Floride. La gestuelle peut être répétée à l'infini et avec de plus en plus de précision parce que le terrain ne change pas. Même dans les sports où le participant se déplace sur un terrain irrégulier comme en skateboard ou en snowboard, il peut anticiper, apprendre les détails de l'environnement et répéter le même parcours. En surf, le terrain se transforme constamment sous les pieds du surfeur à un instant T, sur la même plage d'une heure à l'autre et d'une région à une autre. Le temps d'anticipation est bref et le mouvement n'est pas répété de façon mimétique mais est ajusté aux conditions. Les surfeurs développent ainsi une capacité de lecture de leur environnement et d'adaptation à ce dernier tout-à-fait singulière. Selon les lieux où ils pratiquent, ils développent un style approprié au type de vague d'après l'éventail de conditions qu'elles sont en capacité d'offrir. Dans la *surf music*, nous observons les mêmes capacités d'adaptation à un éventail de caractéristiques environnementales que constituent l'espace géographique et les cultures qu'ils portent. Les mêmes problématiques de temporalité, d'instabilité et d'adaptation se retrouvent dans la *surf music*. Dès lors, la signature ethno-esthétique correspond aux tendances stylistiques d'une communauté et à sa mise en œuvre de la musique comme outil culturel. Rappelons la kinesphère de Laban qui de manière analogique illustre le fait que la musique passe de l'occupation de tout l'espace de la kinesphère, vers un espace réduit du genre musical, jusqu'à une forme encore plus réduite du geste musical culturel. Les tendances que nous avons observées chez nos sujets convergent ainsi vers un *surf lifestyle* fondé autour de l'axe « fun and simplicity » influencé par la culture caribéenne du reggae.

Les sujets de cette étude et les enquêtés ont tous la même vision du surf parfois à l'opposé d'autres régions. La pratique et le mode de vie doivent être décontractés et simples parce que le but est de s'amuser et de se procurer du plaisir comme l'explique Sean Slater en décrivant ce qui constitue à ses yeux un bon surfeur :

I used to say when I was younger that I liked anybody who was having the more fun than anyone. . . . I like someone who's dedicated, I like someone who's nice, someone who keeps their attitude, doesn't change it... I used to like surfing with Todd Chesser, and Clark and Tom and Sui, and some of them moved on... My little crew in Hawaii, Shawn Dory and Kelly, it was a lot of fun... That crew is probably my favorite surfers. (Entretien du 7 juin 2017 – 16).

Le surfeur qui s’amuse le plus est le meilleur surfeur. C’est aussi celui qui ne se prend pas trop au sérieux et qui ne change pas de comportement vis-à-vis des autres parce qu’il connaît un certain prestige. Il s’agit de rester simple. Dans la musique, la simplicité et le plaisir de surfer se transposent dans une musique qui doit porter un message positif :

A lot of the music I listen to is either, it’s very deeply rooted in a positive message, it’s about love, or it’s about having fun. The three main topics in pretty much all music. So it’s very organic, and a lot of what I love, I’m a melody junky, I love melody, I love melodies, and some people like to call it the hook. That’s what gets me, the hooks of songs. (Lance-O, entretien du 16 janvier 2016 – 4).

Selon Lance-O, la musique doit contenir trois éléments sémantiques : l’optimisme, l’amour et la joie. La mélodie doit être en mesure d’exprimer ces notions qui chez Lance-O proviennent du reggae. Les mêmes impératifs sémantiques sont partagés par Bart Kelley dans sa programmation du Sun Bum Positive Sunday :

First of all, I try to keep everything positive, and I try to keep everything fun. I try to keep everything cool. It’s just a little bit more laid back but still fun, cause it’s also fun day... It’s just whatever is good at that time. It’s never anything too negative and if it is negative, it’s still fun cause it’s punk-rock. (Entretien du 13 juin 2016 – 47).

Pour l’émission, Bart programme principalement du reggae qu’il conçoit comme la *surf music* positive et « fun » représentative du surf. Dans son mixage, il propose parfois du punk-rock même s’il le considère négatif (la sémantique est plus pessimiste, ce qui correspond aussi à la distinction faite par Regev (2013) entre pop et rock), l’instrumentation reste source de plaisir pour beaucoup de surfeurs. Dans le cas des deux D.J., Lance-O et Bart Kelley, le plaisir va au delà de l’écoute et se trouve dans la possibilité d’assembler des musiques et de proposer des séquences ou des mixages et donc de participer à la formation et la mise en œuvre du récit du surf local. La *surf music* historique s’est construite selon des principes de rébellion, d’hédonisme et d’expérimentation sonore. La *surf music* floridienne s’est construite comme esthétique culturelle en s’inspirant de l’aspect hédonistique du mouvement historique et en misant sur la joie exaltée dans l’expérimentation des possibles soniques et sémantiques. Un sentiment que Small (1998) définit comme la représentation consciente de la présence d’une entité envers laquelle on éprouve du désir ou de l’amour alors que la tristesse est la réponse à sa perte (p. 137). La musique dont parle nos sujets met en œuvre la perception que les surfeurs ont de leur pratique. La programmation de la musique des D.J., telle qu’elle est conçue, permet de faire l’expérience des relations qu’entretiennent les surfeurs avec leur activité : dans un esprit positif et de plaisir. Comme le souligne Small (1998), cela explique la réponse émotionnelle provoquée par l’acte musical :

So, if ‘to music’ is not just to take part in a discourse concerning the relationships of our world but is actually to experience those relationships, we need not find it surprising that it should arouse in us a powerful emotional response. The emotional state that is aroused is not, however, the reason for the performance but the sign that the performance is doing its job, that it is indeed bringing into existence, for as long as it lasts, relations among the sounds, and among the participants, that they feel to be good or ideal relationships. (p. 137).

Le succès des émissions de Bart Kelley, des spectacles de Lance-O (tous deux en partenariats avec Sun Bum) et des concerts de Sonny’s Porch sont le gage de la réussite des musiques à donner corps aux émotions des surfeurs dans des relations idéales entre les sons et la réalité esthétique du surf. Le plaisir peut ainsi devenir une force sociale comme l’explique Guilbault (2010) pour qui le sentiment recherché et partagé permet aux communautés de se former et de se pérenniser :

[P]leasure in live performance . . . is not innocent. It transforms audience members ‘in the know’ into subjects of community and, simultaneously, it constitutes the outsider as the necessary, even welcome—even though not fully accepted—counterpart of its formation. In so doing, pleasure then becomes a productive force of power. (p. 287).

Dans la démonstration du plaisir (lors de concerts ou à travers des répertoires fondés selon cet axe), les participants adhèrent à l’esthétique de la subculture du surf floridien et valorisent le caractère de leur communauté qui repose sur un esprit que les sujets qualifient de positif et qui se doit avant tout de procurer du plaisir. La musique reflète cet état d’esprit et même si la *surf music* est composée d’éléments stylistiques distincts, une tendance se dessine chez les surfeurs floridiens. La majorité inclue le reggae dans la *surf music* dans un mouvement qui va au delà du principe de consentement collectif. En effet, l’étude des entretiens, des questionnaires, des playlists et des programmations musicales (radios et concerts) montre que les surfeurs floridiens ont tous à leur répertoire personnel du reggae. Dustin définit la *surf music* ainsi : « I think it has some sort of element of rock and roll, and then some sort of element, I feel of reggae, I kinda think, where it’s slower, and just associated to those things, the sunshine, the beach, the water, things like that » (entretien du 16 septembre 2016 – 49). Une fois dépassée leur connaissance apprise comme un dogme de ce que constitue la *surf music*, les sujets assignent au reggae les capacités de représenter au mieux leur mode de vie, celui de la plage, du soleil, d’une approche du surf simple et décontractée. Pour Lance-O, c’est une musique qui promeut un message optimiste mais c’est aussi une musique de résistance : « Reggae was born as a voice for the voiceless and people that struggled, people that were oppressed, people that weren’t allowed to do everything that everyone else was allowed to do. It’s injustice,

inequality, but it also evolved into, having fun, dancing, love » (entretien du 16 janvier 2016 – 4). Bart Kelley et Ricky Carroll soulignent que le reggae est spécifique à la Floride à cause de sa place centrale dans la culture des Caraïbes (ils ont le même point de vue que Sean à cet égard) :

Bart Kelley : You can go up north on the beach and they don't want a red, yellow, green anything. Which is kinda weird.

Ricky Carroll : They don't identify with the culture for some reason. The surfers here identify with the whole Caribbean culture, whereas up there, it's foreign to them. (Entretien du 13 juin 2017 – 34).

Les couleurs du reggae (vert, jaune et rouge) sont en effet visibles lors des concerts qui ont lieu à Cocoa Beach. Ce sont des symboles auxquels s'identifient les surfeurs parce qu'ils ont développé une identité hybride à la croisée des multiples identités culturelles qui composent la Floride et de celles qui constituent le surf dans le glocal. Dès lors, la *surf music* a été transformée selon les mêmes procédés d'hybridation du surf pour répondre à leur expression :

A musical text that is not a literal quotation can only be understood as participation in a genre if that genre is capable of being quoted outside of, or beyond, the initial context in which it was created, and if that genre is legible to addressees beyond the initial audience for the genre. (Brackett, 2016, p. 13).

Le reggae n'est pas la musique originale des surfeurs mais s'inscrit aujourd'hui dans l'une de ses manifestations puisqu'il peut être cité par les surfeurs. La *surf music* est ainsi constituée par l'expression censée être son résultat. Pour Britty, le reggae est l'expression vers laquelle gravite (pour reprendre son terme) Cocoa Beach qu'elle assimile complètement à une île (ce qui n'est pas le cas puisque la ville est reliée au continent par des ponts à l'ouest et un banc de terre au nord) :

I think it's the energy of the music is just very laidback, it's kind of like, you know, I think living by the beach, we don't have that hustle and bustle of the city here, it's more of a small town. We've got that laidback kind of island style. . . . I always tell people, 'Oh you know, I'm on island time,' whatever, and literally, like we are, so what! (Entretien du 15 juin 2018 – 17).

Le reggae est assimilé à la fois au *surf lifestyle* et à la ville de Cocoa Beach conçue comme une île et dont le mode de vie répond aux caractéristiques des cultures insulaires. Dans le dernier temps de cette partie, nous mettons en perspective la manière dont les surfeurs locaux se sont approprié l'espace urbain grâce à une *surf music* répondant à la fois aux critères esthétiques de leur *surf lifestyle* et à ceux du *beach lifestyle* dans un élan collaboratif.

11.3.3 Surfanisation : la *surf music* dans la typologie de la *surf town*

De l'espace physique dans lequel la musique prend vie à la mythologie construite autour d'une scène idéologique, le lieu dans lequel un type de musique se développe et est consommé joue un rôle vital dans son évolution et sa préservation. Dans les lieux les plus représentatifs, voire les plus stéréotypés, il existe un effort pour cultiver, soutenir et maintenir l'activité musicale dans le but d'activer localement de nouvelles formes de cultures créatives et d'identités. Dans cette dernière section sur la *surf music* floridienne, nous nous concentrons sur la mise en œuvre du *surf lifestyle* à travers des *surf music* ancrées dans des espaces géographiques et sociaux enclins à la créativité culturelle. Ces lieux permettent le développement de dynamiques esthétiques représentationnelles et inclusives comme l'illustre Sun Bum en dédiant son espace à la performance musicale dans le but de promouvoir le *surf lifestyle* associé à la *surf town*. Dans ce dernier mouvement qui nous éloigne du mythe de la *surf music* marquée par les frontières californiennes et une esthétique exclusive, nous mettons en avant les caractéristiques d'une musique légitimiste utilisée comme plateforme qui contribue à marquer les économies, les politiques et les identités locales en promouvant une surfanisation singulière. Nous proposons ce terme qui renvoie à l'urbanisation selon les codes du *surf lifestyle* incluant la *surf music*. Comme nous l'avons expliqué, l'utilisation de l'espace professionnel de Sun Bum comme une scène est une manière de relocaliser la *surf music* : elle est déplacée, labellisée et exposée comme l'une des identités du *surf lifestyle* de Cocoa Beach. Les surfeurs locaux la voient comme une validation de leur identité singulière alors que les touristes associent ces événements musicaux à la *surf town*. Les infrastructures développées par les communautés esthétiques, sociales et géographiques ont permis à une subculture adoptée, commercialisée et réorganisée selon des codes régionaux de grandir. Ce procédé permet l'activation de savoir-faire et clarifie la relation espace-musique-activité et la manière dont elle peut être cultivée et soutenue localement.

À la lumière de notre définition de la *surf music*, il convient de rappeler ici la manière dont l'attraction à la musique peut être appréhendée ainsi que le potentiel de formation de différentes formes de *surf music*. Pour cela nous basons notre approche sur la classification des sons en deux dimensions telles qu'elles sont proposées par Regev (2013) : l'une physique, l'autre rhétorique (p. 162). Nous ajoutons à cette approche une dimension culturelle. Ainsi, selon cette nouvelle classification, les goûts musicaux sont déterminés par la dimension physique de la musique « sonic textures and effects » (*ibid.*), la dimension rhétorique, « meaning and symbolism of specific musical phrases » (*ibid.*), et la dimension culturelle, l'attachement affectif à une histoire locale. Bien qu'il serait faux d'affirmer que les goûts de tous les habitants d'une ville puissent être pensés de manière homogène, les travaux de Regev

(2013) et Small (1998) ont montré que les individus développent leur sens du goût en relation les uns avec les autres dans un effort collectif et dans le but de renforcer leur identité sociale.

11.3.3.1 Paysage sonore de Cocoa Beach : la *surf music* comme bruit urbain

La musique est devenue un bruit urbain et les communautés urbaines attendent des musiques qui les entourent qu'elles valident leur esthétique collective car ces musiques accompagnent leur vie de tous les jours. En marchant dans les rues de Cocoa Beach, on entend de la musique anglo-américaine qui provient des magasins, des restaurants, des bars, des voitures, etc. Pour Regev (2013), de telles musiques organisent l'espace public : « [these songs] set the city's public musical soundscape » (p. 159). Ces chansons sont associées à un lieu particulier puisqu'elles en construisent son aura singulière et ont un impact sur les individus et la mémoire collective. Comme le montre Regev (2013), « [w]hile not necessarily recognizing the songs, the sounds that fill up the urban environment are nevertheless very familiar » (*ibid.*). Elles reflètent la coopération de la communauté et accompagnent les actions du quotidien (en mangeant, en conduisant, en surfant, en buvant ou tout simplement en se promenant dans la ville). Dans la *surf town*, la musique est l'arrière plan du *surf lifestyle* et offre à la ville l'équivalent d'une bande originale. Nous synthétisons dans cette section la fonction sociale de la *surf music* associée à tous les aspects du *surf lifestyle* qui ne concernent pas directement l'activité surf mais qui engagent la communauté comme lors de la participation aux concerts. La mise en œuvre de cette fonction sociale de la *surf music* met en exergue les manières dont l'environnement urbain est utilisé dans la construction d'un sens d'identité esthétique collective.

Afin d'illustrer notre propos, nous revenons ici sur les concerts de Sonny's Porch³⁰³. Les concerts qui ont lieu sur la véranda ne sont pas acoustiques et la technologie est utilisée pour amplifier le son. Quiconque entend la musique dans la rue est invité à s'arrêter et à participer puisque Sonny's Porch est gratuit et ouvert au public. Dans ce procédé, les surfeurs (organiseurs et participants) prennent possession de l'espace public à travers les événements

303 Rappelons que la marque Sun Bum s'est inspirée du *beach lifestyle* décontracté de la Floride pour construire son image, et c'est dans le jardin du bureau de Cocoa Beach qu'ont lieu les concerts, cachés de la rue par une haie de palmiers. La logique derrière la mise en œuvre des concerts était que les surfeurs aiment se réunir autour d'une bière et de la musique après une session de surf, alors Dustin a voulu reproduire pour le public, l'expérience de cette fête d'arrière-cour entre amis. Les artistes invités à Sonny's Porch peuvent être originaires de Floride ou d'ailleurs dans la mesure où ils correspondent à la construction subjective de l'expérience surf de la communauté qui se doit de promouvoir l'approche « fun and positive ». Ainsi les artistes invités à Sonny's Porch représentent par exemple le reggae hawaïen avec Mike Love (différent du Mike Love des Beach Boys), le reggae barbadien avec Collie Buddz, le rock psychédélique californien avec The Growlers, le garage rock floridien avec les Jacuzzi Boys, ou encore le surf rock hawaïen avec Donavon Frankenreiter. Le bureau est au cœur de la ville, à l'intersection de la plage, Neilson surf shop et Surfinista (le café favori de Kelly Slater selon Dustin et Sean Slater). Il se trouve à quelques centaines de mètres du restaurant le plus populaire de Cocoa Beach, Coconuts on the Beach.

musicaux auxquels ils participent (Illustration 15). Bien qu'il y ait une diversité des genres musicaux joués à travers la ville, une tendance se dégage qui correspond à la programmation de Sonny's Porch. Il s'agit d'un type de musique qui génère des émotions de joie et qui maintient une aura décontractée plutôt qu'un rythme rapide ou agressif (comparer Cocoa Beach à des villes comme La Nouvelle Orléans avec le jazz et le zydeco, Las Vegas avec des musiques modernes allant du rap à l'électro ou encore Miami avec la musique hispanique dans le quartier art déco aide à se représenter la manière dont la *surf town* parvient à se définir à travers sa musique). Bien que les musiques ne soient pas toutes originaires de Floride, elles semblent parfaitement intégrées à l'atmosphère de la ville. Pour reprendre les termes de Regev (2013) : « [there is a] sense of locality [of *Floridaness* that] is efficiently integrated with the global sounds of [surf music] to create one culturally coherent soundscape » (p. 159). En fait, beaucoup des musiques jouées dans l'espace public ne sont pas originaires des États-Unis, alors leur texture musicale a été importée et incluse dans la *surf music* locale. Selon Regev (2013), « such textures have the potential to usher in new modes of individual and collective experiences, alter the physical reality of public spaces, and in general affect cultural performance at the individual and collective levels » (p. 160). Par exemple, l'inclusion du reggae dans la *surf music* a aussi amené les surfeurs locaux à adopter ses couleurs caractéristiques (vert, jaune, rouge) et sa philosophie de vie comme nous l'avons vu en amont. Beaucoup de surfeurs de Cocoa Beach arborent les couleurs ou soutiennent la doctrine rastafarienne intrinsèque au reggae. C'est le cas de Bart Kelley (rappelons qu'il présente une émission en partenariat avec Sun Bum, intitulée Sun Bum Positive Sunday), de Lance-O (dont le label, Kulcha Shok, se spécialise dans la culture reggae) mais aussi dans une moindre mesure, de Dustin qui invite beaucoup d'artistes reggae à Sonny's Porch (Illustration 17). Ces trois individus occupent l'espace public avec leur musique et ils le partagent avec d'autres sensibilités musicales comme celle de la country. Ainsi la présence de musiques étrangères comme le reggae traditionnel et de musiques locales comme la country fait que Cocoa Beach partage la même esthétique que d'autres villes du reste du monde (Regev, 2013, p. 171). L'inclusion du global dans le local et l'interconnexion du local dans la composition du global est bien ce que Robertson (1995) a appelé la glocalisation (p. 31). La *surf music* constitue ainsi un paysage sonore glocal fait de sous-unités stylistiques avec lesquelles tout individu peut être familier (il n'est pas nécessaire d'être un surfeur pour reconnaître le rock ou le reggae). Par ailleurs, selon Regev (2013) : « [l]ocal urban musical environments thus become global [surf music] soundscapes, places where one feels local and global at the very same time » (p. 171). Les surfeurs et les *surf towns* sont glocales à cause des mouvements et de l'hybridation des cultures. Dès lors, la connaissance musicale de chaque individu lui donne la

capacité d'appartenir au local et au global dans le même temps à travers un espace urbain partagé.



Sonny's Porch. Mike Love, 2017.

Illustration 15: Concert de Mike Love à Sonny's Porch, 2017. Ces photographies personnelles sont prises de la rue. On peut voir les passants s'approcher de la véranda et observer le concert à travers les palmiers.

11.3.3.2 Cocoa Beach et sa *surf music* : appropriation spatiale et identité

La musique et les espaces géographiques dans lesquels elle est mise en œuvre partagent des éléments culturels concordants voire communs. Certaines musiques sont associées à des régions spécifiques du monde et à certains espaces socio-politiques (comme la ville pour le rap ou la campagne pour la country). Selon Barthes (1991), « [f]or the human being . . . the appropriation of space is also a matter of sound : domestic space . . . is the space of familiar, recognized noises whose ensemble forms a kind of household symphony³⁰⁴ » (p. 246, cité dans Regev, 2013, p. 169). Ainsi les territoires et les musiques sont domestiqués et aident à définir le seuil d'une communauté telle que celle des surfeurs de Cocoa Beach. Nous parlons de domestication car la musique est mobile et s'étend de façon rhizomatique en s'installant dans des environnements non-hostiles à son esthétique. Se faisant, elle témoigne des mouvements humains dans l'espace et le temps car à travers sa mobilité nous pouvons, dans une certaine mesure, retracer le parcours d'un peuple, d'idées et de produits, autrement dit, de cultures.

304 Barthe, R. (1991). *The responsibility of forms*. Berkeley: University of California Press.

Selon Regev (2013), « [m]usic is territorial; its sounds fill up both closed and open spaces » (p. 168). En d'autres termes, la musique se matérialise dans les corps et l'espace grâce à ce que Regev (2013) définit comme des textures soniques amplifiées par la technologie et singularisées par des signatures acoustiques caractéristiques d'instruments emblématiques (p. 162). La corporalité de la musique (comme texture et comme envahisseur du corps et de l'espace qui produit des effets sur eux comme la danse, les émotions, les concerts, l'occupation de l'espace et son organisation multidimensionnelle) agrège ceux qui vivent avec elle en communautés d'appartenance. L'adhésion à ces communautés promeut une identité esthétique collective qui est construite par la rencontre répétée avec des musiques qui deviennent familières et appréciées, ce qui relève de ce que Frith (1996b) appelle « performing rites » (p. 273). Ces rites donnent forme à la vie culturelle de la ville et à son identité collective. En d'autres termes, la *surf town* de Cocoa Beach sur laquelle notre recherche s'est progressivement concentrée, est formée et modifiée comme objet culturel par la matérialisation du son sous une forme mélangée de reggae et de genres locaux. La musique telle qu'elle est mise en œuvre par les acteurs du surf qui ont pris possession de l'espace sonore procède ainsi comme un acteur à part entière de la ville et du *surf lifestyle*.

La combinaison de sonorités spécifiques représentant à la fois l'esthétique caribéenne, la musique populaire locale et la *surf music* historique comme le rock, le punk ou le ska crée le paysage sonore de Cocoa Beach. Ainsi, comme le pense Regev (2013), la musique devient instrumentale dans la singularisation de ce qu'il appelle les communautés ethno-nationales :

Music . . . greatly contributes to the specificity of cultural spaces, to the aesthetic uniqueness that sets apart one ethno-national space from another, and therefore to the perceived familiarity, the sense of 'being at home' shared by members of ethno-national communities. (p. 169).

De nouvelles musiques ont brisé les frontières des communautés ethno-nationales, redéfini les manières traditionnelles de concevoir la musique (comme la *surf music*) mais elles ont aussi donné aux villes une nouvelle dimension culturelle. Cela peut avoir deux conséquences au sein des communautés hôtes comme celle de Cocoa Beach : soit un sentiment d'anomalie lié à l'invasion de musiques en décalage avec l'identité du lieu, soit un sentiment de concordance arroyant une légitimité aux nouvelles sonorités dans une dynamique d'ensemble réussie. On pense notamment aux sonorités essentiellement reggae introduites par des intermédiaires musicaux tels que Sonny's Porch, Kulcha Shok ou Endless Summer Radio. Ces entités régies par des agents du *surf lifestyle* facilitent l'intégration de musiques venues d'ailleurs et la dissipation du sentiment d'intrusion sonore, transformant ainsi leur espace culturel. La récupération de nouveaux éléments permet aux habitants de la ville de prendre part à des

interactions sociales dans leur propre réalité et d'articuler un sentiment d'appartenance à travers la réorganisation sonore de la ville. Par ailleurs, ce qui confère son identité esthétique à la *surf town* de Cocoa Beach est la répétition de certains schémas musicaux et de dimensions musicales que nous avons décrites dans ce travail et qui sont devenus culturels à cause de la mémoire qu'ils ont construite en association avec l'espace urbain.

Pour conclure cette partie sur une note personnelle, il nous semble que plus nous travaillons sur la musique, moins elle semble saisissable à cause de la multiplicité de ses caractéristiques qui s'entremêlent dans un réseau global de pratiques culturelles et d'expériences soniques. Mais comme Bourdieu (2002) l'avait observé : « Le plus 'mystique', le plus 'spirituel' des arts est peut-être simplement le plus corporel. C'est sans doute ce qui fait qu'il est si difficile de parler de musique autrement que par adjectifs ou par exclamatifs » (p. 158). En nous inspirant de contributions nouvelles ou originales de spécialistes tels que Small (1998), Regev (2013) ou Brackett (2016) dans le champ de la musique, nous pouvons dépasser les aspects insaisissables de la musique dans sa matérialisation de l'esprit humain. La corporalité de la musique permet aux individus et aux communautés de marquer leurs identités esthétiques au sein d'espaces culturels inscrits dans un réseau global d'identités. Pour Frith (1996b), « [music] gives us a way of being in the world, a way of making sense of it » (p. 272). Alors que la musique se partage à travers le monde, sa diversité ne disparaît pas puisqu'au contraire, la mobilité culturelle permet l'émergence de musiques hybrides qui forment et renouvellent des espaces culturels singuliers, comme l'illustre la surfanisation de Cocoa Beach (Illustration 16). Ainsi, dans ce travail en civilisation américaine, nous avons montré à travers l'exemple singulier des surfeurs floridiens comment une certaine identité américaine pouvait être marquée par l'appropriation de cultures mobiles repensées d'abord par la société états-unienne, puis singularisées par l'une de ses diverses communautés géographiques et culturelles.



Illustration 16: Mike Love à Sonny's Porch. Photographie personnelle qui représente le phénomène d'hybridation musicale dont il a été question ici. Le groupe utilise des guitares électrique et acoustique, des djembés, la loop pedal permettant des superpositions musicales qui ont fait la popularité de Mike Love.

« In this modern age of music, genres blend together as naturally as the river flows into the sea. With the expansive library of all the music of the world from every time period at our fingertips, creative artists seem to be more and more liberated from the archaic mentality of being pigeonholed into one genre or demographic. Mike Love is at the forefront of this movement. With a foundation rooted in the spirituality and message-based music of Reggae and Rastafari, he blends the sounds of progressive and classic rock, pop, R & B, soul, blues, flamenco, jazz and so much more » (Mike Love, 2014).



Illustration 17: Capture d'écran de la page professionnelle (et publique) de Ricky Carroll Surfboards. La photographie met en avant le partenariat entre Sun Bum, Ricky Carroll Surfboard et Endless Summer Radio. On voit aussi que le logo de la radio promet les couleurs du reggae (vert, jaune, rouge).

Conclusion

‘I have been called the best surfer in the world,’ Edwards said recently, ‘but I don’t know. I think maybe the best surfer in the world right now is some little kid whose name nobody knows— maybe nobody will ever know his name—who is riding out there by himself. Locked in some curl somewhere, having the ride of his young life. He knows how it feels, and I know how it feels. It is being unplugged from life for just a second. God, it’s the neatest thing.’
(Phil Edwards, cité dans Ottum, 1966 p. 11).

1 Retour sur la démarche

La conclusion de cette thèse rappelle les points essentiels de notre recherche et résume les éléments de réponse à la problématique posée en introduction : dans quelle mesure l’expérience musicale inhérente à l’activité et au mode de vie du surf peut-elle être considérée comme un marqueur des identités de diverses subcultures américaines du surf ? Afin de répondre à cette question de manière synthétique, la conclusion propose d’abord un rappel de l’objectif principal de la thèse ainsi qu’un retour sur les auteurs essentiels dont les ouvrages ont pu servir de point de départ, d’ancrage ou d’opposition à notre recherche. Nous faisons ensuite un résumé du travail effectué afin de faire ressortir les articulations du cheminement conceptuel et de valoriser le point de vue original de la thèse. Enfin, nous revenons sur certaines observations d’ordre ethno-esthétique et sur les divers intérêts de ce travail avant de proposer des pistes de recherche pour la suite de cette thèse pensée comme le préambule à un nouveau domaine de recherche.

Cette thèse en civilisation américaine s’est intéressée à la mise en œuvre du *surf lifestyle* floridien à travers une *surf music* ancrée dans un espace géographique et socioculturel peu observé par les spécialistes du surf et pourtant particulièrement enclin à la créativité culturelle et au développement d’une esthétique à la fois singulière et inclusive. Les pratiques culturelles des surfeurs de la Space Coast en Floride ont été analysées par le biais d’une étude ethnographique conceptualisant l’ethno-esthétique et puisant dans les théories de l’ethnomusicologie et de la psychologie sociale. Pour ce travail, nous avons réuni des auteurs de différents domaines des sciences humaines autour d’un thème interdisciplinaire pour lequel aucun ouvrage de référence n’a jusque là été proposé. Comme l’a montré la revue littéraire en introduction, les travaux sur le surf et la musique sont nombreux mais aucun n’a jusqu’ici envisagé une remise en question du paradigme de la *surf music* ou proposé de modèles théoriques pour l’appréhender sous l’angle diachronique qui nous a justement permis de

remettre en question le consensus autour du phénomène fondamentalement américain que constitue la *surf music*. Cela ne remet pas en cause notre gratitude envers les auteurs des ouvrages essentiels à la recherche que sont Tim Cooley (2014, 2011) avec son travail sur le surf et la musique, Motti Regev (2013), David Bracket (2016) et Christopher Small (1998) avec leurs approches ethnomusicologiques singulières, Belinda Wheaton (2004, 2013) sur les *lifestyle sports*, Nathalie Thamin (2007) et sa thèse en ethnolinguistique, Jérémy Lemarié (2016) avec sa thèse sur la genèse du surf, puis enfin malgré notre opposition à certains de ses propos, François Laplantine (1999) avec son approche frondeuse de l'anthropologie.

Cette étude interdisciplinaire a exploré la manière dont l'expérience musicale inhérente à l'activité et au mode de vie du surf peut être considérée comme un marqueur des identités de diverses subcultures américaines du surf. La complexité du sujet ainsi que l'approche choisie ont impliqué de structurer le travail en quatre parties. Dans un premier temps, nous avons établi le cadre contextuel et l'objet de recherche. Nous avons fait le choix de dédier cette partie aux éléments objectifs et tangibles (les lieux et les personnes) auxquels allaient être apposés des mouvements subjectifs (le surf et la *surf music*) dans la deuxième partie. Nous avons ainsi pris le parti de détailler la mise en œuvre de l'observation de l'objet de recherche et la constitution de l'échantillon dans la première partie de manière à donner un sens aux mouvements culturels décrits dans la deuxième partie qui a donc retracé les histoires du surf et de la *surf music* à partir de leurs espaces géographiques et culturels d'origines, jusqu'à leur avènement en Floride. La troisième partie a consisté d'une part à apposer les attributs culturels définis en deuxième partie aux groupes humains délimités en première partie dans le but de faire ressortir les particularismes culturels du *surf lifestyle* floridien, et d'autre part, elle a consisté à poser les jalons d'une approche des cultures en question en prenant en compte leurs caractéristiques mobiles afin de montrer comment des cultures globales pouvaient se déplacer, puis être accaparées par des groupes humains à l'histoire, aux cultures et aux esthétiques diverses. Cela nous a permis de faire ressortir les tensions interprétatives qui existent à l'égard de ces cultures entre passé et présent, entre mémoire(s) et vécu(s). C'est dans cette partie conçue comme une transition entre les deux premières parties descriptives et la quatrième partie visant à apporter une réponse à la question identitaire que nous avons choisi de développer nos deux modèles théoriques relatifs aux mouvements et à l'appropriation des cultures. La troisième partie se voulait donc à la fois une construction théorique basée sur les observations et données objectivées dans les deux premières parties, et une analyse de l'état des cultures étudiées dans le glocal, selon de nouvelles approches. La quatrième partie a ainsi pu s'appuyer sur ces analyses singulières de l'objet d'étude pour développer la question de l'identité dans l'appartenance ethno-esthétique. Il nous a semblé nécessaire à ce point de défendre des concepts attaqués par certaines disciplines des sciences humaines, comme ceux

d'identité et de représentations pour encore une fois sortir des carcans conceptuels dans lesquels les cultures à l'étude ainsi que les outils théoriques étaient enfermés. Ainsi, l'analyse de la position des sujets dans leur subculture du surf nous a permis de montrer que l'expérience musicale inhérente à l'activité et au mode de vie du surf peut être considérée comme un marqueur des identités de diverses subcultures américaines du surf. En effet, nous avons montré que la *surf music* est comprise comme un mouvement musical résultant de la construction de diverses communautés de surfeurs dont la musique crée un espace où s'articulent des identités de surfeurs construites selon un contexte socio-historique, géographique et culturel singulier, ici, celui de la Floride du XXI^e siècle. Ce faisant, nous avons montré que la naissance d'un mouvement musical dans un espace physique donné peut donner lieu à une mythologie construite autour de scènes idéologiques, et que dès lors, le lieu dans lequel les musiques en général et la *surf music* dans notre cas se développent et se consomment joue un rôle vital dans leur évolution, leur conservation et leur interprétation. Nous avons dépassé le mythe d'une culture de la *surf music* exclusivement californienne pour mettre au jour la glocalisation d'une *surf music* redéfinie et utilisée comme espace permettant le marquage d'identités glocales. Nos modèles théoriques relatifs aux systèmes culturels étudiés ainsi que les concepts développés dans ce travail comme ceux de *surf strands*, de principe d'inclusion relative ou encore de surfanisation des espaces urbains ont été développés pour expliquer des phénomènes ethnomusicaux indissociables d'autres dimensions des sciences humaines, à savoir la géographie, l'histoire, l'économie, l'anthropologie culturelle, et selon notre approche théorique, la linguistique.

2 Observations et intérêts de la recherche

2.1 Paradoxe ethno-esthétique : *Freedom from* et *freedom to*

Comme l'a montré cette thèse, le surf et la *surf music* permettent à la fois d'appartenir à une communauté glocale et de s'affranchir d'un mouvement par la revendication d'une approche alternative, libre et spontanée du mode de vie. Le paradoxe ethno-esthétique de la *surf music* réside dans le fait qu'elle a été astreinte à une histoire bornée par des frontières géographiques, culturelles et temporelles dont notre travail a tenté de la libérer. La *surf music* s'affranchit ainsi d'une image désuète pour s'autoriser une créativité sans fin, sans bornes géographiques ou culturelles dans la mesure où elle est validée par la population dont elle porte le nom. Dès lors, le paradoxe du mouvement et de l'enracinement de la subculture prend tout son sens dans la temporalité : pour la comprendre, il faut regarder vers son passé et son avenir à la fois en prenant en compte les individus qui y articulent leurs identités grâce à leur

participation à l'acte musical. Ainsi, le surf et la *surf music* sont fondés sur ce que Guilbault (2010) appelle une esthétique de la participation (p. 285). C'est par les interactions qu'elle permet que la *surf music* produit du plaisir. Lors des concerts, des individus de différents horizons se réunissent pour célébrer un mode de vie auquel ils participent dans leur vie de tous les jours ou par leur approbation le temps d'un événement. En Floride, la proximité du surf fait qu'on ne peut pas s'en exclure simplement en ne le pratiquant pas. Si l'ensemble des Floridiens n'est pas responsable de la construction de la *surf town* ou de la *surf music*, c'est pourtant ensemble qu'ils les construisent en les revendiquant comme symboles de leur région. Surfeurs et non-surfeurs développent un sentiment d'appartenance rendu possible par le partage d'un plaisir esthétique commun. Il se forme alors ce que Guilbault (2010) appelle une « alliance affective » (p. 286) qui repose sur le partage des émotions et de l'espace musical. Une intercompréhension se forme ainsi qu'un respect mutuel qui passe par la reconnaissance du bien que procurent à la communauté les acteurs du surf et de la *surf music*. Comme l'ont montré Sonny's Porch ou le Rootfire Festival, les différences entre participants existent mais le surf et donc la *surf music* leur permettent de créer un lien de solidarité.

Au delà du bien-être affectif, l'attrait pour le surf et sa musique peut s'expliquer par le sentiment de liberté qu'ils apportent du point de vue de la création mais aussi en termes de possibilité du rejet de normes qui ne conviennent pas au groupe ou à l'individu. Comme le soulignent Beal & Smith (2013), il n'y a pas de hiérarchie rigide dans le surf ou de besoin d'une institution autoritaire ou normative :

The appeal of alternative sports is, in part, explained by their anti-bureaucratic norms. Many of these sports are characterized by flexibility, as opposed to rigid hierarchies; personal responsibility and control, as opposed to reliance on 'authority'; high levels of risk and uncertainty, as opposed to calculated predictability; and emphasis on the unique and personal expression, as opposed to standardized practices. (p. 50).

Le *surf lifestyle* se libère de la prédictibilité des autres sports ou modes de vie même si paradoxalement il entretient des rapports très forts avec les médias et s'il est ancré dans le capitalisme américain qui lui a permis de se développer et de maintenir sa popularité. Comme l'explique Howe (2003), « [a]s soon as it can be named, it can be sold » (p. 356). Cependant, comme nous l'avons vu, cela n'enlève pas aux acteurs du surf leur pouvoir d'influence. Ils offrent une voix à leur *lifestyle*. Ils agissent et s'affranchissent d'un système en l'utilisant pour leurs propres fins ce qui a permis aux autres sports de glisse comme le skateboard, le snowboard ou le wakeboard d'émerger, de se développer et de créer à leur tour de nouvelles pratiques. Comme le souligne Howe (2003) : « At least one thing is certain : Surfing begat skateboarding begat snowboarding. In the years following their respective births, they have

wandered away from one another, then returned to influence the others » (p. 358). Malgré leur statut d'activité déviante, ces modes de vie ont conquis des espaces qui leur étaient interdits. Howe (2003) signale avec justesse que ces sports ont tous en eux la faculté d'irriter des individus qui ne conçoivent pas que l'on puisse s'accaparer l'espace public autrement que par la norme : « In our century, beaches have prohibited surfing, mountains have forbidden snowboarding, and cities have outlawed skateboarding. What is it about riding over the earth's surface on a board that pisses people off ? » (p. 358). Les *riders* se libèrent de ces normes et peuvent redécouvrir des espaces, les utiliser comme aires de jeu et en faire des sources d'inspiration.

Enfin dans notre recherche, la *surf music* est apparue comme la bande sonore des participants. Nous avons montré qu'elle évolue en fonction de leur approche du mode de vie et de la manière dont ils s'y perçoivent : « My musics have changed. Now I genuinely listen to softer music » (Dustin, entretien du 10 septembre 2016 – 39). La *surf music* fonctionne comme signifiant sonore de périodes, de générations, de lieux spécifiques et d'humeurs dont nous avons décrit l'importance. Il s'agit là d'une fonction que Regev (2013) assigne au pop-rock : « Pop-rock styles and genres provide aesthetics idioms and bundles of meaning around which generational and lifestyle groupings, as well as ethnic factions and other prominent sectors within national societies define their sense of late modern identity » (p. 20). Cette identité statutaire est à la fois individuelle et collective et ne fonctionne que grâce à la collaboration d'individus organisant eux-mêmes leur espace de liberté que constitue le *surf lifestyle*. Dans cet espace, les surfeurs sont libres de créer, d'inclure, de distinguer et de se libérer des diktats esthétiques, socio-culturels et mémoriels assignés à leurs subcultures par les observateurs (médias, universitaires, industriels, etc.). Ainsi envisagés, le surf et la *surf music* ne sont contraints que par ceux qui les pratiquent et redeviennent des phénomènes civilisationnels authentiques pertinents pour la recherche.

2.2 Enjeux pour la recherche en civilisation américaine et en sciences humaines

L'un des enjeux de cette recherche en civilisation américaine était de combler un vide théorique sur la culture du surf en Floride et sur la *surf music*. Nous sommes partis du principe que chaque étape franchie mène à une solution (même incomplète) d'un problème lié à la recherche académique. En explorant le passé, nous avons tenté de comprendre le présent et d'anticiper le futur de la subculture. Nous avons aussi pour objectif de redéfinir un champ en observant ses participants, en nous demandant ce que signifiait leur participation à la subculture et en interrogeant le sens que leur adhésion à la culture du surf pouvait avoir pour eux. Nous avons approché notre objet d'étude selon une perspective dynamique de mobilité

des individus et des cultures car nous avons considéré que cela était fondamental pour comprendre les politiques d'inclusion et d'exclusion des genres, des groupes de populations et des esthétiques dans la culture américaine du surf. La recherche qualitative (les observations de terrain et des réseaux sociaux, les entretiens et les questionnaires) a mis en lumière les perspectives des surfeurs au sujet de leur subculture, de la *surf music* et de leur perception d'eux-mêmes en tant qu'individus membres d'une communauté du surf globale mais aussi américaine et résolument floridienne.

Nous avons montré comment des communautés culturelles actives ont un effet sur le développement de leur région puisque les valeurs sociales attribuées au *surf lifestyle* et à sa scène musicale *live* et locale créent un capital social qui unie et relie les individus. Les membres de la communauté collaborent à la construction et au maintien d'un mode de vie encourageant le développement de talents singuliers. Les espaces informels (les institutions comme les magazines, les concerts, etc.) promeuvent la créativité des talents DIY (Sonny's Porch en fait partie) et la cohésion sociale. Alors l'un des intérêts de cette recherche pour la civilisation américaine est qu'elle propose (non sans prendre certains risques) une nouvelle façon de penser un mouvement culturel sans l'enfermer dans une vision unilatérale de son histoire mais au contraire en l'ouvrant aux divers possibles. Ainsi conçue, l'histoire de la *surf music* peut nous aider à expliquer d'autres phénomènes plus larges comme celui des continuités et discontinuités de certains genres musicaux fondamentalement américains tels que le rock et le punk. En étant pensé autrement, l'objet d'étude peut révéler de nouvelles pistes pour (re)penser l'américanité et la société américaine.

Au delà des aspects historiques et culturels, notre étude a aussi cherché à comprendre la signification de l'action sociale que constituent le surf et la *surf music* car ces enjeux étaient intrinsèquement liés à ceux de l'éducation, de l'inclusion et de l'exclusion sexuelle, générationnelle, culturelle et de groupes de populations. Comprendre ces enjeux permet de mieux appréhender la manière dont une communauté s'agrège et parvient à éviter la perte de cohésion sociale. Par ailleurs, notre travail a proposé une nouvelle approche de la *surf music* fondée sur une redéfinition de la notion alliant histoire, ethnomusicologie et théories psychosociales. Ainsi, notre conception fluide, inclusive et dynamique de la *surf music* a permis de montrer l'envergure des possibilités dans l'approche musicale et dans l'appréhension d'une esthétique donnée. Nous avons expliqué la nature fondamentale de la réalité institutionnelle et sociale que constitue la *surf music* dans sa conception, ses représentations, son imaginaire et sa mémoire états-unienne. Nous avons montré que le sens de la musique ne réside pas uniquement dans sa production en tant que travail artistique mais dans l'ensemble des interactions socioculturelles qui la mettent en œuvre. Nous avons relié la

création à la réception pour mieux comprendre les manifestations identitaires d'un groupe d'individus donné.

D'un point de vue socio-économique, notre position privilégiée au cœur de l'industrie nous a permis d'analyser les habitus de consommation ainsi que les mécanismes de protection identitaire pouvant être mis en œuvre par une communauté d'individus. En effet, dans certaines régions comme la Space Coast, le tourisme peut avoir des conséquences néfastes sur les pratiques culturelles locales, sur le mode de vie des habitants ainsi que sur leur environnement. Des analyses de la praxis et de l'herméneutique de modes de vie régionaux telles que celles que nous avons menées pour le *surf lifestyle* peuvent ainsi être mises à contribution dans l'effort de préservation de communautés culturelles en rendant compte de l'impact des campagnes promotionnelles des régions touristiques sur les populations locales et touristiques et en pointant du doigt les déséquilibres entre productions authentiques locales et menace d'une domination du *mainstream*. Par exemple, nos observations ont révélé un phénomène encourageant de double perception de l'espace de Cocoa Beach sous la forme d'un « notre fierté, votre destination » dans laquelle les locaux développent un lieu à la fois pour eux et les touristes, mais pas uniquement pour les touristes comme cela peut être le cas dans certaines régions d'Hawaï par exemple (Schlott, 2018).

Enfin, ce travail de recherche en civilisation américaine a soulevé des interrogations sur l'emploi du terme « civilisation ». La traduction anglaise (*American Civilization*) que je proposais lors des conférences auxquelles j'ai assisté au cours de mes trois années de recherche a semblé déranger mes interlocuteurs américains. Si la recherche consiste à contribuer à une conversation alors le mot « civilisation » entravait ma participation au débat concernant le pays dont je devais étudier la civilisation. Comme le soulignent Caron & Rolland-Diamond (2018), le problème semble reposer sur deux causes, l'une sémantique, l'autre méthodologique. Premièrement, le terme est connoté historiquement et prend des dimensions différentes selon les époques et les courants de recherche. Au XVIII^e siècle, le mot était synonyme de colonisation pour les Français. Au XX^e siècle, ces missionnaires sont devenus des ethnologues qui voulaient étudier les peuples colonisés. Claude Lévi-Strauss est l'un de ces ethnologues qui comprit que les peuples colonisés étaient en réalité sophistiqués. Pour Samuel Huntington, la civilisation était associée aux conflits des cultures et des religions (Clément, 2012, pp. 10-11). Les notions de conflits et de domination sont donc très présentes dans le mot même si les Français ont tenté de les faire disparaître à la fin des années soixante afin de pouvoir utiliser le terme dans les formations universitaires (Rolland-Diamond & Caron, 2018, p. 7). Notons qu'Edward Burnett Tylor avait déjà fait le rapprochement entre civilisation et culture à la fin du XIX^e siècle. Cependant, le terme « civilisation » est si

polysémique que les géographes, les anthropologues, les linguistes, etc., en possèdent chacun une définition différente : respectivement, la maîtrise de l'environnement, les cultures et sociétés humaines, l'opposition entre civilisation latine et barbarie grecque (Clément, 2012, pp. 16-21). Deuxièmement, contrairement à d'autres disciplines des sciences humaines, le domaine de la civilisation ne possède pas sa propre méthodologie. Selon Caron & Rolland-Diamond (2018), « La 'civilisation' ne s'est transformée ni en discipline ni en domaine du savoir ; elle est tout à la fois un objet d'étude (on parle de la 'civilisation' de tel ou tel pays) et un assemblage de pratiques sans colonne vertébrale » (p. 3). Ainsi, des interrogations d'ordre méthodologique ont été soulevées lors des comités de suivi de thèse. Par exemple, l'interdisciplinarité sur laquelle repose cette thèse la met-elle en danger de s'éloigner de son objet d'étude (la civilisation américaine) ou de ses pratiques (l'assemblage dont parlent Rolland-Diamond & Caron, 2018) ? Est-ce que le simple fait d'étudier une culture régionale ancrée dans l'histoire états-unienne suffit à inscrire ce travail dans la civilisation américaine ? Or le problème est qu'il n'existe pas de méthodologie de civilisation alors qu'il existe des méthodologies des sciences humaines qui traitent des civilisations. Pour Rolland-Diamond & Caron, 2018, « Il n'y a pas de civilisation qui tienne ; il y a des objets et des méthodes scientifiques qui relèvent des sciences sociales » (p. 7). Dès lors, ce travail a dû être pensé comme une recherche en ce que mes interlocuteurs américains appellent les American Studies. Ce champs encore large, puisqu'en réalité ma thèse s'intéresse aux États-Unis, a permis néanmoins de légitimer l'interdisciplinarité de mon travail puisque les méthodes empruntées aux diverses disciplines ont permis de traiter de caractéristiques états-uniennes et d'ouvrir des discussions avec des ethnomusicologues, des géographes, des linguistes et des sociologues spécialistes de cette région du monde.

3 Propositions : nouveaux horizons contemporains

3.1 Festivals et négociations ethno-esthétiques

L'un des horizons de recherche envisageables pour la suite de ce travail consiste à analyser la manière dont les diverses mises en œuvre de la musique (lors de festivals, de concerts privés, etc.) semblent permettre des négociations ethno-esthétiques entre participants de tous bords. Considérer la musique dans des espaces environnementaux divers permet d'appréhender une société donnée selon des perspectives variées. La *surf music* est le récit de plusieurs continents, pays, régions et villes. L'appréhender dans l'arrière-cour des natifs d'une région spécifique à la manière de Sonny's Porch transforme le privé en espace public et permet à la culture d'atteindre ceux qui n'y auraient pas accès autrement puisqu'elle y est gratuite, à la

fois plus intime mais aussi plus abordable à cette échelle. La musique entreprise de cette manière devient un projet pédagogique. C'est d'ailleurs comme cela que Dustin conçoit son métier qui selon lui consiste à éduquer les gens sur la protection solaire mais aussi sur la culture du surf et donc de sa musique. Comme nous avons commencé à le voir dans notre recherche, la *surf music* peut servir d'outil de modelage des espaces publics dans ce que Woodward, Taylor, & Bennett, (2016) appellent la festivalisation de la culture. Les auteurs explorent les liens entre cultures globales et locales dans la manière dont elles sont vécues lors de festivals. Ils considèrent ces espaces comme des lieux de critique des modes de vie, des identités et des politiques culturelles. Les espaces culturels conçus ainsi peuvent regagner en cohérence à travers la promotion et la mise en œuvre de projets musicaux collectifs. L'une des suites possibles de ce travail pourrait alors consister à observer les modalités de mise en œuvre des festivals de *surf music* conçus comme un archipel servant d'outil pour rassembler au moment où l'Amérique n'a jamais semblé aussi divisée.

3.2 La sémiotique d'Instagram dans l'étude des musiques populaires

Une autre piste de recherche soulevée par notre travail concerne la sémiotique des réseaux sociaux dans l'étude de certaines musiques. Nous avons établi le fait que le surf américain est de manière prédominante une activité d'hommes blancs mais que paradoxalement la transmission du *surf lifestyle* à travers des musique ancrées dans des espaces géographiques et sociaux prônes à la créativité culturelle et à l'esthétique inclusive suggère autre chose. En effet, la *surf music* est variée globalement puisqu'elle est une construction locale recouvrant divers genres de musique comme le rock, le reggae, le ska et même la country. Cependant, la *surf music* porte un mandat historique ancré dans la Californie blanche et masculine des années soixante. Alors que la mobilité de la culture du surf a permis la construction de plusieurs styles de *surf music* localisés dans l'espace et le temps, aux États-Unis, certaines minorités sont encore sous-représentées, voire exclues. En termes de représentations minoritaires dans le surf et dans le *musicking*, les femmes sont marginalisées ou sexualisées alors que les minorités ethniques sont sous représentées. Cela pose le problème de savoir si la *surf music* est capable de faire preuve de diversité autre qu'esthétique. Dans des travaux ultérieurs, il serait pertinent de se pencher sur la question afin de déterminer si les diversités ethniques, sexuelles et culturelles sont représentées dans la promotion des nouveaux *surf bands* (des artistes consommés par les surfeurs) sur les réseaux sociaux. Il conviendrait d'analyser les thèmes des photographies, les objectifs des publications dans une conversation thématique élargie, ainsi que les communautés de *hashtags* cultivées par le public. Cela permettrait de déterminer l'identité publique de chaque groupe, leur sous-texte et les publics visés afin d'analyser la diversité des *surf musics* sélectionnées par une population de surfeurs

donnée.

Dans la continuité de notre travail, nous pourrions déterminer les groupes à observer en nous basant sur les résultats des questionnaires et entretiens menés pour cette étude puisque les questions y ont déjà été posées : « Qui sont vos artistes favoris ? », « Quels artistes représentent le mieux la *surf music* selon vous ? » (voir annexe 1). Étant donné que les entretiens et questionnaires ont été menés dans des lieux occupés par les surfeurs (à la plage, dans les surf shops, dans les usines de planche, à Surf Expo, etc.), la représentation des minorités reflétait la réalité du terrain. Ainsi nous n'avons interrogé que très peu de femmes et de minorités ethniques. De plus, très peu de surfeuses et d'artistes féminines ont été mentionnées par les enquêtés alors qu'elles existent. Nous pensons notamment à des artistes de rock alternatif comme The Sounds ou La Roux qui ont des caractéristiques soniques et subculturelles comparables aux groupes masculins susceptibles d'être qualifiés de *surf bands*³⁰⁵. Il serait intéressant de relever un échantillon de *surf music* d'une certaine région et de comparer les tendances inclusives ou exclusives selon les genres musicaux dans lesquels les artistes s'inscrivent, selon les lieux dont ils sont originaires et selon leurs périodes d'influence. Par exemple, en nous basant sur les artistes cités par nos sujets, nous pourrions comparer Sublime (ska-punk, Californie, années quatre-vingt-dix), SWIMM (rock alternatif, Floride, années 2000) et Donavon Frankenreiter (surf rock, Hawaï, années 2010) pour tenter de comprendre comment ces groupes *a priori* différents mais faisant partie d'une *surf music* donnée (celle des surfeurs de Cocoa Beach) peuvent révéler, à travers la promotion de leur identité publique, des tendances exclusives ou inclusives.

Par ailleurs, il faudrait conceptualiser les publications Instagram puisque si toutes les plateformes de réseaux sociaux sont multimodales et permettent la publication d'images, de vidéos, de *hashtags*, d'émoticônes et de textes, sur Instagram, l'image est l'élément principal (sur Facebook ou Twitter, on peut ne publier que du texte mais cela est impossible sur Instagram). Les images sont destinées à mettre en avant les impressions spécifiques de l'utilisateur dans le cours de la conversation à laquelle il prend part à travers Instagram (Russmann & Svensson, 2017, p. 2). Les images (souvent éditées) distribuées et partagées donnent un cadre et un ressenti aux publications Instagram qui deviennent des lieux d'interaction puisque leur objectif est d'attirer l'œil des autres usagers et peut-être de susciter un commentaire ou une réaction (un « like »). Les publications racontent une histoire qui peut être personnelle ou qui dans le cas des pages que nous avons observées, peut être utilisée pour des raisons stratégiques de communication (*ibid.*, p. 3). Alors que les publications servent

305 Mon expérience personnelle en tant que snowboardeuse me permet d'affirmer que ces groupes sont particulièrement appréciés dans le milieu du snowboard américain aussi bien chez les hommes que chez les femmes.

souvent d'auto-représentation, elles permettent de créer une conversation avec les personnes qui réagissent. Cela rend possible la création et le maintien d'un microcosme d'utilisateurs partageant des valeurs, des croyances ou des esthétiques communes. Selon Åsa Thelander et Cecilia Cassinger (2017), ceux qui utilisent Instagram pour des raisons commerciales, comme les marques de surf ou les *surf bands*, chorégraphient les images (souvent réutilisées) en fonction des fonctionnalités offertes par le medium, ce qui facilite l'étanchéité du microcosme et donc l'exclusivité. L'approche empirique censée envisager les discours générés sur Instagram est chronophage mais elle pourrait permettre de saisir une conversation collective sur des pratiques culturelles incluant les problématiques de présence et de représentation des minorités ethniques ainsi que celles de stéréotypicalité et de singularité. Il y a donc plusieurs manières d'aborder le discours des *surf bands* présents sur Instagram : en regardant le contenu de leurs publications (les minorités ethniques et sexuelles sont-elles représentées ?), en se penchant sur les thèmes principaux pour essayer de comprendre quelles catégories de populations sont visées, en comparant les contenus des pages officielles à ceux des pages de fans alimentés par leurs *hashtags*.

En regardant la manière dont les usagers se racontent à travers leurs publications et établissent des rapports entre elles, nous pouvons mettre en lumière des significations et des tendances identificatoires portées par ces images et ces textes. Le sens est généré par l'expansion du message original en l'étendant à travers la discussion, en répétant des publications thématiques dans de nouveaux formats ou pas, ce qui a pour effet de renforcer le message original. Mais le sens est aussi généré par l'appropriation du message original et l'ajout de couches de signification. Les manières dont les artistes se présentent et la manière dont les communautés construisent du sens autour d'eux ajoutent à la représentation et crée une conversation sur la façon dont les communautés de surfeurs se pensent. Les observations menées pour cette thèse montrent déjà que la diversité ethnique n'est pas évidente dans les pages officielles de certains artistes mais que les publics des minorités comblent les vides ou ajoutent à la conversation en affirmant leur présence dans les communautés de *hashtags* parallèles (un phénomène observé avec les trois artistes et groupes utilisés ici comme exemples). Si les femmes occupent un rôle secondaire et sont souvent sexualisées sur les pages officielles, dans les communautés de *hashtags* elles prennent le contrôle et revendiquent leur connaissance de la culture en affirmant leur place comme membre d'une communauté d'auditeurs davantage que comme outil mercantile ou appareil des artistes. Le simple survol de ces pages montre que l'attraction pour ces groupes est bien plus complexe que leur simple capacité à correspondre à un *surf lifestyle* et une subculture ou à représenter un groupe démographique. Contrairement aux industries du surf par exemple qui répondent à une demande spécifique, s'appuient sur la fonction, l'apparence et le ressenti pour se définir et viser des publics précis, les artistes (bien

que leurs pages soient professionnelles) sont des artefacts organiques qui sont définis par leur style sonore, leur message et le contexte socioculturel dans lequel ils ont émergé. En d'autres termes, nous pouvons envisager que comme production locale du global, leur esthétique reflète certaines réalités, qui dans le cas du surf est essentiellement blanche, masculine, mettant les femmes à la marge en leur faisant jouer le rôle de groupies ou d'exceptions dans le domaine du surf.

Les enjeux de cette piste de recherche résident dans le fait que subcultures et réseaux sociaux ne sont pas étrangers l'un à l'autre et sont tous deux complexes car ils constituent des réseaux de significations dans lesquels chaque participant et chaque publication consiste en une superposition d'identités pour l'un, de contenus pour l'autre. Dans notre travail, nous avons parlé d'identités multiples des participants, mais pour les réseaux sociaux, il s'agirait d'appréhender des contenus stratifiés : original ou partagé, individuel ou collectif, titres, commentaires ou « likes », *hashtags* ou hyperliens comme les *tags*³⁰⁶, etc. Chaque couche a une fonction (représentationnelle, informative, référentielle, narrative, assertive, etc.). Avec Instagram, les photographies sont le texte principal et doivent être appréhendées selon leur propre temporalité puisqu'elles sont publiées selon un contexte spécifique et un rythme plus ou moins soutenu. De cette manière, Instagram offre une narration diachronique (Erdmann, 2015, p. 34) et en même temps, la plateforme inclut des vues synchroniques de la société dans son ensemble. Par ailleurs, en plus des explications sociétales, le manque de diversité dans les publications pourrait s'expliquer par la manière dont fonctionne les réseaux sociaux. Une fois que les usagers suivent quelqu'un sur Instagram, la plateforme suggère d'autres pages que l'utilisateur est susceptible d'aimer. En outre, certains usagers mettent en place la filiation automatique qui leur permet de faire des demandes d'abonnement à tout individu s'étant abonné à une page dont le thème correspond au leur. Ainsi un type de consommateur est plus susceptible de rester dans un microcosme thématique. Si ce phénomène est entretenu et ajouté à la confirmation d'un type d'identité validé par les pages suivies par l'utilisateur, alors il devient difficile pour les nouveaux publics d'être inclus dans ce microcosme. Assemblées, ces pages forment une conversation sociale organisée autour de plusieurs thèmes, ici celui du *surf lifestyle*, et comme toute conversation, elle est cultivée par ceux qui sont équipés des savoir-faire appropriés, ainsi que par ceux qui sont invités à y participer.

Notre recherche a montré que les femmes ne se mettent pas facilement au surf parce qu'elles sont sous-représentées et ont très peu de modèles mais aussi parce que les hommes décident ce qui doit être publié ou promu. Si la *surf music* est l'une des expressions du *surf lifestyle*, alors il est logique que les femmes et les minorités ethniques soient sous-représentées dans ce que

³⁰⁶ *To tag* signifie donner un label. Le mot s'est francisé pour devenir taguer, ce qui signifie que le nom d'une personne (donc son profil numérique) est attaché à une publication grâce à un hyperlien.

les Floridiens construisent comme *surf music*. Il y a donc un certain nombre de questions posées par cette piste de recherche : Comment la construction du sens des images, de la société et des subcultures se met en œuvre et s'articule sur les réseaux sociaux ? Quelle est la différence entre le contenu sémiotique d'Instagram et les images publiées ailleurs ? Les réseaux sociaux peuvent-ils permettre de mesurer à quel point les surfeurs masculins blancs de Floride soutiennent les femmes et les minorités ethniques dans leur émancipation et leur participation à la construction du récit de leur subculture ? Si les industriels mettent en œuvre le *geocoding* qui utilise les données sur les coupons de remise pour déterminer où se trouvent les consommateurs de certains produits, existe-t-il une forme de *geo-musicking* sur les réseaux sociaux ?

3.3 Réplique des modèles d'un *lifestyle sport* à un autre : du surf au snowboard

Enfin, une troisième proposition de recherche reprenant les concepts et modèles développés dans ce travail introduit ce que nous serions tentés de nommer les *lifestyle sports studies*³⁰⁷. Le terme *lifestyle* met l'accent sur les cultures qui accompagnent ces sports d'action et il permet d'approcher sous un angle nouveau les aspects économiques, politiques, éthiques, linguistiques, etc., des sociétés où ces activités se développent, comme ici la société américaine. Ainsi, les concepts et modèles développés dans la thèse visent à être exportés vers d'autres espaces du surf mais aussi d'autres *lifestyle sports* comme le snowboard ou le wakeboard. Dans le dernier temps de notre conclusion, nous introduisons des pistes suggérant que nos modèles théoriques peuvent être transposés à d'autres pratiques culturelles comme celle du snowboard. Comme le souligne Jake Burton (2003), l'un des pionniers du snowboard considéré comme l'inventeur du sport, de l'industrie et du mode de vie (Rinehart & Sydnor, 2003, p. 401), le snowboard est un sport hybride venu du surf : « The ski resorts, where the influences of surfing, skateboarding, and skiing met, is still just a place to have a good time going downhill. In snowboarding, fun is still paramount and elitism is still absent » (p. 402). Le surf et le snowboard partagent une approche hédoniste de leur mode de vie et la description que fait Burton (2003) de ce sport est semblable à celle que font nos sujets de leur pratique : « The essence is fun » (p. 401). Comme pour le surf, dans le monde du snowboard, chaque montagne possède ses particularités culturelles, topographiques, historiques, etc. Le *lifestyle crossover* est aussi une réalité dans ce sport puisque beaucoup de snowboarders pratiquent d'autres sports de glisse et entretiennent des liens avec la montagne comparables à ceux qu'entretiennent les surfeurs avec l'océan. D'abord exclues des stations, la pratique sportive et la subculture qui s'est construite autour d'elle, se sont progressivement imposées dans les plus grandes stations d'hiver américaines dès les années quatre-vingt, comme l'explique Burton

307 On parle d'*action sport studies* ou de *sports and leisure studies* mais très rarement de *lifestyle sports studies*.

(2003) :

In the early eighties, with our edgeless wooden boards in tow, ski area managers certainly didn't see us as the future—more like a ragtag band of bored skateboarders and surfers with some simple winter fad which was sure to quickly disappear. . . . Through the eighties, we opened more and more lifts : Breckenridge, Boreal, Vail, Stowe. Overcoming the ignorance and prejudice—epitomized in such humorous words as 'knuckle-dragger'—was a process that required solid education, professionalism, and persistence. (p. 404).

Les snowboarders ont dû se débarrasser d'une image négative de leur subculture de la même manière que les surfeurs ont dû le faire avant eux.

L'autre similarité entre surf et snowboard concerne un *musicking* aussi très dynamique dans le monde du snowboard. Cependant, contrairement au surf, la pratique du snowboard permet l'écoute de la musique pendant l'action (sur les pistes, dans les parcs ou dans la forêt) et il est rare de croiser un snowboarder sans équipement musical (c'est-à-dire des *playlists* dédiées à la pratique et des écouteurs dans le casque ou sous le bonnet). Dans son entretien, Dustin a brièvement parlé de l'importance de son humeur dans le choix de ses musiques avant de faire du snowboard : « I think it's a similar idea. It matters the mood I'm in, but I listen to like a lot of old school hip hop when I snowboard; I like the flowiness of it. I kinda like it when I snowboard but it just depends on the mood I'm in » (Entretien du 10 septembre 2016 – 33). En surf et en snowboard, il existe une relation entre musique, action et mode de vie qui nous renvoie aux deux modèles théoriques que nous avons développés. D'abord le snowboard est un sport hybride, ensuite chaque communauté de snowboarders développe ses pratiques musicales selon les lieux (qu'il s'agisse de styles de musique ou de modalités d'écoute). Il est possible d'émettre l'hypothèse que les phénomènes développés dans le premier modèle (mobilité, hybridation, *lifestyle crossover*), les phases d'appropriation du deuxième modèle (contact, acquisition, appropriation, modification) ainsi que l'existence de signatures ethno-esthétiques et la mise en œuvre d'une forme de surfanisation (ou le cas échéant, de snowboardisation par la musique) des stations de ski peuvent être observés dans une étude ethnographique³⁰⁸. Même si le snowboard possède ses propres espaces et temporalités, il répond à des problématiques similaires à celles d'un *lifestyle sport* comme le surf. Selon Humpheys (2003) :

The majority of snowboarders, like participants in related activities, such as tow-in surfing and skateboarding, and in music-based subcultures, such as punk, reject widespread commercial co-optation. The basis of this rejection resides in an

308 Mon expérience personnelle de monitrice de snowboard à Breckenridge dans le Colorado (de 2006 à 2009), et à Niseko, sur l'île d'Hokkaido au Japon (de 2009 à 2010) me permettent d'envisager cette hypothèse.

artistic philosophy that values freedom and self-expression, but which, ironically, is responsible for increasing the popularity of snowboarding. (p. 407)

Dès les origines du sport, c'est la créativité des snowboarders qui leur a permis de développer leur pratique dans des lieux réservés à des activités circonscrites aussi bien dans l'espace que dans l'innovation technique : « Skiing had reached a growth plateau and snowboarding offered ski fields a new youth market and ongoing economic prosperity » (Humphreys, 2003, p. 408). Bien plus qu'un nouveau marché, le snowboard a révolutionné le ski dont les évolutions ces vingt dernières années proviennent de la technologie du snowboard (on pense notamment aux skis paraboliques). Le snowboard, à l'instar du surf s'est démocratisé, passant du local au global. Selon Se'en Webster, l'éditeur du *NZ Snowboarder*, « Ten or twenty years ago surfers were seen as ratbags, but now you have surfers as models for clothing. You can buy surfing product three thousand miles from the ocean. In the seventies it was underground, now it is accepted. . . . Snowboarding is mirroring that growth » (entretien cité dans Humphreys, 2003, p. 409). L'idée que le snowboard reflète les mêmes évolutions que le surf laisse entrevoir la validation de nos modèles théoriques de la naissance d'une culture hybride au rayonnement de subcultures locales.

Comme nous l'avons vu dans notre travail, l'identité d'une subculture ne peut être séparée de son histoire. Par exemple, Breckenridge dans le Colorado n'est pas une station de ski construite de manière artificielle pour répondre à la demande des industries du tourisme et des loisirs mais constitue un village original établi lors de l'exploration de l'ouest américain au milieu du XIX^e siècle. La station est appréciée pour son histoire, son mode de vie (les *fast foods* sont proscrits dans les limites de la ville, les énergies renouvelables sont promues, etc.), mais aussi pour ses infrastructures réputées (parcs, *half pipes*, etc.) attirant les plus grands noms du sport comme le Californien Shaun White³⁰⁹. Le *surf lifestyle* floridien est caractérisé par ses liens avec la culture globale du surf et son environnement géographique et culturel. Il nous semble possible d'envisager que les subcultures du snowboard répondent à des problématiques similaires de construction du global dans le local et de contrôle de la subculture par la mise en place, le maintien, le marquage et à la protection d'identités articulées dans un *musicking* propre à chaque communauté de snowboarders. Selon Humphreys (2003), « Snowboarders want to control their own activity. Snowboarders follow lifestyles different from those of skiers. Their styles have their roots in skating, punk, and grunge and in the bans that ski fields placed on snowboarding » (p. 410). Ces racines sont importantes car l'accès à la montagne est devenu onéreux alors que les premiers snowboarders se sont construits selon le DIY propre

309 Lorsque j'étais monitrice de snowboard à Breckenridge entre 2006 et 2009, j'ai eu la chance de rencontrer Shaun White et de descendre la piste qui menait au *pipe* avec lui.

aux cultures du surf et du punk, et dans l'opposition aux valeurs d'un sport considéré élitiste tel que le ski. Aujourd'hui, beaucoup de personnes pratiquent le snowboard. Comme en surf, il existe des poseurs qui se revendiquent d'un sport à la mode et qui consomment davantage que les snowboarders eux-mêmes parce que l'aspect pratique de la subculture est passé dans le *mainstream*. Cela ne signifie pas que la subculture ait abandonné son *ethos* ou sa créativité comme le revendiquent certains (Humphreys, 2003, p. 411). Il faut différencier la pratique touristique de la mise en œuvre du mode de vie qui correspond au caractère fondamental des *lifestyle sports* partant d'un rejet de ce qui n'est pas « fun ». C'est un *ethos*, une philosophie qui s'oppose à tout ce qui paralyse la liberté créatrice et dont les sports traditionnels ne sont pas dotés selon Beal³¹⁰ (1996) :

A lot of skaters 'are really involved with artistic endeavors . . . It's a kind of freedom of expression . . . How do you express yourself playing football, playing basketball? When you are skating it's . . . definitely . . . a way to express yourself? . . . The lack of formal structure convinces skaters that they have more creative freedom than that available in codified traditional sports, with its compulsion, rigid rules, codification, institutionalization, competition, and training'. (p. 213, citée dans Humphreys, 2003, p. 412).

Nous suggérons donc que dans la continuité de ce travail, il serait pertinent d'observer et de comparer la mise en œuvre du *snowboard lifestyle* à travers la mise en œuvre du *musicking* de certaines communautés selon des régions données d'un État à un autre, voire d'une station à une autre au sein d'un même État. Il s'agirait d'observer les pratiques culturelles des snowboarders et de déterminer leurs signatures ethno-esthétiques pour comprendre comment leur influence a pu par exemple modifier l'environnement urbain et les marquages identitaires des diverses communautés qui occupent l'espace montagneux : comme nous avons établi les articulations identificatoires entre communautés du *surf lifestyle* et du *beach lifestyle* à travers le partage et la collaboration manifestés dans leur *musicking*, nous envisageons l'existence de telles relations entre communautés d'un *snowboard lifestyle* et d'un *mountain lifestyle*.

310 Beal, B. (1996). Alternative masculinity and its effects on gender relations in the subculture of skateboarding. *Journal of Sport Behavior*, 19(3), 210.

Annexes

Annexe 1. Questionnaire d'enquête

Brevard County Surfer's Interview

Interview location: Date:

1. Direct questions

1.1. Demographics

Name: Residence: Profession:
Gender: M ___ F ___ Years in residence:
DOB: Level of education: Ethnicity:
Birth place: Political Party:.....

1.2. Level of Involvement with Surfing: Group Belonging

How often do you surf?
.....
How were you acquainted to surfing? Family ___ Friends ___ Other ___
Years of surfing?
.....
Typical surf spot?
.....
Secret spot?
.....
Dream surf spot?
.....
Rituals associated with surfing?
.....
Weapon of choice?
.....
What is your level? Beginner 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Professional
Name your favorite surfer:
.....
What social level do you associate surfing with? Low ___ Middle ___ Upper class ___ All ___
What are the typical people like in the surfing world?
.....
How do you recognize people from your surfing community?
.....
How does your surfing community differentiate itself from other surfing communities?
.....

1.3. Relation to Music

What genre of music do you relate to? Which is your favorite?
.....
How were you acquainted to it? Family ___ Friends ___ Other ___
How long has it been your favorite genre?
.....
Do you play music yourself? No ___ Yes ___ What?
.....
Name your favorite artist(s):
.....

1.4. Music and Representation

One word that symbolizes surfing?
.....

Best song(s) or artist(s) to symbolize surfing?
.....

What are the values of surfing?
.....

Best song or artist to reflect these values?
.....

2. Photo Elicitation

2.1. Which of these two images is more appealing to you?

- | | | |
|--------------------------------------|-----------------------|-------------------|
| 2.1.1. Consumption: | Salt Life ___ | Catalyst ___ |
| 2.1.2. Intergroup Relations: | Uniformity ___ | Heterogeneity ___ |
| 2.1.3. Recognition (Visual Symbols): | With Kelly Slater ___ | Without ___ |
| 2.1.4. Territoriality: | Florida ___ | Other ___ |
| 2.1.5. Lifestyle: | Banana Boat ___ | SunBum ___ |
| 2.1.6. Authenticity: | Simple ___ | Sophisticated ___ |
| 2.1.7. Collaboration: | Canoe ___ | Kayak ___ |

2.2. Which one do you associate with surfing? (Representations)

A ___ B ___ C ___

3. Q & A, COMMENTS:

Is there a difference between American surfers and non-American surfers?
.....
.....



Do you consider yourself an American surfer? Why?
.....
.....

Comments
.....
.....

Photo Elicitation

1. Which of the two images is more appealing to you?

1		
2		
3		
4		
5		

6		
7		

2. Which instrument do you associate with surfing?

1 	2 	3 
---	---	---

Annexe 2. Tableaux synoptiques des enquêtés

Les tableaux suivants présentent des pourcentages arrondis et par génération notées B (baby-boomer), X, Y, Z. Lorsque le total des pourcentages pour une réponse n'atteint pas les 100 % cela signifie que certains individus n'ont pas souhaité répondre.

1 Hommes (40 individus)

Données démographiques	
Lieu de naissance	Floride X : 12.5 %, B : 10 %, Y : 25 %
	Autre Y : 40 %, X : 12,5 %
Niveau d'éducation	College/lycée X : 12.5 %
	Deug/Licence X : 12,5 %, B : 10 %, Y : 62 %
	Master et plus
Affiliation politique	Démocrate X : 12.5 %, Y : 15 %
	Républicain X : 12.5 %
	Autre (Indépendants, non-déterminé) B : 10 %, Y : 50 %
Lieu de résidence	Melbourne Beach X : 7,5 %, Y : 10 %
	Cocoa Beach B : 10 %, X : 17,5 %, Y : 25 %
	Satellite Beach Y : 15 %
	Indiatlantic Y : 15 %
Age	Baby-boom (1946-1964) B : 10 %
	Génération X (1965-1980) X : 25 %
	Génération Y (1981-2000) Y : 65 %
	Génération Z (2000-aujourd'hui)
Race	Blanc X : 25 %, B : 10 %, Y : 62,5 %
	Afro-Américain
	Hispanique Y : 2,5 %
	Autre
Activité professionnelle	Liée au surf (Représentant, instructeur, etc.) B : 10 %, Y : 65 %, X : 20 %
	Liée à la musique
	Hors surf ou musique (Santé) X : 5 %
	Sans emploi

Implication dans la subculture : Appartenance communautaire	
Fréquence de la pratique*	Plusieurs fois par semaine Y : 20 %, X:10 %
	Plusieurs fois par mois Y : 10 %
	« As often as possible », « Whenever there is a wave » X : 15 %, B : 10 %, Y : 35 %
Port d'entrée dans la subculture	Famille Y : 10 %
	Amis X : 25 %, B : 10 %, Y : 10 %
	Volonté personnelle Y : 45 %
Nombre d'années de pratique du surf	Moins de dix ans Y : 5 %
	Plus de dix ans Y : 15 %
	Plus de vingt ans X : 25 %, B : 10 %, Y45 %
Lieu le plus fréquenté pour la pratique*	Sebastian Inlet X : 10 %, B : 10 %
	Satellite Beach Y : 10 %
	Ocean Ave Y : 10 %
	Brevard Y : 10 %
	Paradise Beach Y : 10 %
	Cocoa Beach X : 15 %, Y : 25 %
Lieu secret*	Tampa Avenue X : 2,5 %
	Indiatlantic Y : 2,5 %
	« Secret » Y : 2,5 %
Lieu rêvé*	Indonésie / Bali X : 15 %, B : 2,5 %, Y : 45 %
	Une bonne gauche/droite ³¹¹ Y : 15 %
	« Anywhere it barrels » X : 10 %
	Jeffrey's Bay Y : 5 %
Rituels associés au surf*	« Fresh wax on the board » ³¹² X : 5 %
	Étirements B : 10 %, Y : 10 %
	Écoute de musique Y : 5 %
	Boire ou manger Y : 5 %
Planche favorite*	Cannibal Surfboards X : 15 %
	JC shortboard B : 2,5 %
	Lost shortboard Y : 20 %
	Fish Y : 10 %
	Bean Bag Y : 25 %
	Quad X : 10 %
Longboard Y : 10 %	

311 Une gauche ou une droite sont des références au sens de la vague et donc à la position du surfeur par rapport à elle. Une personne *goofy* a le pied droit devant alors qu'une personne *regular* a le pied gauche devant. Les surfeurs préfèrent voir la face de la vague quand ils surfent. Par exemple, une gauche signifie qu'un *goofy* aura ce placement idéal.

312 La *wax* est de la paraffine solide que l'on frotte sur le surf avant de se mettre à l'eau afin d'adhérer à la planche.

Implication dans la subculture : Appartenance communautaire (suite)										
Niveau de 1 à 10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					Y: 10 %	B : 10 %	X : 20 % Y : 10 %	Y : 45 %		X : 5 %
Surfeur favori*	Joel Parkinson X : 20 %									
	Kelly Slater B : 5 %									
	Andy Irons Y : 35 %									
	John John Florence Y : 15 %									
	Dane Reynolds Y : 5 %									
	Shaun Thompson X : 5 %									
	Rob Machado Y : 10 %									
Association surf-catégorie sociale	Classe sociale basse									
	Classe moyenne X : 2,5 %, Y : 2,5 %									
	Classe aisée									
	Toutes B : 10 %, Y : 62,5 %, X : 22,5 %									
Caractérisation des prototypes floridiens*	« Open-minded » X : 12,5 % Y : 10 %									
	« Easy going » Y : 20 % « Laidback » X : 12,5 %									
	« Adventurous » Y : 10 %									
	« Friendly » B : 5 %									
	« Down to earth » Y : 7,5 %									
Reconnaissance intragroupe*	Marques de planches X : 25 %, Y : 20 %									
	Marques de vêtements Y : 15 %									
	Attitude : Absence de territorialité B : 10%, Y : 20 %									
	Se fournissent dans les surfshops locaux Y : 10 %									
Différenciation intergroupes*	Code postal X : 5 %									
	Floride : « Underdogs » Y : 5 %									
	Brevard : « Hub for East coast surfing » Y : 10 %									
	Attitude : « Aggro » Y : 25 %									
	« No formal surf club, everyone surfs » Y : 10 %									

Relation à la musique	
Genre de musique favori*	Surf punk X : 7,5 %, Y : 10 %
	Punk rock Y : 25 %
	Rock B : 5 %, Y : 10%, X : 12,5 %
	R&B B : 2,5 %
	Country Y : 5 %, X : 5 %
	Rap Y : 2,5 %
	Reggae Y : 5 %
	Heavy Metal Y : 2,5 %
	Tout sauf : la country : B : 2,5 % – R&B : Y : 5 %
Mise en contact avec le genre	Famille
	Amis X : 5 %, B : 10 %, Y : 15 %
	Choix personnel : Y : 10 %, X : 5 %
Durée d'écoute en années	Moins de dix ans Y : 5 %
	Plus de dix ans Y : 15 %
	Plus de vingt ans X : 10 : Y : 5 %
Pratique de la musique	Oui : Percussions : Y : 5 % – Guitare : Y : 10 %
	Non : X : 25 %, B : 10 %, Y : 10 %
Artiste favori	Pennywise X : 5 %
	NOFX Y : 5 %
	Bob Marley X : 5 %
	Led Zeplin X : 5 %
	« Music gauges time » (Évolution dans le temps) B : 2,5 %
	Tool (Danny Carrie) Y : 2,5 %
	Tame Impala Y : 5 %
	Animals as Leaders Y : 5 %
	Stick Figure Y : 10 %

Surf music et représentations	
Mots symboles du surf*	« Stoked » X : 5 %
	« Humbling » X : 5 %
	« Adrenaline rush » B : 5 %
	« Enjoyement » Y : 5 % « Happiness » Y : 5 %
	« Freedom » Y : 5 %
	« Ocean » Y : 5 %
	« Calming » Y : 5 % « Relaxing » X : 5 %
Artistes ou groupes symboles du surf*	Pennywise X : 5 %
	Jack Johnson B : 10 %, Y : 5 %
	Slayer Y : 5 %
	Sublime Y : 10 %
	Allah Las Y : 2,5 %
Valeurs du surf*	Respect X : 2.5 %, B : 5 %
	Patience Y : 2.5 %
	Amitié X : 2.5 %, Y : 2.5 %
	Amour X : 2.5 %
	Exploration Y : 2.5 %
	Fun X : 5 %, Y : 5 %
	Méditation Y : 2.5 %
Artistes ou groupes symboles de ces valeurs	Broham X : 2,5 %
	Pink Floyd Y : 5 %
	Sublime Y : 5 %
	Stick Figure Y : 5 %
	Allah-Las Y : 5 %

Induction par photographie : Choisir l'image la plus attrayante	
Consommation	Salt Life X : 2,5 %
	Catalyst X : 22,5 %, B : 10 %, Y : 65 %
Relations intergroupes	Uniformité de l'étalage de pommes
	Hétérogénéité des pommes X : 25 %, B : 10 %, Y : 65 %
Importance des symboles visuels	Short avec Kelly Slater X : 25 %, Y : 2,5 %
	Même short sans Slater B : 10 %, Y : 62,5 %
Territorialité	Drapeau floridien X : 25 %, B : 10 %, Y : 60 %
	Drapeau californien Y : 5 %
	Drapeau hawaïen
Mode de vie	Banana Boat X : 2,5 %
	Sun Bum X : 22,5 %, B : 10 %, Y : 65 %
Authenticité	Mannequin au naturel X : 25 %, B : 10 %, Y : 65 %
	Même mannequin maquillé
Collaboration	Canoë (à deux) X : 10 %, B 10 %, Y : 45 %
	Kayak (seul) X : 15 %, Y : 10 %
Type de guitare associée au surf	Acoustique B : 2,5 % (« Today »)
	Électrique X : 20 %, B : 7,5 %, Y : 20 % (« Early days of surfing »)
	Ukulélé Y : 7,5 %, X : 5 %

Commentaires (réponses les plus représentative de l'échantillon)
<p>Existe-t-il une différence entre les surfeurs américains et les autres ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • X "Culture." • B "It's a mindset. Some people enjoy surfing with you, some people are agro.... If you go to Hawaii, you're not gonna be surfing." • Y "Surfing brings every country together. We're all the same... Except for Brazilians! They're agro!" • Y "I'm a surfer of the world... I guess there are different ways of surfing... Like the French are more aggressive... So yeah, there's a difference... Here people are nice." • Y "Not as community oriented." • X "Everywhere has their own way of etiquette in the line up." <p>Vous considérez-vous comme un surfeur américain ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • XBYX "Born and raised" • Y "Proud to be when I go on surf-trips." • Y "I'm labelled as that." <p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • X "Go shred!" • Y "When you play [music], it's what you feel, it's a creative thing. Same with surfing." • Y "Cocoa Beach is definitely reggae." (About the music scene).

2 Femmes (15 individus)

Données démographiques	
Lieu de naissance	Floride X : 66,6 %, Y : 33,3 %
	Autre
Niveau d'éducation	College/lycée X : 26,6 %
	Deug/Licence Y : 33,3 %
	Master et plus X : 40 %
Affiliation politique	Démocrate
	Républicain X : 20 %
	Autre X : 46,6 %, Y : 33,3 %
Lieu de résidence	Melbourne X : 20 %
	Cape Canaveral Y : 33,3 %
	Indiatlantic X : 46,6 %
Age	Baby-boom (1946-1964)
	Génération X (1965-1980) XX : 66,6 %
	Génération Y (1981-2000) Y : 33,3 %
	Génération Z (2000-aujourd'hui)
Race	Blanc X : 60 %, Y: 33,3 %
	Afro-Américain
	Hispanique
	Autre (1/2) Japonaise X : 6,6 %
Activité professionnelle	Liée au surf X : 46,6 %, Y(et yoga) : 33,3 %
	Liée à la musique
	Hors surf ou musique (santé) X : 13,3 %
	Sans emploi

Implication dans la subculture : Appartenance communautaire										
Fréquence de la pratique*	Plusieurs fois par semaine									
	Plusieurs fois par mois									
	« As often as possible » X : 66,6 % « Whenever there is swell » Y : 33,3 %									
Port d'entrée dans la subculture	Famille X : 66,6 %									
	Amis Y : 33,3 %									
	Autre									
Nombre d'années de pratique du surf	Moins de dix ans Y : 33,3 %									
	Plus de dix ans X : 40 %									
	Plus de vingt ans X : 26,6 %									
Lieu le plus fréquenté pour la pratique*	Cocoa Pier X : 46,6 %, Y : 33,3 %									
	Indiatlantic X : 20 %									
Lieu secret*	5th Ave X : 6,6 %									
	« It's a secret » X : 6,6 %									
Lieu rêvé*	Australia X : 53,3 %									
	Peru Y : 6,6 %									
Rituels associés au surf*	« Bless the ocean » X : 6,6 %									
	Reconnaissance contemplative X : 6,6 %									
Planche favorite*	Longboard X : 40 %, Y : 26,6 %									
	Cannibal Surboard (fish) X : 13,3 %									
Niveau de 1 à 10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			Y : 13, 3 %	X ; 26, 6 %			X : 6,6 %			
Surfeur favori*	Bethany Hamilton X : 53,3 %									
	Kelia Moniz Y : 13,3 %									
	Co-worker from Catalyst X : 6,6 %									
Association surf-catégorie sociale	Classe sociale basse									
	Classe moyenne X : 6,6 %									
	Classe aisée X : 6,6 %									
	Toutes X : 53,3 %, Y : 33,3 %									
Caractérisation des prototypes*	Ouverture d'esprit X : 40 %									
	« Athletes or soul surfers » Y : 33,3 %									
	« Chill » X : 26,6 %									
Reconnaissance intragroupe*	Jargon X : 46,6 %									
	Façon de s'habiller X : 20 %									
Différenciation intergroupes*	Plus ouvert que les autres X : 40 %									
	« We support each other » Y : 20 %									
	Brevard : « More laid back » X : 26,6 %									

Relation à la musique	
Genre de musique favori*	Alternatif X : 20 %
	Reggae Y
	Blues X : 20 %
	Jazz X : 6,6 %
	Tout sauf : « screaming music » X : 13,3 %
Mise en contact avec le genre	Famille X : 66,6 %
	Amis
	Autre Y : 33,3 %
Durée d'écoute en années	Moins de dix ans Y : 33,3 %
	Plus de dix ans
	Plus de vingt ans X : 66,6 %
Pratique de la musique	Oui : chant X : 6,6 %, Y : 6,6 %
	Non
Artiste favori	Famille X : 6,6 %
	Beach House X : 6,6 %
	Red Hot Chili Peppers X : 26,6 %
	Xavier Rudd Y : 6,6 %
	Bob Marley Y : 20 %

Surf music et représentations	
Mots symboles du surf*	« Tranquility » X : 13,3 %
	« Escape » X : 6,6 %
Artistes ou groupes symboles du surf*	Sublime X : 33,3 %
	Donavon Frankenreiter Y : 13,3 %
	Jack Johnson Y : 20 %
	Swimm X : 33,3 %
Valeurs du surf*	« Patience » X : 6,6 %
	« Respect for people and environment » X : 13,3 %, Y : 20 %
	« Gratitude » X : 6,6 %
Artistes ou groupes symboles de ces valeurs	Bob Marley X : 33,3 %
	Iz X : 6,6 %

Induction par photographie : Choisir l'image la plus attirante	
Consommation	Salt Life
	Catalyst X : 66,6 %, Y : 33,3 %
Relations intergroupes	Uniformité de l'étalage de pommes
	Hétérogénéité des pommes X : 66,6 %, Y : 33,3 %
Importance des symboles visuels	Short avec Kelly Slater X : 53,3 %, Y : 33,3 %
	Même short sans Slater X : 13,3 %
Territorialité	Drapeau floridien X : 60 %, Y : 33,3 %
	Drapeau californien X : 6,6 %
	Drapeau hawaïen
Mode de vie	Banana Boat
	Sun Bum X : 66,6 %, Y : 33,3 %
Authenticité	Mannequin au naturel X : 66,6 %, Y : 33,3 %
	Même mannequin maquillé
Collaboration	Canoë X : 6,6 %
	Kayak X : 60 %, Y : 33,3 %
Type de guitare associée au surf	Acoustique X : 66,6 %
	Électrique
	Ukulélé Y : 33,3 %

Commentaires (les plus courants)
<p>Existe-t-il une différence entre les surfeurs américains et les autres ?</p> <ul style="list-style-type: none"> X "Non-Americans think they know it all. They think they have better knowledge because they have big waves." X "Yes, cultures vary across the board. Style is smoother in America." Y "Culture always makes a difference in our perspectives." <p>Vous considérez-vous comme un surfeur américain ?</p> <ul style="list-style-type: none"> X "Born and raised." X "My surfing identity is American 'cause I don't make it look like I try too hard." Y "I relate to what 'American' meant at an earlier time, and I believe in freedom, cultural diversity, and freedom of speech. Surfer and nationality to me do not relate in general. It is a soulful experience that is not defined by culture but by personal experience."

Annexe 3. Lance-O (Kulcha Shok).

Surf Expo, Orlando

16 janvier 2016

Sous son label Kulcha Shok, le D.J. Lance-O a créé un partenariat avec Sun Bum. Chaque année depuis 2012, anime le kiosque de la marque au gorille lors de Surf Expo à Orlando. Les quatre jours sont très chargés pour les participants et ils n'ont que très peu de temps pour autre chose que leur travail. J'ai donc eu beaucoup de chance de pouvoir obtenir ces quelques instants avec l'artiste dès le début de ma recherche. J'ai été mise en relation avec Lance-O par l'intermédiaire de Dustin. Ce personnage arborant de longues *dreadlocks* et les couleurs de la Jamaïque communément associées au reggae (vert, jaune, rouges) a une voix très profonde, calme et posée. Son régime alimentaire est très important pour lui. Il est végétalien et ne consomme pas d'alcool. C'est aussi un homme d'affaires qui a su se construire un nom dans la scène musicale locale. Il surfe et joue de la musique alors ses idées semblaient procurer un point de départ à notre réflexion.

1. Do you think there is a relation between music and surfing?

Not a doubt... Because they're both organically based. Um, the music is made from the soul and... Surfing and music both feed the soul. There's a very, especially the stuff that's more organic it, um... It's very spiritual, and surfing definitely is a spiritual cleansing. So there is, in my opinion, there is a deep connection, especially for me because my two favorite things in the whole world are surfing and music. Um, you know, when I was young or as a child, those are the only two things that really made me happy. Like you know, outside of you know, the love of family, like, it was when I was in a bad mood, I just wanted to go surf. I wanted to go listen to music and just listen to my favorite songs, and it would take me to a better place. It would put me in a much better mood so it's almost instantaneously, if it was the right song. So there's a very... For me, I feel there's very deep connection, um, you know, because music comes from a special place, you know, and it's a creative process, and you know... And some of the most talented people, that make music are special people because it's coming from a very special place. And you know, most music is made through something that they have experienced, um... Sometimes they may change names or change things and like, when you're surfing and you're out there, it's basically just you and one of these beauties to it because it also what it does, it is kinda like, takes you away from everything. And it separates

from, you know, everything else and it just brings you closer to yourself and to mother Earth and the environment, you know, 'cause most of the time, we're surfing where we live. And just you know, and believe it or not, because say surfing takes you there, it can in some shape or form, take you to that place to create music as well 'cause it's in that solace. It's that kinda quiet place in your head. And I mean, a lot of times, you can just get an idea while surfing, or you can get all kinds of ideas because if the topic could be, without any stretch of the imagination stretching it to fit this topic, ideas come out all the time so...

2. And which one did you start with, surfing or music?

Well, you know that's probably an easy question for everybody, you know. Music is around us everyday, you know. Surfing takes a little bit more, a lot more. It's physical you know, you have to be, you can't just go out of mom's womb and you're surfing you know, so obviously music's gonna be there or can be there from day one, and you know... On another topic, it's useful therapy for kids. We play lots of music for my son and you know, he's very musical. He knows tempos, he knows notes, he can sing you know... That's a whole other topic [rires].

3. Is there a specific kind of music that you like to listen to pre-surfing before you go surfing?

No not necessarily. I'm not, you know, I've always heard a lot about that for like, surf contests, you know. I've heard a lot of the guys say, "oh what gets you amped," "what gets you going," you know, and it's different. Like some guys just want to hear like really, a lot of energy stuff that like, gets them pumped you know, but then you'll hear guys that like, you know, might listen to hip hop and hard rock and they wanna listen to Beethoven before they go out just to be like calm and relaxed, and you know... So it's, music has never, not for me really, unless you know, you're at a party and it gets you kinda hyped up, just enjoy yourself, have more fun dancing or whatever. For me, in sports, I never really went... It never really was meant to be something about... It never became that type of element.

4. The music that you play... How do you define it? How can you describe what you do?

Well, you see, I grew... There was a lot of music being played when I was growing up, and music was always a very intricate part of my life and (xxx). I started collecting records from an early age and you know, it came that time of my life where my mom told me, she's like, "you know, make sure you do something you love, that way you'll always be happy." And when it came that time, I went to college, I realized how much I liked music and I kind of regretted the fact that I didn't pay more attention in music class and take more music lessons, or take them more seriously. So I thought the next best thing was radio and that's where I

went. I went into radio, and um, then automatically became a D.J. and the music I loved the most was reggae. You know, reggae was born as a voice for the voiceless and people that struggled, people that were oppressed, you know, people that weren't allowed to do everything that everyone else was allowed to do. It's injustice, inequality, you know, but it also evolved into, you know, having fun, dancing, love, (xxx). A lot of the music I listen to is either, it's very deeply rooted in a positive message, it's about love or it's about having fun you know. The three main topics in pretty much all music. So it's very organic, and you know, a lot of what I love... I'm a melody junky. I love melody. I love melodies and some people like to call it the hook, um, that's what gets me, the hooks of songs.

5. Do you feel like here, in Florida, the specific scene and the specific kind of surfing together... Is it the same whether you go to Florida or California, or...?

Of course it's gonna be different. It's just a matter of to what degree (xxx). But as far as scenes, you have to remember too, Florida is different, Tallahassee is very different than Miami you know, and Orlando is very different than Titusville you know. What I mean, a lot of... I would say three quarters of Florida is one of four things. It's top 40, it's country, it's rock, it's pop. Then you go south, you've got the Latin mix, you've got the Caribbean mix. They're very prevalent markets so you know, just in Florida alone, it's different and there's so much hybrid music. Everything is interbred with one another you know. It's hard to find pure breeds of any one kind of music anymore. Everything is truly one genre. But you know some of the biggest stuff in the world, is several styles together.

6. Do you think you know what drove you to surf and music, do you know the cause of that, and what was your choice, why?

For music, like I said in the story I told you, you know. I'll say with surfing, what happened with me was my uncle surfed and every time he would come around, we would surf and then, what happened was when I was in high school, one of my friends heard I had surfed and I got in the car and he's like, "oh there's my ride up (xxx) that goes surfing every weekend," so he kinda of like got me into it. So it's not until I was (xxx) to the beach that it really started happening. So you know, it was kind of three things, my uncle who kinda planted the seed, me getting in the car, and my friend kind of, you know, pushing me to go.

7. As regards to your own identity as a social person, as a cultural person, how much of that is influenced by surfing and music?

It's who I am, almost completely. I mean, I'm a very all or nothing person. I have an addictive personality, so you know. It goes hand in hand. I'm all or nothing you know. There is only four main things in my life, surfing, music, my son, and my diet. And that's it, you know.

Everything else is about less than five percent, you know. It's the balance of a mix but it's just who I am, especially now you know, with the time that I have between my family and work. I go from one to the other and back, you know. So it's just how it is, that's what I am in my life.

Annexe 4. Dustin.
Sun Bum, Cocoa Beach
10 septembre 2016

Dustin est l'un des fondateurs de la marque de crèmes solaires Sun Bum située à Cocoa Beach. L'entretien a eu lieu dans son bureau à Cocoa Beach, le 10 septembre 2016.

1. What is your job?

International support for a sunscreen company named Sun Bum.

2. Okay. My questions pertain to three different themes. What is your relation to surfing? Is it a hobby, a job, a lifestyle or all of the above?

It started off as like a hobby and then it evolved into a lifestyle and it evolved further into a career.

3. When did you first start surfing and how were you acquainted to it?

A neighbor of mine named John, he used to collect pretty much anything that people would leave outside his house. And he gave me a surfboard when I was probably 11 or 12 and I'd done some body boarding and stuff before that but um, he gave me that board and I was instantly like... I couldn't wait, like it only had two fins, one of the side fins had broken off and it was super dangerous 'cause there was fiber glass poking out everywhere, and um yeah, I was like, "alright, let's do this!" and I took it out and started surfing.

4. So it did not come from your parents or your close family.

No, just something I was kinda drawn to.

5. Where do you surf and where have you surfed in the world?

Well that was originally in the Gold Coast of Florida, but Clearwater Beach is like the first place where I really started surfing. Um, then you start finding out where the spots are kind of around, like, where you live around the Gulf, and then we started taking these east coast trips all the time, and now I live on the east coast of Florida, in Melbourne. And since then, I've surfed in Australia, New Zealand, Costa Rica, California, all of the east coast, Hawaii, Reunion Island, South Africa.

6. In terms of the populations in all these countries, and local behaviors or general feeling, is there a difference between surfing in Florida and surfing in these places?

Yeah, yeah there is... Like as far as like, the culture?

Yeah...

Yeah, Florida, is kinda... Florida is really, really different. I guess the polar opposite to Florida would be like Hawaii... Hawaii is really, really localized, and um, it kinda had to become that way I think. Because of all the people, because it's such a Mecca for surfing so they have to kinda ... If you actually live there, you have to stand up for your turf I guess... Your own turf. And we have some of that, at some of like, the key spots like Sebastian Inlet, and New Smyrna, and Stewarts Rocks, and things like that, but it's not anywhere near the scale that it is there... And um, it's just the influence of Floridians. Like the people who surf... Florida is such a diverse place, like everybody ends up there from all around the country, particularly like the east coast, from New York, from Canada, from all over, they all end up coming to Florida. So it's just this melting pot that mixed in with like, the southern culture, some of the rednecks.

7. Is there a difference between the east coast of Florida and the west coast of Florida in terms of surfing culture?

Yeah, the west coast, it's tighter in here but more, a larger geographic area is tighter knit if that makes sense, 'cause there's fewer surfers there, and there's fewer breaks, and fewer consistency, and fewer days that it gets good. So like you see, you can go anywhere between Clearwater and Venice, Florida, which is a pretty big geographical area, like it's pretty long distance and you'll see the same people, like you'll know a lot more of the same people. Whereas here, so many people surf you... It's definitely... There's enough people where you don't see the same people. And you get tons of people that comes over from Orlando and things like that but if you got to the same spots, then you see the same people, but it's not the same in that respect.

8. What's your favorite surfboard? In terms of shape, or shapers, or fins?

I got really into like... I feel like people wanna surf really high performance boards because it's like cool, it's cool to have the most performance board but it's not necessarily the most conducive for the average conditions that we have here. So I surf a lot of... I got into twin fins pretty early on, retro twin fins because they're way more functional on small waves. People when they surf small performance surfboards, the waves are always on their front foot, and

you don't, your pivot point on a surfboard is over the fins on the back so you wanna have a board that's wide enough so you have enough in the back so you can actually, so you can really turn it and do maneuvers. A lot of guys they wanna surf these high performance boards in crappy conditions and, A, it gives you bad style, and B, it's just not functional so... I surf a lot of, like really short and fat wide boards that A, fit into the size of the wave, and then B, that are just more functional. They're more fun to ride, like you'll have more fun.

9. Who is your favorite surfer right now?

Favorite pro-surfer on Tour is probably John John Florence.

10. Why?

Um, it's kind of weird 'cause... Like I've watched him as he was this child prodigy, he even... Like when I was growing up, and I'm conservatively older, but I've watched him ever since he was like this little tiny kid surfing Pipeline and things like that, and then he kinda fell off and nobody heard anything from him for a while, and then literally out of the blue, just a few years ago, he's taken off like a rocket ship and he's one of the few guys that has like, just a natural raw talent. And he's... I think he's light years way ahead of a lot of other people. He's the, to me, he's the new Kelly Slater. Like he'll do things particularly in really critical waves that he's so comfortable, he doesn't... Other guys will grab the rail of the board to stabilize themselves. He'll go on his back hand, not even touching the board and skimming his shoulders off the back of the wave. Just do things that most people don't even think was possible.

11. Right, and he and Slater have made a movie, recently together, where it's kinda like the older guy is teaching the younger kid, so what you say makes sense.

And they've had that relationship for ever too.

12. Why do you think we call surfing a lifestyle more than we call it a sport for example?

I kinda feel like maybe it has to do with... I think part of it is you have to be, if you're just gonna be a weekend warrior and only surf on the weekends, you're not gonna get great conditions, 'cause the surf there is always changing, and it's rare to get really good waves. So I think people who are really die hard surfers do jobs that allow them to break away and to be able to surf when the waves are good, and then they work when the waves are bad. I think that has something to do with it.

13. Is that why you chose your job with Sun Bum?

No, but it's a benefit of working in that industry because the whole industry is set up to be like that. So I don't think I did that intentionally. I did it 'cause it's what I've known, it's what I like to do so...

14. Sun Bum kinda does what Rip Curl did early in the days when, you know, they would hire people and tell them, "you know, when the surf is good, you go surfing." They kinda do that too right?

Yeah. We got in the industry... We do this because it is the lifestyle, right? You create a job around the lifestyle.

15. Which local brands best represent the surf lifestyle around here? In Cocoa Beach or on the Space Coast?

I think our brand does in a big way. Like it's... All the marketing is kind of, the imagery and social media, and all that stuff is all wrapped around the Florida lifestyle, the Florida surfing lifestyle, and how it kinda differs from other places. We found that even with the California office, we hired a lot of east coast people from Florida to kinda bring that vibe there because it's refreshing to a lot of people. Like you don't just say "hi" to people walking down the street, and there's not that southern hospitality in California, and so you kinda catch people off guards. But I think it's a positive thing.

16. And that would be the Florida surfing lifestyle specifically?

Yeah, I think it's a southern thing in general. I don't know that it's a Florida surfing thing. But it's definitely a southern thing. It's ingrained in all the people that are kinda from here.

17. Why do you think they chose Cocoa Beach for the headquarters for Sun Bum?

Because it's the Mecca of Florida surfing, like....

18. Why not pick California? For its public image?

But I think you're gonna have... So like, every region, has like a surfing Mecca. Like Huntington Beach for instance, in California. But then you also have, like Virginia Beach is known for that. And then even the Outer Banks, South Carolina, a little bit. But then Cocoa Beach is just... That's kinda where surfing really took off... And like the community embraces, and the community, it built around it so... Like, the mayor surfs...

19. I guess my question is more, why of all places in the US? Why pick Florida instead of California to build up a brand?

For the same reason as before... A, because it's synonymous with the surfing beach lifestyle, and it's got the good southern hospitality thing, it's not the... We're not too cool for school. We're humble...

20. Do you feel like you belong to a community of surfers like, locally or globally?

Yeah, I think that anybody that surfs in a place for... Especially if you grow up on a spot, you grow up surfing there, there's no doubt that you'll have, there will be a community. It's... You get to know people in the water. I guess it's the same as, it's like action sports, you don't have teams right, there's not like a team. You don't have the team building stuff and you're not rooting for each other but that's our answer to the team, it's just your local crew. Like the local crew that you surf around, you may not hang out with them outside the water very often, but that same guy is gonna hoot at you if you get a good wave and likewise.

21. What do you include in action sports?

Action sports... Um, I feel like most action sports are all individual based. There's no like team action sports... Really... So action sports consist of surf, skate, wake, snowboard, um, even skiing, like freestyle skiing especially.

22. When do they become extreme sports?

Um, it's kinda the same thing. I don't feel like too many... People who actually participate probably won't ever use that term, extreme sports. Because it's really kookie [laughs]. It's not very humble and it's kinda... That's why they call it... It's action sports industry, it's the term that's used.

23. How did you get the job at SunBum?

Um, through the community, like I worked in the surf industry for a really long time, working surf shops and running surf shops, and yeah... Just, I had a friend that started working with them. And they turned me on, said they're looking for people, so I got in super super early and just... The community.

24. What's the motto of the brand in terms of lifestyle?

I think the biggest one for us is "Trust the bum" because when you have something that makes a claim that you protect people, you have to be trusted. And so that's a big thing for us, making sure that people trust us, like you want people to trust that we're gonna, we put good

ingredients in our products, and that we made something that would actually help protect you against the sun.

25. How does Sonny's Porch fit into the brand's image?

Um, Sonny's Porch is... We all like, surfing and music are... They go together...

26. How so?

How so? Um, when I surf, a lot of times, especially if the waves are good and I'm in a good mood, I sing to myself in my head [rires]. Like, I'll have that song stuck in my head. I don't know, it's just one of those... You could argue that music goes with most anything but um, yeah it's just... I don't know how to answer that question, better than that.

27. Well so, Sonny's Porch is quite a big commitment for you guys cause you do pay a little bit of money to get the bands and stuff, so what was the hope behind the whole thing?

So we don't always pay a lot fo money for it, and it's really not a lot of money. Like what costs all the money is the production side of it but we made a spot for bands that start to interact with, like the local community and like, their fans on a more intimate level. But then it's just a part of the lifestyle, we wanted them, we love the music so we wanted to capture the music on film and share with everyone else kinda what we like and what we're about... And we just like having concerts at our office [rire].

28. How do you pick the bands?

It's mostly just bands that we're fans off, and we find out when they're coming to town, and we send them an invite, say "hey, you guys wanna come and play on the porch?"

29. And they're usually pretty open about it?

Yeah.

30. Okay, now we're talking specifically about surf music and lifestyle. How would you define surf music? What is it to you?

Um, I think it's changed a lot but to me surfing... Well part of the lifestyle in general for the most part, it hovers between youth against establishment and kind of like, the whole surfing industry. Like if you look at even fashion, there is a reason that Quiksilver sells in the middle part of the country. It's because they're selling people who wanna be associated with that lifestyle, um, but... What was the question again?

31. What is surf music?

Oh, so yeah, it's the same. It's like the youth against establishment side of it. It's um, it's to me, it's music that you wanna listen to when you're at the beach or in the water, and it's music that sorts of speak to the lifestyle that you live.

32. Is there a difference between the music that you would like to hear while you're surfing and then the music that you like to have when you're like, grilling or you know like, having a party on the beach with other surfers?

It all... Surfing is so personal and you get in your head a lot. Like you get a lot of time to think about things that are going on, or even the way that I surf is affected by my mood so that I think it really just comes down to the type of mood I'm in. There's days when I'm like, I wanna get really pumped up and I wanna be really aggressive on the waves, then I'm gonna listen to music that's aggressive. If there's days that I wanna be kinda cruisy, I'm just gonna go with something that's more metabolic and...

33. I know that you snowboard too. Is there a difference between the music you play in your helmet when you're snowboarding and the music you're imagining when you're surfing?

I think it's a similar idea. It matters the mood I'm in, but I listen to like, a lot of old school hip hop when I snowboard. I like the flowiness of it. I kinda like when I snowboard but it just depends on the mood I'm in.

34. And so you wakesurf also, and when you wakesurf you can actually listen to the music. Does it do something to you?

Yeah, I think you get pumped up when a good song comes. It's like anything, I know people that drive their car faster when their song comes on [rises].

35. So can you name a few artists that you play in your head when you surf?

Sometimes if I wanna be pumped up, I'll listen to... I'll think of like, NOFX and um, there's in between, there's probably like Sublime, and then other times, it's like a lot of reggae stuff, Burning Spear and Israel Vibrations and things like that, Culture...

36. Is there a local surf band that you like to listen to or that you would invite to Sonny's Porch?

Um, I kinda feel like I'm out of like the local music scene... 'Cause I don't go out to a lot of bars so I feel like you see those guys in local stuff if you go to bars and kinda like follow it. But um, I know that there's a band that like, growing up they were called Elevated and they

were kinda like a ska, Sublimesque kinda band, and I know there's hundreds of them all around. I know there's some good ones. I just don't really know them, I don't really follow.

37. What's good background music for everyday life?

I think it's the same thing. It's whatever mood I'm in. If I get excited, I think I listen to the same music, um. It just depends on the mood.

38. Ok, 'cause you mentioned NOFX when you're surfing for example, but I've heard you listen to a lot of like, Cotton Johns, which is a lot more mellow...

Yeah, that's true but I also... If I'm in the car with you, I'm not playing NOFX as much.

39. I know. And if you're grilling outside, I notice that it tends to be... Well...

My musics have changed. Now I genuinely listen to softer music.

40. You think it's because you're old? [Rires]

Yeah. I'm getting older.

41. If you have to fit The Growlers and Cotton Johns in your day, like when would it be and what would it be for?

To unwind... Yeah, to just try to stay calm, and yeah...

42. Who is your all time favorite artist or band?

That's hard... I have such a wide... Let's see, I like... What am I into right now? It would have to be Cotton Johns, A Tribe Called Quest, and then somebody reggae, probably Culture.

43. So you said you don't go out much but would you be able to say a few words about Florida musical scene right now?

Yeah, I think it's changed a lot. I think, I feel like younger kids have gotten further away from the traditional surf related music, the kind of Sublime type of music, and they've gotten to more urban music, and especially like, the electronic stuff, um... Some of the kids are in EDM and dub step and things like that so like, I don't feel like... I feel like the people who are going to the bands are sort of like the in-betweeners but the younger kids are not into that stuff.

44. So tell me if I'm wrong, but people around here in Florida, do they take what's global and make it local in a way?

Um, younger kids, I don't think so because I don't think they have that identity. But yeah, I think there's definitely... Like some of the surf bands that we have are from Florida. They

have a southern influence to them. Even the more punk rock stuff that people like, yeah, ASG was one of them. ASG was southern rock mixed with surf rock, um... So that's unique to the south for sure.

45. Do you consider The Beach Boys to be a surf band?

Um, I mean, I think they're recognized like that but I don't necessarily... When I hear The Beach Boys, I think it's kinda hoaky...

46. Who do you think epitomizes surf music and the surfing world?

It's gotta be Sublime. They were like the first, well at least in my era, the first band of... Well they had songs about the ocean and surfing and things like that, and the beach. That to me, they kinda epitomize it for sure.

47. Do you think there is a generational gap in surf music?

Yeah, like I said before with the electronic. I think there's an identity crisis happening in action sports, in particular surfing. Snowboarding, the example I used before is you have rich white kids, like you have to have some cash to have lift tickets and live in the mountain. And the gear is expensive, and goggles are expensive. And listening to gangster rap that's talking about shooting people and selling drugs, like these kids are not doing any of that. Like they're the whitest white kids ever! There's no association to the urban lifestyle, and skateboarding has always kind of, has always stayed pretty true to its roots. And even with their music now they... It's gone more urban but it makes sense 'cause a lot of skateboarding takes place in an urban environment so it makes sense. But to have like, some of the younger kids listen to real hardcore hip hop, um, trap music... Or whatever... How can you even relate? There's no relevance whatsoever to the lifestyle that they live so... And electronic, it's whatever, there's no connection, anybody could... I don't feel like electronic is really... It's noises, it's not like... It's not associated to any sort of lifestyle but going to the clubs and doing drugs.

48. So... To you, obviously! So there are certain genres of music that could be assimilated to surf music and some that could not like electronic...

Yeah, see, to me electronic, it couldn't be 'cause I don't think it's anything to anybody. Like I don't think electronic is associated to any particular type of person. It's just, some people like electronic music, it's gotten more popular so maybe that's why.

49. If you had to pick, what would be the genre of music that you think is more likely to be surf music or to stick to the lifestyle?

Um, yeah, I don't, um... I think it has some sort of element of rock & roll, and then some sort of element, I feel of reggae, I kinda think, where it's slower. And just associated to those things, the sunshine, the beach, the water, things like that.

50. So does surf music have to talk about surfing?

Um, no. I feel like most times, it's probably best if it doesn't. But it's just something that you gravitate towards. Even the punk rock element of surfing was just kind of like a rebellion... I think surfing in general is a rebellion of the cliché. Talk about like, why do you work in the surf industry? Why is there a lifestyle when people surf? I think the same is true with the music.

51. Do you think that surf or surf music are a part of your identity or reflect your identity, or helped you to build your identity?

Um, I think the lifestyle that I grew up, it just kinda morphed into that. I think it's not only about being the lifestyle of the surfer. I think it's the lifestyle of a waterman. And so it's feeling comfortable in or, and around the water. It's fishing, it's boating, it's the beach water lifestyle... And so yeah, I guess my surroundings influenced the rest of it, like where I grew up and I guess I still had to be interested in those things.

52. Ok. So this is the part where I ask you questions about communities and things like that. Do you think that real surf music is only American?

It's adopted everywhere but I don't know about that. Even a lot of the Sublime stuff had Spanish. They'd drive to Mexico for surf trips and whatever, so some of it is influenced by Spanish music, so I don't know...

53. Well you've been to Australia, do they have surf music?

Yes. So the answer is no, it's not inherently American.

54. Is the surfing community in America ethnically inclusive or is it dominantly an all white male activity? And what's up in Florida?

For whatever reasons, I guess it's just economics and geography but I do feel like surfing is inclusive. In fact, I feel like some of the minorities that surf, particularly in the United States, are kind of embraced...

55. What do you mean?

Like there's an affinity for... There's a whole subculture in Jamaica with these guys that surf. Like nobody surfs there but they do. That guy who is one of the oldest sons of... is a real well known professional surfer now. I feel like they're really embraced. But yeah, there aren't a ton around... But then you have the Hawaiians of course and the Hawaiians are not like caucasians. I think a lot of reason why you don't have as many people from other cultures surfing is just location and economics I think.

56. That makes me think about... You mentioned Hawaii... I know that when you go there, you're one of those few people who has been accepted by the North Shore community. Why do you think that happened?

I got in through Sun Bum. Like we support it. A lot of the guys, we work with, the Hawaiian water patrol, and they're sort of the enforcers for the North Shore. They're like the unofficial police. But they also work to keep everybody safe in the water. They do the surf contests, rescue people, they travel the world, and they train other communities. Like officials had them do rescues so we like... They're in the protection business. We're in the protection business, so we support them.

57. Ok, but having seen it first hand, I could say that they liked you for who you are, and they didn't have to like you. Like, Kavika didn't have to get you the boards and the cups. So why do you think that is?

I just think I show them a lot of respect. And that goes back to talking about it before. They have to ensure the surf and there's the side of it where these are big scary dudes, [rires] so they kinda command respect. But I think it's just being real and authentic with them, and also holding your grounds at times.

58. Back to the whole inclusive exclusive aspect of surfing in Florida. There's a big African American community here in Melbourne and Cocoa Beach, so why do you think these people don't surf 'cause surfing doesn't have to be expensive.

I think, I feel like a lot of people, like especially in Florida, if you surf, chances are your parents may not surf but they probably spent a lot of time on the water boating and in and on the water. Or you lived in beach side community, and so that's why I said earlier I think that economics have something to do with that. And also it's your family. And so many of the guys that have been surfing since they were young, their parents were sailors, it's just part of the waterman lifestyle.

59. Do you see a difference between generations of surfers here? Like in their attitude, sociability, and so on?

Yeah, like there's that urban kind of influence that's happened where they have an identity crisis, but I don't... It's hard to say how it'll end up, if it's just like a phase. There's also like, even just like the way Hawaii kept the checks and balances of keeping the people on check and protecting your own turf, and seeing the same thing kind of exist in the surfing communities where like, the older guys keep in check the younger guys. It's kinda like respect and knowing what's the right and wrong thing to do in the water and things like that.

60. And I have a question about what we can call wannabes... Even though they don't always wanna be surfers... But I've seen a lot of people kind of living around you guys or being close to you guys, buying the clothes, listening to the music but not participating into the activity like... They seem to be an important aspect of the surfing lifestyle, not because they participate but because they are always with you guys and they probably know more about surfing than I do... What do you think of them?

Use an example so I know what you're talking about.

Devon.

Oh...

61. People like that.

I don't know that... She's worked in... Like she's worked at surf shops, she's been in and around it but she doesn't actually participate...

62. I know, that's what I'm saying.

To me that's a bad example. I would think of someone else. Like an Aaron Dumont or...

63. Right, but that's different. I'm thinking about her because she works in the surf industry, she dresses like a surfer, she only hooks up with surfers or wakeboarders and people like that, so she is in it more than I am; however, she does not practice any of it.

Yeah... But to me, if you talk about the way she dresses, to me that's the beach lifestyle. It's a crossover from the surf lifestyle.

64. Yes. That's why I mention her.

Right. So I think it's a blurry line... Like beach lifestyle is... Surfing lifestyle [rythme de la phrase ralenti qui signale la formation de la pensée au moment de l'énoncé]. So I don't see... Seeing the way she dresses, I don't see the connection. Put it this way, if I look at her, I wouldn't go, "Oh she surfs," if I didn't know her. I would never think that. Like if I looked at you, I would more suspect that you did.

65. Right. What do you think the appeal is though for her to systematically go to surfer dudes...

She actually goes to wake guys...

66. Yeah, but it's a question that I come across and I'm trying to find what your view is on it.

I don't fully understand what you're getting at though.

67. My point is that there's a floating community between the participants and the non-participants. And I wanna know how important they are, and how you guys look at them, because they are there, they are a part of it... And she does social media for Sun Bum so she is important.

Ok, but Sun Bum isn't specifically a surf brand. We make things for everybody, but to me it's a beach lifestyle brand which is again a blurry line to surf, so like I don't... To me if you're implying that she's a poseur because she doesn't actually participate but she's actually associated with it.

68. I'm not implying anything.

No, ok, I'm just saying to me, I don't see a difference, like it's the beach lifestyle. If you live coastally and you wear a bikini most days, it's the same. I feel like it's really, really close.

69. So what's a poseur then?

Um, it's somebody who maybe doesn't... I think it's people who claim to be things that they aren't maybe not by the way they dress but more importantly by what they say and their interactions. To me that's the big one it's just... The worst is people claiming to know things that they don't or to just lie, it's a liar really.

70. Some of them do know the theory, they just don't...

But anybody who surfs would sniff it out instantaneously so they don't... It may sound like an insider but if they talk to anybody who actually does the activity on a regular basis they'd sniff it out right away. Like you can't fake it to somebody who's like...

71. And so what's the difference between somebody who's legitimate and somebody who is a kook?

But a kook could be somebody that is an asshole, he's just an asshole in the water like you could potentially have a great surfer that is just a freaking kook, but it's always been that kooks are the people that... Like new surfers that haven't done it before. Their Instagram page is just "kook slam," just people learning, and it's videos of them wrecking themselves in the shore breaks and putting on wetsuits backwards and putting in fins backwards and funny stuff like that.

72. Apart from the surfing community, do you feel like you are a part of another community? Do you feel like you belong to another community?

Yeah. Yeah, it's the beach community, it's the boating community, it's fishing... To me, it's anything associated with the water.

73. And they are separated or are they connected in some way?

They're separated but in the same time they're the same. It's like you have people that might do one but not the other but you can find common grounds, I think that's the biggest thing.

74. How do you see girls, women in the industry and lifestyle?

There's far less women than men, and... I guess I don't really know what the question is.

75. Well what's their place?

It's a funny question, cook me dinner! [Rires].

76. I know it is, but for some reason, I'm having trouble meeting with women. Like it's a lot easier for me to get access to men [rires].

Um... Yeah, so like where do they fit in the equation? I mean, I'd rather surf with cute girls than aggressive guys! [Rires]. If that means anything, but yeah I don't know. I think... How do they fit into surfing?... Some girls love to surf, some people don't. I don't think there's a... That's a weird question...

77. [Rires] Okay. Um, does image matter for a surfer?

I think the main part about it is just being different. Everyone just wants to be an individual. So I think it's just setting yourself apart, I think, that's about it.

78. Do you have to wear brands?

No, I don't think so.

79. Would you buy board shorts from Walmart?

No.

80. Why not?

'Cause they're not functional. They're not designed for actually surfing. There's a reason that there's like hundred dollars board shorts that are crazy stretch material, and they're meant to not rash you up when you're surfing and things like that so...

81. Why won't you rock a Quiksilver teeshirt?

I might if it's a really cool one.

82. What is cool?

I don't know. Because I feel like it's got a long way from just being authentic. They make clothing for Jimmy in the Midwest [rises].

83. [Rises] And what's authentic?

Um, authentic is like a company that's operated, run by the community for the community. But there's an expression too that, in the surf industry, that "core is poor," meaning that if you really are like an up and coming brand, you're probably not making any money. So there's like a fine line and you have to walk between the two and having to be... So there's a thing that brands can do when they like ... And Quiksilver has done it a little bit but they haven't done a good job, where you literally will make things specifically for core surf shops for like, core surf, but then they'll have other stuff that they'll sell to everybody else in the world. So that to set it apart, Vans has done the best job at doing that then anybody else. I wanna say they have ten different catalogs and they only give them out to certain retailers and they scale it that way where they have classics and only certain retailers can buy those, so they've done a good job at like pushing people away just far enough where it's cool.

84. Sun Bum does the same thing where you have two lines of products.

Yeah, and we just said "no" to a lot of retailers.

85. That's... Um, yeah... It's not in the same category, but what's the feel and look of Sun Bum briefly?

Um, it's sort of care free beach lifestyle... Just the idea is A, we're selling fun, we sell things that you're gonna use while you're doing the things that you enjoy. Like you're going to the beach, or going on the boat, or surfing... And, but with the same idea as that we're in the business of protecting people so, but you can't just have like a... Everything that you do can't

be the scare tactics so like this is... We started making sunscreen for us and we made it for us so that it would work well, and then we wanna share with everybody else.

86. Um, why don't you live where there are bigger waves like in California?

Too many people in California for one, the water is too cold, um, and there's too many people in the water.

87. What about Hawaii?

Um, I could maybe live in Hawaii, but it's kinda of like the same sort of deal. It's like Florida just has like the... To me it has everything, the best of a lot of those things where it may not be the best waves but it's less expensive. There's like a pretty good community, it doesn't get too aggro. California can get really aggro. There's still to this day people who get pulled out of the water and get bit up for surfing the wrong place, and you don't have quite that ego here. And I feel like in California, there's less of a waterman culture, like you don't have the boating element that we have here in the sailing and all that stuff 'cause I don't think people can afford to do it, and the coastline isn't conducive for it, whereas here, I feel like there's in some ways... Hawaii is a good example, Hawaii has like tons of boating, it's centered around the water so... Yeah.

88. And then my last question. Overall, how does the Florida surfing world compare to the rest of America when it comes to creativity?

Um... Like creativity in surfing?

89. Or in the surfing industry.

Florida was known for... Like Florida was the first place where guys started doing airs, like Mat Kechele and I think some of it is having somewhat crappy waves that close out on you, which also makes good skateboard ramps for surfing basically. Like in California, waves peel nicely and we gotta a lot of onshore winds and onshore winds are good for doing airs, and yeah, so I think it's just a different brand. Like I think you just... There's a reason too that I feel like some of the best big waves surfers have come from... Like C.J. Hobgood is a good example. C.J. was always one of the top performers that rode waves like Chopu and Cloud Brake. Chopu especially, which is a really fast hollow hard wave, and so I think because our waves are crummy, you learn differently and you adapt differently.

90. What about entrepreneurship? Like is it very dynamic in Florida?

Um, yeah. Yeah I think Florida has a lot of brands that are... Just almost like Florida and surfing brands, but then you have the other ones that they start here and then they go west and

they kinda forget about what happened. They forget where they came from but yeah, there's definitely... I feel like surfing in Florida, like the industry in Florida, is thriving pretty much with the exception of retail but...

91. Okay, thank you. Do you have any questions?

No, am I done?

Yes.

Nailed it!

Annexe 5. Sean Slater.

Rusty's, Port Cape Canaveral

7 juin 2017

L'entretien a eu lieu dans le restaurant préféré de Sean Slater, Rusty's Sea Food and Oyster Bar à Port Cap Canaveral. Sean a choisi l'endroit. Il s'agit d'un établissement familial fondé en 1948 par la famille Fischer (surfeurs, pêcheurs, entrepreneurs) et redéveloppé en 1992 par Rusty Fischer. Le restaurant se situe à l'embouchure du port, là où Sean a passé beaucoup de temps lorsqu'il pêchait. Le lieu est typique des restaurants de bord de mer floridiens : le bâtiment est en bois avec plusieurs niveaux et une terrasse donnant sur la rivière. Le tiki bar à l'extérieur, et l'atmosphère familiale et chaleureuse du sud typique du sud des États-Unis sont des arguments de vente qui sont évoqués sur le menu et le site web du restaurant. Dans les faits, le concept fonctionne et l'on se sent tout de suite comme un membre de la famille même la première fois qu'on y vient. Je suis arrivée sur les lieux trente minutes avant l'entretien donc j'ai pu apprécier l'accueil sans l'intermédiaire d'un client connu. Dustin de Sun Bum m'a mise en contact avec Sean Slater car ils entretiennent des relations à la fois d'affaires mais aussi amicales. Dustin est resté pour l'entretien et ses interventions sont retranscrites entre crochets.

1. I know that you are from around here, born in 1969, can you confirm ?

Yes, born in Cape Canaveral Hospital, officially Cocoa Beach but it's called Cape Canaveral Hospital... So I was born and raised in Cocoa, born in January 4th, 1969.

2. What is your current job?

I have a retail store, a surf tackle store, and I make surfboards, and I finance all of that by delivering motorhomes, so I'm a transporter around the US.

3. What has been your relation to surfing?

I started surfing when I was five years old in Cocoa Beach, and um, not thinking, you know, you don't know what's gonna become of it when you're a kid but we had a group of guys and everyone made some kind of career out of surfing so, um... We all continued on and before you know it, you're winning events, and I was a member of the USA surf team for many years, turned professional, and um, that's mostly through my twenties. I ended up learning to

shape surfboards and I got a job doing marketing in the marketing department for Volcom for 21 years.

4. So it started as a hobby, then it became a job, then a lifestyle, is this correct?

Yeah!

5. Who introduced you to surfing?

My father, he was a surfer. He was a beach guy, he surfed, he fished, he owned a tackle store and he used to catch bait, and gill-netting before it was illegal. And he was a shrimper, a fisherman, a lifeguard, a bouncer. I mean, he was a Floridian beach guy!

6. Were you the first of the three brothers to start surfing?

Yeah.

7. Where have you surfed in the world?

I have been all over. Some of my favorite places are Japan, Barbados, Hawaii of course, Australia. I've been all over Europe, and um, Indonesia.

8. Have you been to Reunion Island?

I haven't been to Reunion Island.

9. Well, I'm inviting you, all my family is from there!

Oh that's cool, big shark spot!

10. In terms of population and local behavior, have you seen a difference in local surfers' behavior?

You know, yeah, you definitely see that... Some are worst than others. Some I try to completely avoid, and others are just super welcoming. Like if you go to Tahiti, it's like old school, like people are so nice there, you know... It's wonderful, you're out on the water, and it's so weird, someone is being nice to you... I love Tahiti... Barbados is getting a little aggressive but they've always been very nice. It's just so crowded and everyone gets irritated... So here, because of all that chaos, I like to find a street where there's no one at, or near my house, in Cocoa Beach, and maybe go out there.

11. So it's pretty welcoming here?

Yes, 'cause we're the ones who've been surfing here for so long. What are they gonna say [rises] you know! We know the etiquette and you know we're all happy, so everyone else is gonna be happy!

12. That's true, I'm a rookie³¹³ and everyone has always been really nice to me in the water!

Yeah, we were all rookies at one time!

13. Do you see a difference between surf spots here in Florida?

Um, yeah, I mean, some people try to get aggressive here and I think it's pretty funny... I think it's funny when guys drive from way inland and they've been surfing the spot for two years and they start to yell at people... Yeah, I mean, I've never really had a problem in my life, I mean, I've had one or two little episodes here and there from some hothead who was having a bad day, but I've never really had a run-in with anyone.

14. You're a shaper. What makes a good board?

Shoot... Something really simple, with a really consistent outline... Nothing with too many tricks on it, you know, not like, there's always some phases when people would order surfboards and it would be like triple wing, triple concave, back-tail, five fins, whatever, you know... The more stuff you put on it like that, the worse the board's gonna be... It might work good in one kinda wave... I think a good all around surfboard is really simple, consistent, good for your weight, and your talent, you know.

15. Besides yourself, who's your favorite shaper?

Um... I've always been a fan of Al Merrick³¹⁴... My friend Cordell³¹⁵ in California, I like his approach 'cause Cordell just goes for it and he is like a very new shaper, and um, I'm really proud of what he's done... And um, old school shapers, Al Merrick, I used to like for big

313 Un *rookie* est un débutant ou une personne qui ne pratique pas l'activité depuis plus d'un an ou deux. En réalité, je pratique le surf de manière très sporadique depuis environ dix ans mais j'étais très nerveuse de rencontrer Sean Slater : son statut dans le monde du surf invitait à une grande humilité alors le mot *rookie* est le meilleur qualificatif que j'ai su trouver sur le moment.

314 Al Merrick (1944): *shaper* résidant à Santa Barbara, né dans le New Jersey, élevé entre la Floride et la Californie. Il est connu pour sa marque de planches Channel Islands. Ses planches sont devenues populaires grâce à Tom Curren et Kelly Slater. Aujourd'hui toutes ses planches sont dessinées à partir d'un logiciel pour une meilleure précision dans la reproduction. Les matériaux sont principalement mousse et fibre de verre. La marque a été rachetée par Burton en 2006 pour créer une synergie entre les méthodes de fabrication des deux sports de glisse, surf et snowboard (Borte, n.d).

315 Cordell Surfboards, marque de surf située à New Port Beach en Californie.

waves, Bill Barnfield³¹⁶ and um, Pat Rawson³¹⁷. And you know Mat Biolos³¹⁸ from Lost is a great shaper... I'm sorry [Sean se rapproche du microphone et rit]. I hope you recorded that [rires].

16. Overlooking your family ties, who would be your favorite surfer?

Shoot, you know what, I haven't thought of that in a long time. But Tom Carrol³¹⁹ used to be my favorite surfer and um, I don't know... It's kind of a hard question now... It's changed so much in the way I look at it... I used to say when I was younger that I liked anybody who was having the more fun than anyone, so that's probably kinda the same thing... I mean, it depends on the session... I like someone who's dedicated. I like someone who's nice, someone who keeps their attitude, doesn't change it... I used to like surfing with Todd Chesser³²⁰, and Clark, and Tom, and Sui, and some of them moved on... My little crew in Hawaii, Shawn Dory and Kelly... It was a lot of fun... That crew is probably my favorite surfers.

17. Why do you think we call surfing a lifestyle more than a sport?

Um, shoot... As soon as you really get into loving surfing, it kinda moves toward that whole thing. And it becomes that. It's a fun thing to do. You do it by yourself, and I don't know... There used to be a saying, "only a surfer knows the feeling..." And there's so much truth to that, but um, you can go almost anywhere and just do it... You meet good people, a lot of free

316 Bill Barnfield : *shaper* originaire de Californie, vivant sur l'île d'Oahu à Hawaï. Il a été embauché comme *shaper* par Lightning Bolt à Hawaï en 1973. Dans les années soixante-dix et quatre-vingt, il était connu pour sa planche spécifiquement fabriquée pour les grosses vagues (la North Shore gun). Il est le fondateur d'Evergreen Surfboards situé dans l'Orégon, puis de Bill Barnfield Performance à Hawaï. Il a aidé Al Merrick à monter sa compagnie. Il a écrit une colonne mensuelle dans *Surfing Magazine* intitulée Builder's Emporium de 1983 à 1985. Il a ouvert la première usine de fabrication de planches à North Shore et a ouvert The Raging Isle surf shop à Haleiwa en 2012 (« Bill Barnfield », 2003).

317 Pat Rawson : établi à Sunset Beach à Hawaï, il est né en 1954 à Santa Monica, en Californie. Dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, il était connu pour ses planches spécifiques aux grosses vagues (des *guns*). Il a été influencé par Dick Brewer et Tom Parrish à Oahu.

318 Mat Biolos « Mayhem » : a fondé la marque de surf, Lost, en 1985 (« Lost Surfboards », n.d.). Il signe les planches qu'il fabrique du nom de « Mayhem ». Mat vit à Cocoa Beach, et Sean sait que je l'ai déjà rencontré.

319 Tom Carroll : né à Sydney en Australie en 1961, il est l'un des premiers *riders* de tubes (vague qui en se refermant sur elle-même crée un tube dans lequel le surfeur se positionne). Il est considéré comme un *power surfer* (il surfe surtout des grosses vagues). Il est le premier *goofy* (pied droit devant sur la planche) à gagner le titre de champion du monde. Il a boycotté un événement en Afrique du Sud en 1985 en signe de protestation contre l'*apartheid*. Il est devenu le premier surfeur millionnaire en 1988 en signant un contrat avec Quiksilver. Il était accro à la drogue crystal meth dans les années 2000. Il est apparu dans beaucoup de films dont *Endless summer II* (Brown, 1994) (« Carroll Tom », 2003).

320 Todd Chesser : né en Floride en 1968, il a grandi à Hawaï et décédé dans une série de vagues de plus de sept mètres de hauteur à Alligator Rock, Oahu, en 1997. Ses parents étaient surfeurs. Il avait fait une carrière dans les cascades sur grosses vagues (« Chesser, Todd », 2003).

spirits, I don't know... It's just a great thing and you just start living doing what you love to do...

[Dustin: Yeah, you can surf and then re-live it wherever you are.]

It's like a pleasant car accident [rires], you know, 'cause it's kinda like, "oh my god, that was terrible!" But when you get the barrel, you can hear everything, you can smell it, but it only lasts for a few seconds, and then you come out and you're like, "wow!" You don't remember anything else around it... It's pretty neat!

18. Which local brands best represent the surf lifestyle?

Um, I think that my local brand does, and I think Kelly's surfboards. I think Bagel's done a good job: Dan Capuano³²¹ has done a great job... But I mean, we've got quite a few, we've got Jeff Haney³²²... Matt Kechele³²³ has always been true to his roots of surfing and he's so dedicated too... Ricky Carroll³²⁴, yeah, those are local brands.

19. In an interview with *The Beachside Resident*, what did you mean by "lifestyle crossover" when you talked about your company, the Slater Brothers?

Well, I've known nothing but growing surfing my whole life with my family, and I was trying to crossover into you know, basically your family life, not just surfing but fishing, camping and surfing for a foundation... Just to make it simple because I think every family is involved in that.

[La serveuse nous interrompt pour prendre les commandes.]

20. In the same article, you said: "Our surfing lifestyle is made up of much more than just surfing, which the majority of Florida and east coast surfers live in their daily routines..." You did not mention music, but do you include it in the daily routine? Can you elaborate?

Absolutely, I mean, it's like the religious part of it... I think all surfers have their, you know... Music is a huge part of their day. You see guys going on their heats and they're hopping around... I think we're gonna get 50 mph winds in a second...

321 « Bagel », Daniel Capuano, est un *shaper* de Cocoa Beach. Il a été formé, entre autres, par Sean lorsqu'il a intégré l'équipe de Quiet Flight, un surf shop local. Son label s'appelle Pelican Surfboards et le nom lui vient des moments qu'il passait à observer les pélicans avec ses deux amis Sean et Skippy Slater (Pelican Surfboards, 2008).

322 Jeff Haney : Ocean Image Surfboards, Cocoa Beach.

323 Matt Kechele : né à Cocoa Beach en 1962, il est le pionnier des *aerials* à la fin des années soixante-dix. Il est connu pour ce qui sera appelé le « Kech Air » (une figure aérienne en surf). Il est le fondateur de Matt Kechele Surfboards dont l'un des premiers membres a été l'adolescent Kelly Slater. Matt a aussi sponsorisé Dustin.

324 Ricky Carroll : voir entretien en annexe 6.

[Un orage s'approche de manière très rapide alors nous rentrons à l'intérieur du restaurant.]

So what were we talking about... I mean, music has always made my hair tingle, even though I don't have much anymore [rires]. It was probably as big a part of surfing as surfing was... Music was such a hobby, you don't even realize how much it means to you. Getting older and then getting into the marketing part of surfing, that's when I really started getting into the inner core of music... I met a lot of bands, I met a lot of successful musicians, and um, you know, then it became... It was amazing...

[Nos plats sont servis.]

21. What is surf music then?

Australia has always had a great surf music scene, but surf music now is a lot different. Surf music now, it's Jack Johnson and Donavon³²⁵... Donavon has always been playing music, you know, rock and roll... But I guess they found a little niche. Surf music, when I was younger, was Surf Punks³²⁶, Hulu Gurus. Before my time actually, Matt Kechele, they would listen to Tom Stillby and Joe Jackson, you know. We started getting into Hulu Guru and all the new wave stuff then that carried us into The Cure and all kinds of stuff but nothing that was really geared towards surfing except for the Surf Punks, basically, we loved them... Or Talking Heads.

22. Do you play music in your head to get you pumped up when you go surfing?

Depends on my mood, there's never one thing. It can be all the way from Jimmy Buffet to Nihilists to a lot of old school new wave stuff like Talking Heads. "This must be the place" is one of the best songs I ever heard in my life from the Talking Heads³²⁷... It brings up a lot of memories... You can't pinpoint a memory, you just feel it... There was a whole era there for a long time when I was on the road... There was a bunch of bands, so Pennywise and ASG, and um, NOFX, The Descendents, Bad Religion.

23. What about Sublime?

Sublime, that's always been kind of... Since I heard Sublime, that was always a part of our lives... Like, the first time we heard them... I worked for Black Flys, so I'm basically Black Flys family. Those are sunglasses... So Black Flys and Sublime... They were one of the sponsors for Sublime & Friends and so we were just kind of a giant family with Black Flys

325 Jack Johnson et Donavon Frankenreiter : voir tableau synoptique.

326 Surf Punks : Formé en 1976, le groupe a des influences punk rock et surf revival. Il est très représentatif de la mentalité de la côte ouest (territorialité). Il était plutôt indie dans les années quatre-vingt puis a disparu après 1988 avec un dernier album intitulé *Party Bomb*.

327 Talking Heads : Originaire de New York, le groupe s'est formé en 1974. Son dernier album date de 1988. La chanson dont parle Sean est extraite de l'album *Speaking in tongues* (Talking Heads, 1983).

and Skunk Records. And those guys introduced me to all those guys, from Eek-A-Mouse and all those guys from Sublime, and Slightly Stoopid, Filibuster, Corn Doggy Dog and all the bands that they had in the label. Every year we'd go to Salsipuedes, and we'd have a Skunk festival. They'd have a little stage set up in the car parking lot and everyone would just go down there, and bands would play on all day and all night, and it was a lot of fun, you know. By day three, the toilet's overflowing and there's trash everywhere, and you know, it just became a scene. And then, couple years later, a lot of people found out about it that kinda didn't get what we were doing... They started flooding down there you know, and there was... They think you can go down there and just trash the place... And that's not what you do. And I think after that, it was kind of, it was done... No one wanted to do it, there wasn't... It didn't have the flavor that it did before anybody found out about it, so that didn't happen anymore. And then Bradley passed away... It was 91 to 90, I don't know... I was in the middle of it, it was crazy...

24. Black Flys were popular in France among people who are now over 40...

Well, they're kinda building the brand back up, but it is an older brand, and you know... The brand is coming back actually... Cars and motorcycles, it's a whole new game with the same flavor, and it's pretty cool. It's not so destructive 'cause we all have to grow up you know... It was a lot of fun though, and definitely, the music carried it all.

25. What is good background music for everyday life?

Um, shoot! Ok, this is kind of funny but Jimmy Buffet, ACDC, old ACDC... I think it's just a good rock band, they're solid, they're like The Bevis and Butthead band, they're great, um... That's pretty much what I've been listening to lately...

26. Do you think Florida has a real surf music scene?

Now, I kinda don't understand it so much... I mean, I'm 48 now, and since the Pennywise days... Pennywise is still rocking, but... That was it you know... Every surf music video, and then it started changing into this emo rock and roll, on the world tour, and then it went back to the world tour after a few years. I didn't understand it. I think a lot of people didn't understand it, but it falls into a different thing.

[Dustin: Now it's gone even further into electronic and stuff.]

It's kinda sad. It's strange, you know, but it's probably not strange to them at all! I think I just grew out of that but when I hear that, I don't think of surfing at all, you know, if you pop in some surfy pop rock...

27. So there's a generation gap?

Yeah, I think so. I don't wanna cry before I go surfing, and I don't wanna have some guy yell at me in that rap, you know! I just don't! It's just my personal preference [rires].

28. Do you consider The Beach Boys a surf band?

Um, yeah... I mean, that era, those old guys, they listen to it and they're like, they probably feel the same way I do about rock and roll!

29. Is there a genre of music that you think is more surf music?

I think Dance hall reggae... If you're in Barbados, and they're playing reggae and everyone is drinking rum, and you're surfing... I mean, it just kind of all fits together. You don't have to make it surf music, it is.

30. Do you see a difference between the surf music scenes in all the places you've travelled to?

When you're in Hawaii, it's just, they have their own music that just goes with the scene... And that's definitely surf music you know. It's just island music and it just has everything to do with the ocean, as soon as you listen to it. Like Israel K., The Crater Boys, yeah, definitely, that music right there is your surfing staple... Ukuleles...

31. In the interview in *The Beachside Resident*, you said that you had the choice between looking like three Joe Dirt or The Three Stooges. Can you tell me more?

Well the reason I was doing that with my Slater Brothers Invitational is I wanted to bring my family back together. I wanted to bring my brothers together and have some fun with it. And in Volcom, I've always done marketing through participating to your own marketing instead of making up something fake. So The Three Stooges, we used to watch The Three Stooges when we were younger... Um, Joe Dirt, yeah, it kinda has something to do with the Florida redneck. And it's really funny 'cause I did have a mullet one time, not by choice. I would put my pony tail in a rubber band and it would rip my hair out you know, and then after a while, I just had a, yeah, a neck warmer [rires]. But yeah, I did the Po Boys, Three Stooges, it didn't really matter. It was all about helping people out. I really wanted to build this big event that was a lot of fun for families. You'd get free screenings and it was developed by my friend Drew, and I just thought it was gonna be a great event. I thought it'd be a really good one to have our family take off for generations. But it's a lot of work doing it on your own so...

32. Do you think that surf music is only American?

Australia has better surf music than we do. I think, I mean they always did. They had a band called Rose Tattoo that I really loved.

33. Do you think that the surfing community in America is ethnically diverse?

Oh man, you know what, it has always been predominantly white male. I mean since I was little. But there has been, some of my black friends, good guys, good surfers... The Caribbeans always has black surfers, super good guys down there...

[Dustin: Yeah, have you seen that kid that is surfing here in Cocoa Beach? He's surfing good, like a surfer black kid, he's surfing really well.]

34. So, it's opening up?

I don't know if I can judge of that from Florida. But I've been around a lot of black surfers but predominantly not black... But in different places... I just think surfing wasn't really big in these areas and now it's carrying on in a lot of places, and they're trying to catch up. It's pretty cool. In Barbados, man, my friend, he rips! I had a black friend, Solo Scott, in the eighties, he was a great surfer... Lot of black women surfing too, yep, on Instagram there's a site, it's pretty cool. Cocoa Beach is not that old of a city and it's always been mostly white, you know. I've never experienced... I watch this stuff they talk about, but I've never really experienced racism... I don't think, I don't know...

[Dustin: It really just has to do with the population that lives there.]

I don't understand that. I didn't think racism exists unless you talk about it? It's stupid, it's like the dumbest thing on the planet.

35. What's the difference between a legitimate surfer and a kook?

You can pick a kook out really quick [rires]. It has nothing to do with your talent. Someone who's pushy, who pushes themselves trying to get respect for no reason at all, you know, without earning it, just like a bully I guess you could say, like a surf bully [rires]. Or sometimes you can call a guy a kook because he just doesn't really have a clue of what he's doing because he's probably been taught by a total kook, because... Like a guy who can't really surf at all and he's yelling at people. He doesn't know etiquette at all. He's just out there, he's lost, he won't listen to anyone, and it's not just that they're a kook, they're a danger to other people. It's like Pipeline, they don't let people just paddle out. That's why it's policed so to say. It needs to be. At least it needs to be policed secretly because they're the ones who

can keep you most safe so if they see a guy trying to paddle out, they're not gonna let it happen, but yeah, it could be dangerous.

36. Apart from the surfing community, do you consider yourself to be a part of another kind of community?

Um, now I'm getting into transporting, so I'm meeting truck drivers and all kinds of... I'm kind of on the other side of the spectrum... I was in the music community for a long time. I was promoting. We were setting up shows and tours, and transporting the bands, and setting up for all the stuff. It was basically some marketing ideas to promote our surf skate and snow, and art... Yeah, art was the same thing as the music. Art came in, you know, all the artists were the riders... Some strange stuff, there's very creative guys out there. They take the riders, and then the riders do all this art. And a lot of the times, it didn't matter what it looked like, people would think it was awesome [rires]. But it's art!

37. If the waves are better in California, and Hawaii, and Barbados, why do you live here?

'Cause of the fishing, and my friends, and I'm born and raised in Cocoa Beach, for 48 years. But you know, I still like the waves in Cocoa Beach. It's not the greatest but it's probably the greatest place to learn. There's so many different things to do as far as fishing, and sporting things around the water here, and it's great. You're kind of right in the middle. So you have The Keys or you can go to the Bahamas, and you're a pretty quick shot to the Caribbeans. I just like Florida, it's getting a little bit overrun with tourists, and it's hard even to get to the grocery store, but um, we like Florida.

38. How does the Florida surfing world compare to the rest of America when it comes to creativity?

That's a hard question... Basically, what I've been seeing is... Since I've been on the road, I kinda been out of touch with what's going on. I kind of live it through my friends, their schools, and what they're doing, and some of the people I've been linked to who were competing and stuff. I tell you what man, we have some good upcoming kids, and they are some good people. And I think there's an era for a while when like, the families were getting a little bit overzealous because Kelly was making all this money, and he's number one, and winning all these titles, so they're like, on the beach, like football coach, screaming at their kids on the water. And I hope to God the era's gone. I haven't seen a lot of that in the last few years...

[Dustin: It's still there...]

It's still there? [Sean s'adresse au microphone] Stop yelling at your kids! You're gonna scare your kids right out of the water... They're never gonna want to do it anymore. My dad just let us go here. You'll learn what's good and bad when you're a kid. You don't need your parents who don't surf, or if they do, they're not as good as you are! If they're just gonna be yelling at you, I hate that!

[Dustin: Kids come to the beach crying.]

Everyone is kind of doing their own thing. It's not too crazy. They don't want to step out of line. In Australia, you'll have guys doing his board with this and you know, I try to get creative with my surfboards by making themed boards, and then couple of guys caught on and started doing things that were really fun... That's how I see it, it's fun. When the fun is gone, I don't want to do it anymore.

[Dustin: He made a board that only goes right.]

Yes, and I never ride it, no, a Nascar board... [rires]

[Dustin: Beer can, that was a thing for a while.]

I made a partnership with... I made an offshore Gecko power boat. I made a giant standup power board can, yeah, we did all sorts of cans and bottles. I did bottles for a beer company. Yeah, we done, we did a bunch of stuff, it was fun. You can make them into anything... So why are you doing this?

39. I'm doing this for my doctoral thesis.

It's pretty cool! It's funny, about Jack, Jack Johnson, we used to joke that he was the poorest guy we know, and now he's the richest guy we know because everyone would sit around and play guitar... All of a sudden Jack, he found his niche, it's crazy! We stayed with Jack in the winter, for a long time we did.

[Dustin: Donavon too.]

Donavon tried all kinds of different musics, and I mean, they cruised around in a van, like a 24 foot van.

[Dustin: Yeah, I was talking about it with someone the other day, he partnered with G-love and all these guys.]

Oh, rad.

40. Yeah, Jack Johnson is very popular in Europe. I think Donavon is... I discovered him at Sonny's Porch when I first got here.

[Dustin: The weird thing about Donavon that people don't realize is that we've all heard his music like at the mall or in the elevator, like it's got a lot of ...]

Yeah I heard it somewhere random the other day, like Beal's Outlet. It's strange, like that's Donavon? They all probably think it's Jack. Like this must be Jack or someone singing with him you know!

Annexe 6. Ricky Carroll et Bart Kelley.

Usine de Ricky Carroll, Rockledge

13 juin 2017

Dustin m'a mise en contact avec Bart Kelley qui est l'animateur de la station de radio locale Never Summer Radio. Le programme est inspiré du *surf lifestyle* floridien façonné par des influences insulaire, caribéenne, skate et surf. Never Summer diffuse une émission le dimanche intitulée Sun Bum Positive Sunday durant laquelle l'animateur passe des musiques qu'il décrit dans l'entretien comme étant positives et représentatives de l'esprit Sun Bum. Lorsque j'ai pris contact avec Bart, il m'a encouragé à inclure le *shaper* Ricky Carroll avec qui il travaille. Ricky Carroll est renommé dans le milieu du surf américain. Il possède l'une des plus grandes usines de fabrication de planches de surf sur la côte est et prête son dépôt à d'autres petits fabricants locaux comme Neilson qui possède une vitrine à Cocoa Beach (tout près du bureau Sun Bum). À mon arrivée sur les lieux, j'ai découvert que le studio de Never Summer Radio était situé dans les locaux de l'usine. Je savais que Ricky avait une émission de radio à son nom mais je n'avais pas compris qu'il s'agissait en fait du programme de Never Summer. Ricky joue aussi dans deux groupes locaux qu'il décrit lors de l'entretien.

Étant donné que l'entretien comprend deux personnes interrogées simultanément, les normes d'écritures sont les suivantes : les interventions de la chercheuse sont signalées en caractères gras, celles des sujets sont en caractères normaux, les noms des intervenants sont indiqués par leurs initiales (R.C. pour Ricky Carroll, B.K. pour Bart Kelley).

1. So I'm here with Bart Kelley and Ricky Carroll. So I'll start with you Ricky. Where were you born?

R.C.: In New York City.

2. When did you move here?

R.C.: My dad was in the Air Force, so we travelled around a bit as a kid and I discovered surfing on vacation to Hawaii and Japan. And he retired in 1970, and I moved to Florida in 1970.

3. Did you go to Okinawa?

R.C.: No, we were in Tachikawa, near Tokyo.

4. And Bart?

B.K.: Indianapolis Indiana [rires].

5. Ok, so when did you move here?

B.K.: Three years ago, but I've been coming to this area for about fifteen years. I used to travel with the Nascar Circuit... Then it became only if there was a beach around, and then for some reason this place has always attracted me... I've always been attracted to it, so we've been vacationing here and every time I would go back to Indiana, I would get just depressed and unhappy. So finally we made the move to actually move here, so three years ago.

6. Ricky, in your own words, what is your job?

R.C.: Um, besides from running the surfboard factory, which is a job in itself, as a surfboard shaper, that's what I do mainly, shaping and designing the boards.

7. Bart?

B.K.: Job title here, um... Just, let call it marketing and events... And having fun.

8. Yeah, see that's why I'd rather have your description of what you do! So what is your relation to surfing?

[Rires des deux interlocuteurs.]

R.C.: That's a hard one, I mean it's just a passion... As a kid, once I did it. It's like, that's all I wanted to do... I got into the surf industry just kinda by chance, not that that's what I wanted to do. I didn't think there was a career in making surfboards but I soon discovered that there was, and once I did, I never went back.

9. How old were you when you started surfing and then shaping?

R.C.: Um 10. Then I made my very first board when I was 13.

10. That was fast!

R.C.: Kind of out of necessity! I told the story a few times, but my brother and I shared a board and he was bigger so I didn't get to ride the board until he was done. So I kept finding a way to find another board and then, I decided that I would make one after I saw someone shape a board. I was like, "I can do that!"

11. Was it hard?

R.C.: Yeah, I found a little longboard in the trash. It was broken in half. I took the front half of the board, stripped all the fiber glass off, reshaped it, and I made myself another board I could ride. I learned what I could as a kid and just went for it.

B.K.: He was eco-friendly before it was cool. And this is also some of his trophies [rires].

[Bart pointe du doigt la centaine de trophées qui se trouvent sur le mur derrière moi.]

12. Wow, not too many, huh! What is your relationship to surfing Bart?

B.K.: It's kind of ironic even being here. Growing up in the Midwest, you watch it on TV, you watch the magazines, you want to live it so much but you can't because you're in the middle of nowhere. Um, so when I was a teenager, I worked at a shop called Aloha, which was our skate shop but it was also a fake surf shop in a way. We even had a surfboard there which I could never really figure out why. But the ironic thing is that we sold all the Locomotion³²⁸ stuff and then the first day that I came here, Ricky Carroll shaped all the Locomotion's boards, so it's kind of ironic that a 16 year old kid from Indiana had a dream and then when he finally moves to Florida, he goes to the shop that actually makes the boards that he's always looked at his whole life. So, it was meant to be.

13. Have you surfed in other places?

R.C.: Yes, Caribbean, all up and down the east coast, California, Hawaii, Australia, Japan.

14. In terms of local surfers' behavior and culture, did you notice differences?

R.C.: Definitely, difference between the cultures just area to area. Even here, not only worldwide, but just, you can go one town and the majority are into this some type of clique or whatever, and you go to another town and it's the total opposite. So it's pretty localized what guys are into, what their culture is, and what they're into.

15. How is it here in Florida?

R.C.: Florida is pretty diverse because we have a wide variety of surf. You've got small waves, you've got no waves, we have good waves, you've got storms or big hurricane waves. So you have to be a little more diverse as a surfer who lives here and surfs...

B.K.: I always like to say that nobody's from here so nobody has this mind... So, do you feel that way? [À Ricky]

R.C.: I grew up here, and a lot of people definitely came here from somewhere else. It's one of those states, more people come from outta state...

³²⁸ Locomotion est une marque de surf pour laquelle Ricky Carroll travaillait en tant que *ghost shaper* avant d'ouvrir son usine. Un *ghost shaper* fabrique des planches de surf au nom de quelqu'un d'autre.

16. I read something about Florida saying exactly that... It's the one state where most of the population was not born here.

B.K.: Right, so you can't stick your flag in it and say it's yours.

17. No, and so do you feel the same? Is Florida its own thing?

B.K.: You know what, that's one thing that's attracted me to this area. And even like, in Miami or Jacksonville, it's still kinda different but it's just this area that I feel is a little bit different. I've been to Venice and I've been to Miami, you know, wherever there's a beach, even Lake Michigan in Indiana, they surf there too. There's still cliques, and there's something different in my mind about Brevard County.

18. So there's something different here in Brevard or in Cocoa Beach?

R.C.: A little bit, I think so. Brevard County has been the hub of surfboard making on the east coast for a long time. It's just, I don't know why, you know, but hard foam decided to put their east coast warehouse here. Some of the major distributors... One moved up from Miami to be here because it was just the hub of surfboard making.

19. Is it more creative around here?

R.C.: I don't know that it's a creative thing. You know, the weather is one of the things, but you can do the same in New Smyrna but it's still not anything compared to here. I wanna say it's something in the water because Brevard County has produced more world champions than any other country, not even just the states, any other country.

B.K.: But on the flip of that too is, I feel that Brevard County has something going on, in the music scene. There's a lot of talented musicians, so I think that's weird.

20. Yeah! That's why I did my research here too because there is so much going on here, and yet somehow, there's nothing about Brevard in academic research! They will talk about surf in Italy before they'll talk about Brevard!

B.K.: I lived here for two years, I think Ricky was with me when... I didn't know Jim Morrison grew up around here, and you know, I lived here, and I love the Doors, and I love Jim Morrison, and I actually went by his house and made fun of that house because there's a picture of him... And then, like a year later, somebody's like "that's where Jim Morrison lived." I was like "what?!"

21. This place is burgeoning with a lot of different things...

R.C.: I agree with that. You know, I've played in bands all my life too. At one time, *Brevard Live*³²⁹ had listed 600 bands in Brevard, that were from Brevard. There's only like 150 places to play, but musicians... You know, I go traveling up the coast and I would much rather see a live band than listen to a D.J. or house music, anytime... And when I go traveling and finally decide to stop, and you're not familiar with the area... I've gone and asked people where is there live music? And they look at me like I'm from another planet: "What are you talking about?" This is not a weekend or something, or it's like, "oh, there's a concert next weekend." I'm like, "no, right now, just a band"... I don't know, and it's weird...

22. And you play in two different bands, right?

R.C.: Yes. One's called Lady & The Tramps, a sort of alternative kind of pop band, and the other one is the exact opposite. It's called Caroline & The Down Patrol, and it's more... It started as a blues band and it kind of diversified into a little bit of classic rock and even into a little country.

23. Would you consider these two bands surf music at all?

R.C.: Not really, Lady & The Tramp is more surf music than the classic rock. Classic rock and blues never really was considered surf music. Some of the alternative stuff was if you look back at the old surf videos and stuff. A lot of it is you know, ASG, and Pennywise... It was you know, a lot of punk in the early surf videos, so you can classify that as more surf music than classic rock.

24. Right, and do you think there might be a generation gap? Like from what I've seen, your generation is more attracted to the music you're describing... I talked to Sean Slater the other day, and he mentioned the same kinda stuff, Pennywise, and then NOFX... And then the more I talk to younger kids though, the more it seems like they listen to electronic music and rap music... They're still really good surfers! [Rires]

R.C.: Right, yeah, definitely, a generation gap. I just see that because of the up bringing that a lot of younger millennials listen to their parents' stuff and they go, "oh this is kinda cool." And they start listening to you know, Led Zeppelin and stuff they would never have been introduced to if it wasn't for their parents because if they were listening to the radio and music

³²⁹ *Brevard Live Magazine* se décrit comme le principal magazine de promotion des divertissements de la Space Coast depuis 15 ans. Il promeut les musique, les festivals, les arts, etc. Le magazine est publié en ligne le premier de chaque mois (*Brevard Florida Live*, 2018).

on the CDs that they bought, they would never have heard that stuff. So a lot of them do turn to it. There's something about classic rock that's never gonna go away.

25. Do you feel the same?

B.K.: I always say, if you find a cool kid listening to cool music, he has a cool parent. Because you learn that from somewhere, or you pick up on it from somewhere, or he's connected to somebody who has a cool parent. You know, even some of the younger guys here, one is Ricky's son and the other one is a part of that culture, but yeah, I agree. [Rires].

26. Your motto is "work hard, surf hard." Why?

R.C.: I'm really passionate about what I do. You don't make surfboards all of your life unless you're passionate about it. It's not something you do and go, "oh! I'm gonna make a ton of money doing this." It's hard work and you have to have a passion for it. And I'm one of those people who's very competitive. When I started surfing, in competitions and stuff, I wasn't going to enter competitions unless I was gonna win. I didn't go in here just to be a part of it. And when I started my own company, I had worked for many years for another company, and the work hard ethic has always been a part of who I am. But the surf hard was kind of saying, you know, if you're gonna do something, put your all at it instead of just go out to surf and say, "I'm a surfer." I have a hard time saying I'm a surfer, because I surf, I love surfing but I do hardly half the stuff that most surfers wanna be, that surfer lifestyle, where everything is chill and casual, you know: I'll just work to make enough money to make it to the weekend and go surfing. And I'm not that way, I don't fit the profile of the surfer...

B.K.: But he does live the lifestyle. If the waves are good, he will take the day off!

R.C.: Yeah, I'll take off to go surfing.

27. Is this why you think we call surfing a lifestyle more than a sport?

R.C.: Yes, exactly, it is, because if it was a sport you would make time to practice because it's at a certain time, you would make time to go out you know, and improve your skills but because it is a lifestyle, you drop everything when the waves are good and you just go. But that's just part of where we live too. In Hawaii, or places where the waves are more consistent, when I worked over there, I know I could work for four or five hours and then still go surfing in the afternoon. And the wind's gonna be offshore somewhere on the island so you can go find some clean waves and have fun, whereas here, it's like when it's good, you go or you miss it.

B.K.: Yeah, and due to the fact that I'm in the far corner upstairs, at three o'clock, and all of a sudden, you hear nothing, it's quiet. And then I'm working and I hear the doors shut, and everybody's gone. At two or three o'clock in the afternoon, um... And then you text somebody, you know, "where are you at?" But you can also tell when it's a good morning too because you'll come here and there's absolutely no cars in the parking lot... That's why Ricky is kinda smart about this location: you have to think about it before you decide to run.

R.C.: If we were right on the beach we would not be getting much work done.

B.K.: But you know, it's funny. You think he's far but I can tell you several shapers that are just in this area right now, you know, and everybody was like "why is Ricky all the way out?" He's not the only one, there's big shapers here...

R.C.: Part of it had to do with the proper zoning to build surfboards. There's very little on the beach side to do that.

B.K.: You can't do a manufacture.

R.C.: The only industrial zone property on the beach is in Cape Canaveral, near the port, and Indian Harbor. Other than that, there's no industrial zone property where you can legally have a surfboard manufactured. There are lots of shapers on the beach side, and what they do is they shape their boards and bring it to a factory that's on the mainland.

B.K.: I'm surprised Sean didn't tell you that, 'cause he had a huge issue with that. He gets all of his boards finished on Merritt Island... He has to take them there to finish them so that way he's not actually manufacturing on the beach.

28. Ok, that's interesting, he didn't mention it. So who are some good local brands, shapers around here like Neilson or Cannibal?

R.C.: There's a lot of talented guys around here who know how to do good boards. I think it's because it started way back in the days with guys like Dick Catri, and the guys that followed. The bar was set very high, very early and the reason that was, it was because as east coasters, we've always fought the stigma that California is the golden child and they knew how to surf and build surfboards, whereas the guys on the east coast are a bunch of kooks and we don't know what we're doing. That stigma still exists today. It's still there. And so when guys start building boards and competing in competitions, they had to do it better than they did. We had to prove that we were something and that just followed through the years, through all of the guys... There are guys here who may not build the best boards... There was a long line of guys ahead of them that knew that they wanted to make it as a surfboard builder. They had to do a good job because the bar had been set so high...

29. So how do they create a niche for themselves?

R.C.: That's the tough part in today's market. It's been overrun by imported boards from all over, and also the Californian companies figuring out: here's how we get more of the east coast market is we take up the rack space in the shops by consigning longer terms. And that really hurts us over here as builders wanting to get paid for what we do.

30. I feel like in Cocoa Beach, all the local brands are connected. Like you know Dustin, Sean, Mark Longenecker... I feel like everybody's kinds working together, it's amazing!

R.C.: Not only in Brevard, up and down the est coast, almost everybody knows everybody. It's a very small, small industry when it comes to making something that is made in the United States. That's super small so it's a super tight net so everybody knows... For the longest time, the guys didn't work together very well. It's kinda of a realization that you gotta work with your competition somewhat because we're all in the same boat and we would die as an industry if we didn't stay together.

B.K.: This is one thing I like to say about Ricky. You see Ricky's facility compared to anybody else's facility, um... Ricky helps other people, so Neilson's boards are finished here in this factory because if he wasn't, and if it didn't, he wouldn't exist. He would have to go somewhere else or do something else. So Ricky helps out a lot of people. And the niche there, I said niche and we don't even like to call it a niche, we don't even like to call it marketing, it's just who we are or what we do for our community and within our community. Um, and I like to almost think that when you're with people and you're helping people, that kinda shows who you are and what you are doing, you know what I'm saying? So in a way that's the niche, helping everybody out... You know, there's times when Ricky's helped people, and there are several times when we have huge events and this other stuff³³⁰... And we lost, everybody else won, you know, and it was our thing that we gave. That's what we do in our community, so I think to serve the community to help others...

31. It is obvious, even when you're not from here...

B.K.: That's the attraction, the reason why I live here. You don't have to be rich, you don't have to be poor, you know. You go to Venice and you know, anymore, but back in the days you could be poor, now you have to live in a \$5million home, there... Here, you can live here for nothing, a block away form the beach.

330 Quand Robert Rhomann, un surfeur proéminent de Brevard, est décédé en juin 2016, Ricky Carroll a organisé une collecte de fonds dans son usine afin d'aider la famille du surfeur. Sun Bum a sponsorisé l'événement auquel j'ai aussi assisté.

R.C.: That's what I like about this area, everything around the water. It's just the small town feel is what I like. It's not a big city or anything like that...

32. The radio is called Endless Summer, does it have anything to do with either the movie or Mark Longenecker?

B.K.: No, what it is, it's just, it is the life that we live... You know, just, we were looking for a name and that's what the name was. It's, we live that life, in the endless summer and there's times now when we forget about it. Um, Ricky's gone up north to New York but you know a month ago... You automatically think that everybody lives the same life that you live. So you're wondering what the waves are like there, you wonder what the board sales are there... They're not selling boards because it's still 50 degrees... You know... And your brain just forgets that. So Endless Summer is kind of like helping other people see...

33. Your R.C. surf radio...

B.K.: It's the same thing.

34. Ok, I wasn't sure about that... The logo says "surf, skate, punk, and reggae." Would these be the core values or music for the lifestyle?

R.C.: Kinda, yeah. At least here. If you go to other areas, it's different. The reggae thing is kind of a south thing, when you know, you go up north and they don't consider that surf music.

B.K.: You can go up north on the beach and they don't want a red, yellow, green anything. Which is kinda weird.

R.C.: They don't identify with the culture for some reason. The surfers here identify with the whole, you know, Caribbean culture, whereas up there, it's foreign to them.

35. What about California, do they identify with it at all?

R.C.: A little bit, but it's still different, you know. If you asked most Californians, especially older guys, what's surf music you know, they would say Jan & Dean and Beach Boys.

36. Do you consider The Beach Boys a surf band?

R.C.: Sure... I mean they started that way, and they all surfed. They were going to try to fill a void in music.

[Interruption d'un *shaper* de l'équipe au sujet d'une planche].

B.K.: Which is kind of funny, because in the movie, the most recent movie, you hear one of them say, you hear the guy complain, “we don’t even surf.” Which is kind of funny because one of them died surfing... [Rires.]

R.C.: But they did surf. They grew up in that surfer lifestyle. Here’s a story that Corey Carroll who is not related to me, but everybody thinks he is. I call him my dad or my uncle for fun but we’re good friends and he told me the story that Corey plays guitar. He grew up in the same neighborhood that The Beach Boys grew up in and when they started, they asked him to play guitar in their band and he said, “yeah, that’s cool but I’d rather go surfing instead of practicing music.” He made a professional surf career by choosing surfing over music. Would he have done the same in music? He probably would have done better in the music, monetarily but he did what he felt like his passion was and he still plays music today. But you know, he took that opportunity, and turned it down [rires].

B.K.: I get to look at it totally different. So if you live in California and you live in Florida and you listen to The Beach Boys, that’s one thing. But when you live in the Midwest and that’s the introduction to that lifestyle, that’s everything. So even if they never surfed or even if they weren’t surfers, you hear it on the radio, they’re surfers, they’re the most famous surfers in the world because that’s all we talk about. You learn their lifestyle through their songs...

R.C.: Yes, they introduced surfing to the rural America and to the rest of the world. They introduced it more so than surfers did.

37. One of them didn’t surf and hated it.

B.K.: I think he hated everything, even being a Beach Boy. There were times that he wouldn’t go on tour.

38. When you surf, do you have a tune in your head? Is there a kind of music that gets you pumping?

R.C.: No, I’m gonna say this, I’ve heard a million people say, “I like all kinds of musics,” and it is absolutely not true. You rarely find that person that really, absolutely, that is true. “I like all kinds of music.” Everybody says it. You hear it all the time and then something is playing and they go, “oh! Turn that crap off!” “Well I thought you liked all kinds of music! Why don’t you like that!” And I feel like I’m one of them people that I really couldn’t say that, “turn that crap off,” even when there’s something I don’t really like. Still I’m listening to it to see if I’m hearing something in there as a musician, that you know, I can learn something from or you know, take it to go, “yeah that sounds like... or whatever...” So I’m always thinking that way.

So there's no like, one type of music or one that, this is it... I like such a diverse array of music that I don't know that there is one I could say is my favorite.

39. What do you play?

R.C.: I play the drums, I'm the guy that hangs out with the musicians.

B.K.: That's why there's drums here.

40. I assumed... And you are the D.J. Do you play an instrument?

B.K.: No, that's the reason why I'm a D.J. [rires].

41. When you think of surfing, what do you play?

B.K.: You know what, it's really and truly, at that point, you are playing for the listeners. Just like Ricky was talking about. Sometimes, it's kinda tricky and it's kinda hard because you play the Ramones, or you play punk rock bands, that has nothing to do with surfing but it has everything to do with surfing. Because, earlier, you know, you would watch videos, if it was skate or surf, once again that's how you were introduced to music, and vice versa. So to me, surf music... I love Dick Dale, I love surf dance but to me surf music is punk-rock because I grew up through that era in that stage where every video that you watched was a punk rock band playing...

42. So that would be the epitome of surf music to you?

B.K.: Kind of, yes.

R.C.: And that's why I say it's so different. I've gone through different stages... I've played in a full on punk-rock band. I've played in a country band. I've played in easy listening band. I played in classic rock band so it's hard to say this is my music for surfing. I see surfing as being such a giant diverse crowd now. Early on it wasn't that way. You were a surfer, you were picked out in the crowd, people would go, "that's a surfer." You know, back in the 50's and the 60's. And nowadays, surfing has got so much crossover with people who started windsurfing, and just go to surfing through windsurfing, started paddle boarding, discovered surfing through paddle boarding, started kite boarding, discovered surfing through all these different channels that come through all those different walks of life. Surf music to them is all different. There's no like, continuity to it anymore, and say this is pure surf music because to them, someone who paddle boards, it's more yuppy music and somebody who comes up just as a skater, he comes into surfing, he's gonna want more of a hard core music, and they're both gonna claim that that's surf music.

43. So it's a personal construction?

R.C.: Exactly!

B.K.: And as you get older, it changes. Because now if a man doesn't have a ukulele... You know, I love ukuleles! It's now, as you get older, it's a little different.

44. Jack Johnson or Donavon maybe?

B.K.: Yeah, Troy Fernandez is a ukulele player and all he plays talks about surfing in Hawaii and everything. So you find those perfect bands, that come together and you fall in love with them. But you know some people will hear it and they'll go, "no." And surfers can hear it and like it...

45. So it's a generation thing, also it includes your background...

R.C.: And your age... It progresses. I see a lot of younger kids listening to classic stuff so it's really hard to categorize it.

B.K.: That's like when you go to a punk rock show here in Florida, it's pretty rare... You know for example, with Agent Orange, it's just kind of fun now and maybe it's just because it hasn't happened before in the past... So we're at the Agent Orange show, and he is with his son, and we're all in the pit, starting fights, and that to me, that was life and that was the coolest thing ever. But then again, we're at that age and so to me that was a very cool experience. Or you know, taking my daughter to Blink 182 for the third time in a row, and watching her progress through punk rock. Before, I showed her how the pit works, and now she's in the pit hitting other people and that hasn't happened before and any other...

R.C.: It's hard because I think sometimes, if you think back of your parents, and the music you like, most people would say, "I would never listen to this music, it's not cool." But I think that's changed. So the younger you are and you have kids, the stuff you listen to might still appeal to them 'cause it's not so far removed from what they're listening to now. Where back in the days, my parents were listening to Franck Sinatra... I never had appreciation for it then as a kid. It took a long time of playing music to go through to kind of start appreciating the big bands and stuff that, as a kid I was like, "I'll never listen to that stuff." Now I love it! You're almost maturing to some of the stuff that your parents loved. But as you get older it's a bigger gap, where today, I feel it's a smaller gap 'cause kids are listening to what their parents listened to and say, "that's pretty cool," right off the bat.

B.K.: And to me, now there's a lot more interaction between band and fan. If your mom listened to Franck Sinatra, how many times did she meet him? Zero, you know. If you listen to

Agent Orange, how many times do we actually get to see them? Every other year. And it's not a matter of they show up and this and that. They show up and they party with you and they have fun. So I think that's a huge factor. My daughter is more attracted to punk rock bands that I'm attracted to because there's a relationship there.

46. I'm thinking about Sonny's Porch, what got you to broadcast Sun Bum Positive Sunday?

B.K.: The Sunday was because the support that Sun Bum supplies. You can see there's two Sun Bum hats there, there's Sonny here, there's Duke there. Behind you is a whole bag full of everything, and a banana! Every time somebody comes here, they're getting something. So it's kinda like just support right back. Once again, that's not a niche thing or a marketing thing, it's part of our community, and giving back to the people... And you can ask anybody at Sun Bum, it was never really asked or it was never really talked about. It's just something that happened. Just like, you know, the backyard sessions, the porch sessions, that just happened, you know. He let us come right along with it and it was fun, you know. I think it's the cool thing about what happens here, just with surfing and everything else. You see cool things that happen and you wanna support it, be a part of it and next thing you know, you're in it. It's not... It's let's do this. You help me, I help you and this is how this works.

47. How do you decide the type of music you play on that Sun Bum program?

B.K.: First of all, I try to keep everything positive, and I try to keep everything fun. I try to keep everything cool, um... It's just a little bit more laid back but still fun 'cause it's also fun day, um... It's just whatever is good at that time. It's never anything too negative and if it is negative, it's still fun cause it's punk-rock [rires].

48. Do you guys think that there is a Florida surf music scene?

B.K.: That's the funny thing about it, there's not a Florida... Like you don't have the punk rock California scene at all, but it's just there's a Florida music scene, yeah, but there's not one thing...

R.C.: When you go through the Carolina area, there is music, and they call it shag. I heard on the radio, some bar was promoting to come out on a Saturday night. You know, the shag was kind of like, their kind of beachy surf music. They weren't really calling it surf music, but I was really interested to see what it was gonna be. Was it gonna be 50's or was it gonna be... I don't know what it was, but you know, they were calling it that and they were saying that it was kind of pretty much due to the area in the Carolinas. They called it... And I heard it when I was driving, and then I heard it from a friend who lived in the Carolinas. And he said it at

one time, and I really didn't get to ask him what he meant by that but it was a whole movement of music that I had never even heard about you know, but it was beach related...

B.K.: So, we don't have a blue grass, we don't have... it's just...

R.C.: So I think each area just kinda does their own thing and claims it as that's their surf music. You know, around here, there's still a lot of bands that are considered a little more surf music bands than if you go to Orlando, or if you go to Jacksonville... Well Jacksonville, maybe a little bit... But you know, you go to Tallahassee and you don't find this surf music...

49. Do you have names from around here?

R.C.: Dany Morris is the first one that comes to mind. He plays in that Dick Dale's style, so it's really easy to call him surf music because he plays in that style.

B.K.: There's this guy Bill right here, Bill Surf [rises]. Is he the best? Is he, you know... I could tell you he lives the life!

R.C.: The band that Bill plays in, just older guys, just kinda chill surf music. There's all kinds of bands around here that pretty much call themselves surf music.

B.K.: Here, you can have that [Bart me donne le CD de Bill Surf]. He's also spacey surf [rises]. He's off his record!

R.C.: But his whole style, one hundred percent, was influenced by what original surf music was before punk, before all that, you know. It was The Beach Boys and Dick Dale, and that's who he is, totally, totally, kind of tiki surf. He's just coming at it from a different angle, he put his spin on it but it's still, you can tell how he plays that he's trying to emulate that sound.

B.K.: He's put this spin on it, that tiki surf...

50. That tiki surf thing is very Floridian right?

B.K.: Right, and maybe hopefully you'll agree [à Ricky], to me the funniest thing about Florida is once you're here for so long, then it becomes a Hawaiian thing. Everybody from Hawaii is here, everybody wants to go to Hawaii, everybody wants to be a part of Hawaii, to where that culture now... Which is the furthest thing in a way... Is now part of that, to where, um... You know, I mean how many people...

R.C.: I think Floridians would say: "If I could go somewhere on a trip, it would be to Hawaii before California."

51. So why don't they move there?

R.C.: It's tough, it's expensive to live there...

B.K.: Probably 'cause the financial aspect! [Rires]

R.C.: I used to go there every winter and surf and try to work when I could. I tried to pay for the trip so I could stay longer. That's where I got the job with Locomotion, 'cause they're a Hawaiian based company...

B.K.: It's not just the postcard... There's heavy, heavy crime...

52. Yeah, and I noticed when I went there that Hawaiians can be very territorial, not just on the water...

R.C.: Yeah, everywhere, and so it's hard to come there as a *Haole* which is mainlander, and fit in but a lot of people do... But um, when I was younger, I was thinking this would be great to get a job over here. I could move over here and work but as I got older and had kids... You don't wanna raise your kids in Hawaii 'cause the school system is terrible. They're like two years behind us, and it's like, you just don't wanna raise kids there. There's more and more people who lived in Hawaii that move here because they say that, "this place reminds me of Hawaii so I like it," and the schools are better and it's less expensive to live. Everything is a little more accessible and a lot of Hawaiians do actually move here, even the ones that were brought up there through the military. They stay there for many years and then when it's time to retire or change, they come here because they don't wanna bring their families up in that environment. It's a tough place to live, it really is.

B.K.: It's kinda funny because to me, it's almost the further thing away from Hawaii, this area...

R.C.: I told you about the stigma between the east coast surfers and the west coast surfers. Hawaiians like east coasters better than they like Californians. And you would think the opposite, you would think they would like the Californians and appreciate what they've done for surfing but they don't. They feel like the east coasters are more laid back and not so full of themselves and the Californians are a little more full of themselves. They are a little more entitled or whatever. They think they invented surfing, which is super ironic because surfing was invented in Polynesia, closest to Hawaii then anywhere else in the world. But Californians took up on it later. But culture-wise around the world, people would think that surfing was invented in California.

53. Well they made it theirs and claimed it...

R.C.: They did! And so it's just funny. Hawaiians are so friendlier to east coasters, especially when you're surfing... Than they would to Californians.

54. Same with the music: Californians claimed surfing and imposed a music on it to kinda brand it... Forgetting the fact that Hawaii already had island music that went hand in hand with surfing... And I meant to ask you... What's a good surfer, and what is a kook?

B.K.: In 2017, I believe that there's no such thing as a kook...

R.C.: No, everybody has got a kook! In the early days of surfing, the guys that didn't know how to surf. Somebody that didn't know how to surf comes paddling out, they could tell and they would go "what a kook!" And you know, they were very territorial back then. They were like, you know, "get out of our water, this is our place." But it has changed so much now that a kook these days isn't a beginner surfer because you can start surfing at any age these days, it doesn't matter, at any age you can start surfing and there's enough knowledge and change that is happening in the whole surfing thing that you can find somebody to teach you. You can find the right board. So most surfers don't look at a beginner and go, "what a kook!" They call him a kook when they get in their way, or something like that, "you kooked out on me" or "you got in my way 'cause you don't know what you're doing!" But the kooks today I think are more the guys that are maybe past the novice stage and into the intermediate stage that believe they are the Kelly Slater and they're not... And I have a saying, don't tell this to everybody but I have a saying: "The bigger the mouth, the bigger the kook." So when you're out in the water, the guy that's doing all the yapping, and all the talking, and all the complaining, he's the kook in the water. He's the guy that should shut his mouth and surf, and nobody would pay him any attention. He's the guy dying for attention and calling people off the waves and yelling at people... He's a kook.

B.K.: It's funny. I said several times, you find people who actually were born here, and sometimes they are the biggest kooks I've ever seen.

R.C.: It's pretty much a matter of attitude.

B.K.: You know, in the 80's, it was the guy who had the brand new shorts, with the brand new board with the brand new roof racks, and there's always...

R.C.: There's always a poser surfers, and any real surfer would look at him and go, "what a kook." There's a guy that drives around here in a purple station wagon with roof racks on top with a surfboard that is bolted to the roof racks. So I don't know what he's trying to prove or

what he's trying to say, or what kind of statement he's trying to make, but to me that's just kooky. So I would call that guy a kook and I don't even know who he is.

55. It's funny, I didn't know the word when I first moved here and I heard everybody say that so I asked what it was...

B.K.: What's funny is here, it is still a lot tamer. Anywhere else you look at that word everyday and... Everybody is still cool and everybody is still nice, so imagine when you have all that attitude going on...

56. So would you say that you belong to a surfing community?

R.C.: Yes, it's a tight industry so...

B.K.: Yeah, just being here for three years, I like to think that we are the surfing community. We are, you know, you were here for the Robert Rhomann Benefit, that was one of the largest surfing events in Brevard County, or around the beach, so yeah, I like to say that...

57. So, tell me if I'm wrong. If this is a part of your identity, is there anything else that would contribute to your identity that would be as important?

R.C.: Well, me being a craftsman, I like working on cars you know, that's a passion that I have. I wish I could do that more but this consumes so much of my time, I don't get to do it as much as I want to. It's just another card (xxx), it's working with my hands.

B.K.: I'm 44 years old. I'm just living the dream of what I am right now... I don't know, to me, yeah sure, it's fun, this is where we are right now. Like Ricky said, it consumes your life and even when I'm not here, then it's all you think about. That's the reason why we're here. That's the reason why we're good at what we do. It's because, it's just um, it's a drug, it's a bug, it's a something special, and the cool thing about it... Sometimes people don't understand. My wife doesn't understand.

R.C.: It's hard for people who don't surf to understand what it is. Like what you said about the drug thing. I've had a lot of issues with my son and drugs, and stuff and... My other son... And I've seen it with many surfers who come up to me at some point in time who hadn't known my issues, and have said to me, "yeah, I got into it and I quit surfing, you know, the whole drug thing, and I quit surfing, but I'm good now because I found surfing again and I wanna be healthy. I wanna be in shape in order to be able to go out and surf." And it may have been the one thing that saved them. It really saved their life. They had this passion for something, and I'm sure that other people through music or whatever... I've heard so many surfers... I know surfers that grew up here that could have been right on the tales of Kelly

Slater in the pro career but they blew it by choosing the drug route. The guys that figured it out, surfing is a drug, it can be a good kick.

58. Is it because surfing gives you such a rush of adrenaline... So that drugs are a counter effect when you don't get to surf?

R.C.: Yeah, that's what I've always thought. I don't need to do drugs, I can go out and do these things that have the same feel and it's free and it does hurt me so...

B.K.: I'm blessed by not being the richest guy in the world. I can't afford drugs so... [rires] A long time ago, my mom called me and said, when I was 21, and she asked me if I was on the pot, and I said, "no mom, I'm not on the pot" [rires]. She goes, "good." I said, "I can't afford it... I would!" No... You know, it's your life, it's your lifestyle to where it's all you know. You wake up and you wanna watch it, and you wanna hear it, you know. That's where the Endless Summer comes into play. You wanna listen to it, you wanna hear something. You know, before you can come to this area and you can go anywhere, and that's one thing I really don't understand. When you turn on the radio, why don't you hear surf music in a surf town? Um, so... It's just the lifestyle, it consumes you, just like music consumes you and anything else. It's something that we need to pick and choose. We choose bad things or we choose good things... I don't think surf is a bad thing...

59. Can there be surf without music or are they like peanut butter and jelly?

R.C.: I think, there can but it's not, for most people, not likely. Most people if they didn't have music, they would feel like their surfing is missing something. They're not amped up, they're not getting that mood but...

B.K.: I can say there can not be surf films, so it's really relatable to the surfer...

R.C.: But you know, there's plenty of times when I'd be driving to the beach, and there'd be a song on the radio, and I'm thinking about it but as soon as I got out of my car and looked at the water, the song was out of my head and it was like, I'm looking at the waves. I'm looking at what I think I'm gonna do, where am I gonna paddle out, whether I have the right board, and so then the music thing becomes less of an issue for me while in the water... But I'm on the water, I see guys saying, "I wish I had headphones on so that I could listen to the tunes while I surf." There's a certain thing, you can get lost in surfing while you're surfing, and think about music and do that but if you're really serious about your surfing, you're thinking about surfing not about tune in the back of your head.

60. So is music what you get when you're not surfing?

R.C.: Yes, it continues... It can be the drug that keeps you going, the compensation...

B.K.: When the lake comes, when it's "Lake Atlantic," and you're.... So that helps you, 'cause there's a depression that takes place, there's a mental thing.

R.C.: Oh yeah, people get crazy. I mean, when the surf's flat for a month, and there's talk of a swell coming, and it's this big [Ricky montre un écart de 20 centimètres entre ses mains] and they're talking about it being 10 feet you know, it's like, "you guys are crazy, you guys are nuts." They're like, "no it was really good and you missed it!" I took off work and everything and you go up and look at it and it's like, "you're surf starved, your mind is telling you it's better than it is"...

61. So it is like a drug...

B.K.: It is. The music helps, the restaurants help, the food helps, the whole... Once again, your lifestyle.

R.C.: Like musicians who play in bands around here, sometimes you can't get gigs a lot because there's only so many places that play and so many bands. And there's open mic nights or jam nights at different places... I know guys that play pretty regular, but if you go to the open mike night, they're there too waiting for their turn to get up there and play because they need that drug. They need more of it to get on stage and play. It's the same relatable thing that surfing is to surfers as playing on stage is to musicians, you know.

62. For you being both, do you get that urge to both surf and play the music?

R.C.: Oh yeah, definitely. My perfect day would be to wake up, surf all morning, you know and come home, take a nap, sleep for a while, wake up and then go play a show, you know. That would be my perfect day [rires].

B.K.: He's probably had that a few times!

63. If you were to give me a word or two that summarize surfing and the surf feel in Florida?

R.C.: I think surfing in Florida is a lot different than a lot of states, other than maybe Hawaii because of our weather you know... We have that opportunity to not put a wetsuit on eleven months out of the year sometimes. And we don't even wear a wetsuit so there's no constrictions like, "oh, it's too cold." And because the surf in Florida is so inconsistent you know, it can be really good for a while and then really bad for a while. So now, you have a more likeliness to drop everything and go surfing where there is surf so you're thinking about

it more... Like I use the analogy a lot where in the Gulf Coast, when they surf, and especially up into the Panhandle, there is a big surf community over there, there are a lot of surfers and we make a lot of boards for a lot of people there, and they're more surf starved than we are. So we think we're surf starved; living on the Gulf Coast, they get waves way less than we do. Most of them will jump in the car and drive across the state to surf over here on a day, and then go back to work you know. But we don't do as much travel to the west coast when there's waves there and not here. We do it once in a while when there's a hurricane or something like that, something really good. And up in the Panhandle, there's guys up there that are so surf starved that they have nothing better to do than to watch videos, look at magazines, look online. And I feel like some of the surfers in the Panhandle area are more specific about what they want in their surfboards, to measurements to within an eighth or a sixteenth of an inch that don't make any difference at all. And they're so into it, and they're even more into it than guys that live here and should be into it 'cause they have more time to think about it than actually do it!

B.K.: To me, I think one of the best surf websites is the Gulfster. What's funny about the Gulfster is they have more reports and sightings of Satellite Beach and Sebastian and all this other stuff, and they're supposed to be doing everything in the Gulf, but they got to that point, that became... So then they have to come over here, they make connections here you know, 'cause they have the time to do it.

64. Dustin grew up in Clearwater Beach. He would cross the state in his old 1948 car to surf, and then he would sleep in his car, go surfing and go back to work on the west coast!

R.C.: It's funny how some of the bigger players in the surf industry back in the days, they came from the Gulf Coast, (xxx). There were guys that surfed over there but started coming over here and see the scene over here, and said, "we've gotta move over there."

65. Do you think Florida surfers become so good because the waves are small and you have to be technical?

R.C.: Yes, definitely. Florida surfers have to come up with a lot more when we're having our surf contests and stuff, and especially when it's south, and there's nasty conditions, and that's where the contest is. You've gotta make something out of nothing so when you finally get into a good wave you're like, "this is easy, I can do so much more on this wave," you know. And so I think they try harder. I've been in competitions with Florida and east coast surfers in California, and seeing the attitude of Californians where they go, "it's a little choppy," they are

spoiled almost. Florida surfers can go to Hawaii and find a rideable fun wave 365 days of the year when a lot of Hawaiians would be looking at you, “what are you out there for?”

B.K.: I was gonna say, in Florida they’re hungry. In any aspect, in racing, some of the best racers in the world are the poorest racers in the world and they have to work with what they have... To where in Florida you have to work with that and because of the gaps between when there are waves, the minute that it happens you run, you drop your job, and you go and get it, to where when it’s always there you relax...

66. What’s a good board?

R.C.: One that has a RC logo on it! [rires]. It’s changed you know. Over the years, it went from longboards to shortboards to too short a board, too long of a board, to high performance, and then it gravitated back to boards that are a little more user friendly to most people. And if you’re younger, you won’t agree that that midsize board is probably the best board because you wanna ride a shortboard, you wanna do this. But if you’re anywhere over 26, 27 years old, the best board for here on the east coast is half of that, some type of mid-range board or even a small longboard that you can ride all days as opposed to just some days. There are a lot of guys out there, my age, who are struggling riding these little performance shortboards and all they’re doing is trying to hold on to their youth. It’s all they’re doing. They’re doing nothing for their surfing, they’re doing nothing for their fun. All they’re doing is saying, “look at me, I can still ride a shortboard, I’m not an old fat guy yet,” but they really are and they really should be on a bigger board, but they just can’t admit it.

B.K.: There was a guy who bought a seven’s, a little bitty board that he shouldn’t have been on. And I think it was the next day, he brought it back. He wanted to trade it in, and because he broke his back, you know, the next day he woke up and, “oh, my god!”...

R.C.: I see it a lot in surfers: “Back in the days, I use to ride this board!” Well it’s not back in the days, look in a mirror! That day is gone, it’s now today!

67. Yeah, but then you see the young kids who saw Kelly Slater and wanna ride the shortboards too!

R.C.: I still see that changing though. That’s more and more being accepted down the line in the younger minds that it’s ok to ride a wider board, it’s ok to ride a bigger board. But for a while there, you were called a kook if you showed up with a board like that... So that’s kinda gone and people are accepting that your surfboard can be whatever you want it to be.

B.K.: ‘Thing about the younger kids, there’s a kid on the team, and I told her, get a fat longboard because the days that those waves aren’t there, you can still catch a wave and surf but you know you don’t have to go out there and wait for that perfect wave you can still surf.

R.C.: People always ask, “who is the best surfer on the water?” That surfer in the water is the one who is having the most fun, that’s it...

68. It’s funny, that’s something I’ve heard a lot during conversations with surfers...

R.C.: It’s true. There are posers out there who are not having any fun ‘cause they’re just trying too hard to look like something, to be like something...

B.K.: There’s a contest that actually makes fun of contests...

R.C.: Yeah, what’s the name... The Weirdo challenge?

B.K.: There’s two. There’s one in Sebastian, the old guys one...

R.C.: It was called “doctors lawyers and weekend warriors.” So they don’t really want competitive surfers, they wanted people who just were taking in for fun.

B.K.: So you do have to snake somebody, you do have to touch somebody else’s board or switch boards. It’s like, they just make fun.

R.C.: It still does happen. I was in Puerto Rico a couple years ago. I went there for a longboard contest. So I had a longboard and I paddled down the beach to this spot that was a shortboard spot you know. So I’m out there with my longboard and this guy who was a semi-pro; I didn’t know who he was, he didn’t know who I was obviously ‘cause he paddles up he goes, “no longboards!” I just looked at him and then, when somebody does that to me, it’s like a challenge to me to show him: well I may be on a longboard but I can still surf. And so he was paddling back out, I caught this wave and just did this thing, went right over top of him... Hopefully, shut him up you know. It doesn’t always happen but for somebody who says it, there’s probably 10 other guys in the water thinking it. They just don’t say it ‘cause they don’t want to get bit up or something... But there’s still that, “what do you ride a longboard for...”

69. Image is still very important, huh?

R.C.: Oh definitely, yeah! They have an image of what a surfer should be and if you’re not that, then you’re a kook.

70. If you take it too seriously... When I first started, I pressured myself to do well with the boys, and the minute I let go off that, and I had fun, it was better.

R.C.: Right, you relax...

B.K.: All it is is you, the things you couldn't do before, which was nothing, you know. Who are you beating? Even if you do nothing, you go straight arrow... You're having a blast. If you take a paddle board out on the river and you eat shit on the biggest paddle board in the world, you just laugh...

R.C.: I haven't done the autism thing but I did the Boston home thing in Satellite Beach and we did the surf board for them. They've never been on a surfboard in their lives. They're going straight on a one foot wave and it's the best thing in the world. It's what you make of it.

71. Yeah, oh, and SFA is this weekend, if you guys can make it.

B.K.: I think I wanna say about Brevard County is that there's so much to do.

R.C.: I always kind of roll my eyes when I hear somebody say, "I don't know why you guys live here there's nothing to do." There's all kinds of things to do.

B.K.: The thing about that too is that it doesn't cost you anything. I have a problem with California reggae bands coming here charging \$40 a ticket and supporting nobody local. You know The Dirty Heads³³¹... So you know Slightly Stoopid³³², well the thing is I think they find the white guy reggae club because Dirty Heads was just here, and then two months later they come back, and it's just kinda like, "come on dude, nobody can afford \$80 to go out on a date!"

72. It's funny I went to the concert but I didn't know the price. I didn't pay 'cause of Sun Bum so I didn't know it was that expensive!

B.K.: That's 'cause Dirty Heads hooked you up!

R.C.: They make pretty good money for the show.

B.K.: It's like when Rootfire came, once again, being a part of the community... Rootfire came and they wanted me to help promote. So I said, "I'll tell you right now, my number one problem is Slightly Stoopid came and not one local band was there. So you're charging people \$40 a head, and nobody's local. You're not supporting anything local." So the first thing they said was, "ok, give me a local band." So I gave them a local band and I said, "there's no local companies involved either." So that's how Sun Bum got involved with that. Then we're there... So it's just those little bitty small seeds that you get to plant and help other companies and other bands.... That's why I love being a part of the surf community.

331 The Dirty Heads est un groupe de reggae originaire de Huntington Beach en Californie. Leur premier album, Any port in a storm, est sorti en 2008. Bart fait ici référence au Rootfire Festival.

332 Slightly Stoopid est un groupe dont la musique est une fusion de punk, reggae ou encore hip-hop. Le groupe est originaire de Sand Diego en Californie.

73. You have to push for it though.

B.K.: Right. Sometimes you have to say things that they don't want to hear but...

74. It's your community!

B.K.: Right, that's how I look at it. If you live in Virginia, and you're coming here, asking me, I'm gonna tell you! So now they have local food vendors. Ricky Carroll's tents will be there, SunBum is gonna be there, Locomotion's there in November.

75. So is it just a band... I thought it was a festival?

B.K.: Yeah it's a festival but you know they do yoga... As a matter of fact Mark Longenecker and the D.J.'s that are there...

76. Yeah Lance-O had his tent there too...

B.K.: Yeah, they had the shack, you remember the D.J, shack? Mark made that the day before.

Ok, yeah! Well, thank you very much for your time!

Annexe 7. Britty.
Squid Lips, Cocoa Beach
15 juin 2018

Britty travaillait pour Sun Bum jusque fin 2017. C'est comme cela que je l'ai rencontrée. Depuis elle a changé d'emploi pour se concentrer sur l'enseignement du yoga et du surf ainsi que sur le groupe de jazz pour lequel elle chante. Son petit ami Greg et sa fille Charlie, âgée de huit ans, sont présents lors de l'entretien qui se déroule sur la terrasse d'un restaurant local très populaire dans la région, Squid Lips à Cocoa Beach. L'édifice est situé sur la Banana River. La décoration est inspirée du style stéréotype des bateaux de pirates. L'entretien de Britty a eu lieu tard dans la recherche parce que Britty s'est souvent désistée au dernier moment. À l'instar de beaucoup de surfeurs rencontrés au cours du travail, Britty est « flaky » (peu fiable), un terme souvent utilisé par les surfeurs interrogés pour parler de leurs pairs. Cependant, j'ai côtoyé Britty pendant trois années durant lesquelles je l'ai observée évoluer au sein de Sun Bum. J'ai consigné mes observations dans mon journal de recherche en attendant l'entretien.

1. Hi Britty! What's your story with surfing? Tell me about yourself first.

Um, my name is Britney, I am a Florida native. I was born in West Palm Beach and have lived in seven different states since then, and an island country called Mauritius. Um, I'm a yoga instructor, surf instructor, student, artist, um... I used to be a sunscreen sales person... Kind of a Jack of all trades, and um, a mother, I love dogs, I love nature, I love yoga and the things that give me like the fuzzy feeling in my stomach, and traveling and adventure. Um, my history and my story of surfing... When I was a little girl, it was my plan for my life to attend Palm Beach Atlantic College and be a marine biologist and learn to surf so I could join the surf team 'cause I couldn't get over how cool I thought it was that the college had a surf team. Um, but my family moved me to the Midwest and I was excited about snow and after like the grey depressing winter set in, I realized how much I missed Florida so I decided I was gonna move back as soon as I could, and I moved back when I was 22 I believe, maybe 23. And I was a reservist at Patrick Air Force Base, and my first experience actually surfing was the worst thing ever. My friend that I met on the beach at Patrick Air Force Base at the second light surf spot and um, he would come up from Fort Lauderdale to surf our waves in the area, so he brought this like shortboard and this like spring suit with a broken zipper and it was winter, so I was freezing, the water was rushing down my back and I was like, "This thing is

not working at all.” I was getting smashed around by the waves, I could barely breathe, I was like coming up for air, um... There was no way I could like find stability on this board and um, I kinda gave up after that. Then I had a navy seal try to teach me how to surf which again was on a shortboard, it was terrible! [Rires]. Then, I finally got the hang of surfing when I went to visit Hawaii, and got to surf Waikiki Beach on a longboard, um... From there, I surfed Tamarin Bay in Mauritius, and actually you know what, I think my first wave I caught was in Cocoa Beach at Driftwood House³³³. Rob was teaching me how to surf and I had on a bandeau top and the first wave I caught, my bandeau top just like fell to my waste, and so I had to ride the wave in and like, cupping my chest to try to like, not be half naked in front of all my friends that were sitting on the back porch on the beach, just like, watching me, cracking up... Um, so yeah, that was that, and I surfed in Tamarin Bay. I also surfed in San Diego in freezing cold water, just wearing like a mask, gloves, booties, everything... I think that was before I actually ever attempted surfing in Florida... So sorry to backtrack, but, um, I really got into surfing when I joined the Surf Rider Foundation and I met Sandy, Sandy Beach. He used to take me out surfing in exchange for me doing social media for his surf school. So he would teach me surf lessons and he actually taught me the properly to surf, um, unlike a lot of people in the past, and I’d really been wishing that I would have just taken a surf lesson a long time ago. My friends used to try to get me to paddle faster by telling me there was like a shark behind me, and there’s a shark coming after me, so “Paddle! Hurry up and paddle in!” But, really for a long time, I couldn’t surf ‘cause I had Charlie by myself and there was no way to really get out and do it. And then we became friends with like a little family and we’d have like a little surf tribe community on the beach so everyone would take turn watching the kids. And then I taught surf camp and eventually, I just kept surfing and now, you know, my favorite surf is like two to four feet and glassy, longboarding, um... During the winter, I get kind of a little bit scared of like, the big thrashy conditions but I still force myself to get out there and stay strong through the winter that way when the summer swells start to come in, I could really enjoy them and have the strength to enjoy the swells that come and... Honestly, I haven’t surfed in so long, recently, I’m like... Oh my god, how long has it been! Because I haven’t been here for a swell or had the ability to even get in the water when there was one so... I’m like “Who am I?!” But now that I’ve been out there with like people the last few days just teaching surf lessons and watching them you know, get the hang of it, it’s been really fun and I’m starting to feel like that summer bliss again. I’m like “Oh! Summer’s here!” This is like the fun time, when the water’s clear and the waves are more like fun, little, we can have

333 Driftwood House est un monument historique de Cocoa Beach. Il s’agit d’une maison en bois construite sur la plage dans les années vingt. Elle sert fréquemment de décor dans des photographies promouvant la région, des produits du *surf lifestyle* ou des athlètes comme Kelly Slater qui y a posé pour un magazine de surf (Jarratt & Slater, 2008, pp. 156-7).

like, family days at the beach again 'cause to me that's kinda more what's it all about. It's like getting together with your friends and letting the kids have a try, you know, getting some freedom and getting out in the water. It's kinda like yoga, it just clears your head and kinda disconnects you from everything else. But I've also found through teaching surfing, a lot of the things I tell my students, are like things that apply to life, so it's like, you know, "Keep paddling even though it's like, in the face of adversity, you gotta keep paddling," you know... Like, I say things to them and I'm like, "That sounded so lame, oh my god." They're probably like, "Old lady, you're so weird," but yeah, it's just, it's great, the things that you apply to surfing, you can really apply to your life and it helps you, you know, when you have a great day of surfing in the water, you feel more confident, just like you accomplished something, and it's just kind of like, ok, sometimes it doesn't work out the way you want to and neither does life, so you just have to roll with it, you know, and just...

2. Do you work for a specific school of surf?

Um, we run the yoga surf school, Greg owns it so. He just gets calls likes in the busier time of the year when a lot of tourists are in town and we just do... We don't do like summer camps or anything, we just do like group lessons, private lessons, and I teach yoga, private lessons too, so...

3. Do you feel like there's a connection between yoga and surfing?

I think that they complement each other very much, um... I think it's kind of the same with a lot of the things, say you can apply advice, knowledge, wisdom. It's a lot about just being grateful, having respect, um... You know, honoring yourself, and being ok with wherever you're at that day, you know. It's like everyday is different, you're not gonna be perfect everyday. Um, I think as far as like, you know, them complementing each other, yoga really complements surfing as far as your core strength, your balance, your agility, your flexibility, um... Just your mindset even, you know, it just makes you more accepting of whatever comes your way, and just being grateful for that. If the waves are just two feet tall and you're gonna complain about it, then you don't surf, like, "Shut up!" [Rires]. You know, like, move away, go somewhere else, where there's better waves all the time, because, it's like, "Oh, well, the grass isn't green enough for me, meh..."

Yeah, it's Florida, you know it...

Yeah!

4. So ok, you do yoga, you sing in a band, and, well, obviously there's a connection here between surfing and music. So do you like, connect all these things? Or do you maybe not?

Well, the band that I sing in, we do mostly jazz. It's very opposite to me and my daily life but it's kinda fun for me 'cause I get to do the whole get dolled up and dress up thing, um... It does kind of bring me back to like a simpler time, which I think you know, surfing and yoga bring you back to more of a simpler mentality but I've always said if I had the opportunity to sing in a reggae project or something a little more like folky and acoustic, I would relate more. It would just be an easier flow like, going with the natural flow of things, where the jazz is very emotional at times. It's also very, um, sophisticated, it's very high class, and I find that surfing is more, and yoga, they're more just about this stripped down true raw essence of who you are and connecting with nature or not so much battling it by, you know, curling your hair and doing all the make up and the heels. It just feels so unnatural sometimes. I've a hard time wanting to do it, but I enjoy the performance because it's just like exhilarating and I think in that sense there's a bit of an adrenaline rush which I think you also get with surfing, not so much with yoga, you know. You catch a very steep wave and you're just getting down the line getting barreled and you're like, "Wow!" you know. It's kind of the same excitement I get when I'm about to go on stage and perform but I'm just like, "Oh okay, you can do this, you can do it!"

5. It's terrifying!

Yeah! I mean, it's the same and different 'cause the surfing is like... You know, you wanna feel like you're doing well around your peers that you see all the time because they're all there looking at you. Sometimes, you're the only girl in the water, you wanna represent for the girls, you know. And you know, other times, you're not gonna have it, you're just gonna be like...

6. So how is it being a girl in this white male industry?

Um, it's pretty male dominated but, um... I think... I think I was disappointed on a lot, on the days where the waves are smaller, they would like... On the contests, they allow the girls to surf like, even if the conditions were just like, crappy and they take the good days for the guys... It's kinda the same with like other sports and athletes. I think that, you know, there is plenty of people out there who are supportive of the women surfers and maybe, I don't understand the imbalance, like if it's men wanna, like watch their idols more so than they wanna watch girls, maybe they think girls don't have the same visibility. I think obviously we are very different physically... Um, as far as surfing goes, I think people are very supportive of me out in the water. There are times I think that guys will go, "Oh, she's not gonna get this,

I'm gonna go ahead and paddle for it," you know. And it makes me so mad because I'm just like paddling for it too, and I want it to just be like, you know, I just want to like, show them up so bad. But, um, there's also times when people will just hold themselves back from taking a wave and go, "Go, Britty, that was awesome!" You know! Um, in the surf industry, as far as working and socializing, I think sometimes you are, a little bit left out as a woman, like the men will kind of congregate and take control of the conversation, and you know you're a woman, and it's just kinda like, "Hey, I'm here too, hear what I say." But it's kinda like, kind of the same, like guys have to prove themselves to each other, it's like as a girl, you have to prove yourself to them to like be a part. It's not so much of like being a woman and being who you are, so you have to like step it up a little bit and be a little bit more aggressive than maybe what you are naturally... Um, just to be heard or to be taken seriously but I mean, like with Sun Bum I always worked with such great people, most of the time I felt heard. I think that you know, I see other people struggle in their positions, like I know a girl that works really hard for one of the major surf brands and you know, and she needs to be a mom, it's a lot harder for her to be able to do that when she has to be able to go on the road and that's just the expectation that somebody else has her back and she'll be on the road weeks at a time you know. There's a decision you have to make though as a parent, as a woman and like what your priorities are you know, and whether the job is really made for you life. Don't always expect a job to just work to your life, um... I do think that the women are very much sexualized in surfing and the industry and I think that they're more valued in that sense sometimes and not necessarily the best surfer gets the most, you know, attention as far as publicity, maybe for the contests, yeah, but not as many people are watching the contest so nobody really knows how those people are, they know who's like the hottest surfer and you know like Alana Blanchard³³⁴, for example, she's a great surfer but I think there's a lot of other women that are great surfers and they don't get that same, you know, publicity. Where, as a man, you have to have that or you're not gonna get publicity at all so um...

7. Do you think someone who is not into surfing is more likely to be attracted to a good looking person?

Probably, I mean it goes hand in hand with like politics, you know. It's been proven that women will sometimes just go for the more attractive men because they don't know, they weren't paying attention! I think that's an old school thing, I think it's a lot of older women that were like that, now I think the younger women are more tuned into like what's what and

³³⁴ Alana Blanchard est une surfeuse professionnelle originaire d'Hawaï. Elle est aussi mannequin pour Rip Curl. Elle est très active sur les réseaux sociaux et en particulier sur Instagram (avec 1.8 million d'abonnés ou de *followers*). Elle y publie beaucoup de photographies dont la majorité la met en scène dans des poses sensuelles sur la plage plutôt que dans l'action malgré ses qualités de surfeuse.

what their beliefs are. It think women tend to draw towards like the male surfers who are probably more attractive but if they know anything about surfing, they know anything about style and then they'll have a preference in that sense. Like for instance, I love Alex Knost³³⁵ because he's just kookie and weird and like, his style is just so far out and it's just cool you know, there's nothing about him that I'm like, "Oh yeah, Alex Knost is so hot!" You know, I'm just like, it's unique you know, it's eye catching. Um, but I think there's different types of people, that obviously value different things and like women, probably if they saw a softer side of one of the surfers, they would just like them for having a softer side and be like "Oh that's so sweet, oh!" You know, like we want something that's just a little more heart felt, like you don't just want "Oh yeah! He shreds out there!" You know, it's like, if he shreds out there and he's bald and he's missing half an ear and his teeth are all cracked out of his mouth, they're not gonna really care. It's like okay, cool.

8. What do you think about... What kind of boards do you like?

Um, as far as like the style of board, like length and everything?

Yeah.

I longboard, primarily... I mean, I say primarily, I don't really shortboard at all, I tried and shortboarding to me is taking out a seven foot foamy on a big day and you know trying to just have fun and not get killed by the board 'cause the board scares me in the bigger surf like the longboarding scares me in the bigger surf so that's why I tend to stick to like two to four feet, just... I love longboarding like a 9'0", I even have a 9'2", a 8'6", I like the nose rider style so I try to work on cross-stepping which I feel like as soon as I start getting good at it, there's no waves and then I'm like damn it! So I'm like waiting for the next good swell that I can get out on but I just really enjoy the fluidity and gracefulness and the soulfulness of longboarding, I think it's just for women, it's just very elegant and we make it look so easy, and just light and flowing where I think the shortboarding is more like aggro, it's very like you know, choppy and athletic, and the athletic side, like sports in high school, and everything like that and it just kinda seems like jocks you know, it's kind of just like because you're just like of "bla bla bla" I scored this and I scored that, and there's nothing to me there that I can really relate to 'cause I'm more of a creative person so I find the creativity more so in like the longboarding and the culture of longboarding, where I feel the culture of shortboarding is a little bit more jocky it's a little bit more athlete-based, you know it's like these people are training in the gym, you

335 Alex Knost est un surfeur, artiste plastique et musicien qui s'inspire de la culture du surf des années soixante et soixante-dix pour créer des planches et défendre une approche du surf résistant à un progrès superflu imposé par le consumérisme (Douglas, 2018).

know they come out and they're not just surfing you know. They are doing a lot more and it's not that I don't have a respect for that but it's just more so aggravating.

9. So you do you think longboarding appeals more to women and shortboarding appeals more to men?

I would say that maybe it's something on my generation and older generations. I think now I see a big change from attending surf contests and getting to know some of the younger girls that are in the surf camps and stuff. They all you know, they all wanna shortboard, they wanna get out there and do what the guys are doing and they're good at it, they're little you know, they learn that maneuverability very easily, they're like resilient so I think it's hard to say. I know a lot of people kinda look at longboarding, like "Oh, that's for sissies" or "That's for girls" or whatever, but I just, I love it. It reminds me of like you know the retro days, and just like, I don't know...

10. Is there a kind of music that gets you pumped before you go surfing or do you disconnect the two?

I think sometimes music that I listen to, that I would like to listen to when I was surfing or even like, you know, I'll hear a song and I have it like stuck in my head while I'm in the water but I mean, sometimes, I just get my jazz song stuck in my head and I'm singing out on the water just by myself, like, I hope no one can hear me... Or just kind of like, I don't know how to explain the genre, like Odessa, or even stuff that's a little bit more like um, it's got the retro surf sound, it's a little more electronic, you know, I can't think of any, you're like so into music, I feel like you would know.

11. What's that song, Kid, like MGMT?

Yeah, a little bit like that, it's the stuff that you hear... I mean I listen to stuff when I watch like the surf movies and films and stuff like that... I just can't think of the names of them right now, it's been a while...

12. So that kind of genre...

Yeah, just very like chill, like Peter Bjorn, kinda...

Okay...

Camera Obscura, they're pretty cool. Um, I just like pick up things here and there when I watch surf videos. One thing I did notice is that it's like so hard to find any actual footage and videos of like even the longboard champions that are women, and like they're just like trickled in with like a lot of the men surfers and it's really hard to find, and it's really frustrating 'cause

I just want to watch more, and like, just to like, follow their technic and try to imitate... And Kelia Moniz³³⁶ I think, I don't know how you say her name. She's amazing.

13. Do you feel like there are enough movies about women surfing or what do you think about that?

I feel like there's just as many... I mean I could be wrong. I feel like there are just as many now as there are like films about men surfing, I mean... Except for like maybe the greatest films or like whatever movies that a lot of people don't watch. Um... And it would be nice to maybe have a different approach to the surfer girl because the movies that are out, that are about surfer girls, that are just kind of like, these teenagers that are kinda like living out of a dorm room or something, or just kinda scrapping by, where there's a lot of other types of women that surf, you know, and like get together and... I don't know...

14. What do you think of advertisement... Like Volcom has a campaign right now that's like, um... "borrowed from the boys" but it's for women. And then, um... Billabong made a video of all their surfers, women from the team, and most of the footage is really women on the beach and not surfing... Have you seen it?

I haven't seen that but like just that slogan alone, "borrowed from the boys, and given to the girls," like it kinda sounds like your boyfriend's tee-shirt that you're wearing with like a pair of underwear to look sexy... So it's like taking it from the real purpose, for who it's for, like giving it to you so you can be hot... It's like, "No! I don't accept that!"

15. When you hear the words surf music, what is it to you? What is surf music?

Well... It used to be more so like in the realm of like Jack Johnson and Donavon Frankenreiter. Just kinda easy mellow, acoustic kinda sounds... But there's also like surf music is very like high energy and high intensity, kinda like punk rock but even like an electronic punk-rock, it's just very like... I don't know the terminology for the new music now because there is so many types, like sub-genres. Um... gosh I feel like even... I can't think of an example right now...

16. So you're very active around here in the surfing scene, the music scene... Like you work here... If you look at Cocoa Beach and the whole area, what kind of

³³⁶ Kelia Moniz, née en 1993, est une jeune surfeuse professionnelle originaire d'Hawaï. Elle pratique le shortboard et le longboard mais est principalement reconnue pour ses performances et son style en longboard. Notons que son artiste de référence est Rhianna, une chanteuse pop aux antipodes de la *surf music* historique et des musiques consensuelles dans le monde du surf (« Kelia Moniz », n.d.). Cela renvoie aux questions de générations, de mobilité, de transmission et d'appropriation culturelles traitées dans notre travail.

music is more common, do you think? Like, maybe in the surfing world around here? What do you see more often in concerts and festivals and things like that?

A lot of it is kind of, like Slightly Stoopid, and Revolution, and um, Iration, Dirty Heads, Tribal Seeds, I mean, there's a reggae influence for sure. But it's kind of, it's almost like, with those bands, I get more a sense of like weed smoking kind of culture, um... But I think a lot of people gravitate towards that, and they also gravitate towards just reggae in general, or um...

17. That's what I find fascinating, everybody has been telling me this. When you approach music and you know surf music from the outside, you're thinking, ska music, punk you know, rock and things like that, and you come here in Cocoa Beach and every single person I've asked was like, no, reggae... So why do you think that is?

I think it's the energy of the music is just very laidback, it's kind of like, you know, I think living by the beach, we don't have that hustle and bustle of the city here, it's more of a small town. We've got that laidback kind of island style, um... It kind of matches your life you know, it's like, you know you're driving down A1A, you're gonna get stuck behind like ten people, if you're listening to some aggro music, you're probably gonna be a lot less happy. And then, if you just like sit back and put on some reggae and you just learn to cruise with it, like hey, whatever, who cares, you know! I always tell people, "Oh you know, I'm on island time," whatever, and literally, like we are, so what! Um... but you know there's also the ions of the water... So they say, it just neutralizes us, it makes us more calm and relaxed so, I think that might be it...

18. So tell me if I'm wrong, but are you saying that the reggae is a better match to the kind of lifestyle that you guys live here?

Yeah, I'd say so. I mean, I know that there's a lot of other music that a lot of people listen to. Um, I know a lot of the younger kids listen to a lot more hip pop and maybe even electronic just to get in that mentality but I also think, when I'm feeling more ambitious and I wanna like feel a certain way, I listen to different types of musics. If I'm like, "Oh, today is a chill day, it's like reggae time." But if it's like okay, I gotta a lot of stuff to do, maybe I'll listen to something else, because there is a level of like ambition, you have to reach you know, just to get by. You can't just crack coconuts open and eat for free all day. You know, I think a lot of us wish we could! [Rires].

19. So you see like a difference between generations here?

Yeah, definitely. I think it's just a matter of technology and how it influences our lives and what we're exposed to. I think a long time ago, your influences was what was played on the radio and who played in your town and that's who you knew of and other than that, it was like, "What do you mean you're researching other music?" You know, we don't have all this materialistic stuff in your face all the time. You know, now I think that our younger generation is getting more influenced by that, by you know, the Instagram and what's this and what's that, you know. It's taking away a little bit from like the natural sense of things... Although, I do feel there is a lot of family influence on younger people too, so I think they find it easier to maybe stay true to their families that way... Um, but I think also the influx of people from out of town moving into the area changes you know, the influence of the younger generations as well.

20. Do you teach Charlie all these things, surfing, music, and things like that?

Yeah, um, to her participation level, you know. I don't force any of it on her. If she's wanting to learn, then it's like an interest I can really see, then I really invest more into it as it comes along. With her surfing, she actually just really surprised me the other day. We were teaching a lesson with a bunch of kids and she just jumped in and she wanted to have a surfboard and she wanted to go out and surf with the kids and normally, that's not the case you know. She gets a little scared sometimes if she has an experience that pushes her out of her comfort zone. Even if she does well, it's just the fear of what if, you know. She's a very cautious child, but um, whenever I play shows that she could come to, she comes to my shows, she hears Greg playing the guitar all the time, and you know, I try to sit down and teach her ukulele to her attention ability, but sometimes she gets like, "Meh," you know. When you teach your own kids these things, sometimes they're not as receptive. Um... And then, yoga, it's kind of the same way. She'll do whatever she wants, but she's a kid, but I'm like, whatever, do what you can and sit out the rest if you want to... You know...

21. How do you make sense... It's kind of disconnected... But how do you make sense of the fact that surfing is always associated to music somehow?

Um... I think it's like a hobby, you know, it's kind of like... It's not only a hobby though. It's like a lifestyle when you surf, it kind of becomes a part of you, you know, it's like especially for people who've grown up doing it their whole lives I've noticed. Like for me, I can take some time out, I'm not gonna go crazy over it. But like Greg, he will lose his mind if there is no wave, like he's just like, "Oh my god, like I really need to surf." And it's just like, it influences, like your lifestyle influences your music selection. Like for instance, like yoga has

influenced my musical selection recently because my focus has been on yoga so very like spiritual and calming and cultural and... I don't know, it just ties it all together for me, for an experience, a way of life... Does that make sense?

22. Yeah, it's lifestyle, you're building something.

Yeah, so it's just like hip hop, it's kind of a lifestyle, you know, you live in an urban area, you listen to hip hop, it's not everyone but, most instances.

23. Do you feel like you belong to a bunch of different communities or do you manage to build a kind of cohesive lifestyle with all the things you do?

I think a lot of it ties together, like the yoga and the surfing, I do see a lot of people into yoga that I see in the water, um... But I also have like different friends groups, surfing in different places, which is interesting, they've never met each other but they would like totally like get along and you know, enjoy hanging out and spending time together, um... I see a lot of people out in the music scene as well, you know that I know from surfing or you know, Surfinista is like... I consider Surfinista like the living room of your community. Everyone comes through there, it's kind of like they just woke up, brushed their teeth and like they all walk in through, they're stepping in together for their first cup of coffee you know...

24. It's funny, it's the living room?

Yeah, it's like the living room of our community. I think that Bruce and Diane have created such a community there, you know... Everyone wants to be there, everyone runs into each other there, people have meetings there, and I see a lot of those people in yoga! So it's like very hand in hand, like, I surf a lot of different places depending on the waves so I don't, most of the time though, I do surf the Pier, so I don't see a lot of the people that surf down in Cocoa Beach unless that's the only place you can go surf. But today I'll go there. [Le téléphone de Britty sonne.]

25. Is there anything you would like to add?

Maybe what I would add, is the surfing community of women I've noticed are very supportive of each other, um, for the most part. Like if I go surf at The Pier, I know all, most of the girls that are there, and if I don't know them, they're very quick to make friends, and talk, and like if you catch a wave, we cheer for each other um, it's really welcoming and warm and nice, compared to, that's like usually the north side of The Pier, it's just a little bit more calm. The south side of The Pier has a tendency to be a little bit more aggro and competitive and people are like exercising surf etiquette, 'cause if you're not, then people start yelling at you. Um... But I've noticed that the way that we interact with each other out and about in the community

is very different to the way we interact with each other in the water, um... Just other women that you don't know and things, and the women I do know in the water, like we run into each other outside the water and we don't necessarily have anything to talk about other than "hey!" you know. We show each other appreciation and we're in the water, we will chit chat here and there and it's kind of fun 'cause we just have like this normal conversation like, and then, "Oh there's a wave!", and then you get the wave and you come back out and you continue, "So anyways, so I was saying..." [Rires]. And like we can talk and talk but it's funny, you think women are really talkative, and I see men out there talking and they just let all these great waves go by and they're still in serious conversation, and I'm like, "Oh, I thought women were the talkers," you know, so it's pretty funny.

26. So there are quite a few women surfing around here?

It just depends on what day it is honestly, but yeah, I think that there is a good, I wanna say, fifteen to twenty girls that I know that surf The Pier regularly, that come and go you know. Like on a given day, there might be five out there, there might be two on one side of The Pier, and four on the other side you know, but there are a lot of times too when I'm the only one out there so... I'm just like, "Hey!" and the guys are like... [Rires], I'm like, "Leave me alone."

27. That's awesome though, it's good to see that. One time I went to Melbourne, and there was just this girl and me, and she obviously knew the place and the people around there, and she came straight to me and started conversation on the water, it was good...

Yeah, it seems like the women are not super competitive and like, aggro, like they'll find each other and buddy up in the water because it's just kind of comforting, it's nice you know.

Annexe 8. Tableau synoptique des artistes les plus mentionnés dans les enquêtes, les entretiens et sur les réseaux sociaux

Le tableau est un résumé des caractéristiques musicales des principaux artistes mentionnés dans la recherche. Les artistes retenus ici sont ceux qui ont été observés lors des Sonny's Porch pendant la durée de la recherche, ceux qui ont été le plus souvent cités lors des entretiens et dans les questionnaires ou ceux qui sont le plus présents sur les pages Facebook des surfeurs interrogés. Dans le travail final, une attention toute particulière a été donnée à la relation entre les surfeurs et les artistes observés lors des Sonny's Porch.

Dans le tableau, les artistes sont codés selon les sources dans lesquels ils sont apparus : SB pour ceux qui ont participé à Sonny's Porch ou ont des liens avec Sun Bum ; E lorsqu'ils ont été mentionnés par les sujets lors des entretiens ; Q lorsqu'ils ont été mentionnés dans les questionnaires ; F lorsqu'ils ont été repérés sur Facebook. Les informations sur les artistes proviennent d'ITunes.

Artiste- Groupe Membres du groupe	Genre(s)	Période d'in- fluence Type de public	Parcours per- sonnel Lieu d'attache	Particularités Thèmes Partenariats	Titres notoires Chanson, Al- bum, Date, La- bel.	Source
Collie Buddz Colin Harper	Reggae Dance-hall Soca et hip-hop	2000's, 2010's Populaire en Europe et en Jamaïque. Apprécié par les surfeurs pour quelques unes de ses chansons (sa manière d'être est décrite comme étant « kooky »).	Né à la Nou- velle Orléans. A grandi aux Bermudes.	Légalisation de la marijuana. Collaboration avec Beyoncé. Remix de son hit par Busta Rhymes.	Come around, <i>Collie Buddz</i> , 2006, Sony.	SB
Cotton Jones Michael Nau (voix) Whitney Mc- Graw (voix)	Indie rock Psychedelic in- die pop Folk Alternatif	2000's, 2010's	Maryland.	Le duo forme un couple dans la vie. Le nom origi- nal était Cotton Jones Basket Ride	Gotta cheer up, I am the chan- ger, <i>Paranoid Cocoon</i> , 2009, Suicide Squeeze. Somehow to keep it going, <i>Tall hours in the glowstream</i> , 2010, Suicide Squeeze Re- cords	SB F

Artiste- Groupe Membres du groupe	Genre(s)	Période d'in- fluence Type de public	Parcours per- sonnel Lieu d'attache	Particularités Thèmes Partenariats	Titres notoires Chanson, Al- bum, Date, La- bel.	Source
Dirty Heads Jared Watson (voix, guitare) Dustin Bush- nell (voix, gui- tare) Jon Olazabal (percussions) Matt Ochoa (percussions) David Floral (basse) Shawn Hagood (piano)	Hip hop alter- natif Ska Reggae fusion	2000's, 2010's	Huntington Beach, Califor- nie		<i>Any Port in a Storm</i> , 2008, Fontana/Uni- versal.	E
Donavon Frankenreiter	Rock	2000's, 2010's	Né à Downey, Californie, en 1972. A déménagé à Hawaï à l'âge de 14 ans pour surfer. Ancien surfeur professionnel sponsorisé par Billabong.	Ami et protégé de Jack John- son. Guitariste du groupe Sun- child à Hawaï. Collaborations avec G.Love et Jack Johnson	It don't matter, <i>Donavon Fran- keinreiter</i> , 2004, Univer- sal Records. <i>Glow, Glow</i> , 2010, Liquid Tambourine Records.	SB E
The Growlers Brook Nielson (voix) Matt Taylor (guitare) Scott Montoya (percussions) Anthony Braun Perry (basse) Kyle Straka (piano, guitare)	Alternatif Psych-pop des années soixantes Reverb-laden surf rock Country rock, classic rock	2006, 2010's	Originaires de Costa Mesa, Orange County, Californie.	Se décrivent comme « Beach Goth ». Collaboration avec Julian Ca- sablanças (Strokes) en 2016.	<i>Wet Dreams</i> , <i>Are you in or out?</i> , 2009, Everloving Re- cords. <i>Pet shop eyes</i> , <i>Hung at heart</i> , 2013, Fat Cat.	SB F
Jack Johnson	Folk rock Surf rock	2000's - 2010's	Originaire du North Shore, Oahu, Hawaï	Surfeur profes- sionnel, chan- teur. Ami avec Do- navon Franken- reiter et les frères Slater.	<i>Better together</i> , <i>In Between Dreams</i> , 2005, Jack Johnson <i>You and your heart</i> , 2010, <i>To the Sea</i> , Jack Johnson	E Q F
Jacuzzi Boys Gabriel Alcala (voix, guitare) Diego Monas- teri (percus- sions) Danny Gon- zales (basse)	Psych-punk Alternatif Garage rock Power pop	2010's	Trio originaire de Miami.	Leur style a beaucoup évo- lué depuis leur début en 2009 comme le montre la di- versité des genres qu'on leur assigne.	<i>Glazin', Gal- zin'</i> , 2011, Hardly Art. <i>Double vision</i> , <i>Jacuzzi Boys</i> , 2013, Hardly Art.	SB F

Artiste- Groupe Membres du groupe	Genre(s)	Période d'in- fluence Type de public	Parcours per- sonnel Lieu d'attache	Particularités Thèmes Partenariats	Titres notoires Chanson, Al- bum, Date, La- bel.	Source
				Ils ont récem- ment été endos- sés par Iggy Pop.		
Lance-O ³³⁷ (Kulcha Shok)	Reggae	1980 à aujour- d'hui	Originaire du sud de la Flo- ride	A créé son la- bel Kulcha Shok. D.J.		SB
MGMT Ben Goldwas- ser (calviers, voix) Andrew Van Wyngarden (voix princi- pale, guitare)	Alternatif Proto-electro- punk (synthéti- seur, voix pré- enregistrées) Psychédélique	2002, 2010's 2008 : succès d' <i>Oracular Spectacular</i>	Brooklyn, New York	Premier nom : The Manage- ment	Time to pre- tend, Electric feel, Kids, <i>Oracular spec- tacular</i> , 2007, Sony BMG Music	F E
Mike Love ³³⁸	Classic reggae et rock Root music « Revolutionary conscious music » Guitare Beatbox :loop pedal (superpo- sition des sons)	2010's	Oahu, Hawaiï	Mélange des genres pour « faire du monde un meilleur en- droit ». « Voyage vers la liberté ». Collaborations avec Xavier Rudd, Jack Johnson, Groundation, etc. Permanent ho- liday a eu 9 millions de vues sur You- Tube.	Permanent ho- liday, <i>The Change I'm seeking</i> , 2012, Love Not War Records.	SB F
Nude Party Alec Castillo (basse, voix) Shaun Couture (guitare, voix) Don Merrill (claviers, voix) Patton Magee (voix princi- pale, guitare) Connor Mikita (percussions) Austin Brose (percussions,	Alternatif Indie Rock and roll boner pop (se- lon leur page Facebook)	2010's	Caroline du Nord	Le groupe a joué nu à Son- ny's Porch en 2016. Leur nom leur vient du fait qu'ils organi- saient des soi- rées nues dans une maison qu'ils louaient en été pour ré- péter pendant leurs années	And what are you gonna do about it ?, <i>And what are you gonna do about it ?</i> , 2011, Nude Party.	SB F

337 Les informations relatives à Lance-O proviennent du site web de son label Kulcha Shok (« Lance-O », 2018).

338 Itunes Preview confond la biographie de cet artiste avec celle du chanteur des Beach Boys. Nous avons puisé les informations sur Mike Love dans son site web (« Mike Love », 2014).

Artiste- Groupe Membres du groupe	Genre(s)	Période d'in- fluence Type de public	Parcours per- sonnel Lieu d'attache	Particularités Thèmes Partenariats	Titres notoires Chanson, Al- bum, Date, La- bel.	Source
voix)				universitaires.		
Passafire Ted Bowne (Guitare, chan- teur principal) Will Kubley (Basse, voix) Mike DeGuz- man (Keys :piano, etc) Nick Kubley (percussions)	Reggae/rock Punky et pro- gressif	2003, 2010's	Savanah, GA		Longshot (<i>Longshot</i> , 2017) Feel it (<i>Feel it</i> , 2015)	SB
Slightly Stoopid Miles Doughty (voix, guitare, basse) Kyle McDo- nald (voix, gui- tare, basse) Oguer Ocon (percussions) DeLa (saxo- phone) Paul Wolsten- croft (piano) Andy Geib (trombone)	Punk Alternative Rock Reggae	1990's, 2000's 2010's	San Diego, Ca- lifornie	Se décrivent comme un amalgame de folk, rock, reg- gae et blues avec du hip- hop, du funk, du metal et du punk	Closer to the sun, <i>Closer to the Sun</i> , 2005, Stoopid Re- cords/Cali- phates Recor- ding Collie Man, <i>Everything You Need</i> , 2003, Surfdog, Inc.	E F
Stick Figure Scott Woodruff (tous les instru- ments)	Reggae Dub	2000's, 2010's	Originaire de Duxbury, Mas- sachusetts, l'ar- tiste vit mainte- nant à San Die- go, en Califor- nie où il a for- mé un groupe composé de quatre membres.	Collaborations avec Collie Buddz et Slightly Stoo- pid.	Weight of sound (feat. TJ O'Neill), <i>Bu- rial ground</i> , 2012, Ruff- wood Records. Smokin' love (feat. Collie Buddz), <i>Sm- okin' love</i> , 2014, Roughwood Records.	SB
Sublime Bradley No- well (chanteur principal, gui- tare) Eric Wilson (basse) Bud Caugh (percussions)	Punk Reggae et ska Dans la lignée de Green Day et Offspring	1988, 1990's Très populaire chez les sur- feurs et ska- teurs. Succès post- hume. Contenu sou- vent explicite.	Long Beach, Californie.	Bradley No- well a créé le label Skunk Records. Bradley est dé- cédé d'une overdose d'hé- roïne en 1996.	Santeria, What I got, <i>Sublime</i> , 1996, Skunk Records. Date rape, <i>40oz. To free- dom</i> , 1992, Skunk Records	E Q F
SWIMM Chris Hess	Alternatif	2010's	« LA by way of Florida » selon		Feels, <i>Feel</i> , 2013, Swimm.	SB Q

Artiste- Groupe Membres du groupe	Genre(s)	Période d'in- fluence Type de public	Parcours per- sonnel Lieu d'attache	Particularités Thèmes Partenariats	Titres notoires Chanson, <i>Al- bum</i> , Date, La- bel.	Source
Adam Winn			leur page Face- book. Originaires de Floride, ils vivent aujour- d'hui à Los An- geles, en Cali- fornie.			

Annexe 9. Synopsis des publications des sujets sur Instagram

Les relevés ont été effectués sur deux périodes d'un mois pour les pages professionnelles et trois périodes d'un mois pour les pages personnelles. Le surf étant une activité directement influencée par les saisons (qualité des vagues, fréquentation des plages, températures, envies et besoins liés au temps), un relevé a été effectué sur deux à trois saisons au cours de la dernière année de la recherche (été et automne 2017, hiver 2017-2018). L'utilisation du réseau social varie selon les usagers ce qui explique l'inégalité du nombre de données reportées dans les tableaux. La synthèse des différents relevés effectués à divers moments de l'année met en valeur des événements ponctuels mais récurrents.

Les biographies Instagram étant des données relativement fixes et pouvant être assez longues, elles sont indiquées ci-dessous plutôt que dans les tableaux :

- Sun Bum :
« We don't care if you use ours, just use sunscreen.
#TrustTheBum
www.trustthebum.com »
- Ricky Carroll Surfboards :
« 321-636-4456
488 Gus Hipp Blvd Rockledge, FL 32955
rndsrf@brighthouse.com
[www. Rickycarrollsurfboards.com](http://www.Rickycarrollsurfboards.com) »
- Endless Summer Radio :
« We're here to support our community and local artists
www.endlesssummerradio.com »
- Sean Slater (Captainseanslater)
« #SLATERBOARDS #SLATERWAX #CBNATIVE @SLATERSONTHERUN
#PURIUM #ITSSEANSFAULT #CAPTAIN #dolphinfamilytours #fishingcharters
#SAVEOURLAGOON
www.sslatersurftackle.com »
- Lance-O sous son label Kulcha Shok Muzik (sa biographie change selon les dates de concerts)
« Reggae, Surf, Love, Unity !

#ReggaeSundays aka 'Church' every Sunday
 Music by Lance-O & the #KulchaShok Krew + Live Bands !
 2pm-12m | Wynwood Yard |
www.eventbrite.com

Pages professionnelles associées aux sujets interrogés

Été 2017

Période d'observation : aout 2017		Sun Bum	Ricky Carroll	Endless Summer Radio	Sean Slater	Lance-O
Nombre de publications		48	15	93	15	39
Surf	Pratique du sport	xxxxxxx				xx
	Matériel et fabrication	x	xxxxxxxxxxxxx x	xx	x	
Lifestyle	Plage, océan, etc.	xxxxxxxxxxxxx xx		xxx (clean up) xx		
	Waterman : Bateau, pêche, etc.	xx			xx	
	Plantes, animaux, etc.	xxxxxx			x	
	Alimentation	xxxxx	x	xxxxxxxxxxxxx xx	x	xx
	Alcool, drogue, etc.			x		
	Tatouages					
	Création artistique	xx				x
Autres sports alternatifs ou <i>life-styles</i>	Skateboard		x	xxx	xx	
	Snowboard					
	Wakeboard	x				
	Autre	xx			xx	
Transports	Vélo	x				
	Van	xxxx				
	Moto			xx		
Lieux	FL	xx		xxxxxxxxx	x	xxxxx
	CA	xxxxx				
	HI	xxxxx				
	Autre	xxxxxxxxx			xx	
Musique (format)	Concert			xx		xxxx
	Pratique Matériel			xxxxxxxxxxxxx xxx		xxxx
	Promotion			xxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxx		xxxxxxxxx

	Portrait d'artiste	x		xxxxxxx		xx
Musique (genre)	Pop	x		xxx		
	Reggae			xxx		xxxxxxxxxxxx
	Surf music historique			x		
	Rock			x		
	Dub			xx		
Social	Famille	xxxxxx		xx		xxxxx
	Amis	xxxx		x		
	Relation amoureuse				x	
Représentation des minorités	Diversité ethnique	xx				xxxxxxx
	Femme active	xxxx				
	Femme objet	xxxxxxx				xxx
Industrie	Logo/Promotion	xxxxxxxxxx		xxxxxxxxxxxx xxxxxx	x	xx
	Produits dérivés					xxx
	Partenariats		xxx	xxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxx xx		x
Hashtags les plus utilisés		Sunbum trustthebum showyourbum babybum spreadthelove wakeboarding	rickycarroll- surfboards	Endlesssum- merradio cocoabeachra- dio surfreggae tacotuesday itsourlife beachcleanup duelturntables	Sslatersurfta- ckle slatersontherun	Kulchashok ReggaeSunday

Sun Bum publie en majorité des contenus axés sur le *beach lifestyle* et mettant en scène des familles et des amis. Les photographies proviennent de différentes capitales du surf incluant la Floride, la Californie et Hawaï mais aussi beaucoup de clichés pris dans les îles Mentawaï et en Australie.

Ricky Carroll publie en majorité des photographies de planches de surf qui sortent de son usine, ou des photographies de sandwich vendus par le *food truck* qui s'installe dans son parking tous les vendredis (il s'agit de partenariats).

Endless Summer Radio publie parfois une dizaine de photographies par jour. Elles sont souvent peu complexes et ne contiennent qu'un ou deux éléments thématiques comme un partenariat avec une entreprise locale ou le logo de la radio. Les genres de musiques sont

promus à travers des jaquettes de vinyles utilisés lors des soirées « duel turn tables » faites en partenariat avec le tatoueur Mark Longenecker, lui aussi DJ.

Sean possède un magasin de pêche à Cocoa Beach mais il est aussi conducteur de poids lourds. Les publications provenant d'autres lieux que la Floride sont prises lors de ses missions de travail. Les publications d'alimentation sont des compléments alimentaires d'origines naturelles vendus par sa femme. Les sports alternatifs sont des spectacles de BMX. Il publie un certain nombre d'avatars et de phrases inspiratrices.

Lance-O publie des photographie dans lesquelles la culture rastafarienne est mise en avant à travers les couleurs vert, jaune et rouge, et à travers la musique reggae.

Automne 2017

Période d'observation : octobre 2017		Sun Bum	Ricky Carroll	Endless Summer Radio	Sean Slater	Lance-O
Nombre de publications		38	14	51		54
Surf	Pratique du sport	xxxxx			x	XXXXXXXXXXXXX X
	Matériel et fabrication	xxxxx	xxxxxxx		xxx	x
Lifestyle	Plage, océan, etc.	xxxxxxxx		x		xxx
	Waterman : Bateau, pêche, etc.	xx			x	
	Plantes, animaux, etc.	xxxx			xx	
	Alimentation	xxxx	xxxxxx	xxxxxx	xx	
	Alcool, drogue, etc.	x			x	
	Tatouages					
	Création artistique	x		x		x
Autres sports alternatifs ou lifestyles	Skateboard	xx			x	
	Snowboard					
	Wakeboard					
	Autre				xx	
Transports	Vélo	x				
	Van	xxxx		x		x
	Moto					
Lieux	FL			xx	x	XXXXXXXXXX
	CA	xxxxx				
	HI	xxx				
	Autre	xxx			xx	

Musique (format)	Concert			xxx	x	xxxxxxx
	Pratique, matériel	x		xxxx		x
	Promotion			xxxxxxxx		xxxxxxxxxx
	Portrait d'artiste	x				xxxxx
Musique (genre)	Rock	x				
	Reggae			xx		xxxxxxxxxx
	Punk rock			x		
	Dub			x		
	Blues				x	
Social	Famille	xxxxxxxx			xxx	x
	Amis	xx			xxxx	xx
	Relation amoureuse	xx			x	
Représentation des minorités	Diversité ethnique	x				
	Femme active	x				xxxxx
	Femme objet	xx				xx
Industrie	Logo/Promotion	xxxxxx	xx	xxxxxxxxxxxx xxxxxxxx		xxx
	Produits dérivés	x				xx
	Partenariats		xxxxxx	xxxxxxxxxxxx xxxx		xxx
Hashtags les plus utilisés	trustthebum showusyour- bum	Foodtruckfri- day rickycarroll- surboards	Endlesssum- meradio cocoaeachra- dio	Sslatersurfta- ckle slatersontherun itsseansfault	Kulchashok reggaesundays eastcoastreg- gae CocoaBeach- Pier SaltySweet- ProAm Surf	

Pour Sun Bum et Ricky Carroll, les thèmes sont à peu près similaires aux thèmes de l'été.

Endless Summer Radio, publie un grand nombre de photographies en lien avec la fête d'Halloween et qui n'ont pas été entrée dans le tableau, d'où le nombre de publication nettement moins élevé que dans le relevé du mois d'août.

Lance-O a beaucoup plus surfé parce que les vagues sont meilleures en automne en Floride. Il a aussi sponsorisé la compétition féminine de surf à Cocoa Beach Pier.

Pages personnelles des sujets interrogés

Biographies Instagram :

- Dustin :
Aucune information
- Britty :
Singer. Mother. Yogi. Surfer.
Vintage enthusiast. Creative. Doxie lover. Daydreamer. Manifesto.
Brittybardezart.com

Été 2017

Période d'observation : août 2017		Dustin	Britty
Nombre de publications		13	Britty n'a rien publié pendant l'été 2017
Biographie Instagram			
Surf	Pratique du sport		
	Matériel et fabrication		
	Événement sportif	xxx	
Lifestyle	Plage, océan, etc.	xxxx	
	Waterman : Bateau, pêche, etc.		
	Plantes, animaux, etc.	x	
	Alimentation	x	
	Alcool, drogue, etc.		
	Tatouages		
	Marques (vêtements, produits, etc.)	xx	
	Création artistique		
Autres sports alternatifs ou <i>lifestyle</i>	Skateboard		
	Snowboard		
	Wakeboard		
	Yoga		
Transports	Vélo		

	Van		
	Moto		
Lieux	FL		
	CA		
	HI		
	Autre	xxxxxxx	
Musique (format)	Concert		
	Pratique		
	Promotion		
Musique (genre)	Reggae		
Social	Famille	x	
	Amis		
	Relation amoureuse		
Représentation des minorités	Diversité ethnique		
	Femme active		
	Femme objet		
Hashtags les plus utilisés	NA		

Pendant l'été, Dustin est parti au Portugal où il a visité le célèbre cite de Nazareth où se trouve la plus grosse vague du monde.

Automne 2017

Période d'observation : octobre 2017		Dustin	Britty
Nombre de publications		7	Britty n'a rien publié pendant l'automne 2017
Biographie Instagram			
Surf	Pratique du sport	x	
	Matériel et fabrication		
	Événement sportif	x	
Lifestyle	Plage, océan, etc.	x	
	Waterman : Bateau, pêche, etc.	x	
	Plantes, animaux, etc.	xxx	
	Alimentation		
	Alcool,		

	drogue, etc.		
	Tatouages		
	Marques (vêtements, produits, etc.)	xx	
	Création artistique		
Autres sports alternatifs ou <i>life-styles</i>	Skateboard		
	Snowboard		
	Wakeboard		
	Yoga		
Transports	Vélo		
	Van		
	Moto		
Lieux	FL	xx	
	CA		
	HI		
	Autre	x	
Musique (format)	Concert		
	Pratique		
	Promotion		
Musique (genre)	Reggae		
Social	Famille		
	Amis		
	Relation amoureuse		
Représentation des minorités	Diversité ethnique		
	Femme active		
	Femme objet		
Hashtags les plus utilisés		NA	

Hiver 2018

Période d'observation : Janvier 2018		Dustin	Britty
Nombre de publications		10	5
Surf	Pratique du sport		
	Matériel et fabrication		x
	Événement sportif		
<i>Lifestyle</i>	Plage, océan, etc.	x	xx

	Waterman : Bateau, pêche, etc.		
	Plantes, ani- maux, etc.	xxxxx	
	Alimentation		
	Alcool, drogue, etc.		
	Tatouages		
	Marques (vête- ments, pro- duits, etc.)	x	
	Création artis- tique	x	xxx
Autres sports al- ternatifs ou <i>life- styles</i>	Skateboard		
	Snowboard		
	Wakeboard		
	Yoga		
Transports	Vélo		
	Van		
	Moto		
Lieux	FL		
	CA		
	HI		
	Autre	xxxxxxxxx	
Musique (format)	Concert		
	Pratique		
	Promotion		
Musique (genre)	Reggae		
Social	Famille	x	
	Amis	x	
	Relation amou- reuse		
Représentation des minorités	Diversité ethnique		
	Femme active		
	Femme objet		x
Hashtags les plus utilisés		NA	vintagebaby

Dustin a visité l'Île de la Réunion et Madagascar entre les mois de décembre et janvier. La majorité de ses publications concerne des animaux sauvages et des lieux naturels.

Britty recommence à publier en hiver, après une absence d'environ six mois sur les réseaux sociaux. Elle publie principalement des photographies de son travail artistique.

Bibliographie

1 Travaux sur la Floride et les États-Unis

1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages collectifs

- Davis, E., J. (2013). Florida by nature: A survey of extrahuman historical agency. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 353-388). Gainesville: University Press of Florida.
- Gannon, M. (2013). *The history of Florida*. Gainesville: University Press of Florida.
- Graham, T. (2013). The first developers. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 276-295). Gainesville: University Press of Florida.
- Hinson, G., & William, F. (Eds.). (2009). *The new encyclopedia of southern culture* (Vol. 14: Folklife). Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Macmanus, A., S., & Colburn, R., D. (2013). Florida politics: The state evolves into one of the nation's premier political battlegrounds. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 415-443). Gainesville: University Press of Florida.
- Milanich, T., J. (2013). Original inhabitants. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 3-17). Gainesville: University Press of Florida.
- Mohl, A., R., & Mormino, R., G. (2013). Boom, bust, and uncertainty: A social history of modern Florida. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 497-528). Gainesville: University Press of Florida.
- Mohl, A., R., & Pozzetta, E., G. (2013). Immigration and ethnicity in Florida history. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 470-496). Gainesville: University Press of Florida.
- Parrish, A. E., Field, A. C., & Harrell, G. L. (2001). *Merritt Island and Cocoa Beach*. Charleston: Arcadia Publishing.
- Rogers, W., W. (2013). Fortune and misfortune: The paradoxical 1920's. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 296-312). Gainesville: University Press of Florida.

Schafer, L., D. (2013). U.S. territory and state. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 220-243). Gainesville: University Press of Florida.

Scott-Ireton, A., D., & Mitchell-Cook, M., A. (2013). The maritime heritage of Florida. In M. Gannon (Ed.), *The history of Florida* (pp. 389-414). Gainesville: University Press of Florida.

Thomas, J., F. (1999). *Melbourne Beach and Indiatlantic*. Charleston: Arcadia Publishing.

Vallet, É., & Grondin, D. (Éds.). (2004). *Les élections présidentielles américaines*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.

1.2 Articles

Huber, P., & Drowne, K. (2001). Rednecks: A brief history. *American Speech*, 76(4), 434–437.

1.3 Documents d'archives

U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census. (1970). *1970 Characteristics of the population*. Orlando: University of Central Florida Libraries. Retrieved from <http://guides.ucf.edu/c.php?g=78401&p=516929>

1.4 Sitographie

1.4.1 Florida Department of State

A brief timeline of Florida history. (2018). Retrieved September 24, 2017, from <http://info.flheritage.com/comprehensive-plan/chap7.cfm>

Florida's Comprehensive Historic Preservation Plan 2012–2016. (2018). Retrieved April 23, 2018, from <http://info.flheritage.com/comprehensive-plan/chap7.cfm>

Underwater preserves. (2018). Retrieved February 2, 2018, from <http://dos.myflorida.com/historical/archaeology/underwater/underwater-preserves/>

1.4.2 Sources administratives

Cocoa Village neighborhood in Cocoa, Florida (FL). (2018). In *City Data*. Retrieved from <http://www.city-data.com/neighborhood/Cocoa-Village-Cocoa-FL.html>

Economic Development Commission: Florida's Space Coast. (2018). Retrieved from <http://spacecoastedc.org>

Endless Summer license plate. (n.d.). In *Florida Department of Highway Safety and Motor Vehicles*. Retrieved from http://www.flhsmv.gov/dmv/specialtytags/miscellaneous/Endless_Summer.html

Fish and Wildlife Research Institute (2018). Red tide. In *Florida Fish and Wildlife Conservation Commission*. Retrieved January 16, 2018, from <http://myfwc.com/research/redtide/>

Florida manatee. (2017). In *Fish & Wildlife Services*. Retrieved from <https://www.fws.gov/northflorida/manatee/manatees.htm>

History & culture of Cocoa, FL. (n.d.). Retrieved August 27, 2017, from <http://www.cocoaf.org/908/History-Culture>

History of the playhouse. (2018). In *The historic Cocoa Village playhouse*. Retrieved January 14, 2018, from <http://www.cocoavillageplayhouse.com/about/history>

U.S. Census Bureau. (n.d.). Retrieved January 11, 2018, from <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/cocoabeachcityflorida,cocoacityflorida,US/PT045216>

1.4.3 Cartes

Brevard County [Map]. (2018). Retrieved from Google Maps: <https://goo.gl/maps/dtENGk15Cm42>

Brevard County Florida map [Map]. (2016). Retrieved from Florida counties map: <http://www.floridacountiesmap.com/aalocs/brevard.gif>

1.4.4 Autres sites en lien avec la Floride

Brevard Florida Live Magazine. (2018). Retrieved January 28, 2018, from <http://www.brevardlive.com/>

Endless Summer Tattoo. (2014). Retrieved January 9, 2018, from <https://www.endlesssummertattoo.com/>

2 Travaux sur le surf et les *lifestyle sports*

2.1 Travaux sur le surf

2.1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages collectifs

- Aho, P. (2014). *Surfing Florida. A photographic history*. Gainesville: University Press of Florida.
- Ankerson, T. (2014). The right to surf. In P. Aho (Ed.), *Surfing Florida: A photographic history* (pp. 193-197). Gainesville: University Press of Florida.
- Beal, B., & Smith, M., M. (2013). Maverick's: Big-wave surfing and the dynamic of "nothing" and "something." In B. Wheaton (Ed.), *The consumption and representation of lifestyle sports* (pp. 46-60). Abingdon: Routledge.
- Bennett, R. (2004). *The surfer's mind: The complete, practical guide to surf psychology*. Torquay: Griffin Press.
- Booth, D. (2003). Expression sessions: Surfing, style, and prestige. In R. Rinehart & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 315-333). Albany: State University of New York.
- Booth, D. (2004). Surfing: From one (cultural) extreme to another. In B. Wheaton (Ed.), *Understanding lifestyle sports: Consumption, identity and difference*. (pp. 94-110). London: Routledge.
- Borte, J., & Slater, K. (2004). *Pipe dreams: A surfer's journey* (2nd ed.). New York: Regan Books.
- Brown, D. (2006). *Surfing historic images from the bishop museum archives*. Honolulu: Bishop Museum Press.
- Chidester, B., & Priore, D. (2008). *Pop surf culture: music, design, film and fashion from the Bohemian surf boom*. Santa Monica: Santa Monica Press LLC.
- Clark, R. K. J. (2011). *Hawaiian surfing: Traditions from the past*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

- Coëffé, V. (2014). *Hawaï : La fabrique d'un espace touristique*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Colburn, B., Finney, B., Stallings, T., Stecyk, C. R., Stillman, D., & Wolfe, T. (2002). *Surf culture: The art history of surfing*. Corte Madera: Ginko Press.
- Comer, K. (2010). *Surfer Girls in the New World Order*. Durham: Duke University Press Books.
- Ford, N., & Brown, D. (2006). *Surfing and social theory: Experience, embodiment, and narrative of the dream glide*. New York: Routledge.
- Harris, A. (Ed.). (2007). *Next wave cultures: Feminism, subcultures, activism*. New York: Routledge.
- Jarratt, P., & Slater, K. (2008). *For the love*. San Francisco: Chronicle Books.
- Kampion, D. (2003). *Stoked! A history of surf culture*. Salt Lake City: Gibbs Smith Publisher.
- Kreeft, P. (2008). *I surf, therefore I am: A philosophy of surfing*. South Bend: St. Augustines Press.
- Lawler, K. (2010). *The American surfer: Radical culture and capitalism*. London: Routledge.
- Noll, G., & Kampion, D. (2007). *Greg Noll: The art of surfboard*. Layton: Gibbs Smith Publisher.
- Olivier, S. (2013). "Your wave, bro!": Virtue ethics and surfing. In B. Wheaton (Ed.), *The consumption and representation of lifestyle sports* (pp. 167-177). Abingdon: Routledge.
- Page, G. (2003). Vintage days in the big waves of life. In R. Rinehart, & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 307-314). Albany: State University of New York.
- Snyder, C. (2014). Land, sea, and air. In P. Aho (Ed.), *Surfing Florida: A photographic history* (pp. 214-221). Gainesville: University Press of Florida.
- Spowart, L., Burrows, L., & Shaw, S. (2013). "I just eat, sleep and dream of surfing": When surfing meets motherhood. In B. Wheaton (Ed.), *The consumption and representation of lifestyle sports* (pp. 130-147). Abingdon: Routledge.

- Stranger, M. (2013). Surface and substructure: Beneath surfing's commodified surface. In B. Wheaton (Ed.), *The consumption and representation of lifestyle sports* (pp. 61-78). Abingdon: Routledge.
- Taylor, B. (2014). Religion and surfing's spiritual core. In P. Aho (Ed.), *Surfing Florida: A photographic history* (pp. 186-192). Gainesville: University Press of Florida.
- Warshaw, M. (Ed.). (2003). *The encyclopedia of surfing*. Orlando: Houghton Miffling Harcourt.
- Warshaw, M. (Ed.). (2010). *History of surfing*. San Francisco: Chronicle Books. Retrieved from <https://historyofsurfing.net/section/building-and-riding-the-caballito/>

2.1.2 Articles

- Anderson, J. (2014). Surfing between the local and the global: identifying spatial divisions in surfing practice. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 39(2), 237–249. <https://doi.org/10.1111/tran.12018>
- Augustin, J.-P. (n.d.). Les variations territoriales de la mondialisation du sport. *MappeMonde*, (4), 16–20.
- Beaumont, E., & Brown, D. (2016). 'It's not something I'm proud of but it's ... just how I feel': local surfer perspectives of localism. *Leisure Studies*, 35(3), 278–295. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.962586>
- Booth, D. (2001). From Bikinis to Boardshorts. *Journal of Sport History*, 28(1), 3-22.
- Douglas, A. (2018, April 7). Adrift with the vanguard: The Alex Knost interview. *Surfer Magazine*. Retrieved from <https://www.surfer.com/features/adrift-with-the-vanguard-alex-knost-interview/>
- Evers, C. (2009). "The Point": surfing, geography and a sensual life of men and masculinity on the Gold Coast, Australia. *Social & Cultural Geography*, 10(8), 893–908. <https://doi.org/10.1080/14649360903305783>
- Ferrara, D., & Wieners, B. (2016, May). Kelly Slater built the perfect wave. Can he sell it to the world? *Bloomberg*. Retrieved from <https://www.bloomberg.com/features/2016-kelly-slater-wave-pool/>

- GQ. (2011, January 24). The coolest athletes of all time: The covers. Retrieved July 4, 2018, from <https://www.gq.com/gallery/25-coolest-athletes-of-all-time-covers>
- Maillot, A. (2005). « Roulage-cari-sous-de-riz » : Le localisme aux creux de la vague. *Médiamorphoses*, (15). Repéré à <http://hdl.handle.net/2042/23456>
- Maillot, A. (2011). Où est passé la « Reef Girl » ? Pin-up et mixité dans la surf culture. *Ethnologie Française*, 41(3), 521-530.
- Moutinho, L., Dionísio, P., & Leal, C. (2007). Surf tribal behaviour: A sports marketing application. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(7), 668–690. <http://doi.org/10.1108/02634500710834160>
- Ottum, B. (1966, July). Riding the wave of the east coast’s surfing boom. *Sports Illustrated*. Retrieved from <https://www.si.com/vault/1966/07/18/620341/riding-the-wave-of-the-east-coasts-surfing-boom#>
- Paumgarten, N. (2016). The Oxford English dictionary’s surf consultant. *The New Yorker*. Retrieved from <https://www.newyorker.com/magazine/2016/10/03/the-oxford-english-dictionarys-surf-consultant>
- Preston-Whyte, R. (2001). Constructed leisure space: The seaside at Durban. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 581–596.
- Surfer. (2009, August). The 50 greatest surfers of all time. *Surfer*, (Big Issue).
- “Surfing Santas” eyeing Guinness World Record at this year’s Christmas eve charity event on Cocoa Beach. (2017, December 22). *Orlando Business Journal*. Retrieved from https://www.bizjournals.com/orlando/prnewswire/press_releases/Florida/2017/12/22/CL73887
- The Beachside Resident (2010, October 22). Boardrider of the month: Sean Duncan Slater. *The Beachside Resident*. Retrieved from thebeachsideresident.com/2010/10/boardrider-of-the-month-sean-duncan-slater/
- Usher, L. E., & Kerstetter, D. (2015). Re-defining localism: an ethnography of human territoriality in the surf. *International Journal of Tourism Anthropology*, 4(3), 286–302.

2.1.3 Thèses

- Beaumont, E. (2011). *The local surfer: Issues of identity and community within South East Cornwall* (Doctoral Thesis). University of Exeter, England.
- Falaix, L. (2012). *Des vagues et des hommes : La glisse au cœur des résistances et contestations face à l'institutionnalisation des territoires du surf en Aquitaine* (Thèse de doctorat). Université de Pau et des Pays de l'Adour, France.
- Lemarié, J. (2016). *Genèse d'un système global surf Regards comparés des Hawai'i à la Californie : traditions, villes, tourisms, et subcultures (1778–2016)* (Thèse de doctorat). Université Paris Ouest Nanterre La Défense.
- McGloin, C. (2005). *Surfing nation(s)-Surfing country(s)* (Thèse de doctorat). Université de Wollongong, Australie.
- Ormrod, J. (2007). *Expressions of nation and place in British surfing identities* (Thèse de doctorat). Manchester Metropolitan University.
- Sayeux, A.-S. (2005). *Surfeur, l'être au monde : Analyse socio-anthropologique de la culture de surfeurs, entre accords et déviance* (Thèse de doctorat). Université de Rennes 2.

2.1.4 Sitographie

2.1.4.4 *Encyclopedia of surfing* (Matt Warshaw)

- Andersen, Lisa (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/andersen-lisa>
- Barnfield, Bill. (2003). In *Encyclopedia Of Surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/barnfield-bill>
- Carroll, Tom. (2003). In *Encyclopedia Of Surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/carroll-tom>
- Chesser, Todd. (2003). In *Encyclopedia of Surfing*. Retrieved from <https://eos.surf/entries/chesser-todd>
- Cutback. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/cutback>

- Gidget. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/gidget>
- Hobgood, C.J. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/hobgood-clifton-cj>
- Hobgood, Damien. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/hobgood-damien>
- Slater, Kelly. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/slater-kelly>
- Shortboard revolution. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/shortboard-revolution>
- Tube. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/tube>
- Zamba, Frieda. (2003). In *Encyclopedia of surfing*. Retrieved from <https://encyclopediaofsurfing.com/entries/zamba-frieda>

2.1.4.5 *Surfline*

- Borte, J. (n.d.). Al Merrick biography and photos. In *Surfline*. Retrieved June 11, 2017, from http://www.surfline.com/surfing-a-to-z/al-merrick-biography-and-photos_866/
- Borte, J. (n.d.). C.J. and Damien Hobgood (July 6, 1979-). In *Surfline*. Retrieved from http://www.surfline.com/surfing-a-to-z/cj-and-damien-hobgood-biography-and-photos_833/
- Brower, R. (2015). Ten commercials that show ads have been using surfing to sell things for a while. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.networka.com/heres-5-commercials-that-prove-surfing-is-a-marketable-thing-these-days>
- Lost Surfboards (n.d.). Surfboard Buyers Guide. In *Surfline*. Retrieved June 11, 2017, from http://www.surfline.com/gear/surfboard-buyers-guide/lost-surfboards_95973/
- Pierson, D. (2016). 10 things you should know about surfing in the olympics. In *Surfline*. Retrieved February 2, 2018, from http://www.surfline.com/surf-news/the-decision-has-been-made---surfing-will-be-at-tokyo-2020---heres-whats-been-confirmed-so-far-10-things-you-s_140542/

2.1.4.6 Autres sites en lien avec le surf

Black Flys. (2013). Retrieved April 1, 2018, from https://flys.com/about_us

ESM. (2017). 2017 Easter Pro-Am Continues Cocoa Beach, Florida, Tradition. In *Eastern Surf*. Retrieved from <http://www.easternsurf.com/competition/ec-contests/2017-easter-pro-am-cocoa-beach/>

Florida Pro Surf Contest. (2018). Retrieved from <https://floridaprosurf.com/about/>

Florida Surf Film Festival. (2018). In *Florida Surf Film Festival*. Retrieved from <http://floridasurffilmfestival.com/about/>

Florida Surf Museum: Preserving Florida's surfing history. (n.d.). In *Florida Surf Museum*. Retrieved September 24, 2017, from <http://www.floridasurfmuseum.org/>

Kelia Moniz. (n.d.). In *Roxy*. Retrieved August 24, 2018, from <https://roxy.com/surf/team/kelia-moniz.html>

National Museum of American History. (2012). Champion Kelly Slater donates winning surfboard to National Museum of American History. Retrieved April 14, 2018, from <http://americanhistory.si.edu/press/releases/champion-kelly-slater-donates-winning-surfboard-national-museum-american-history>

Outerknown. (2018). In *Outerknown*. Retrieved from <http://www.outerknown.com/about-us>

Pelican Surfboards. (2008). Meet Bagel of Pelican Surfboards-Cocoa Beach, Florida. Retrieved June 11, 2017, from <http://www.pelicansurfboards.com/profile.html>

Ricky Carroll Surfboards. (2018). In *Randdsurf*, Retrieved April 25, 2018, from <http://randdsurf.com/>

Ron Jon surf school: Philanthropy. (n.d.). In *Ron Jon surf school*. Retrieved January 20, 2018, from <http://www.ronjonsurfschool.com/philanthropy>

Salty Crew. (2016). In *Salty Crew*. Retrieved from <https://www.salty-crew.com/pages/about-us>

SFA (2018). In *Surfers For Autism*. Retrieved January 20, 2018, from <http://surfersforautism.org/>

SSlater Surf Tackle (2018). Our story. Retrieved from <https://sslattersurftackle.com>

Surfing Santas. (2017). Retrieved May 6, 2018, from <https://surfingsantas.org/about-us/>

Surf Tsunami (2010). In *Surfer's dictionary*. Retrieved from <https://surftsunami.wikispaces.com/Surf+Dictionary>

Verge, A. C. (2017, November 21). George Freeth: King of the Surfers and California's Forgotten Hero. Retrieved April 7, 2018, from <https://www.kcet.org/shows/lost-la/george-freeth-king-of-the-surfers-and-californias-forgotten-hero>

WSCF. (2018). In *World Skin Cancer Foundation*. Retrieved January 20, 2018, from http://worldskincancerfoundation.org/About-WSCF_c_69.html

WSL. (2018, September 5). The World Surf League (WSL) announces prize money equality. Retrieved September 20, 2018, from <http://www.worldsurfleague.com/posts/345569/the-world-surf-league-wsl-announces-prize-money-equality>

2.2 Travaux sur les *lifestyle sports*

2.2.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages

Beal, B., & Weidman, L. (2003). Authenticity in the skateboarding world. In R. Rinehart, E. & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 337–352). Albany: State University of New York.

Beal, B., & Wilson, C. (2004). "Chicks dig scars." Commercialization and the transformations of skateboarders' identities. In B. Wheaton (Ed.), *Understanding lifestyle sports: Consumption, identity and difference*. (pp. 31-54). London: Routledge.

Burton, J. (2003). Snowboarding: The essence is fun. In R. Rinehart, E. & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 401–406). Albany: State University of New York.

Coates, E., Clayton, B., & Humberstone, B. (2013). A battle for control: Exchanges of power in the subculture of snowboarding. In B. Wheaton (Ed.), *The consumption and representation of lifestyle sports* (pp. 26-44). Abingdon: Routledge.

Howe, J. (2003). Drawing lines: A report from the extreme world (sic). In R. Rinehart, E. & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 353–369). Albany: State University of New York.

- Humphreys, D. (2003). Selling out snowboarding: The alternative response to commercial co-optation. In R. Rinehart, E. & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 407–428). Albany: State University of New York.
- Kusz, K. (2003). BMX, extreme sports, and the white male backlash. In R. Rinehart, E & S. Sydnor (Eds.), *To the extreme: Alternative sports inside and out* (pp. 153–175). Albany: State University of New York.
- Rinehart, E., R., & Sydnor, S. (2003). *To the extreme: Alternative sports, inside and out*. Albany: State University of New York.
- Thorpe, H., & Rinehart, R. (2013). Alternative sport and affect: Non-representational theory examined. In B. Wheaton (Ed.), *The consumption and representation of lifestyle sports* (pp. 212-235). Abingdon: Routledge.
- Wheaton, B. (Ed.). (2004). *Understanding lifestyle sports: Consumption, identity and difference*. London: Routledge.
- Wheaton, B. (Ed.). (2013). *The consumption and representation of lifestyle sports*. Abingdon: Routledge.

2.2.2 Articles

- Thorpe, H. (2008). Foucault, technologies of self, and the media: Discourses of femininity in snowboarding culture. *Journal of Sport and Social Issues*, 32(2), 199–229.

3 Travaux sur la musique

3.1 Travaux sur la musique et le surf

3.1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages

- Badman, K. (2004). *The Beach Boys: The definitive diary of America's greatest band, on stage and in the studio*. San Francisco: Backbeat Book.
- Blair, J. (1995). *The illustrated discography of surf music 1961-1965* (3rd ed.). Ann Arbor: Popular Culture Ink.

- Blair, J. (2015). *Southern California surf music, 1960-1966*. Charleston: Arcadia Publishing.
- Cooley, J., T. (2014). *Surfing about music*. Los Angeles: University of California Press.
- Crowley, K. (2011). *Surf beat: Rock'n'roll's forgotten revolution*. New York: Backbeat Books.
- Cunningham, E., J. (2014). Florida surf rock, then and now. In P. Aho (Ed.), *Surfing Florida: A photographic history* (pp. 222-240). Gainesville: University Press of Florida.
- Dalley, R. (2015). *Surfin' guitars: Instrumental surf bands of the sixties* (3rd ed.). West Jordan: Robert J. Dalley Publications.

3.1.2 Articles

- Barjolin-Smith, A. (2018, April). *Music in surf town typology: Alternative spaces of a subculture*. Presented at the AAG Annual Meeting, New Orleans.
- Carney, G. O. (1999). Cowabunga! Surfer rock and the five themes of geography. *Popular Music and Society*, 23(4), 3–29. <https://doi.org/10.1080/03007769908591750>
- Cooley, J., T. (2011). Playing together and solitary play: Musicking and surfing. *Ethnomusicology Ireland*, 1, 21–39.

3.1.3 Sitographie

- CSUSA. (2017). Christian Surfers. Retrieved July 4, 2017, from <https://christiansurfers.com/>
- Endless Summer Radio. (2018). Retrieved January 9, 2018, from <http://endlesssummerradio.com/>
- Foster, R. (2017). Rootfire at the park returns: Cocoa, FL. In *Rootfire*. Retrieved September 24, 2017, from <https://rootfire.net/rootfire-at-the-park-cocoa-fl-rf005/>
- History of X Games. (2018). In *X Games Media Kit*. Retrieved August 28, 2018, from <https://www.xgamesmediakit.com/read-me/>
- Hot Rod Music Albums. (n.d.). Retrieved from <https://www.allmusic.com/subgenre/hot-rod-ma0000011857/albums>
- Lance-O. (2018). In *Kulcha Shok Muzik*. Retrieved from <http://kulchashok.com/>

Mike Love. (2014). In *Mike Love Music*. Retrieved from <http://www.mikelovemusic.com/bio/>

3.2 Travaux en ethnomusicologie

3.2.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages

Attali, J. (1977). *Bruits : essai sur l'économie politique de la musique* (Vol. 5). Paris : Presses Universitaires de France.

Brackett, D. (2016). *Categorizing sound: Genre and twentieth-century popular music*. Oakland: University of California Press.

Elliott, R., & Smith, E. G. (2010). *Music traditions, cultures, and contexts*. Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.

Frith, S. (1996a). Music and identity. In S. Hall & P. DuGay (Eds.), *Cultural identity*. London: Sage Publications.

Frith, S. (1996b). *Performing rites*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Guilbault, J. (2010). Politics through pleasure. Party music in Trinidad. In R. Elliott & E. G. Smith (Eds.), *Music traditions, cultures, and contexts* (pp. 279–294). Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.

Hebdige, D. (1991). *Subculture: the meaning of style*. London; New York: Routledge.

Koskoff, E. (2010). Is fieldwork still necessary? In R. Elliott & E. G. Smith (Eds.), *Music traditions, cultures, and contexts* (pp. 101–112). Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.

Levitin, J. D. (2016). *The world in six songs: How the musical brain created human nature*. New York: Dutton.

Nettl, B. (2010). Ethnomusicology critiques itself. Comments on the history of a tradition. In R. Elliott & E. G. Smith (Eds.), *Music traditions, cultures, and contexts* (pp. 85–99). Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.

Regev, M. (2013). *Pop-rock music: Aesthetic cosmopolitanism in Late Modernity*. Cambridge: Polity Press.

- Rice, T. (2014). *Ethnomusicology: A very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Peterson, A., R. (1997). *Creating country music: Fabricating authenticity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Small, C. (1998). *Musicking: The meanings of performing and listening*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Waligorska, M. (2013). Music and the boundaries of (non)belonging. In M. Waligorska (Ed.), *Music, longing and belonging*. Newcastle: Cambridge Scholars. Retrieved from <http://www.cambridgescholars.com/download/sample/59682>
- Wheeler, T. (2004). *The stratocaster chronicles: Celebrating 50 years of the Fender Strat*. Milwaukee: Hal Leonard.

3.2.2 Articles

- Bénard, N. (2009). Les mythologies hard rock et métal : bricolage identitaire ou récit original ? *Sociétés*, 104(2), 65–72. <https://doi.org/10.3917/soc.104.0065>
- Diamond, B. (2000). Theory from practice: First nations popular music in Canada. In *Repercussions*, 7–8, 397–431. Retrieved from <https://www.ocf.berkeley.edu/~repercus/wp-content/uploads/2011/07/repercussions-Vol.-7-8-Diamond-Beverley-Theory-from-Practice.pdf>
- Dupetit, G. (2016). Loud Motown : P-Funk, Pure-Funk ou Punk-Funk ? La création musicale de Funkadelic à travers le prisme de son hybridation. *Revue Française d'Études Américaines*, Numéro spécial, (149), 115–130.
- Knudsen, J. S. (2011). Music of the multiethnic minority: A postnational perspective. *Music and Arts in Action*, 3(3), 77-91.
- McMullen, E., & Saffran, J. R. (2004). Music and language: A developmental comparison. *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, 21(3), 289–311.
- Negus, K., & Velázquez, P. R. (2002). Belonging and detachment: Musical experience and the limits of identity. *Poetics*. [http://doi.org/10.1016/S0304-422X\(02\)00003-7](http://doi.org/10.1016/S0304-422X(02)00003-7)

- Rice, T. (2007). Reflections on music and identity in ethnomusicology. *Muzikologija*, 16(1972), 17–38. <https://doi.org/10.2298/MUZ0707017R>
- Roueff, O. (2006). L'invention d'une « scène » musicale, ou le travail du réseau. La programmation d'un club de musiques improvisées entre radicalisation et consécration (1991-2001). *Sociologie de l'Art*, 1(OPuS 8), 43–76.
- Roy, W. G. (2002). Aesthetic identity, race, and American folk music. *Qualitative Sociology*, 25(3), 459–470.

3.2.3 Thèses

- Mirkovic, K. (2016). *L'apprentissage du violon à la croisée de l'école rationaliste française et de l'école pragmatiste Suzuki* (Thèse de doctorat). Université de Rouen.

3.2.4 Sitographie

- Pearsall, K. (2017, August 11). Effects guide: What is reverb? Retrieved March 7, 2018, from <https://www.fender.com/articles/tech-talk/pedal-board-primer-reverb>

4 Travaux généraux

4.1 Travaux en linguistique

4.1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages

- Aboh, E., & deGraff, M. (2016). A null theory of creole formation based on Universal Grammar. In I. Roberts (Ed.), *The Oxford Handbook of Universal Grammar*. Oxford: Oxford University Press.
- Bowerman, M., & Levinson, C. S. (2003). *Language acquisition and conceptual development* (3rd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Calvet, L.-J. (2009). *La sociolinguistique* (6ème). Paris : Presses Universitaires de France.
- Dabène, L. (1994). *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*. Paris : Hachette.

- Gopnik, A. (2003). Theories, language, and culture: Whorf without wincing. In C. S. Levinson & M. Bowerman (Eds.), *Language acquisition and conceptual development* (3rd ed.), (pp. 45–69. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grosjean, F. (1982). *Life with two languages. An introduction to bilingualism*. London: Harvard University Press.
- Gumperz, J. J. (1971). *Language in social groups*. Stanford: Stanford University Press.
- Gumperz, J. J. (1989). *Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle*. Paris : Editions de Minuit.
- Martinez, P. (2008). *La didactique des langues étrangères*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Migge, B. (2003). *Creole formation as language contact: The case of the Suriname creoles*. Amsterdam: John Benjamins.
- Saussure, de F. (2005). *Cours de linguistique générale (5ème)*. Paris : Payot.

4.1.2 Articles de journaux, revues, magazines

- Billiez, J. (1985). La langue comme marqueur d'identité. *Revue Européenne de Migrations Internationales*, 1(2), 95–105.
- Dufour, M. (2014). Du concept de répertoire langagier et de sa transposition didactique. *Lidil*, 49, 179–194.
- Galisson, R. (1994). Les palimpsestes verbaux : des révélateurs remarquables, mais peu remarqués... *Repères*, 8, 41–63.
- Grosjean, F. (1993). Le bilinguisme et le biculturalisme : essai de définition. *Tranel*, 19, 13–41.

4.1.3 Mémoires et thèses

- Barjolin, A. (2011). *Intégration scolaire et stratégies de constructions identitaires d'enfants issus de familles migrantes bi-plurilingues* (Mémoire de Master 1). Université Stendhal, Grenoble 3.

Thamin, N. (2007). *Dynamiques des répertoires langagiers et identités plurilingues de sujets en situation de mobilité* (Thèse de doctorat). Stendhal-Grenoble III.

4.1.4 Sitographie

Bigot, D., & Papen, A., R. (n.d.). Formation en linguistique variationniste. Repéré à http://uoh.concordia.ca/sociolinguistique/module1/co/module1_web.html

Puren, C. (22 août 2014). Multiculturalisme, pluriculturalisme et perspective actionnelle. Repéré à <http://www.christianpuren.com/2014/08/22/multiculturalisme-pluriculturalisme-et-perspective-actionnelle/>

4.2 Travaux en sciences humaines et sociales

4.2.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages

Barthes, R. (2005). *Mythologies*. Paris : Éditions du Seuil. (Œuvre originale publiée en 1957).

Bird, S. E. (2003). *The audience in everyday life: Living in a media world*. New York: Routledge.

Bourdieu, P. (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.

Bourdieu, P. (2002). L'origine et l'évolution des espèces de mélomanes. Dans *Questions de sociologie* (2ème ed., pp. 155–160). Paris : Les Éditions de Minuit.

Cuche, D. (2010). *La notion de culture dans les sciences sociales*. Paris : La Découverte.

Delange, J. (2006). *Arts et peuples de l'Afrique noire : Introduction à une analyse des créations plastiques* (Folio Essais). Paris : Gallimard. (Œuvre originale publiée en 1967).

Deschamps, J.-C., & Moliner, P. (2012). *L'identité en psychologie sociale : des processus identitaires aux représentations sociales* (2ème). Paris : Armand Colin.

Dumont, G.-F. (1995). *Les migrations internationales. Les nouvelles logiques migratoires*. Paris : Sedes.

Fischer, G.-N. (1987). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Paris : Dunod/ Presses de l'Université de Montréal.

- Gwenllian-Jones, S. (2003). Histories, fiction and Xena: Warrior Princess. In W. Brooker & D. Jermyn (Eds.), *The audience studies reader* (pp. 185–191). London: Routledge.
- Hall, S. (1997). The spectacle of the “other.” In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 223–290). London: Routledge.
- Kaufmann, J.-C. (1996). *L'entretien compréhensif : L'enquête et ses méthodes*. Paris : Armand Colin. Repéré à [http://m4ker.free.fr/74_eBooks_Fran%27ais/Kaufmann, Jean-Claude - L %27Entretien Compr%29hensif.pdf](http://m4ker.free.fr/74_eBooks_Fran%27ais/Kaufmann,%20Jean-Claude_-_L%27Entretien_Compr%29hensif.pdf)
- Laplantine, F. (1999). *Je, nous et les autres*. Paris : Le Pommier-Fayard.
- Lee, T. L., & Fiske, S. T. (2008). Stereotypes. In *International encyclopedia of the social sciences*.
- Lévi-Strauss, C. (1962). *La pensée sauvage*. Paris : Plon.
- Lévi-Strauss, C. (1963). *Structural anthropology*. (L. Jacobson, Trad.). New York: Basic Books.
- Lombard, J. (1967). Jacqueline Delange , « Arts et peuples de l' Afrique noire ». Dans *L'homme et la société* (pp. 202–203). Paris : Gallimard.
- Maffesoli, M. (2000). *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes* (3ème). Paris : La Table Ronde³³⁹.
- Malinowski, B. (1968). *Une théorie scientifique de la culture, et autres essais*. (J.-M. Tremblay, Éd.). Chicoutimi : Bibliothèque de L'Université du Québec.
- Mirowski, P. (2009). Postface: Defining neoliberalism. In P. Mirowski & P. Dieter (Eds.), *The road from Mont Pèlerin: The making of the neoliberal thought collective*. Harvard: Harvard University Press. Retrieved from [http://public.econ.duke.edu/~erw/190/Mirowski Defining Neoliberalism.pdf](http://public.econ.duke.edu/~erw/190/Mirowski%20Defining%20Neoliberalism.pdf)
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris : Presses Universitaires de France.

³³⁹ Nous sommes conscients de la controverse portant sur le sérieux du travail de Maffesoli mais son ouvrage a nourri la réflexion de cette recherche à la fois par les questions qu'il posait et par l'absence de réponses à ces questions.

- Paugam, S. (2012). *L'enquête sociologique*. Paris : Presses Universitaires de France. Doi :10.3917/puf.paug.2012.01.0002.
- Reeves, T. C., & Oh, E. (2014). Generational differences. In J. Spector, M. Merrill, J. Ellen, & M. Bishop (Eds.), *Handbook of research on educational communications and technology* (pp. 295–303). New York: Springer. Retrieved from https://www.academia.edu/2798943/Generational_differences
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp. 25-44). London: Sage.
- Stebbins, R. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Stockhammer, P. (Ed.). (2012). *Conceptualizing cultural hybridization: a transdisciplinary approach*. Heidelberg; New York: Springer.
- Storey, J. (2009). *Cultural theory and popular culture: An introduction*. England: Pearson Longman.
- Woodward, I., Taylor, J., & Bennett, A. (2016). *The festivalization of culture* (2nd ed.). New York: Routledge.

4.2.2 Articles

- Avanza, M., & Laferté, G. (2005). Dépasser la « construction des identités » ? Identification, image sociale, appartenance. *Genèses*, 4(61), 134–152. Repéré à <http://www.cairn.info/revue-geneses-2005-4-page-134.htm>
- Benedetti, G. (2016). Dialectique de l'enracinement et du mouvement dans Black-ish : une série post-raciale ? *Revue Française d'Études Américaines*, Numéro spécial, (149), 100–114.
- Bignante, E. (2010). The use of photo-elicitation in field research. *EchoGéo*, (11). Retrieved from <http://journals.openedition.org/echogeo/11622>
- Bourdieu, P. (1980). L'identité et la représentation : Éléments pour une réflexion critique sur l'idée de région. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 35(1), 63–72. <https://doi.org/10.3406/arss.1980.2100>

- Cervulle, M., Lindgaard, J., Macé, É., Maigret, É., McRobbie, A., Morley, D., & Neveu, É. (2010). *Cultural studies : Genèse, objets, traductions*. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information.
- Clément, C. (2012). Il faut apprendre le revers du monde. *Le Monde: L'atlas Des Civilisations*, (Hors-série), 10–23.
- Clifford, J. (1994). Diasporas. *Cultural Anthropology*, 9(3), 302–338.
- Cohen, R. (2007). Creolization and cultural globalization: The soft sounds of fugitive power. *Globalizations*, 4(3), 369–384. <https://doi.org/10.1080/14747730701532492>
- Demars, M. (2016). Sur les routes de l'Acadiana : géomusicalité et constructions identitaires. *Revue Française d'Études Américaines*, Numéro spécial, (149), 76–87.
- Dufaure, S. (2016). The “Appalachian Renaissance”: An ecocritical form of cultural immobility? *Revue Française d'Études Américaines*, (149), 88–99.
- Downes, L. (2006). Mark Twain's Hawaii. *The New York Times*. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2006/05/14/travel/14twain.html>
- Epstein, I., Stevens, B., McKeever, P., & Baruchel, S. (2006). Photo elicitation interview (PEI): Using photos to elicit children's perspectives. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3).
- Erdmann, J. (2015). Semiotics of pictorial signs on social networking sites: Remarks on a neglected field of study. *Punctum. International Journal of Semiotics*, 1(1), 26–42. <https://doi.org/10.18680/hss.2015.0003>
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1).
- Marche, G., & Vallas, S. (2016). Mouvement, enracinement, fixité. *Revue Française d'Études Américaines*, Numéro spécial, (149), 3–13.
- Ménil, A. (2009). La créolisation, un nouveau paradigme pour penser l'identité ? *Rue Descartes*, 66(4), 8. <https://doi.org/10.3917/rdes.066.0008>
- Mauger, G. (2002). Capital culturel et reproduction scolaire. *Sciences Humaines*, Hors-série, (36). <https://doi.org/10.4000/rfp.4430>

- Morris, M. W., Leung, K., & Ames, D. (1999). Views from inside and outside: Integrating emic and etic insights about culture and justice judgment. *Academy of Management Review*, 24, 1781–796. Retrieved from http://www.columbia.edu/~da358/publications/etic_emic.pdf
- Pasquier, D. (2005). La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques. *Hermès*, 42.
- Pruvost, G. (2011). Les 100 mots de la sociologie, « Récit de vie ». *Sociologie*. Repéré à <https://sociologie.revues.org/671#text>
- Richardot, S. (2006). Regards sur la psychologie sociale. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, Numéro 71(3), 41. <https://doi.org/10.3917/cips.071.0041>
- Rioufreyt, T. (2016). La transcription d'entretiens en sciences sociales : Enjeux, conseils et manières de faire. (Fiche méthodologique à l'usage des chercheurs et des étudiants en sciences sociales).
- Rolland-Diamond, C., & Caron, N. (2018). Des sciences sociales en filière LLCER ou pourquoi le mot « civilisation » ne convient plus en études étrangères. *The Conversation*. Retrieved from <http://theconversation.com/des-sciences-sociales-en-filiere-llcer-ou-pourquoi-le-mot-civilisation-ne-convient-plus-en-etudes-etrangeres-94061>
- Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. *Media and Communication*, 5(4), 1. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1263>
- Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: Myths of homeland and return. *Diaspora*, 1(1), 83–99.
- Schlott, K. (2018, April). *Reordering Hawaiian space: A view of tourism in settler Hawaii*. Conference paper presented at the AAG Annual Meeting, New Orleans.
- Thelander, Å., & Cassinger, C. (2017). Brand new images? Implications of Instagram photography for place branding. *Media and Communication*, 5(4), 6. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1053>
- Willett, G. (1996). Paradigme, théorie, modèle, schéma : qu'est-ce donc ? *Communication et Organisation*, (10). <http://doi.org/10.4000/>

Vanel, C. (2016). Le mormonisme, une culture en mouvement, enracinée aux États-Unis d'Amérique. *Revue Française d'Études Américaines*, Numéro spécial, (149), 131–142.

4.2.3 Mémoires et thèses

Barjolin-Smith, A. (2015). « *Relating to country music* »: *ethnographie de la culture country en Floride* (Mémoire de Master 2). Université Paul Valéry, Montpellier 3.

Grassy, E. (2010). *Le lieu musical : du texte à l'espace, un itinéraire sémantique. Poétique des catégories géographiques dans les musiques populaires américaines (1920-2007)* (Thèse de doctorat). Université Paris-Sorbonne, Paris 4.

4.2.4 Sitographie

4.2.4.4 Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales

Éthologie. (2012). Dans *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*. ATILF. Repéré à <http://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9thologie>

Humeur. (2012). Dans *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*. ATILF. Repéré à <http://www.cnrtl.fr/definition/humeur>

Mobilité. (2012). Dans *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*. ATILF. Repéré à <http://www.cnrtl.fr/definition/mobilité>

Palimpseste. (2012). Dans *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*. ATILF. Repéré à <http://www.cnrtl.fr/definition/Palimpseste>

Socialité. (2012). Dans *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*. ATILF. Repéré à <http://www.cnrtl.fr/definition/socialité>

4.2.4.5 Autres sites

Bigot, D., & Papen, A., R. (n.d.). Formation en linguistique variationniste. Repéré à http://uoh.concordia.ca/sociolinguistique/module1/co/module1_web.html

Comaroff, J. (2005). Ethnography. In *New Dictionary of the History of Ideas*. Retrieved from encyclopedia.com

Dantier, B. (2004). Pierre Bourdieu. « La situation d'enquête et ces effets ». Dans *Les classiques des sciences sociales*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/doi:10.1522/cla.bop.sit>

Portwood-Stacer, L. (2013). Spontaneous sensation over sensible stability: The Beat Generation. In *Representing subcultures and social movements*. Retrieved November 19, 2017, from <https://repsub13.wordpress.com/projects/misha/>

4.3 Autres travaux

4.3.1 Ouvrages

British Neuroscience Association, & European Dana Alliance for the Brain. (2003). *Neuroscience: Science of the brain. An introduction for young students*. Liverpool: British Neuroscience Association.

Foucault, M. (1997). The ethics of the concern of the self as a practice of freedom. In P. Rabinow (Ed.), R. Hurley (Trans.), *Ethics: subjectivity and truth* (Vol. 1, *Essential Works of Foucault, 1954-1984*, pp. 280–301). London: The Penguin Press.

Husserl, E. (2000). *Ideas pertaining to a pure phenomenology and to a phenomenological philosophy* (5th ed): Vol. 2. *Studies in the phenomenology of constitution*. (R. Rojcewicz & A. Schuwer, Trans.) Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

London, J. (1911). *The cruise of the Snark*. New York: The MacMillan Company.

Searle, R. J. (2009). *Making the social world: The structure of human civilization*. New York: Oxford University Press.

Wolff, F. (2015). *Pourquoi la musique ?* Domont : Fayard.

4.3.2 Articles

Anati, E. (2006). Structure de l'art et structure de l'esprit. *Diogène*, 214(2), 95. <http://doi.org/10.3917/dio.214.0095>

Campbell, O. J. (1939). Mark Twain's *Letters from the Sandwich Islands*. *American Speech*, 14(1), 47–49. <https://doi.org/10.2307/451129>

Pio, F., & Varkøy, Ø. (2012). A reflection on musical experience as existential experience: An ontological turn. *Philosophy of Music Education Review*, 20(2), 99–116. <http://doi.org/10.2979/philmusieducrevi.20.2.99>

4.3.3 Sitographie

Captain Morgan®. (n.d.). La légende du Capitaine Morgan. Retrieved June 25, 2018, from <https://www.captainmorgan.com/fr-fr/la-legende-du-captain-morgan/>

5 Sources audio-visuelles

5.1 Discographie

Alaimo, S. (1966). *On the beach* [Vinyl, 45 RPM, Single]. USA: ABC Records. Retrieved from <http://www.45cat.com/record/10833>

Cutback. (2014). *Surfers journey* [iTunes]. USA: Cutback.

Dick Dale & His Del-Tones. (1962). *Surfer's choice* [iTunes]. USA: Deltone Records.

Gram Parsons & The Shilohs. (1979). *The early years 1963-65* [Vinyl, LP]. USA: Sierra Briar Records. Retrieved from <https://www.discogs.com/Gram-Parsons-The-Early-Years-1963-65/release/6469639>

Iggy Pop. (1980). *Soldier* [iTunes]. USA: Buddha Records.

Larry & The Loafers. (1960). *Panama City blues* [Vinyl, 45 RPM, Single]. USA: Heart Recording Company. Retrieved from <https://www.discogs.com/Larry-And-The-Loafers-Panama-City-Blues-I-Want-You-To-Know/release/3986935>

Larry & The Loafers. (1966). *Let's go to the beach* [Vinyl, 45 RPM, Single]. USA: Shurline. Retrieved from <https://www.discogs.com/Larry-The-Loafers-Lets-Go-To-The-Beach/master/899983>

Talking Heads. (1983). *Speaking in tongues* [iTunes]. USA: Sire Records.

The Beach Boys. (1962). *Surfin' safari* [iTunes]. USA: Capitol Records.

The Beach Boys. (1963). *The Beach Boys* [iTunes]. USA: Capitol Records.

The Belairs. (1961). *Volcanic action* [iTunes]. USA: Sundazed Music.

The Gents Five. (1969). *A wave awaits* [Vinyl, 45 RPM, Single]. USA: March Records. Retrieved from <http://www.45cat.com/record/69a7734>

The Lincolns. (1964). *Night drag* [Vinyl, 45 RPM, Single]. USA: ABCO Records. Retrieved from <https://www.discogs.com/The-Lincolns-Night-Drag/release/9659916>

The Nep-Tunes. (1963). *Surfer's holiday* [Vinyl, LP]. USA: Family Records. Retrieved from <https://www.discogs.com/The-Nep-Tunes-Surfers-Holiday/release/2414787>

The Surftones. (1995). *Drive-in a gogo* (Vol. 2) [CD]. USA: Collectables. Retrieved from <https://www.discogs.com/Various-Drive-In-A-GoGo-Volume-2/release/11196468>

5.2 Filmographie

Baywatch. (1989, 2001). [Télévision].

Bigelow, K. (1991). *Point Break* [Film]. Twentieth Fox Century.

Billabong. (2017). *Life's better in boardshorts* [YouTube]. Billabong. Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCTYHNSWYy4jCSCj1Q1Fq0ew>

Billabong Womens. (2017). *New Wave* [YouTube]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Hpc9nsjF6xY>

Breizart. (30 novembre 2011). *Rip Curl Pro Hossegor 1994-1ere partie* [Vidéo YouTube]. Repéré à <https://www.youtube.com/watch?v=W1n1N541ukI>

Brown, B. (1966). *The endless summer* [Film]. Aviva International.

Brown, B. (1994). *The endless summer II* [Film]. New Line Cinema.

Gordon, D. (2001). *Joe Dirt* [Film]. Columbia Pictures.

Smith, R. M., & Longfellow, M. (2016). *The Beach Boys: Pet Sounds* [Film]. Eagle Rock Entertainment Limited. Retrieved from <https://itunes.apple.com/us/movie/the-beach-boys-pet-sounds-classic-albums/id1140325424>

Sun Bum. (20 novembre 2012). *Donavon Frankenreiter on Sonny's Porch / "It don't matter"*. [YouTube video]. Retrieved from <https://youtu.be/NvXsZrYVOI8>

Tarantino, Q. (1994). *Pulp fiction* [Film]. Miramax.

Wendkos, P. (1959). *Gidget* [Film]. Columbia Pictures.

Yerkes, B. (1967). *The summer of '67* [Documentary]. Balsa Bill. Retrieved from <http://www.balsabill.com/TheSummerof67.htm>

5.3 Podcasts

Cluzel, T. (14 avril 2017). *Revue de presse internationale* [Podcast audio]. Repéré sur France Culture à <https://www.franceculture.fr>

De La Porte, X. (7 février 2017). Trump est plus innovant qu'on ne le pense. *La vie numérique* [Podcast audio]. Repéré sur France Culture à <https://www.franceculture.fr>

Erner, G. (n.d.). *Les matins de France Culture* [Podcast audio]. Repéré sur France Culture à <https://www.franceculture.fr>

Glossaire du surf

Aerial : Figure exécutée dans les airs. Le surfeur fait volontairement perdre à sa planche le contact avec la surface de l'eau afin d'exécuter une figure dans les airs comme par exemple, une rotation ou un *grab*.

Big-wave gun : Planche longue et fine qui permet de surfer les très grosses vagues.

Cutback : Manœuvre fondamentale du surf qui consiste à effectuer un virage puissant en enfonçant le *tail* de la planche dans la partie verticale de la vague. C'est un mouvement rendu possible grâce à l'ajout des ailerons après la Seconde Guerre mondiale (« Cutback », 2003).

Fish : Planche courte et large particulièrement adaptée aux petites vagues de Floride.

Grab : Manœuvre dans laquelle un surfeur attrape la planche pour ne pas la perdre lors d'une figure aérienne et pour un effet de style.

Hardware : Matériel utilisé pour la pratique du surf comme la planche, les ailerons ou le *leash*.

Leash : Cordon attaché au pied arrière du surfeur et qui lui permet de rester attaché à sa planche en cas de chute.

Line-up : Zone où les surfeurs se placent pour attendre la vague. Le positionnement des surfeurs détermine la priorité alors il est important d'être bien placé.

Longboard : Longue planche de surf.

Nose : Avant de la planche de surf.

Ollie : Un ollie air ou simplement ollie est une figure qui existe dans tous les sports de glisse. Il s'agit d'appliquer une pression à deux endroits de la planche (devant puis derrière) en rétractant ses jambes presque immédiatement après afin de faire décoller la planche.

Shaper : Personne qui fabrique des planches de surf (*to shape* signifie donner forme).

Shortboard : Petite planche de surf. Les shortboards flottent moins bien que les longboards mais permettent d'exécuter des figures plus rapides.

Tail : Arrière de la planche de surf. Partie où le *leash* est accroché et sous laquelle les ailerons sont insérés.

Tube (barrel) : Vague creuse à l'intérieur de laquelle le surfeur doit rester aussi longtemps que possible, mais il doit aussi en sortir. Toutes les vagues ne produisent pas de tubes car leur

formation dépend des fonds marins : c'est l'apparition abrupte d'une section peu profonde qui les engendre (« Tube », 2003).

Index des illustrations

Illustration 1.....	62
Illustration 2.....	63
Illustration 3.....	66
Illustration 4.....	67
Illustration 5.....	72
Illustration 6.....	73
Illustration 7.....	75
Illustration 8.....	78
Illustration 9.....	79
Illustration 10.....	82
Illustration 11.....	82
Illustration 12.....	181
Illustration 13.....	181
Illustration 14.....	267
Illustration 15.....	385
Illustration 16.....	388
Illustration 17.....	389

Index alphabétique

- Américanité.....355, 396
 Appropriation...19, 21, 24, 34, 42, 189, **199**, 203, **204**, 207, 208, 210, 211, **214**, 224, 240, 241, 246, 248, **249**, 256, 259, 260, **272**, 274, 275, 276, 281, 282, 284, 287, 301, 311, 356, 366, 385, 387
 Authenticité..13, 43, 55, 107, 195, 217, 238, 239, 240, 241, 242, **364**, 365, 366, 367, 368, 369, 374
 Beach Boys.....15, 55, 77, 97, 128, 185, 186, 187, **193**, 194, 195, 196, 197, 198, 219, 226, 227, 231, 234, 235, 241, 249, 266, 308, 356, 434, 450, 463, 464, 468, 517, 530
 Beach lifestyle..55, 59, **60**, 61, 62, 233, 271, 280, 430, 437, 438, 440
 Beachboys.....123, 124, 126, 193
 Blake, Tom.....121, **125**, 126, 127, 130, 161
 Brevard.....35, 41, 53, 58, **61**, 62, 68, 82, 92, 106, 108, 110, 131, 132, 133, 168, 179, 255, 312, 338, 376, 458, 459, 462, 471, 477, 508
 Californie....9, 10, 12, 42, 53, 54, 75, 80, 88, 121, 124, **125**, 126, 128, 129, 137, 160, 161, 167, 170, 171, 172, 178, 181, 182, 183, 186, 189, 192, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 202, 203, 208, 209, 214, 215, 216, 217, 226, 227, 228, 234, 235, 236, 242, 244, 256, 273, 274, 280, 281, 292, 299, 302, 333, 335, 336, 354, 492, 494, 495, 513
 Californie.....183
 Cape Canaveral....51, 55, **61**, 62, 64, 97, 99, 443, 461
 Capital culturel...28, 42, 229, 242, 248, 271, 275, **281**, 282, 283, 285, 289, 526
 Caraïbes.....47, 60, 61, 220, 335, 351, 381
 Catalyst.....53, 54, 64, 76
 Catri, Dick..53, 97, 130, 131, 132, 134, 167, 170, 236, 461
 Cocoa Beach...30, 40, 41, 43, 47, 48, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 62, 63, 64, 65, 68, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 80, 88, 91, 98, 103, 105, 106, 109, 110, 111, 112, 114, 115, 130, 131, 132, 133, 134, 137, 138, 139, 140, 143, 156, 157, 166, 167, 170, 179, 196, 197, 238, 240, 244, 254, 268, 270, 274, 279, 297, 299, 319, 320, 321, 322, 323, 334, 343, 350, 353, 357, 360, 361, 368, 371, 372, 375, 376, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 426, 429, 436, 443, 444, 451, 452, 455, 458, 462, 506, 512, 514, 515
 Cocoa Beach Surf Museum.....**80**
 Créolisation.....42, 209, 210, 211, 212, **214**, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 223, 224, 248, 526
 Crossover..43, 111, **221**, 222, 223, 269, 279, 304, **374**, 375, 437, 447, 465
 Dick Dale. 97, 183, 184, 186, 187, 189, **190**, 191, 192, 196, 217, 219, 222, 227, 249, 256, 296, 465, 468, 530
 Eastern Surf Magazine.....140, 171
 Endless Summer Radio.57, 79, 98, **111**, 112, 114, 115, 231, 278, 321, 323, 386, 518
 Endless Summer Tattoo....56, **57**, 58, 64, 508
 Esthétique.....186
 Esthétique ..**12**, 31, 249, 257, 292, 324, 349, 393
 Ethno-esthétique1, 13, **15**, 16, 21, 24, 30, 31, 32, 33, 37, 38, 42, 43, 89, 202, 203, 224, 256, 257, 276, 286, 300, 306, 318, 324, 334, 350, 353, 360, 375, 377, 378, 393
 Ethnographie.....36, **37**, 527
 Ethos.83, 146, 151, 164, 179, 188, 206, **221**, 222, 269, 270, 279
 Florida Surf Film Festival.....135, 140, 515
 Floride. .1, 10, 11, 16, 21, 22, 30, 32, 33, 38, 39, 40, 41, 42, **45**, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 67, 68, 71, 72, 76, 77, 80, 81, 84, 86, 88, 89, 93, 97, 98, 99, 105, 108, 109, 110, 111, 129, 130, 131, 132, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 143, 144, 147, 148, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 166, 167, 170, 171, 174, 180, 181, 183, 184, 196, 197, 198, 199, 202, 203, 206, 207, 208, 212, 214, 215, 216, 218, 220, 221, 226, 228, 230, 231, 233, 243, 244, 250, 252, 253, 254, 255, 259, 270, 271, 273, 280, 281, 284, 300, 331, 332, 333, 334, 336, 337, 343, 347, 348, 351, 365, 366, 372, 376, 378, 381, 384, 394, 395, 493, 495, 506, 508, 527
 Freeth, George.....124, **125**, 127, 515

Géomusicalité217
 Glocal...1, 2, 18, 19, 22, 24, 31, 43, 89, 104, **205**, **207**, 208, 209, 210, 218, 220, 243, 273, 310, 318, 334, **350**, 352, 357, 360, 377, 381, 384, 393, **524**
 Glocalisation. .1, **18**, 19, 207, 208, 209, 210, 243, 377, 384
 Golfe du Mexique. .46, 52, 98, 135, 136, 337
 Hardware.....53, 55, 74, 276, 278
 Hawaï. 9, 10, 11, 12, 42, 88, 89, 93, 97, 105, 106, 109, 114, **120**, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 150, 157, 158, 160, 161, 167, 170, 171, 180, 181, 189, 202, 203, 206, 208, 209, 210, 214, 215, 218, 225, 226, 231, 239, 242, 244, 250, 257, 270, 274, 279, 280, 281, 299, 304, 315, 331, 332, 333, 335, 351, 376, 397, 492, 493, 510
 Hobgood, frères..54, 81, 130, 138, 139, 143, 144, 274, 441, 513, 514
 Homologie.....12, 297, 303, 362, 370
 Hybridation.....42, 158, 205, 209, 218, 221, 224, 246, 257, 258, 381, 384, 520
 Identité..1, 14, 16, 17, 18, **19**, 20, 21, 22, 25, 26, 28, 30, 31, 32, 36, 43, 56, 59, 85, 86, 88, 91, 92, 109, 129, 146, 147, 150, 154, 156, 165, 166, 170, 179, 180, 202, 205, 207, 208, 209, 210, 211, 220, 236, 237, 239, 243, 244, 246, 247, 248, 251, 255, 259, 260, 261, 262, 263, 265, 266, 272, 273, 282, **286**, **287**, 289, 290, 291, 292, 293, **294**, 295, 297, 298, 299, **300**, 302, 305, 306, 309, **310**, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 320, 323, 324, 327, 328, 329, 331, 343, 345, 348, 349, 350, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 360, 361, 364, 365, 367, 369, 371, 372, 373, 374, 376, 377, 381, 382, 383, 384, 386, 387, 393, 395, 399, 522, 523, 525, 526
 Isomorphisme expressif.....361, 362
 Kahanamoku, Duke121, 123, 124, 126, 127, 143, 161, 193, 250
 Kechele, Matt.....54, 70, 133, 134, 141, 157, 245, 322, 441, 447, 448
 Kinesphère de Laban.....378
 Kulcha Shok. .56, 57, 79, 80, 111, 113, 384, 386, 422, 493, 518
 Localisme. 41, 138, 203, **205**, 206, **208**, 209, 215, 252, 253, 254, 255, 256, 512
 Marquage identitaire....1, 20, 22, 26, 30, 93, 153, 230, 264, 285, **290**, 293, 305, 327
 Melbourne. .49, 53, 58, 61, 62, 64, 105, 134, 143, 426, 436, 507
 Méthode Suzuki.....**282**, 283, 284
 Mobilité24, 34, 36, 42, 43, 48, 94, 100, 159, 160, 184, 193, 203, **204**, 205, 208, 209, 211, 212, 214, 217, 223, **224**, **242**, 243, 244, 246, 248, 250, 251, 255, 256, 257, 258, 263, 270, 271, 281, 287, 306, 309, 311, 314, 371, 372, 374, 376, 385, 387, 395, 522, 528
 Multiculturalisme.....36, 215, 260, 263, 522
 Musicking...**17**, 24, 116, 147, 192, 200, 201, 202, 289, 311, 318, 323, 324, 327, 347, 350, 357, 358, 363, 518, 519
 Palimpseste.....**249**, 250, 251, 366, 528
 Poseurs...**103**, 104, 152, 153, 154, 165, 193, 237, 239, 240
 Principe d'inclusion relative.....1, 155, 156, 163, 168, **238**, 258
 Quiet Flight.....**53**, 54, 64, 134
 Représentation13, 15, 16, 19, 20, 21, 24, 25, 29, 32, 33, 34, 35, 36, 41, 43, 85, 86, 87, 90, 94, 95, **97**, 101, **103**, 104, 106, 107, 115, 125, 154, 166, 172, 173, **174**, 175, 176, 178, 179, 180, 185, 191, 202, 207, 211, **217**, **238**, **244**, **252**, **253**, 257, 260, 264, 269, 272, **273**, 288, 293, **295**, 296, 297, 298, 299, 300, 310, 318, 324, 330, 353, 354, 355, **356**, 357, 361, 379, 382, 396, 523, 525
 Ron Jon Surf Shop.....54, 80, 134
 Rootfire Festival.....56, 57, 68, **79**, 112, 115, 199, 220, 322, 364, 373, 377, 394
 Sebastian Inlet...47, **61**, 105, 133, 134, 135, 143, 157, 174, 179, 427
 Simmons, Robert.....**126**, 127
 Skateboard..74, 93, 136, 155, 157, 158, 168, 173, 177, 181, 296, 299, 350, 367, 368, 370, 371, 378, 394, 395, 434, 441, 516
 Slater Brothers Invitational.....71, 139, 279, 304, 450
 Slater, Kelly11, 54, 65, 70, 88, 98, 102, 103, 106, 107, 111, 130, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 156, 157, 160, 167, 168, 170, 222, 229, 244, 250, 274, 283, 329, 340, 365, 366, 376, 428, 470, 472, 475, 509, 510, 511

Snowboard....35, 39, 40, 110, 147, 150, 157,
 159, 168, 169, 177, 178, 181, 296, 344, 367,
 370, 371, 378, 394, 395, 430, 432, 434, 516,
 517
 Socialité.....42, 242, 256, 257, 258, 364, 528
 Sonny's Porch 56, **76**, 93, 110, 112, 114, 115,
 116, 165, 196, 199, 200, 218, 220, 235, 240,
 279, 281, 299, 302, 305, 312, 313, 327, 334,
 347, 348, 349, 350, 357, 358, 359, 360, 361,
 363, 369, 371, 377, 380, 383, 384, 386, 394,
 396, 431, 432, 454, 467, 491, 493, 531
 Soul surfer.....101, 102, 103, 151, 152
 Space Coast. .1, 2, 11, 21, 22, 28, 46, 47, 53,
 54, **61**, 62, 71, 79, 87, 92, 93, 131, 132, 133,
 134, 136, 137, 178, 198, 206, 207, 233, 273,
 429, 508
 Stéréotype.....30, 74, 83, 107, 145, 181, 185,
 227, 231, 238, 245, 246, 247, 249, 252, 257,
 273, 274, 312, 318, 355
 Strand.....137, 217, 252
 Subculture....1, 2, 13, 14, 16, 20, 21, 22, 29,
 31, 32, 34, 35, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 51, 53,
 57, 68, 75, 80, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90,
 92, 93, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105,
 108, 109, 116, 117, 118, 140, 143, 144, 145,
 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 160,
 163, 164, 165, 168, 169, 171, 181, 184, 189,
 192, 195, 202, 203, 207, 208, 209, 212, 213,
 214, 215, 223, 225, 226, 228, 229, 230, 231,
 233, 236, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244,
 245, 246, 248, 249, 252, 253, 256, 257, 259,
 260, 261, 262, 265, 266, 267, 268, 270, 272,
 273, 274, 275, 276, 279, 280, 281, 282, 283,
 284, 285, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300,
 301, 303, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313,
 314, 315, 316, 318, 323, 325, 326, 328, 331,
 339, 347, 355, 357, 363, 365, 366, 367, 368,
 369, 370, 373, 375, 380, 382, 393, 395, 396,
 436, 510, 513, 516, 518, 528
 Sun Bum...40, 55, 56, 57, 60, 64, 65, 71, 72,
 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 88, 94, 102, 104,
 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, **116**,
 117, 118, 136, 137, 140, 150, 159, 162, 164,
 165, 169, 178, 180, 200, 220, 240, 279, 280,
 281, 283, 313, 321, 323, 326, 331, 332, 351,
 359, 360, 366, 367, 369, 379, 380, 382, 384,
 422, 426, 429, 436, 438, 440, 443, 455, 467,
 477, 491, 531
 Sun Coast Surf Shop.....109, 137
 Surf Expo.....57, **74**, 75, 166, 422
 Surf Rider Fondation.....47
 Surfanisation.....1, 43, **382**, 387
 Surfers For Autism.....56, 57, 110, 139, 162,
 515
 Wakeboard....39, 55, 76, 136, 147, 150, 157,
 158, 159, 344, 394, 437

Table des matières

Résumé en français.....	1
Résumé en anglais.....	2
Remerciements.....	3
Sommaire.....	5
Introduction.....	8
1 Présentation de la thématique et du terrain de recherche.....	9
1.1 Choix de la discipline et du domaine.....	9
1.2 Revue de littérature.....	10
1.2.1 Travaux sur le surf.....	10
1.2.2 Travaux sur le surf et la musique.....	12
2 Cadre conceptuel.....	13
2.1 Cadre théorique en lien avec la conception de la discipline et du domaine.....	13
2.1.1 Esthétique : questions ontologique et épistémologique.....	13
2.1.2 Reformulation d'un concept : l'ethno-esthétique.....	15
2.2 Définitions des concepts théoriques en ethnomusicologie.....	17
2.2.1 Musicking.....	17
2.2.2 Typologie des genres musicaux.....	18
2.2.3 Glocalisation.....	18
2.3 Définitions des concepts théoriques en psychologie sociale.....	19
2.3.1 Discipline et interprétation des concepts.....	19
2.3.2 Définition des identités personnelles et sociales.....	20
2.3.3 Approches représentationnelles.....	21
2.4 Problématique.....	21
2.5 Objectifs, logiques de mise en œuvre et notions liminaires.....	22
2.5.1 Enrichir le corpus sur la culture du surf en Floride.....	22
2.5.2 Établir les relations esthétiques entre un mode de vie et la musique.....	23
2.5.3 Créer des modèles théoriques relatifs aux systèmes culturels étudiés.....	25
2.5.4 Réhabiliter la psychologie sociale en mettant ses concepts à l'épreuve.....	25
2.6 Hypothèses et questions de recherche.....	26
3 Cadre méthodologique et démarche de recherche.....	31
3.1 Port d'entrée dans la subculture et approche de l'objet d'étude.....	31
3.1.1 La musique à travers le prisme de la subculture du surf.....	31
3.1.2 Approche diachronique dans une perspective ethno-esthétique.....	33
3.2 Mise en œuvre des modèles théoriques.....	34
3.2.1 Choix du processus de représentation : définition du terme modèle.....	34
3.2.2 Raisonnement et ancrage théorique.....	35
3.3 L'approche ethnographique.....	37
3.3.1 Mise en œuvre de l'ethnographie : considérations d'ordre général.....	37

3.3.2 Recherche émique ou étique : situations académique et personnelle de la chercheuse.....	38
3.4 Conventions d'écriture.....	41
4 Annonce du plan.....	41
PREMIÈRE PARTIE Cadre contextuel et objet de recherche : les surfeurs floridiens.....	44
Chapitre 1. La Floride : société et cultures populaires.....	45
1.1 Géographie humaine en diachronie.....	46
1.1.1 Environnement.....	46
1.1.2 Migrations.....	47
1.1.3 Urbanisation favorable au développement du surf.....	49
1.1.4 Démographie.....	50
1.2 Structure et organisation sociale.....	51
1.2.1 Répartition générale de l'activité professionnelle.....	51
1.2.2 Industrie du surf.....	52
1.2.3 Activités associées à l'industrie du surf.....	56
1.3 Répartition culturelle et modes de vie.....	58
1.3.1 Les régions sub-culturelles : découpage territorial et idéologique.....	58
1.3.2 Le <i>redneck surf state</i> : héritage politique et culturel.....	59
1.3.3 Le <i>beach lifestyle</i>	60
1.4 Focus sur Brevard County et la Space Coast.....	61
1.4.1 Du nord au sud : de Cape Canaveral à Sebastian Inlet.....	61
1.4.2 Les Cocoa : nomenclature d'un marquage ethnique et socio-culturel.....	63
Chapitre 2. Mise en œuvre de l'observation des surfeurs.....	70
2.1 L'observation participante.....	70
2.1.1 Plages : événements divers et compétitions.....	71
2.1.2 Surf Expo.....	74
2.1.3 Concerts : Sonny's Porch.....	76
2.1.4 Rootfire Festival.....	79
2.1.5 Cocoa Beach Surf Museum.....	80
2.2 Enquête sociologique : le questionnaire.....	82
2.2.1 Interrogations préliminaires et parti-pris théorique.....	82
2.2.2 Description du questionnaire.....	86
2.3 Caractéristiques des entretiens sociologiques.....	89
2.3.1 Entretiens semi-directifs : protocole de mise en place et transcriptions.....	89
2.3.2 Entretiens libres : approche spontanée.....	91
2.4 Investigation des réseaux sociaux.....	92
2.4.1 Facebook : <i>playlists</i> des surfeurs de la Space Coast.....	92
2.4.2 Instagram : sémiotique du surf et de la <i>surf music</i> sur la Space Coast.....	93
2.5 Balisage des critères démographiques.....	94
2.5.1 Potentiel démographique et besoin d'objectivation.....	94
2.5.2 Caractéristiques générationnelles.....	96

Chapitre 3. Constitution d'un échantillon.....	100
3.1 Variables de terrain : prise en compte de la typologie des surfeurs.....	101
3.1.1 Types de surfeurs observés.....	101
3.1.2 Intérêt des poseurs dans les dynamiques de représentations de la subculture....	103
3.2 Présentation de l'échantillon : données issues des questionnaires.....	104
3.2.1 Hommes.....	105
3.2.2 Femmes.....	108
3.3 Profils des sujets d'entretiens en diachronie.....	109
3.3.1 Membre fondateur de Sun Bum : Dustin.....	109
3.3.2 Représentante pour Sun Bum : Britty.....	110
3.3.3 Ancien surfeur professionnel : Sean Slater.....	110
3.3.4 Artiste surfeur : Lance-O.....	111
3.3.5 D.J. pour Endless Summer Radio : Bart Kelley.....	111
3.3.6 <i>Shaper</i> : Ricky Carroll.....	112
3.4 Objectivation des données issues des réseaux sociaux.....	112
3.4.1 Portrait esthétique de l'échantillon selon Facebook : artistes des <i>playlists</i>	112
3.4.2 Portraits issus des comptes Instagram privés des sujets féminins et masculins..	113
3.4.3 Portraits issus des comptes Instagram professionnels.....	114
3.5 Sun Bum : port d'entrée dans la culture du surf et microcosme objectif.....	116
 DEUXIÈME PARTIE Formations et transformations de deux spécificités culturelles américaines : le surf et la <i>surf music</i>	 119
 Chapitre 4. Genèse du <i>surf lifestyle</i> : de Hawaï à la Floride.....	 120
4.1 Hawaï : <i>Ke'e Nalu</i>	120
4.1.1 Les origines du surf.....	120
4.1.2 Les premières planches.....	121
4.1.3 Le surf et les <i>haoles</i>	122
4.1.4 L'avènement d'un mode de vie et d'un sport : Duke Kahanamoku (1890-1968)	123
4.2 La Californie : l'icône américaine.....	125
4.2.1 Les débuts du surf aux États-Unis : George Freeth (1883-1919).....	125
4.2.2 La révolution : Tom Blake (1902-1994).....	125
4.2.3 Le surf devient <i>mainstream</i> : Robert Simmons (1919-1954).....	126
4.2.4 Clubs exclusifs et besoin d'inclusion.....	128
4.3 La Floride : histoire et particularités d'une oubliée.....	129
4.3.1 Arrivée du surf en Floride.....	129
4.3.2 Répartition du surf selon la logique régionale de Paul Aho (2014).....	131
4.3.2.1 Le comté de Miami Dade.....	131
4.3.2.2 Le comté de Palm Beach sur la Treasure Coast.....	131
4.3.2.3 La Space Coast.....	132
4.3.2.4 Daytona et New Smyrna Beach.....	134
4.3.2.5 Le nord-est.....	135
4.3.2.6 L'Emerald Coast dans le Panhandle.....	135
4.3.2.7 Le sud du Golfe.....	136

4.3.3	État des lieux : ce qui distingue la Floride de la Californie et d'Hawaï.....	137
4.3.3.1	La notion de <i>strand</i> : style, culture, environnement.....	137
4.3.3.2	Engagement personnel et philanthropie.....	139
4.3.4	Plateformes médiatiques du surf.....	140
4.3.5	La Floride : berceau de mythes.....	141
4.3.5.1	Les frères Slater et l'exceptionnel Kelly.....	141
4.3.5.2	Les frères Hobgood.....	143
4.4	Conceptualisation du surf : un mode de vie et une subculture.....	145
4.4.1	Définition des <i>lifestyle sports</i>	145
4.4.2	Typologie des participants du <i>surf lifestyle</i>	150
4.4.3	Le surf, une subculture plus qu'une sous-culture.....	154
4.4.4	Interdisciplinarité des sports de glisse.....	157
4.4.5	Les satellites idéologiques du surf.....	159
4.5	Rouages culturels d'une machine industrielle américaine.....	163
4.5.1	Contexte néolibéral américain : marchandisation du surf.....	163
4.5.2	Professionalisation du surf.....	166
4.5.3	Démocratisation du <i>lifestyle</i> et <i>pop culture</i>	169
4.6	Un monde exclusif ?.....	171
4.6.1	La place des femmes dans le surf : standards et représentations.....	171
4.6.1.1	Évolution des standards du surf féminin.....	171
4.6.1.2	Représentation des surfeuses dans les médias et la société.....	175
4.6.2	Intégration ethnique.....	178
Chapitre 5. Spécificités de la <i>surf music</i>		182
5.1	Histoire d'une naissance et théorie des résurrections.....	182
5.1.1	La Californie des années soixante : La décennie de la <i>surf music</i> historique.....	183
5.1.2	À partir des années soixante-dix : naissance du punk et résurgences.....	187
5.1.3	Les années quatre-vingt-dix : nostalgie.....	189
5.2	D'un style sonore à un mouvement musical.....	190
5.2.1	Dick Dale et le <i>reverb sound of waves</i>	190
5.2.2	Un mouvement musical esthétiquement inclusif.....	191
5.2.3	Marchandisation de la <i>surf music</i> : Les Beach Boys.....	193
5.2.4	Célébration d'un mode de vie et problèmes de crédibilité.....	194
5.3	Histoire de la scène floridienne.....	196
5.4	Vers une appropriation du surf et de la <i>surf music</i>	199
5.4.1	Nature des liens entre le surf et la musique.....	199
5.4.2	Typologies de la subculture.....	202
TROISIÈME PARTIE Effets de la mobilité du surf et de la <i>surf music</i> sur l'appropriation culturelle.....		204
Chapitre 6. Modèle ultra marin de l'hybridation culturelle.....		205
6.1	Préambule : Localismes et prise en compte du « glocal ».....	205
6.1.1	Définitions du localisme en surf.....	205
6.1.2	Prise en compte des dynamiques globales.....	207
6.1.3	Localismes temporaires ou permanents des cultures et des personnes.....	208

6.2	Présentation du modèle.....	209
6.2.1	Logique d'approche.....	209
6.2.2	Clarifications sur les choix terminologiques.....	213
6.2.3	Description du modèle.....	213
6.3	Créolisation du surf et de la <i>surf music</i>	214
6.3.1	Du surf hawaïen à sa réappropriation floridienne.....	214
6.3.2	Des sonorités californiennes aux hybrides de la <i>surf music</i>	216
6.4	Émergence d'un répertoire musical adapté.....	217
6.4.1	Géomusicalité : configuration d'une <i>surf music</i> hybride.....	217
6.4.2	Vers un <i>ethos</i> du surf : le <i>lifestyle crossover</i>	221
Chapitre 7. Contextualisation des mobilités ethno-esthétiques.....		224
7.1	Connexions et distinctions dans le surf et sa musique.....	224
7.1.1	Révisionnisme : le surf et la <i>surf music</i> comme exceptions américaines.....	226
7.1.2	Les traditions du surf et de la <i>surf music</i> dans les rapports générationnels.....	229
7.1.2.1	Transmission de la subculture.....	229
7.1.2.2	Rupture.....	231
7.2	Nostalgie culturelle, pouvoir hégémonique et nouveaux canons du surf.....	234
7.2.1	Idéalisation d'une culture et monopole historique de la Californie.....	234
7.2.2	Les réseaux sociaux : construction d'un nouvel idéal du surf.....	236
7.2.3	Consumérisme et principe d'inclusion relative dans la construction mémorielle du surf.....	238
7.3	Mobilité spatio-temporelle du surf et de la musique.....	242
7.3.1	Mouvements des surfeurs et de leurs pratiques culturelles.....	242
7.3.2	Instabilité caractéristique du surf et de la <i>surf music</i>	244
7.3.3	Culture du surf en transition : Modèle des Alliances Studies de Beverly Diamond.....	246
7.4	Adaptation et singularisation du surf et de la <i>surf music</i>	248
7.4.1	Appropriation culturelle du surf par le palimpseste.....	249
7.4.2	Mandat culturel et localismes dans la construction subjective de <i>surf musics</i>	252
7.5	Socialité culturelle dans les mouvements ethno-esthétiques.....	256
7.5.1	Socialité dans la dialectique de l'enracinement et du mouvement de la subculture.....	256
7.5.2	Vers une appropriation culturelle du surf en Floride.....	259
Chapitre 8. Modèle des phases d'appropriation culturelle.....		260
8.1	Présentation du modèle.....	260
8.1.1	Logique d'approche.....	260
8.1.2	Choix terminologiques.....	262
8.1.3	Construction théorique : le multiculturalisme comme synthèse.....	263
8.2	Contact et acquisition.....	267
8.2.1	Culture première : Sean Slater, Lance-O.....	269
8.2.2	Culture seconde : Ricky Carroll, Dustin, Bart Kelley, Britty.....	270
8.3	Appropriation.....	272
8.3.1	Représentations intergroupes : les subcultures du surf.....	273
8.3.2	Intégration de l'élément musical : choix d'un répertoire représentatif.....	274

8.4	Modification.....	276
8.4.1	Personnalisation culturelle.....	276
8.4.2	Création : naissance de signatures ethno-esthétiques.....	276
8.4.3	Rayonnement : influence des sujets sur les répertoires culturels.....	280
8.5	De l'apprentissage d'un capital culturel à l'appartenance ethno-esthétique.....	281
8.5.1	La notion de capital culturel du surf et sa construction.....	281
8.5.2	Apprentissage d'un capital culturel : Théorie de la Méthode Suzuki.....	282

QUATRIÈME PARTIE La question de l'identité dans l'appartenance ethno-esthétique.....286

Chapitre 9. Retour sur les réflexions théoriques autour de l'identité.....287

9.1	Questions du rapport entre identité et <i>surf music</i>	287
9.1.1	La musique comme reflet ou construction d'une identité ?.....	287
9.1.2	Dépasser la dualité : synthèse culturelle dans le marquage identitaire.....	290
9.1.3	Transition ethno-musicale : identité et <i>surf music</i>	294
9.2	Problème des représentations et des relations endo- et exogroupes.....	295
9.2.1	Représentations et <i>surf music</i>	295
9.2.2	Symbolique des codes de la subculture : la question des groupes.....	297
9.2.3	Construction imaginaire et mémorielle de l'identité.....	300
9.2.3.1	L'expérience imaginée.....	300
9.2.3.2	Entre idéal et réalisation.....	303
9.2.3.3	La « tradition du nouveau ».....	306
9.2.4	Courants dominants et postures alternatives.....	307
9.3	Négociations identitaires et fonctionnalités des diverses identités.....	309
9.3.1	Identités sociale et personnelle : le nous, le je et le moi multiple.....	310
9.3.2	L'altérité : du générique au particularisme culturel.....	314

Chapitre 10. Postures des sujets dans la subculture et consommation musicale.....318

10.1	Cultures et sentiment d'appartenance.....	318
10.1.1	Le surf : pratique individuelle et communautarisme.....	318
10.1.2	Relativisme ethno-esthétique : surf et musique comme expérience d'une réalité culturelle.....	324
10.1.3	Appartenances plurielles et discours singularisants.....	327
10.2	Rapport au monde.....	330
10.2.1	Le fantasme de l'autonomie culturelle.....	330
10.2.2	Regard vers l'ouest : rapports aux cultures du surf hawaïenne et californienne.....	331
10.2.3	Ouverture au monde.....	334
10.3	Modalités de consommation des surfeurs floridiens.....	335
10.3.1	La musique comme substitut du surf.....	336
10.3.1.1	Des surfeurs affamés.....	336
10.3.1.2	Des comportements addictifs.....	338
10.3.1.3	Importance des humeurs.....	341

10.3.2	<i>Surf music</i> : associations cognitives, affectives et conatives.....	343
10.3.2.1	Musique conative et fonction performative.....	344
10.3.2.2	<i>Lifestyle music</i> : <i>musicking</i> et Sonny's Porch.....	347
10.3.3	Enjeux d'une ethno-esthétique du surf « glocalisée ».....	350
Chapitre 11. Synthèse ethno-esthétique et mise en perspective.....		353
11.1	Mobilisation des ressources sémiotiques du surf.....	353
11.1.1	Praxis et herméneutique du surf dans la société américaine.....	353
11.1.2	Valeurs symboliques du surf et concept d'américanité.....	355
11.1.3	Structure micro-sociale de Sonny's Porch : intimité et proximité.....	357
11.1.4	Légitimation discursive : socialisation par le surf et la <i>surf music</i>	361
11.2	Réalisation des potentialités identitaires.....	364
11.2.1	Trouver l'authenticité dans le surf et la <i>surf music</i> : l'identité marquée.....	364
11.2.2	Crise identitaire dans les <i>lifestyle sports</i> : la résistance socioculturelle.....	370
11.2.3	Le <i>crossover</i> esthétique.....	374
11.3	Valorisation ethno-esthétique.....	375
11.3.1	Une place dans le monde : espace et temporalité de la subculture.....	375
11.3.2	Signatures ethno-esthétiques : influence caribéenne et reggae.....	378
11.3.3	Surfanisation : la <i>surf music</i> dans la typologie de la <i>surf town</i>	382
11.3.3.1	Paysage sonore de Cocoa Beach : la <i>surf music</i> comme bruit urbain.....	383
11.3.3.2	Cocoa Beach et sa <i>surf music</i> : appropriation spatiale et identité.....	385
Conclusion.....		390
1	Retour sur la démarche.....	391
2	Observations et intérêts de la recherche.....	393
2.1	Paradoxe ethno-esthétique : <i>Freedom from</i> et <i>freedom to</i>	393
2.2	Enjeux pour la recherche en civilisation américaine et en sciences humaines.....	395
3	Propositions : nouveaux horizons contemporains.....	398
3.1	Festivals et négociations ethno-esthétiques.....	398
3.2	La sémiotique d'Instagram dans l'étude des musiques populaires.....	399
3.3	Réplique des modèles d'un <i>lifestyle sport</i> à un autre : du surf au snowboard.....	403
Annexes.....		407
Annexe 1. Questionnaire d'enquête.....		408
Annexe 2. Tableaux synoptiques des enquêtés.....		412
1	Hommes (40 individus).....	412
2	Femmes (15 individus).....	418
Annexe 3. Lance-O (Kulcha Shok). Surf Expo, Orlando 16 janvier 2016.....		422
Annexe 4. Dustin. Sun Bum, Cocoa Beach 10 septembre 2016.....		426
Annexe 5. Sean Slater. Rusty's, Port Cape Canaveral 7 juin 2017.....		443
Annexe 6. Ricky Carroll et Bart Kelley. Usine de Ricky Carroll, Rockledge 13 juin 2017. .		455
Annexe 7. Britty. Squid Lips, Cocoa Beach 15 juin 2018.....		479
Annexe 8. Tableau synoptique des artistes les plus mentionnés dans les enquêtes, les entretiens et sur les réseaux sociaux.....		491
Annexe 9. Synopsis des publications des sujets sur Instagram.....		496

Pages professionnelles associées aux sujets interrogés.....	497
Été 2017.....	497
Automne 2017.....	499
Pages personnelles des sujets interrogés.....	501
Été 2017.....	501
Automne 2017.....	502
Hiver 2018.....	503
Bibliographie.....	505
1 Travaux sur la Floride et les États-Unis.....	506
1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages collectifs.....	506
1.2 Articles.....	507
1.3 Documents d'archives.....	507
1.4 Sitographie.....	507
1.4.1 Florida Department of State.....	507
1.4.2 Sources administratives.....	507
1.4.3 Cartes.....	508
1.4.4 Autres sites en lien avec la Floride.....	508
2 Travaux sur le surf et les <i>lifestyle sports</i>	509
2.1 Travaux sur le surf.....	509
2.1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages collectifs.....	509
2.1.2 Articles.....	511
2.1.3 Thèses.....	513
2.1.4 Sitographie.....	513
2.1.4.4 <i>Encyclopedia of surfing</i> (Matt Warshaw).....	513
2.1.4.5 <i>Surflife</i>	514
2.1.4.6 Autres sites en lien avec le surf.....	515
2.2 Travaux sur les <i>lifestyle sports</i>	516
2.2.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages.....	516
2.2.2 Articles.....	517
3 Travaux sur la musique.....	517
3.1 Travaux sur la musique et le surf.....	517
3.1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages.....	517
3.1.2 Articles.....	518
3.1.3 Sitographie.....	518
3.2 Travaux en ethnomusicologie.....	519
3.2.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages.....	519
3.2.2 Articles.....	520
3.2.3 Thèses.....	521
3.2.4 Sitographie.....	521
4 Travaux généraux.....	521
4.1 Travaux en linguistique.....	521
4.1.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages.....	521
4.1.2 Articles de journaux, revues, magazines.....	522
4.1.3 Mémoires et thèses.....	522
4.1.4 Sitographie.....	523

4.2 Travaux en sciences humaines et sociales.....	523
4.2.1 Ouvrages et chapitres d'ouvrages.....	523
4.2.2 Articles.....	525
4.2.3 Mémoires et thèses.....	528
4.2.4 Sitographie.....	528
4.2.4.4 Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales.....	528
4.2.4.5 Autres sites.....	528
4.3 Autres travaux.....	529
4.3.1 Ouvrages.....	529
4.3.2 Articles.....	529
4.3.3 Sitographie.....	530
5 Sources audio-visuelles.....	530
5.1 Discographie.....	530
5.2 Filmographie.....	531
5.3 Podcasts.....	532
Glossaire du surf.....	533
Index des illustrations.....	536
Index alphabétique.....	537