

L'écart en partage

*Lorsque le design considère
l'entre-deux culturel*



Marine Rodrigues

L'écart en partage

*Lorsque le design considère
l'entre-deux culturel*

Marine Rodrigues
Recherche en design

En collaboration avec Oranne Et-Tata.

Sous la supervision de Julien Borie et Laurence Pache.

Diplôme Supérieur des Arts Appliqués éco-reponsable
option design de produits,
Pôle supérieur de design de Nouvelle Aquitaine,
Cité scolaire Raymond Loewy, La Souterraine

2019

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS 04
INTRODUCTION 06

CONCLUSION 94
REMERCIEMENTS 96
BIBLIOGRAPHIE 98



UNE RELATION
INTERCULTURELLE
COMPLEXE 13

- 1.1 Une histoire culturelle partagée 15
- 1.2 L'objet, reflet de cette relation compliquée 19
- 1.3 Les objets, catalyseurs socio-culturels 29

LA CAPACITÉ MÉDIA-
TRICE DES OBJETS 41

- 2.1 Un design du lien 43
- 2.2 Dévoiler l'appartenance 53
- 2.3 Pour un design de l'écart 59



UN DESIGN
DE L'HÉTÉROGÈNE 65

- 3.1 Penser une action en design 67
- 3.2 L'objet palimpseste 71
- 3.3 Penser/mettre en forme l'hétérogène 81



AVANT- PROPOS

Avant-propos

La culture fait de nous ce que nous sommes. Elle regroupe l'ensemble des particularismes qui constituent l'identité d'une société et qui établissent les bases du socle symbolique. Elle caractérise notre façon

de vivre le monde. Elle n'est pas toujours très visible et diffuse

Ces gloses s'insèrent comme des outils de lecture transversale entre mon mémoire de recherche et celui d'Oranne Et-Tata, *L'écart en partage, pour un design de l'entre-deux*, 2019, en design graphique. Chaque glose vient compléter les notions du chapitre qu'elle ponctue, mais peut être lue selon les préférences des lecteurs : avant, après, ou pendant la lecture dudit chapitre.

er que
e volonté très
ut nous aider
des traditions
est en effet
si ne seront
série sur
on et qui
n améliorant

AVANT

Avant-propos

La culture fait de nous ce que nous sommes. Elle regroupe l'ensemble des particularismes qui constituent l'identité d'une société et qui établissent les bases du socle symbolique. Elle caractérise notre façon de vivre, de produire et de façonner notre monde. Mais s'attaquer à la question de la culture n'est pas une mince affaire tant elle nous touche tous très personnellement et tant elle est présente et diffuse dans chaque aspect de notre humanité.

Pourtant, c'est dans ce domaine particulier que ce mémoire s'inscrit car il se place dans une volonté très personnelle de démontrer que le design peut nous aider à nous rappeler l'importance des cultures, des traditions mais aussi des relations interculturelles. Il est en effet important pour moi de créer des objets qui ne seront pas simplement des produits fabriqués en série sur le marché, mais qui auront une signification et qui transmettront des valeurs positives tout en améliorant les comportements humains.

La lecture de ce mémoire est accompagnée d'un glossaire qui apporte une définition des notions principales questionnées.

Il est conseillé de lire ce mémoire en parallèle de celui d'Oranne Et-Tata, avec qui j'ai collaboré dans l'élaboration de cette recherche.

INTRODUCTION

Nous entretenons avec les pays du Maghreb une histoire commune jalonnée de moments de partage, d'échanges –qu'ils soient commerciaux ou migratoires– mais également de conflits. Cette relation est marquée par le passé colonial, par le statut accordé au Maghreb par l'Occident mais ne l'est-elle pas également par le phénomène d'uniformisation mis en place par la mondialisation ? Un paradoxe apparaît aujourd'hui en France. Alors que petit à petit la relation tend à être plus égalitaire et apaisée du moins d'un point de vue officiel –le président de la République a récemment reconnu officiellement par exemple les actes de torture pratiqués par l'armée française lors de la Guerre d'Algérie, et les questions de rendre aux pays d'Afrique tous les artefacts volés sont plus qu'actuelles–, celle-ci semble au contraire devenir de plus en plus conflictuelle dans l'opinion publique. C'est notamment à travers les objets qui jouent le rôle de signes d'appartenance culturelle que peuvent être mises à jour les tensions identitaires qui animent le pays.

Introduction

La polémique autour du voile musulman en est un bon exemple tant il a déchaîné les passions. Sous couvert notamment du principe de laïcité (ici mal interprété), les personnes se revendiquant « anti-voile » veulent faire interdire ce signe d'appartenance à la religion musulmane. Ainsi, ce débat montre bien comment des tensions identitaires entre groupes culturels peuvent se cristalliser dans l'usage d'un objet •. Est-ce vraiment ici l'objet « voile » qui dérange en lui-même ou n'est-ce pas tout ce qu'il représente et que les défenseurs d'une identité nationale « pure » rejettent ?

• Faire l'usage d'un objet indique le fait de l'utiliser, de le pratiquer c'est-à-dire de le mettre en action.

De par la représentation négative de sa population arabe dans les médias et les peurs irrationnelles d'invasion propagées par les discours nationalistes, une partie de la population tend à rejeter la culture maghrébine, et l'exemple du voile n'en est qu'un parmi tant d'autres. Comment expliquer alors le paradoxe qui s'établit entre l'uniformisation des cultures et l'apaisement des relations interculturelles d'un côté et le conflit grandissant entre les cultures françaises et maghrébines de l'autre ? D'autant plus que l'histoire a prouvé que nos traditions culturelles • sont elles-mêmes issues de nombreuses influences extérieures qui les ont enrichies au fil du temps. N'avons-nous pas oublié combien les autres cultures nous ont apporté dans tous les domaines, des sciences au domaine alimentaire ? Le design ne peut-il pas révéler toutes les couches de cultures qui composent nos objets quotidiens et nos coutumes • pour permettre aux individus de mieux appréhender les liens qui nous lient à la culture maghrébine ?

• La tradition désigne les savoirs séculaires des populations qui sont transmises à travers le temps et les générations.

• Une coutume est un ensemble de comportements habituels intégrés par le groupe et qui lui sont caractéristiques.

Ce mémoire a pour ambition de déterminer quelle peut être la place du design dans l'élaboration d'une relation plus saine et constructive entre la France et le Maghreb, et plus généralement d'un design humaniste de la tolérance comme gage de biodiversité culturelle.

• À prendre ici en tant qu'élément du monde extérieur fabriqué par l'homme et que celui-ci peut prendre en main ou manipuler.

L'objet •, participe aux modes de vie, rituels et coutumes spécifiques à chaque groupe humain, et est donc au cœur de ces questions culturelles. Nous ne possédons pas simplement un objet, nous entretenons des relations avec lui, au travers de lui avec autrui, et nous le chargeons de valeurs. Nous construisons notre identité au contact des objets, de nos expériences car ceux-ci sont connotés par la culture dans laquelle nous évoluons, nous transmettant ses valeurs. Les objets ont éminemment une fonction symbolique forte, car chacun d'entre nous leur apporte une part de subjectivité tant cette relation est dépendante d'un vécu personnel relatif à des expériences individuelles mais également collectives. Il semble donc important de prendre en compte ce langage symbolique des objets.

«Il est plus que temps de rendre aux objets familiers leur rôle de compagnons de notre existence, et, pour cela, reconnaître leur qualité de supports de nos processus psychiques et de médiateur entre notre vie intérieure et notre vie sociale.»¹

De plus, comme l'énonce Serge Tisseron, les objets sont également les médiateurs des relations que nous entretenons entre individus, ils jouent un rôle de liens dans la société. Hannah Arendt nous explique ainsi

1. Tisseron S., « Nos objets quotidiens », Revue Hermès n°25, *Le dispositif. Entre usage et concept*, CNRS Éditions, Paris, 1999, p.65



| *Nature morte*, photographie réalisée lors du workshop avec Antti Ahtiluoto, 2019 ©Oranne Et-Tatta et Marine Rodrigues

dans *Condition de l'homme moderne*², qu'ils ont pour fonction de stabiliser la vie humaine, qu'ils seraient donc le ciment de nos sociétés tant ils conditionnent notre rapport au monde. En effet, l'objet est un vecteur social dans le sens où il est la condition des actions de l'homme dans la société. Il est donc une condition de la création des groupes et en est le garant de la cohésion car il fait le lien entre les individus.

Cela nous mène à nous demander, dans le contexte actuel de tensions interculturelles entre la France et le Maghreb, s'il est donc possible que le designer puisse créer des objets permettant un langage commun entre la France et le Maghreb et étant créateurs d'échanges des ressources culturelles et d'enrichissement mutuel tout en générant de nouvelles façons de «vivre ensemble»? Le design a-t-il la capacité de créer ou dévoiler au travers des objets le mélange culturel séculaire de nos deux cultures? Le langage symbolique des objets peut-il ainsi apaiser une partie des conflits interculturels et dans quelle mesure?

Il s'agira donc dans ce mémoire de mettre en lumière le paradoxe existant entre la convergence, l'uniformisation des modes de vie résultant du phénomène de la mondialisation, et la présence toujours plus accrue des conflits identitaires entre les cultures françaises et maghrébines pour tenter d'en expliquer la nature. Afin de définir les possibilités ainsi que les champs d'action pour le designer, nous questionnerons également la place des objets dans nos relations entre individus et dans notre façon de faire groupe au regard de notre rapport aux objets dans le contexte spécifique. Il nous semblera nécessaire ici d'interroger la pratique

2. Arendt H., *Condition de l'homme moderne*, 1958

du designer dans ce contexte, afin de définir une nouvelle démarche de création qui se voudrait être un design qui lierait les cultures en puisant dans l'entre-deux qui se forme à leur contact, et ainsi pouvoir définir si le design peut jouer un rôle dans l'apaisement de la relation France/Maghreb. Ainsi, le designer peut-il se placer en tant que médiateur qui participerait à l'émergence d'un espace commun à la rencontre des cultures? Peut-il engendrer une nécessaire prise de conscience de la part des individus de la réalité hybride de toute culture, de leur imbrication, pour recréer du commun? Il s'agira donc de définir si les objets peuvent révéler les couches identitaires qui constituent et lient nos cultures et à travers quelles capacités de médiation.

1

UNE

RELATION

INTER-

CULTU

RÉELLE

1.1 Une histoire partagée

C'est dans l'Antiquité que les premiers échanges entre la France et le monde arabe s'établissent. Alors que la France n'est encore que la Gaule, le monde arabe s'étend au rang de civilisation à un stade de développement avancé. Les interactions sont nombreuses entre les deux cultures et permettent leur enrichissement mutuel grâce notamment au commerce qui va permettre à la Gaule de découvrir de nombreux matériaux et denrées, mais aussi à un échange idéologique. • Néanmoins, cet échange a été réduit à très peu de choses par la suite jusqu'à la période coloniale. Cette occupation a définitivement modifié la relation présente entre les deux territoires, notamment par le rapport de domination qui s'est établi dans la vision que les pays ont l'un de l'autre, mais tout en gardant néanmoins de forts échanges culturels. C'est au regard de cette histoire complexe que s'établit aujourd'hui la relation entre la France et le Maghreb et qui en fait toute sa particularité.

• L'interprétation des textes antiques par les savants Arabes a permis une renaissance de la philosophie en Europe. Ils auraient participé au réveil de la civilisation européenne qui avait alors laissé de côté son héritage philosophique.

Car cette relation s'inscrit aujourd'hui dans un paradoxe : malgré l'abondance des échanges positifs –commerciaux, migratoires, diplomatiques, etc.– entre les pays, les cultures françaises et maghrébines entretiennent aujourd'hui encore une relation complexe comme peut en témoigner la stigmatisation de la diaspora maghrébine en France • **Sur quoi repose alors le conflit qui se met en place ici ?** Celui-ci semble se baser sur la capacité

• Les attentats de Daech participent notamment à la montée de la xénophobie.

La relation qu'entretiennent la France et les pays du Maghreb est ancrée dans une temporalité longue. La Méditerranée a en effet toujours représenté un riche espace d'échange qu'il soit commercial, touristique, migratoire ou idéologique. Mais si cette relation est ancrée dans notre histoire commune elle n'en est pas moins complexe et difficile à percevoir.

des groupes ou des individus à accepter les cultures qui leur sont étrangères. En effet, il apparaît qu'une culture serait acceptable uniquement tant que celle-ci serait conforme à la culture majoritaire du groupe. Par exemple, la culture maghrébine est bien perçue par la France tant que celle-ci reste « conforme » à la culture française. Ainsi, comme l'énonce Ghassan Hage³ dans *Le loup et le musulman*³, « l'idée que la loi nationale dominante ménage un espace où l'on peut parler sa langue, manger ses plats traditionnels et pratiquer la religion de sa famille, tant que l'on comprend que cet espace vous est accordé par la culture dominante, pose peu de problèmes ». Certaines pratiques et coutumes maghrébines sont donc complètement acceptées en France. Personne ne s'offusquera de manger du couscous ou un tajine, ni de posséder un service à thé marocain car cela reste acceptable au regard de la culture française, s'agissant de pratiques privées et renvoyant à l'image fantasmée du monde arabe que nous possédons et à notre besoin d'exotisme. Toute une série d'objets et de signes d'appartenance vont donc être perçus comme acceptables et issus de cet imaginaire collectif. Cependant, la culture maghrébine –notamment par ses pratiques religieuses– est dans certains cas également vue comme en opposition aux valeurs de la culture française et se voit donc rejetée, en témoigne par exemple le débat qui a suivi la proposition de permettre l'apprentissage de l'arabe à l'école.

La relation franco maghrébine souffre donc du complexe rapport à l'altérité qui s'établit entre les cultures. Mais celui-ci prend sa source dans le contexte actuel mondialisé.

³ Ghassan Hage, *Le loup et le musulman*, Wildproject Éditions, 2017

• Ghassan Hage est un universitaire libano-australien et professeur d'anthropologie.

Car s'il apparaît que les rapports de domination politique entre la France et le Maghreb ont été abolis à la fin de la colonisation, un rapport inégal persiste. La mondialisation qui a rapproché les peuples grâce

Les contours de la négation du mélange et du métissage

p.18-19, *Oranne Et-Tata*

Dans son ouvrage manifeste, *Contre la haine, plaidoyer pour l'impur*, Carolin Emcke (philosophe et ancienne reporter de guerre) interroge les conditions de la haine de l'Autre dans nos sociétés. Selon elle, l'effacement des différences et la perpétuation d'un désir d'homogénéité en sont les premières causes. Dans ces crises identitaires, les nationalismes sont l'expression d'une recherche de pureté.

Mais qu'est-ce que la pureté exactement ? *Pur* vient du latin *purus* : « sans tâche, sans souillure » puis « net, sans mélange, exempt de toute autre chose. » C'est d'abord un terme essentiellement religieux qui sous-entend morale irréprochable. **Est considéré comme pur ce qui est complet, sans mélange, ce qui n'est altéré par aucun élément étranger.** Aujourd'hui, il a une valeur d'état fondamental, comme quelque chose de « non-modifié ». Par extension, est qualifié de pur ce qui est sans fioriture¹⁰. Quelque chose de pur a donc un aspect uniforme et propre, simple et minimaliste, lisse. L'adjectif a une connotation morale très souvent associée à la couleur blanche¹¹. Dans l'actualité française, particulièrement autour de l'immigration, nous pouvons effectivement observer un désir de retrouver une certaine *pureté originelle* de la culture, une société homogène donc raisonnablement mélangée, qui serait préexistante et désirable.

des groupes ou des individus à accepter les cultures qui leur sont étrangères. En effet, il apparaît qu'une culture serait acceptable uniquement tant que celle-ci serait conforme à la culture majoritaire du groupe.

• Ghassan Hage, un universitaire libano-australien et professeur d'anthropologie

Certaines presses aux discours nationalistes par exemple parlent de l'Autre comme d'une menace, un danger pour l'identité, presque une épidémie. Par l'emploi récurrent du vocabulaire de l'invasion, on devine l'idée sous-jacente mais néanmoins fictive d'une origine, de nations non mélangées, homogènes. On trouve une autre expression de cette recherche de pureté dans les discours xénophobes qui sont souvent construits en France autour de l'idée d'assimilation des étrangers. Ce thème récurrent de l'intégration est parfois vu comme un écho du vieil objectif colonial d'*assimilation des indigènes*¹².

10 • Rey A., op. cit.

11 • Pastoureau M., Simonnet D., *Le petit livre des couleurs*, 2005, Paris, Seuil.

12 • Blanchard P., Bancel N., *De l'indigène à l'immigré*, 1998, Gallimard.

Car s'il apparaît que les rapports de domination politique entre la France et le Maghreb ont été abolis à la fin de la colonisation, un rapport inégal persiste. La mondialisation qui a rapproché les peuples grâce à l'expansion des moyens de communication, a également diffusé les expressions culturelles de façon inégale. **Les flux culturels semblent en effet être monopolisés par une seule entité qui impose un rapport à sens unique : l'Occident.** Ce dernier, dans sa définition d'une culture particulière partagée par les pays du Nord les plus riches, inonde le monde de ses valeurs et de sa façon de vivre. Ce mode de vie a été notamment propagé par les médias de masse qui diffusent une multitude de signes et d'images dont la création est uniquement faite au Nord. L'Occident possédant lors des débuts de l'ère de la mondialisation les plus importants moyens de diffusion et de production, un rapport inégal s'est établi. Cette domination des flux s'opère dans tous les domaines : de la culture (cinéma, littérature, musique, etc.) à la technologie, passant par l'alimentation, et plus largement à l'entièreté du mode de vie humain. Comme le rappelle Serge Latouche dans *L'occidentalisation du monde*², ces flux opèrent sous forme de dons et non dans l'imposition forcée d'un mode de vie contrairement aux précédentes formes d'impérialisme culturel tel que le colonialisme. L'Occident en diffusant son idéologie véhicule alors un prisme unique de rapport au monde, imposant un modèle comme idéal et désirable, il rend tout autre modèle obsolète. Or, ce que nous disent Pascal Blanchard et Nicolas Bancel dans leur livre *De l'indigène à l'immigré*³ c'est que l'Occident a construit sa culture comme un miroir négatif de la culture arabe.

• On parle ici de la culture de la modernité du XIX^e et XX^e siècle qui se base sur l'idée de progrès et sur la production de produits industriels sériels.

2. Latouche S., *L'occidentalisation du monde, Essai sur la signification, la portée et les limites de l'uniformisation planétaire*, Paris, La Découverte/Poche, 2005

3. Blanchard P., Bancel N., *De l'indigène à l'immigré*, Collection Découvertes Gallimard (n° 345), Série Histoire, Gallimard, 1998

Ainsi, cette dernière est rendue indésirable par le modèle occidental et une domination persiste sous une autre forme que celle du colonialisme rendant les échanges entre ces cultures inégaux et sujets au rejet de l'autre et de sa domination.

Mais plus qu'un rapport inégal, une vision erronée de la notion de culture s'est également développée. Il apparaît alors que la possibilité d'établir des échanges culturels est mise à mal par notre propre définition de cette dernière, ce qui pourrait partiellement expliquer pourquoi le conflit persiste. C'est ce que le philosophe Maurizio Bettini s'emploie à décortiquer dans *Contre les racines*⁶. Il y dénonce les rapports d'autorité mis en place par l'emploi de certaines notions notamment dans les discours nationalistes. Ces notions servant à décrire les phénomènes identitaires, nous conditionnent à penser l'identité d'une certaine façon servant cette idéologie. Un exemple est celui des métaphores utilisées telles que celles des « racines ». La métaphore arboricole exprime en effet que l'individu est ce qu'il est parce qu'il a grandi à partir des racines de sa tradition culturelle, ce qui induit une certaine fatalité face à cette culture. En ayant recours à ce genre de discours, l'individu intériorise donc l'idée que nous descendrions d'une lignée traditionnelle enracinée dans un territoire, et qui n'aurait connu soi-disant aucun mélange avec les traditions des autres cultures ce qui mène à la création d'une identité • fantasmée. **Il s'établit un rapport conflictuel qui véhicule dans les cas les plus poussés une haine de l'autre qui serait un envahisseur désireux de dénaturer nos traditions en imposant les siennes et qui nie complètement la nature multiple des cultures que nous évoquions précédemment.**

- La définition d'identité renvoie d'ailleurs ici à l'idée de constance, du caractère qui demeure identique dans le temps. Elle peut donc essentialiser la vision que porte l'individu sur son identité culturelle.

6. Maurizio Bettini, *Contre les racines*, Flammarion, 2017

1.2 L'objet, reflet de cette relation compliquée

Ainsi, la relation entre les cultures maghrébines et française est mise à mal par le contexte qui conditionne les échanges interculturels et notre rapport à l'altérité autant à l'échelle du groupe qu'à celle de l'individu. **Quelle est alors la place du design et de l'objet dans ce contexte? Les objets qui nous entourent, étant à la fois influencés par les systèmes de production et de distribution des idées et des artefacts, et par la place centrale qu'ils occupent au cœur des conflits interculturels, ne sont-ils pas alors le reflet de ce rapport complexe?**

De la même manière qu'elle a diffusé des idées et des modes de vie, l'occidentalisation a également diffusé des objets issus de la création industrielle qui s'est développée à partir du XX^e siècle. La mondialisation a en effet engendré la diffusion de masse sur le marché d'objets issus de la production industrielle. Cette production répondant à des impératifs techniques et de matériaux, elle a engendré une standardisation des formes. Les objets passent alors d'une fabrication artisanale et localisée à une fabrication industrielle et délocalisée au détriment de l'artisanat dont le rendement est bien moins efficace mais plus particularisé. Les objets plongés dans ce contexte économique sont donc standardisés et répondent au besoin de produire et d'écouler cette marchandise pour le bien du marché.

Ceci a permis l'élaboration d'un processus de normalisation indispensable à la production de masse. La technique se systématisé, donc la forme se systématisé également. **En outre, les mêmes objets et les mêmes formes issues de l'industrie sont diffusés sur le marché mondial et participent à la convergence des modes de vies.** Désormais, la plupart des peuples ont le même désir, rendu universel, de se développer. Tous aspirent à s'aligner sur le modèle de consommation occidental.

Cette uniformisation de masse de nos objets témoigne donc d'une perte de sens et d'une déconnexion vis-à-vis de ces objets dont la production de signes est amoindrie? L'industrialisation mènerait en effet à ce que Bernard Stiegler • appelle, « la misère symbolique »⁷. Une des conséquences de l'industrialisation, est en effet ce qu'il nomme la « prise de contrôle du symbolique par la technologie industrielle » : nos objets véhiculent un imaginaire industriel relativement homogène. **Alors que la forme permettrait, en créant un système cohérent, de recréer la finalité naturelle perdue, tout en s'inscrivant dans une histoire à travers des signes culturels qu'elle porte, que se passe-t-il lorsque ces signes culturels sont colonisés par l'industrie et relayés au rang de critères marketing? Car si le caractère esthétique de la forme tend à pallier le manque symbolique par la connotation, comment peut-elle remplir cette fonction face à une esthétique industrielle et universalisée?**

Le projet *All Different All Equal* de Ruohong Wu s'intéresse à la mention « made in China », qui est le symbole même de cette hyperindustrialisation et de la diffusion de ses formes. La designer tente ici, par l'appropriation

• Bernad Stiegler est un philosophe français qui s'intéresse aux mutations de la société au regard de son développement technologique

7. Stiegler B., *De la misère symbolique*, Paris, Flammarion, coll. « Champs Essais », 2013

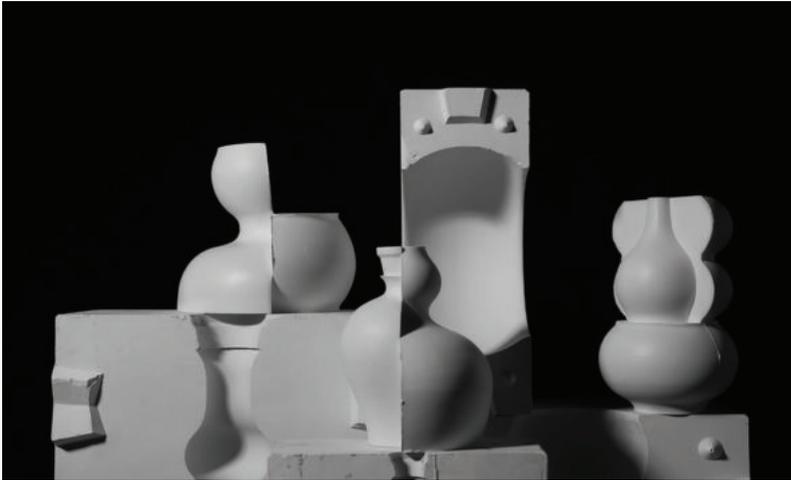
de méthodes industrielles et standardisées de rendre son caractère unique aux formes issues de la tradition chinoise et que la production de masse a dépourvu de sens. Ainsi, elle réemploie les moules délaissés par l'industrie pour en associer certaines parties entre elles et obtenir de nouvelles formes. Comme le dit Jean Baudrillard dans *Le système des objets*⁸ : « **en fait, cet accomplissement formel cache un manque essentiel : par la transitivity universelle des formes, notre civilisation technique essaie de compenser l'effacement de la relation symbolique liée au gestuel traditionnel de travail, de compenser l'irréalité, le vide symbolique de notre puissance** ». Car c'est en homogénéisant les formes, en les lissant et en manipulant les traces de l'identité culturelle, que l'on hôte tout le sens donné à la forme. Et Ruohong Wu tente en effet ici de combler ce que Baudrillard appelle le vide symbolique inhérent à l'adoption de méthodes de fabrication industrielle au détriment du geste artisanal.

Notre rapport aux objets dans ce contexte mondialisé pourrait alors être le signe et un élément explicatif du problème, ou du moins pourrait nous permettre d'en cerner les tenants et les aboutissants. **Car si nos objets sont partagés entre les peuples et véhiculent des codes communs, ils ne semblent plus aptes à créer de l'échange. Au contraire, ils diffusent des imaginaires colonisés par l'industrie. Il apparaît que le phénomène de repli identitaire et la relation complexe à l'altérité semblent également s'enraciner dans la consommation des objets** •. En réaction à ces objets industriels mondialisés, une recherche du sens peut s'opérer, menant au repli vers des objets révélateurs d'une appartenance communautaire et à un rejet des expressions culturelles des autres groupes.

• La consommation s'inscrit dans la logique de marché de destruction, de l'objet dans le but d'en acquérir un nouveau.

8. Baudrillard J., *Le système des objets*, Collection Tel (n° 33), Gallimard, 1978, p.76

1. Une relation interculturelle complexe



| All Different All Equal, Ruohong Wu, 2017 ©JiXiaoTong

1. Une relation interculturelle complexe

Cela passe par exemple par le réinvestissement du drapeau qui n'est plus uniquement cantonné aux événements sportifs, par le retour à une cuisine traditionnelle et donc aux objets qui en accompagnent la préparation, ou plus largement à tout objet étant le signe du mode de vie d'une communauté. Parallèlement, il apparaît que cette question du sens et du symbole qui est inhérente à nos objets ait été récupérée par la sphère marketing pour en faire une arme économique, remplaçant les spécificités culturelles amenées par les traditions par le placage de références clichées •, car le retour à des objets porteurs d'une appartenance culturelle n'est pas forcément le signe d'un retour à une production artisanale et locale.

- Le cliché désigne une expression toute faite devenue banale à force d'être répétée; une idée banale généralement exprimée dans des termes stéréotypés.

- Authentique vient du latin *authenticus* signifiant «original et bien attribué» et désigne le caractère sincère d'une chose.

La valeur d'authenticité • est élevée au rang de slogan commercial et les labels «made in France» n'ont jamais été autant à la mode, comme si acheter un produit français signifiait contribuer à l'effort commun en effectuant un acte patriotique. Ne vendons-nous pas au consommateur, à travers des produits censés représenter la culture française (le drapeau français est d'ailleurs souvent imprimé sur les produits même en gage de leur provenance et des valeurs qu'ils véhiculent) un fantasme d'une identité homogène? Ce marketing de l'authenticité en arrive d'ailleurs à son paroxysme lorsque des marques étrangères s'approprient le slogan. Ainsi Coca Cola ou encore Toyota mettent en avant dans leurs publicités leur production française. **La quête de sens passe donc également par une certaine attente vis-à-vis de nos objets. Ils doivent représenter les valeurs de la communauté, être porteurs de ses symboles et de son histoire. Mais ces symboles sont construits, basés sur des généralités censées représenter des particularismes culturels.**

Le *Tabéret* de Stefania di Petrillo et Godefroy de Virieu par exemple représente la culture pyrénéenne. Il se base sur des références régionales fortes telles que le sont le béret et le tabouret de traite. Un objet se basant sur les clichés de la culture basque et véhiculant une image tronquée de cette identité est donc créé ici. **C'est également cette image fantasmée que l'on recherche dans les objets représentant les autres communautés en les voulant typiques d'un certain pays ou d'un groupe conformément à l'image que l'on se fait de lui et qui est véhiculée par les clichés qui lui sont propres et non pas conformément à la réalité actuelle de cette culture.** S'inscrivent dans cette démarche tous les objets et meubles s'inspirant d'une culture comme ceux de style colonial, oriental, asiatique, etc. mais également sur un autre registre un pan du « made in France » du design. Ainsi prenait place en juin 2014 l'exposition *So French* par l'Atelier Renault à l'occasion de laquelle les 5,5 Designers ont été conviés à revisiter les objets iconiques de l'Hexagone dans le but de valoriser la créativité française. Les objets jugés emblématiques de la culture française sont alors détournés sur un ton humoristique par les designers.

• Nous pouvons également faire référence ici à la campagne menée par Arnaud Montebourg, ancien ministre du redressement productif, qui avait même proposé de monter une « équipe de France » du design.

Par exemple, le béret, la charentaise ou le verre Duralex sont mis en scène sur un mobilier entièrement bleu, blanc et rouge et à grand renfort de drapeaux. Cette exposition s'intègre dans une démarche de la part des designers mais également des politiques de faire valoir le « design à la française »⁹. Ce type de démarche mènerait selon Serge Latouche à une instrumentalisation de la culture en Europe qui ne serait créée que par le recyclage marchand des imaginaires⁹.

⁹. Latouche S., op. cit.



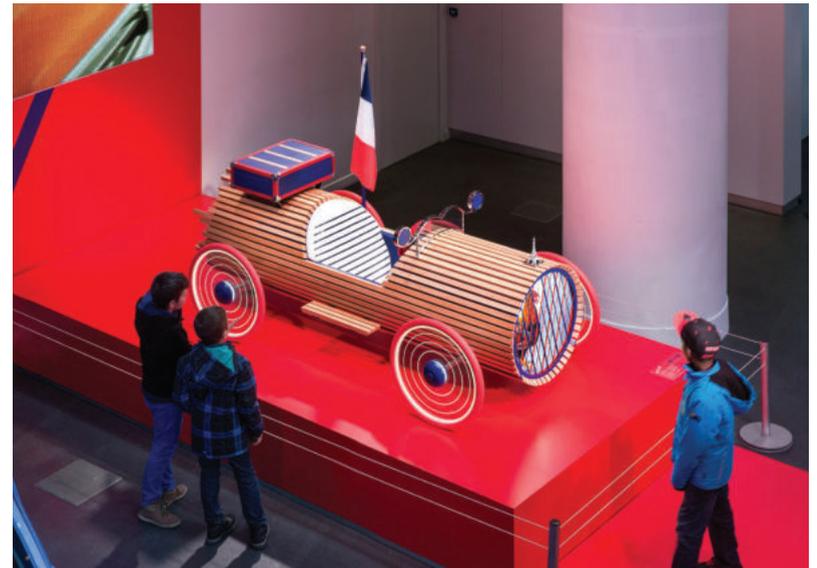
| *Tabéret*, Stefania di Petrillo et Godefroy de Virieu ©Design Pyrénées

1. Une relation interculturelle complexe



| *Show Glass*, 5.5 designers, Exposition So French, Atelier Renault, 2014 ©DR

1. Une relation interculturelle complexe



| *Exposition So French*, 5.5 designers, Atelier Renault, 2014 ©DR

Le marketing fait ici appel à des références collectives extérieures à ces cultures qui tendent à donner une certaine appartenance à ces objets. Cependant, de par la largeur de la culture à laquelle ils font appel, ceux-ci ne sont absolument pas spécifiques et souvent déconnectés temporellement.

• Cette notion va ici au-delà de celle d'échange marchand.

Au regard de cette production d'objets qui transmettent des imaginaires construits par l'industrie, comment s'établit aujourd'hui l'échange • entre les peuples ? Notre appréhension de l'autre qui passe par notre relation à ces objets garantit-elle encore leur bon déroulement ? Car il semble que les objets plongés dans la sphère économique mondiale participent à la construction d'imaginaires erronés. Il apparaît donc qu'en véhiculant certains imaginaires et clichés sur les cultures, nos objets participent à conditionner la relation que les groupes vont avoir entre eux. En effet, par la diffusion d'imaginaires basés sur des clichés et figés dans le temps, ils déterminent la vision que nous allons avoir de l'autre. En ce qui concerne la relation entre la France et le Maghreb par exemple, celle-ci est éminemment marquée par l'imaginaire colonial et touristique qui conditionne et fige la vision que ces groupes ont entre eux. **C'est notamment, autant dans le rapport à nos propres objets, que dans celui que nous entretenons avec les signes d'appartenance des autres communautés exposés dans l'espace public que peut être mis en lumière le conflit.** En effet, le protectionnisme culturel que nous évoquons passe par un rejet des signes ostentatoires des personnes possédant une culture différente. C'est par le rejet des objets qui constituent la culture de l'autre, ou par leur tolérance relative, qu'est mis en lumière le rejet

de sa personne en tant que détentrice d'une culture étrangère. Cette vision de l'autre se base sur les différences et non sur les communs, sur les potentielles rencontres et les objets se posent alors en tant qu'éléments séparateurs, générateurs de conflits.

1.3 Le rôle des objets dans la construction sociale et culturelle

Si, nous l'avons vu, l'objet est évocateur de cette relation compliquée, il peut néanmoins en être aussi l'outil de son apaisement. Il apparaît en effet que l'objet a un rôle de médiateur des relations humaines. Il peut conditionner le regard que les groupes portent entre eux mais il conditionne également les rapports inter-individuels. **Comment participe-t-il alors à la création des groupes –donc à l'élaboration de leur culture– mais également comment se fait-il médiateur des relations entre eux et entre les individus ?**

Les objets sont des éléments essentiels dans la vie du groupe car ils en véhiculent les valeurs, ils sont porteurs de leur histoire et de leurs coutumes. Tout objet est spécifique à un milieu et est le résultat de coutumes et pratiques propres à un groupe, il porte à la fois dans sa forme et dans son usage la tradition culturelle de ce groupe. Par exemple, toutes les civilisations ont mis au point des dispositifs permettant

de transporter ou boire de l'eau, ce besoin est donc universel. Mais celui-ci va se doter dans sa mise en objet d'une forme ou d'une technique spécifique aux ressources ou pratiques de la communauté. Ainsi, chaque groupe va posséder des carafes, verres et autres récipients spécifiques à sa culture et possédant des formes ou possibilités d'usages différentes.

La gargoulette • est par exemple un récipient qui répond à un besoin spécifique qui est celui de pouvoir transporter et conserver l'eau aux champs. Sa forme est pensée pour permettre de boire à la « régolade » et son matériau est poreux pour maintenir l'eau à température. Ainsi, cet objet est doté de spécificités qui sont directement liées à un certain usage et à un certain savoir-faire local que d'autres populations ne partagent pas. Cela en fait son particularisme et lui donne une appartenance à un territoire.

• La gargoulette est un récipient spécifique aux populations méditerranéennes et peut prendre plusieurs formes mais nous nous entendons pour parler plus spécifiquement de la gargoulette dite espagnole.

L'objet devient ainsi support de la mémoire du groupe et a la capacité d'en transmettre les traditions et façons de faire à travers le temps. Comme l'énonce Stiegler¹⁰, l'objet acquiert une capacité mnémotechnique en cela que dans l'activation de sa pratique il transmet gestes et fonctions. Stiegler prend l'exemple des outils : c'est par la mise en action de la fourche ou de la pelle qu'une mémoire des gestes va s'activer et se transmettre à travers le temps. C'est cela même qui va permettre à la culture de transmettre des traditions multiséculaires à travers le temps malgré l'évolution des formes ou des matériaux qui vont composer l'objet. Stiegler évoque les outils mais il semble que ce constat soit vrai pour une majorité des objets qui vont transmettre par leur usage des gestes caractéristiques les différents modes de vie. C'est ainsi dans l'optique de transmettre ces

10. Stiegler B., op. cit.

traditions par la pratique que la designer Dana Douieva a réalisé son projet *Injera*. Celui-ci permet de préparer une galette éthiopienne dans une cuisine moderne, permettant une transmission des gestes traditionnels. Ceux-ci s'adaptent aux formes et techniques de fabrication des objets contemporaines tout en proposant un retour à une pratique ancrée dans l'histoire du groupe.

Si la culture est partagée par le groupe grâce à des pratiques communes et constantes, celle-ci se définit également par le processus de symbolisation qui lui est spécifique et qui va s'établir sur les objets. Celui-ci passe par l'usage de mots, mais pas seulement. Comme le dit Serge Tisseron dans son ouvrage *Comment l'esprit vient aux objets*, « il [l'usage] le fait aussi à travers des gestes, et ces gestes s'appliquent notamment à la fabrication des objets »¹¹. C'est ainsi que va se transmettre la mémoire des cultures, à travers la création d'objets qui vont véhiculer des signes et symboles •. La création en design participe donc au processus de symbolisation de la société. Les individus vont ainsi partager la même culture car celle-ci s'appuie sur les objets du quotidien qui rythment la vie des hommes et caractérisent leur mode de vie.

• Dans le cas de certains objets comme la gargoulette entre autres, le processus de symbolisation est double : si cet objet est un signifiant du groupe, ce dernier le charge également de symboles par exemple d'ordre religieux (ici par le mouvement de tête qui permet de boire et qui est assimilé au mouvement de prière).

Le sujet qui se construit en même temps qu'il construit l'image sensible de l'objet va en effet, à son contact, étendre son répertoire d'expériences. C'est de cette manière que les membres d'une même communauté à un moment donné vont partager les mêmes références mais également les mêmes façons de vivre. La gargoulette est donc reconnaissable par les personnes méditerranéennes qui ont adopté et partagent le langage formel et pratique de cet objet, que ne partageront pas d'autres populations, classes sociales ou même d'autres générations futures.

11. Tisseron S., *Comment l'esprit vient aux objets*, Presses Universitaires de France - PUF, 2016

1. Une relation interculturelle complexe



| *Thirst*, représentation d'une gargoulette en usage,
William-Adolphe Bouguereau, 1886

1. Une relation interculturelle complexe



| *Injera*, Dana Douiev, 2017 ©DR

Les objets constituent alors le ciment du groupe dans la manière dont ils permettent aux individus de développer un langage commun ainsi qu'un phénomène d'identification. C'est d'abord par l'usage qu'il fait de la gargoulette qui est lui-même spécifique que s'opère ce mécanisme d'identification de l'individu au groupe, mais également par son choix esthétique de cet objet qui va être décliné et orné suivant les classes sociales qui vont l'utiliser.

Ainsi, notre appartenance au monde et à une communauté est conditionnée par les objets quotidiens qui nous entourent car comme l'énonce Hannah Arendt dans *Condition de l'homme moderne* : « **Vivre ensemble dans le monde : c'est dire essentiellement qu'un monde d'objets se tient entre ceux qui l'on en commun, comme une table est située entre ceux qui s'assoient autour d'elle** »¹². Les archétypes • communs – qui n'est ici pas synonyme d'homogène ou uniforme – à une communauté sont donc des référents communs aux individus qui vont posséder un lieu commun. Nos objets stabiliseraient nos sociétés car ils nous permettent de faire groupe. Et c'est par la persistance de leurs formes et de leurs usages que les objets stabilisent la vie humaine qui est elle-même changeante. Les individus se rattachent en effet aux objets qui représentent leur identité. C'est par la constance des formes et coutumes bien que toujours réinventées et adaptées à une époque donnée que le sentiment de groupe persiste à travers le temps et que l'environnement des individus fait sens.

Cette capacité à faire groupe et sa constance dans le temps s'appuie également sur la ritualisation • des pratiques sociales, c'est-à-dire sur la mise en place

• On entend par archétype le symbole original, qui sert de modèle dans l'inconscient collectif du groupe.

• Le rituel est une pratique organisée de manière précise et que les individus ont intégré dans leur comportement.

12. Arendt H., op.cit.

de comportements et codes partagés par tous les membres du groupe. Car les spécificités culturelles du groupe ne s'affichent pas uniquement dans leur forme mais également dans les actions qu'ils induisent et qui vont définir les relations s'établissant entre les individus du groupe. Un exemple qui pourrait expliquer cette ritualisation est celui des repas. L'objet table ainsi que les ustensiles utilisés codifient ce moment et le rendent spécifique au groupe. L'objet et sa disposition ont une place centrale dans le processus de ritualisation car il détermine la scène pratique qui conditionne la rencontre. Par exemple, la forme de la table détermine les possibilités d'interactions entre les individus. Sa dimension et sa forme déterminent la distance et la position relative des convives qui posent le cadre de convivialité ainsi que le type d'interactions qui vont s'établir. Ainsi différentes formes de tables sont utilisées pour des événements différents suivant le type de relation entretenu entre les convives, et le type de repas servi. De plus, les ustensiles utilisés rythment le temps du repas et sont spécifiques au groupe représenté. Les couverts et assiettes seront différents selon la classe sociale qui les utilise et engendrent différentes façons de faire. En définitive, la table opère à la fois la médiation entre l'homme et sa nourriture mais aussi entre l'homme et les autres individus partageant son repas. L'objet table n'est donc plus une fin en soi mais plutôt l'outil de convivialité et de narration du partage inter-individuel.

Le designer peut alors, en définissant les caractéristiques de la table qu'il crée, jouer sur les possibles interactions et comportements que celle-ci engage. C'est par exemple l'expérience que fait Sofia Almqvist qui a créé la table *Umami* • après avoir constaté que la convivialité autour

• Umami est un terme japonais, signifiant « goût savoureux ». Il fait partie des cinq saveurs de base aux côtés du salé, du sucré, de l'amer et de l'acide.

des repas quotidiens est mise à mal par la rapidité de ces derniers ou par le fait qu'ils sont pris devant la télévision. Elle veut ici créer une nouvelle expérience de repas à travers une table et des accessoires qui offrent de multiples possibilités d'usage. En effet, des reliefs sont donnés à la table pour accueillir et épouser la forme des récipients et encouragent des dispositions variées. Elle veut, par l'aspect ludique rendu au repas et par l'exploration de nouvelles façons de consommer les aliments, inciter au partage et à un retour de la convivialité. La designer incite ici à manger avec les mains et à sortir des codes établis. C'est donc en jouant sur la forme de la table et des possibilités d'agencement des accessoires qu'elle se fait la médiatrice des relations qui vont s'établir entre les individus autour de celle-ci. Ainsi, la table qui s'organise en espaces individuels (assiettes) et collectifs (plats) qui spatialisent les relations entre convives, est ici déstructurée. La designer a effacé les frontières existantes entre zones individuelles et collectives pour réinventer cet espace de convivialité.

C'est donc par le partage de formes et d'usages que les actions humaines font sens et c'est par la diversité des formes et des coutumes que les cultures se différencient ou au contraire que les peuples se rapprochent. Le design, en ayant la capacité d'agir sur ces deux facteurs, va donc se faire le médiateur des relations humaines qui s'établissent au contact d'objets du quotidien.

Ainsi, toute relation qui s'inscrit entre des individus ou des groupes, telle que c'est le cas entre la France et le Maghreb, est conditionnée par le regard que portent les individus sur l'altérité.

Celui-ci est d'abord conditionné par les mots que nous utilisons quotidiennement pour la définir mais aussi et surtout par le monde d'objets qui se placent entre eux. Or, si les objets donnent un sens aux actions humaines et permettent les contacts entre individus en définissant un cadre relationnel, comment pourraient-ils participer à l'apaisement d'une relation inter-culturelle complexe ?



| *Umami*, Kompaniet/Sofia Almqvist, 2014 ©Petter Brandt

2

LA
CAPA-
CITÉ

MÉDIA-
TRICE
DES
OBJETS

2.1 Un design du lien

- La culture s'inscrit dans un paradoxe: elle ne cesse d'évoluer au cours du temps, elle emprunte de part et d'autre pour s'enrichir, mais elle est également capable de préserver des rites et usages multiséculaires.

Face à la relation complexe entre la France et le Maghreb, comment cette médiation peut-elle se caractériser afin de permettre d'impliquer le design dans son apaisement? Nous avons vu que cette relation est caractérisée par une histoire commune riche qui pourrait être un terreau fertile à l'établissement d'un dialogue. Il semble alors important que ce rôle de médiation s'opère dans la re-connexion des cultures, dans le re-tissage du lien.

Selon Paul Rasse¹³, historiquement c'est lorsque les cultures se rencontrent, lorsque les groupes interagissent entre eux que les cultures vont pouvoir s'enrichir. En effet, en se rencontrant, celles-ci sont en perpétuelle combinaison et réinvention par le partage de leurs coutumes, ce qui mène à ce que Paul Rasse appelle des «hybridations fertiles». Ces hybridations s'apparentent à des échanges de ressources culturelles qui forment de nouvelles formes d'expression ce qui mène les cultures à se réinventer sans cesse. Ces hybridations ont toujours existé entre la France et le Maghreb comme en témoignent notamment tous les mots dont la langue française a hérité mais également les denrées et espèces végétales. Ainsi, le professeur de lexicologie et d'histoire de la langue française Jean Pruvost nous rappelle dans son ouvrage *Nos ancêtres les Arabes* que «l'abricotier, le tamarin, le jasmin, ce sont là autant de réalités végétales parmi d'autres que l'Europe a découvertes à travers notamment la conquête arabe de l'Espagne, avec des mots qui sont naturellement issus de la langue arabe»¹⁴. Cependant, cet échange semble aujourd'hui difficile entre la France et le Maghreb.

13. Rasse P., « La diversité des cultures en question », Présentation générale, in *La diversité culturelle*, Les Essentiels d'Hermès, CNRS Éditions, 2013

14. Pruvost J., *Nos ancêtres les Arabes, ce que notre langue leur doit*, 2017, p.19

Pourtant, nous sommes dans une époque caractérisée par la facilité et la rapidité et l'accroissement des échanges entre les peuples engendrés par l'augmentation des moyens de communication qu'ils soient physiques ou virtuels qu'ont mis en place la modernité et la mondialisation. Cette dernière s'est également accompagnée d'une idéologie universaliste • qui affirme qu'elle serait la condition de la paix entre les peuples ainsi mis en contact et qu'elle serait capable de créer de la cohésion. Car selon cette pensée, si toutes les cultures partagent les mêmes valeurs et codes alors elles peuvent communiquer et le conflit n'a pas lieu d'être et la bonne entente entre les peuples est garantie. Si nous possédons alors tous les mêmes objets ou la même aspiration au bonheur basée sur la consommation de biens, il devient plus facile de posséder un marché commun ou de communiquer autour des mêmes formes et des mêmes signes. En conséquence, nos objets véhiculant des valeurs et des usages lorsque tous les peuples les partagent, ils sont alors capables de se comprendre et d'échanger, possédant de fait les mêmes valeurs et des codes communs. Il apparaîtrait alors que c'est en possédant les mêmes systèmes de références que le dialogue est rendu possible.

Joanna Nowicki • justifie ce phénomène par l'affirmation suivante : «il est nécessaire de réaffirmer l'universalité de l'expérience humaine sinon aucune interculturalité n'est possible, mais simplement une superposition d'images sans rapport les unes avec les autres»¹⁵. En cherchant à créer de l'universalité on cherche donc à créer un sens commun. Si nous possédons tous les mêmes objets, cela ne nous permet-il alors

• L'universalisme est le principe selon lequel des valeurs, des croyances ou des idées ont pour but de s'étendre à la totalité des hommes. Au-delà des différences culturelles des idées seraient partagées de façon universelle.

• Joanna Nowicki est professeure franco-polonaise en sciences de l'information et de la communication.

15. Niwicki J., « Communication inter-culturelle et construction identitaire européenne », in *La diversité culturelle, Les Essentiels* d'Hermès, p.117

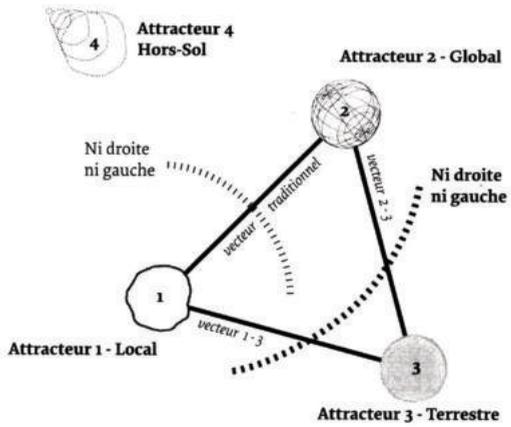
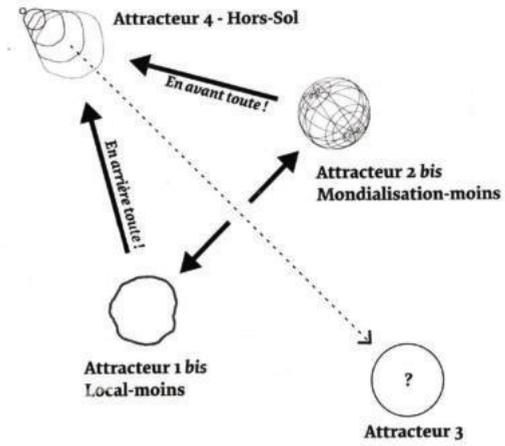
pas de pouvoir justement communiquer et nous comprendre ? On pourrait donc penser que partager des objets qui constituent des stéréotypes communs aurait donc permis au monde arabe et occidental de se comprendre et de dialoguer sagement. En effet, une multitude d'objets mondialisés tels que le smartphone, le stylo Bic, la montre ou encore l'aspirateur ont, par leur adoption, participé à l'émergence d'un langage formel industriel et d'une gestuelle universelle.

Or, nous l'avons vu, si l'homogénéisation pour effet d'empêcher le dialogue et si au contraire le repli vers une identité nationale engendre le conflit, il faut alors trouver une troisième voie. Bruno Latour nous parle de la voie qu'il offre en alternative au choix binaire qui nous est imposé : ce qu'il appelle le « Terrestre »¹⁶. Cette alternative aurait la caractéristique de garder les points positifs de la mondialisation qu'il appelle « mondialisation + » et de ce qu'il appelle le « local + » •. Ainsi, la mondialisation n'aurait pas que des effets pervers. **Elle aurait en effet permis d'ouvrir les frontières à la fois physiques et psychologiques en étendant les capacités de compréhension du monde des individus. Ceux-ci ne sont plus confrontés à des territoires fermés mais ont la capacité de voir plus loin, de se rencontrer et d'échanger.** À l'inverse, cela a néanmoins restreint notre capacité d'appartenance au monde en perturbant le rapport que nous entretenons avec la nature et notre territoire. La tradition est alors vue comme archaïque et toute transmission d'héritage est rendue impossible. Il est inconcevable, donc, de partager certaines ressources si on en empêche la transmission.

• À l'inverse, le « local -> » dont parle Latour s'apparente à ce que nous appelions jusqu'à présent dans sa forme négative le repli identitaire ou communautarisme.

16. Latour B., *Où atterrir ? Comment s'orienter en politique*, La Découverte, 2017

2. La capacité médiatrice des objets



| Schéma des attracteurs, Bruno Latour ©Bruno Latour

2. La capacité médiatrice des objets



| Catalogue d'objets mondialisés ©DR

Le local à l'inverse permettrait de faire rejaillir des attachements au territoire, le monde redevient intelligible et sensé. **Cependant, dans la mesure où il peut être accompagné d'un retranchement à l'intérieur de frontières nationales ou ethniques et d'un désir de retour en arrière, il s'agit donc de stimuler l'échange interculturel pour générer des objets qui vont créer du commun.** Il apparaît cependant que dans ce monde dominé par les objets mondialisés, par absence de signification culturelle, ces derniers ne puissent pas être des médiateurs de cet échange nécessaire à la création du commun.

• La France et les pays du Maghreb entretiennent en effet des liens étroits visibles dans l'abondance des Instituts Français au Maghreb et inversement, mais également des événements culturels qui lient les pays.

Mais quelle typologie d'objets permet alors l'échange? Car si le design veut se placer en intermédiaire et tisser du lien, il semble important de définir préalablement quelle typologie d'objets pourra le permettre. De plus, ces objets doivent être capables de s'intégrer dans une relation inter-individuelle. En effet, il apparaît que le problème relationnel n'est pas présent d'un point de vue diplomatique ou institutionnel • mais bien individuel et social.

Il apparaît alors que les objets mondialisés ont la capacité de se détacher du contexte local, de s'affranchir de l'environnement socioculturel dans lequel ils vont être utilisés ce qui leur permet donc s'intégrer à tous les groupes et contextes et de s'affranchir de toute notion d'appartenance. Ainsi d'un bout à l'autre de la planète les mêmes marques dictent les vêtements que nous portons et nous buvons tous notre café à partir d'une même machine distribuée mondialement (on peut reprendre ici l'exemple des machines *Nespresso* qui ont conditionné la façon de consommer le café).

Mais ces objets, prônant les valeurs de la mondialisation qui ont la capacité à s'adapter à chaque groupe ont-ils encore les moyens de créer de l'échange? Ils rapprochent les sociétés en proposant une culture commune mais

Très imagée, l'expression *repli identitaire* est d'autant plus intéressante. Cette figure du pli et du repli me paraît déjà fournir des éléments d'alternative pour trouver et donner d'autres formes au mélange. Elle fournit par ailleurs une image adéquate des cultures, car un pli ne peut s'effectuer que sur une matière souple, comme le sont les cultures qui évoluent et s'adaptent dans un mouvement lent mais perpétuel; ainsi qu'une image adéquate de la notion de palimpseste, car plier permet de démultiplier, d'opposer et de superposer une même matière. **À quoi pourraient alors ressembler des figures du pli ou du dépli culturel et identitaire?**

Le repli se caractérise par de multiples épaisseurs d'une même matière rabattue, opposée à elle-même. Replier, c'est plier à nouveau une matière dépliée : une manière de restreindre le champ de vision, de masquer les anciens plis sous de nouveaux. La couverture du *Figaro Magazine* précédemment analysée est une forme du repli culturel **FIG.1**.

Le pli, c'est la double épaisseur d'une matière rabattue sur elle-même. On intègre un élément étranger, on l'assimile, on le réinterprète, mais il est dissimulé, parfois visible en arrière-plan, à l'intérieur du pli ou derrière le rabat de la matière.

inter-groupes de masse avissement eulement base sur le d'un besoin ent à une ourager les es soi-disant en réalité pondent à une Il semblerait par la pratique on et sa occidental nvironnement sibles et donc

ite industrie, objet. onc permettre tre de vivre s individuelles **une forme** lle-ci, de par ce dans individus identité. ils sont plus

Le local à l'inverse permettrait de faire rejaillir des attachements au territoire, le monde redevient intelligible et sensé. **Cependant, dans la mesure où il peut être accompagné d'un retranchement à l'intérieur**

[...]

Déplier, c'est défaire ce qui est plié, c'est ouvrir, étendre une chose pliée. Ce sont ces formes du *dépli* culturel qu'il faut définir et que je vise à travers cette recherche et plus globalement dans ma pratique du design. **Déplier les formes afin de joindre deux cultures déjà liées permettrait de déconstruire les clichés et les figures restreintes du mélange comme celles de la couverture du *Figaro Magazine*. Cela pourrait aussi permettre de construire formellement des ponts entre les cultures et de rendre les identités plus poreuses aux influences.** Les formes identitaires ou culturelles dépliées sont plus rares, et il m'a été difficile d'en trouver une qui illustrerait clairement mon propos.

• La France et les pays du Maghreb entretiennent en eux des liens étroits visés dans l'abondance des Instituts Français au Maghreb et inversement mais également des événements culturels qui lient les pays.

• Le téléphone portable en est ici un exemple. Supposé nous connecter à nos proches ne nous enferme-t-il pas au contraire dans une relation unilatérale vis-à-vis de l'écran ?

Mais ces objets, prônant les valeurs de la mondialisation qui ont la capacité à s'adapter à chaque groupe ont-ils encore les moyens de créer de l'échange ? Ils rapprochent les sociétés en proposant une culture commune mais ont-ils pour autant amélioré les échanges inter-groupes et inter-individuels ? En effet, l'industrie de masse en basant la création des objets sur l'assouvissement de besoins individuels • ne peut-elle pas seulement engendrer une relation aux objets qui se base sur le principe de consommation ? Ils sont issus d'un besoin de créer de l'individualisation et répondent à une logique de durée de vie limitée pour encourager les individus à la consommation de masse. Les soi-disant besoins que ces objets comblent semblent en réalité eux-mêmes construits par l'industrie et répondent à une logique de mode, de consommation rapide. Il semblerait alors qu'ils ne puissent pas être comblés par la pratique de l'objet mais seulement par son acquisition et sa destruction. Le mode de consommation occidentale enfermerait ainsi les individus dans un environnement d'objets qui limitent leurs expériences sensibles et donc limitent les interactions sociales.

Les objets issus de l'artisanat ou de la petite industrie, quant à eux permettent la pratique de l'objet. La valeur d'estime qui lui est accordée va donc permettre de lui donner un rôle socialisant, et permettre de vivre à travers son usage des expériences à la fois individuelles et collectives. **Ces objets sont porteurs d'une forme archétypale assimilée par le groupe.** Celle-ci, de par son caractère cyclique, par sa redondance dans le temps, forme un repère sur lequel les individus peuvent se reposer pour construire leur identité. Faisant appel à des repères symboliques, ils sont plus aptes à cultiver les attachements.

Ils s'inscrivent en effet dans une temporalité différente de celle des objets mondialisés car ils sont dans une logique d'usage plus longue. Il n'est alors pas rare que ces objets du quotidien soient gardés toute une vie et même transmis entre les générations •, mais peuvent être également délaissés par des générations qui ne s'y retrouvent plus. Ils accompagnent donc les individus à travers le temps et sont donc capables de se charger de leurs histoires particulières. **Au-delà de leur transmission physique, ils vont par le caractère itératif de leur forme faire le lien entre les générations qui vont évoluer autour de ces archétypes qui permettent donc aux individus de partager le même système de symbolisation et les mêmes rituels.**

• Il semble en effet plus courant qu'une marmite soit transmise de génération en génération, qu'un ordinateur.

Certes, les objets mondialisés permettent donc une diffusion à une échelle plus importante que les objets artisanaux qui tissent des liens inter-groupes ou du moins permettent d'instaurer une base commune rendant possible la communication. Cependant, ils sont alors contraints à répondre à certains impératifs industriels • qui vont influencer sur la forme accordée aux objets qui se standardisent et limiter la création d'expériences. L'artisanat et la petite industrie au contraire, par leur capacité à produire des singularités depuis des particularismes vernaculaires, créent des objets dont l'usage permet les échanges inter-individuels en créant des interactions au sein du groupe. **Ainsi, il s'agit de recréer des interactions entre les individus qui sont aujourd'hui conditionnés à l'individualisme.**

• La création contemporaine de produits semble en effet être dictée par des impératifs de transport, de stockage et d'économie de matériaux.

C'est dans cette optique de partage et de création d'interactions sociales que les designers de Talking Things ont mis au point la table *European Canteen*,

élément de mobilier éphémère en kit installé dans les lieux publics. Cette table, qui reprend l'esthétique des tables de pique-nique et des jeux de construction en bois pour enfants, invite les passants à partager un moment grâce à ses nombreuses possibilités d'aménagement. Elle sort de l'aménagement habituel des lieux publics qui ne proposent généralement que des tables accueillant un nombre de personnes restreint et limitant donc les possibles rencontres en proposant jusqu'à 50 assises. Cet élément de mobilier mise sur son appropriation par la population qui va l'adapter à ses usages quotidiens ou aux besoins qui surviennent lors d'événements. Face à l'enjeu d'une re-création de lien social les designers proposent donc ici un outil d'interaction qui ne rend pas les individus passifs mais leur permet de l'adapter à chaque groupe, territoire et situation.

2.2 Dévoiler l'appartenance



| *European Canteen*, Talking Things, 2014 ©DR

• Stéphane Vial désigne l'esthétique comme l'étude des phénomènes de perception et de réception qui s'établissent par nos objets.

• Stiegler va même jusqu'à énoncer dans son écrit que ce phénomène serait à l'origine du nombre de votes pour le parti d'extrême droite français en avril 2002.

L'objet industriel conditionne donc les individus à un appauvrissement de leurs expériences esthétiques •. La relation entre la France et le Maghreb semble souffrir de ce conditionnement qui mène à voir l'autre et les objets qui constituent sa culture négativement. Il s'agit donc ici de questionner la capacité du design à doter les objets d'une particularité culturelle, au-delà du simple plaquage marketing de références clichés afin d'établir une esthétique du culturel. Ainsi, doter les objets d'une particularité culturelle pourrait permettre au designer de redonner du sens à la relation qui s'établit entre l'individu et ses objets mondialisés. En effet selon Stiegler, «le conditionnement esthétique, qui constitue l'essentiel de l'enfermement dans les zones, vient se substituer à l'expérience esthétique pour la rendre impossible»¹⁷. Ainsi, le conditionnement esthétique industriel et marketing, en privant les individus de l'expérience esthétique, explique donc selon lui le repli dans des zones. **Les individus sont alors incapables d'entretenir un rapport sain à l'altérité** •. Il s'agirait donc de sortir de la standardisation des formes et des normes imposées par l'industrie pour créer de nouvelles expériences en opposition au conditionnement marketing qui appauvrit nos rapports aux objets et à l'altérité.

Il apparaît que l'identité de l'objet et son sens sont déterminés par la capacité de l'individu à reconnaître un trait de style qui permet d'associer une forme visuelle à une valeur idéologique.

¹⁷. Stiegler B., op. cit., p.16

Ainsi, l'objet est signifiant lorsqu'il fait appel à une forme visuelle intégrée par les individus et qui est donc ancrée dans son histoire. Augustin Berque nous dit à ce sujet que le plasticien « **a le devoir de tenir compte des systèmes écologiques, techniques et symboliques qui lui permettent d'exister lui-même, lesquels sont nécessairement collectifs et ne peuvent pas non plus être abstraits les uns des autres** »¹⁸. Il doit ancrer ses formes dans le milieu culturel (ou « cosmos » pour reprendre les termes de Berque), historique et environnemental du groupe.

Ainsi, la table *Everlastinggreen* de Richard Yasmine, apparaît comme une table contemporaine en marbre qui aurait soudainement révélé son origine en se délestant de petits morceaux qui par les ajours qu'ils créent révèlent un motif caché. Le designer reprend ici la forme traditionnelle de la chaise « khayzaran », jouant avec la forme traditionnelle du cannage utilisée pour créer cette chaise typique des populations arabes et méditerranéennes. Les designers Carlos Perez Zamora et Carylin de la Vega jouent eux aussi sur l'effet de transformation de l'objet avec leur série *Guajiro*. Ils s'inspirent de la forme des chapeaux des paysans cubains mais également de leur technique de fabrication artisanale. La création des objets est mise en scène comme s'ils étaient le résultat d'un instant de vie de ces paysans : ces derniers posent leur chapeau après leur journée de travail sur des meubles qui vont en adopter la forme. C'est donc ici dans la scénarisation de la création de l'objet que se fait ici l'acte de révélation de ses origines, plus que sur la mise en pratique de l'objet.

¹⁸. Berque A., « Cosmiser à nouveau les formes? –plastie, architecture, mésologie », in *Design écosocial : Convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, It: éditions, 2018, p.301



| *Everlastinggreen*, Richard Yasmine, 2016 ©BizarreBeirut



| *Guajiro*, Carlos Perez Zamora et Carylin de la Vega ©DR

• Ici l'objet original est détourné quitte à lui faire perdre sa forme initiale ou sa fonction initiale. Il est le prétexte de la création de nouvelles formes.

Les designers de ces projets se basent sur des références culturelles ancrées dans la mémoire collective mais pas pour autant élevées en clichés • pour en faire des signes de l'appartenance de ces objets à une culture. L'identité culturelle de ces objets est exposée mais celle-ci s'adresse aux individus issus de ces cultures, seules personnes capables de les rattacher à des éléments qui leur sont familiers.

Cependant, que ces objets peuvent être questionnés au regard de leur moyen de rencontre avec le public. **Comment toucher les individus familiers de ces références culturelles ?** Par exemple, les objets *Guajiro* vont-ils réellement toucher le quotidien des paysans mexicains ou ne sont-ils pas uniquement destinés à un public sensible aux objets design ? Bien qu'ils souhaitent revitaliser les imaginaires des cultures concernées, il semble ainsi que ces projets ne s'adressent pas réellement au public touché par la pauvreté sensible amenée par les objets mondialisés, ils s'adressent plutôt à un public de designers avertis. Ils induisent la contemplation de l'objet, mais pas nécessairement sa pratique, comme il semble flagrant avec la table *Everlastingreen*.

Est-ce réellement en proposant un design manifeste que le design peut prendre acte dans la pacification d'une relation inter-culturelle complexe ? Est-ce réellement dans la contemplation de l'objet que le travail de médiation peut s'effectuer ? Nous pouvons alors questionner ici le travail du designer : celui-ci cherche-t-il à inscrire sa création dans une forme de respect des traditions, propose-t-il un témoignage ou s'inscrit-il encore une fois dans une démarche de récupération marketing ?

2.3 Un design de l'écart

La relation entre la France et le Maghreb semble également être caractérisée par une incapacité d'une partie de la population à percevoir les liens déjà établis qui les unissent dans tous les traits de leurs vies quotidiennes. Ces personnes se positionnent en opposition et basent leur regard sur l'autre par rapport à ce qui les différencie. L'objet est donc dans ce contexte, comme nous l'évoquions avec le voile musulman, un élément de conflit qui cristallise ce qui fait que l'autre est différent, plus qu'un élément de partage.

Pourtant, selon François Jullien et comme il l'énonce dans *Il n'y a pas d'identité culturelle*¹⁹, **il serait justement nécessaire de générer des rencontres car c'est par ce biais que nous pourrions créer du commun qui est lui-même un espace de partage**. Et la condition de la création de cet espace de partage serait d'opérer un déplacement conceptuel pour sortir de la vision de cultures homogènes en leur sein mais qui se caractérisent par leurs différences lorsqu'elles se confrontent aux autres. Selon cette vision, toutes les cultures seraient donc en opposition les unes avec les autres, plus particulièrement quand on parle des cultures occidentales et orientales qui se seraient formées en opposition l'une envers l'autre. **Jullien propose ainsi d'abolir l'emploi de certaines notions conditionnant notre perception. Par exemple, nous devrions selon lui remplacer le concept de « différence » par celui d'« écart ».**

¹⁹. Jullien F., *Il n'y a pas d'identité culturelle*, L'Herme, 2016

Cela permettrait aux cultures d'arrêter de se définir en contre. En effet, l'écart n'oppose pas comme le fait la différence, il induit une distance entre les cultures mais qui n'est pas séparatrice, au contraire elle fait le lien et permet de créer une tension, une interdépendance. On ne s'arrête plus à la distinction des éléments divergents comme on le ferait en observant nos différences, mais on observe ce qui se passe entre, on compare, un jeu de regard se met en place et on peut distinguer toutes les nuances qui s'instaurent entre les cultures. **Un contact, un commun est alors envisageable.**

• «Une culture n'a pas d'identité car elle ne cesse de se transformer»
interview de Jullien F.
par Vécrin A.
le 30 septembre 2016
pour Libération

De même, il faudrait dépasser le terme d'«identité» pour utiliser celui des «ressources culturelles». Le premier terme nous enferme dans un concept figé •, alors que le deuxième implique une certaine multiplicité. Notre culture serait faite d'une multitude de ressources non figées qui pourraient être exploitées ou mises de côté selon les besoins de la société à une période donnée. De plus, parler de ressources questionne la notion de la possession. Les ressources s'échangent, s'exploitent, passent de main en main. Elles ne sont plus gardées jalousement, protégées à tout prix, elles se partagent ce qui déconstruit la hiérarchie de valeurs établie par la comparaison en contre. Il ne s'agit plus ici de garder jalousement des savoir-faire, de revendiquer les symboles communautaires qui nous positionnent en contre vis-à-vis des autres, mais au contraire de partager, d'observer l'autre et de créer du commun. **Ainsi, nous pourrions mettre en place un design de l'écart qui lierait les cultures en puisant dans cet entre-deux qui se crée.** Il se placerait ici en tant que médiateur qui participerait à l'émergence d'un nouvel espace commun issu de la rencontre des cultures.



| Desert Cast, Jassim Al Nashmi, Kawther Al Saffar et Ricardas Blazukas, 2018 ©Ricardas Blazukas

Le commun ne signifie plus ici l'uniforme, il ne représente pas non plus une nouvelle culture synthèse de deux autres unifiées mais bel et bien un espace de rencontre entre les différentes ressources culturelles de l'une et de l'autre qui va créer du divers. **Il s'agit alors de questionner la capacité de l'objet à véhiculer des couches d'identité, à montrer des influences multiples, permettant aux individus de décortiquer les couches identitaires qui les composent.**

Les designers Jassim Al Nashmi, Kawther Al Saffar et Ricardas Blazukas ont imaginé une série de 46 tabourets appelés *Desert cast* qui donnent forme à la culture du Koweït qui a du mal à trouver aujourd'hui une voix unique. Ainsi à travers cette série d'objets, les designers se sont intéressés aux influences qui ont marqué cette culture et qui prennent encore forme aujourd'hui. Ils se sont donc inspirés de 9 archétypes de l'architecture gréco-romaine qui ont marqué le pays et qui sont entrés dans l'imaginaire des individus. Ces objets puisent alors dans ce que Jullien appelle les ressources culturelles, dans les écarts entre les cultures du Koweït et gréco-romaine en faisant cohabiter dans un même objet une architecture caractérisée par ses ornements et le béton par son côté brut.

• Cette superposition renvoie ici à l'idée de palimpseste. Ce terme désigne en effet à l'action de laisser supposer et apparaître des traces de versions antérieures

Même s'il apparaît que le projet se place ici encore une fois dans une production qui relève plus du manifeste que de l'objet d'usage, ce qui paraît intéressant est que l'objet propose de faire cohabiter des ressources des deux cultures dans un seul objet censé représenter l'identité contemporaine du pays issue de ces couches d'identité superposées •. En effet, mettre en valeur

le caractère multiple de nos cultures permettrait donc de changer le regard que nous portons sur l'autre. Accepter que la culture de l'autre ait influencé la nôtre, l'ait enrichie, pourrait permettre de changer le regard que nous avons de cet autre.

Bien que plongé dans la mondialisation et la logique consumériste qui limitent ses capacités signifiantes, l'objet permet donc néanmoins de médiatiser les relations entre les cultures, et en est même la condition d'existence. Cependant, quels moyens possède le designer afin de promouvoir un rapport sain à l'altérité? Comment mettre en place ce design des « écarts »? Il s'agira de définir comment sortir d'un design manifeste ou de l'image pour aller vers un design de l'interaction, un design du faire qui aide à la prise de conscience du caractère multiple des identités.



UNI
DESIGN
DE
L'HIÉTÉ-
ROCIÉNIE

3.1 Penser une action en design

Il s'agira donc de provoquer une prise de conscience chez les individus, d'engager une réflexion. Cependant, il apparaît que dans un contexte tel que celui qui est le nôtre, toucher une cible réfractaire est difficile. Comment l'objet de médiation rencontre-t-il cette partie de la population ? Comment changer l'opinion d'une personne qui a construit son schéma de pensée sur une vision spécifique de ce qu'est l'identité et la culture ?

Il est alors pertinent de s'intéresser à la création du fait social pour comprendre comment induire un comportement positif. Selon Émile Durkheim²⁰, c'est lors de l'éducation que l'enfant intériorise les comportements du groupe auquel il appartient. Celui-ci serait confronté à une multitude de contraintes comportementales • induites par la société qui, en devenant des habitudes, vont forger sa façon d'agir et de penser. L'éducation, qu'elle soit privée ou donnée par l'école, va donc être le terrain de la construction de ce que Durkheim appelle « l'être social », que nous pourrions appeler le citoyen. **C'est durant l'enfance que l'individu va donc construire son système de références culturelles sur la base de celles que la société lui donne.** Une action de design, en s'intégrant à ce moment peut avoir un impact sur la construction

• Qui peuvent être de l'ordre de la façon de manger, de se comporter en société ou encore de suivre les horaires établis.

Si les objets jouent leur rôle de médiateurs en faisant la liaison entre les cultures, il s'agit donc d'interroger la façon dont ce lien peut s'établir, la façon dont le designer peut faire prendre conscience à l'individu du caractère multiple des identités. Car c'est ce qui semble être la caractéristique première de la relation entre la France et les pays du Maghreb : le positionnement en opposition, basé sur la vision de l'autre comme un être différent. Comment alors sortir du design manifeste afin d'avoir un réel impact ? Quels sont alors les outils dont dispose le designer pour penser l'hétérogénéité ?

²⁰.Durkheim E., *Les règles de la méthode sociologique*, 1894

du rapport à l'altérité des enfants. L'objet, se plaçant dans l'environnement quotidien de l'enfant et induisant certains comportements vis-à-vis des relations qui s'effectuent entre les individus peut alors influencer le rapport à l'altérité de ces derniers.

• Claire Doutriaux, journaliste pour Arte, a demandé à des élèves de collège de présenter des éléments qu'ils affectionnaient. Les enfants ont alors principalement choisi des objets (vêtements, ustensiles, bibelots, etc.) montrant leur importance à leurs yeux.

• On entend ici par didactique la volonté d'instruire, d'expliquer de façon méthodique.

C'est donc réellement ici qu'intervient la question de la façon dont les objets vont faire médiation.

Car pour s'adresser au public que sont les enfants, le projet ne peut rester de l'ordre du manifeste.

Nous l'avons vu, un bon nombre de projets proclamant le multiculturalisme peuvent être considérés comme tels ou pire, comme effet de style reproduisant des attitudes colonialistes. Ils sont uniquement proposés à un public sensible au design sans jamais qu'ils ne rencontrent une autre tranche de la population. **Or, il apparaît, si l'on considère le public choisi, que si nous voulons que les objets aient un impact réel il est nécessaire qu'ils ne s'inscrivent pas dans une contemplation passive mais qu'ils impliquent une pratique.** C'est donc la dimension didactique

• apportée aux objets qui permettra alors de décortiquer et révéler les couches d'identité. Il s'agira d'appuyer le discours de révélation des liens interculturels par une dimension explicative qui pousse l'enfant à voir plus loin que ce qu'il pense établi. Travailler avec les enfants induit également de jouer sur certains facteurs pédagogiques qui spécifient la façon dont la didactique s'établit. **Une simple contemplation de l'objet ne suffira pas à établir une médiation, celle-ci devra se baser sur la découverte qui stimule la curiosité à travers la mise en place de principes.** Par exemple, les vases *Curious Vase* de Mianne de Vries, se révèlent en couches qui se superposent et se découvrent par l'action de les briser.



| Les couleurs de nos origines, Arte France, Claire Doutriaux, 2018 ©DR



| **Curious vase**, Mianne de Vries, 2012 ©Merel Kemp

Bien qu'ils ne traitent pas d'identité culturelle ni ne soient pas adressés à des enfants, ces vases offrent un exemple de mise en place de la découverte. Ici, la designer joue avec la curiosité des individus qui les amène à vouloir découvrir l'entièreté des couches, quitte à ce que l'action irréversible de briser la surface les mène à regretter leur action. L'individu est ainsi mis en action, il découvre petit à petit les couches qui composent son vase.

3.2 L'objet palimpseste

Cette découverte devra donc s'appuyer sur l'objet, le mettre en action afin de révéler des référents culturels inconnus. Il semble donc nécessaire de penser la création de l'objet comme un outil de transmission qui va alors être porteur d'une histoire que le public va découvrir, ou redécouvrir. En effet, selon Henry-Pierre Jeudy²¹ : « l'objet et l'environnement ont besoin d'une histoire, d'une genèse qui viendront justifier, par des éléments originels, l'idéologie « nouvelle », qui reçoit ainsi une dimension transcendante. » • Le designer, en puisant son inspiration dans les événements historiques qui composent une société, peut alors exprimer une démarche justifiée par cette histoire. Dans le cas de la relation entre la France et le Maghreb par exemple, créer des objets qui vont mettre en lumière les événements qui ont lié ces cultures va promouvoir l'idée qu'il est nécessaire d'échanger.

- C'est-à-dire rationnelle, qui se fonde sur des a priori..

²¹. Jeudy H-P., op. cit., p.190

3. Un design de l'hétérogène

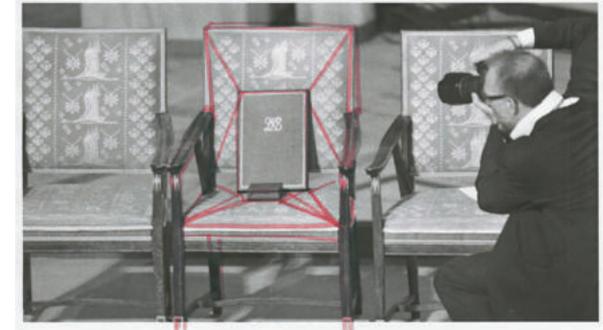
En définitive, se baser sur des faits historiques justifie, apporte la preuve du bien-fondé de la démarche et du discours. Il s'agit donc ici de penser la démarche de design en tant que démarche de transmission.

Tino Seubert, avec la création d'une série de pièces de mobilier appelée *Forming history*, propose ici une méthodologie de design basée sur l'interprétation de faits historiques pour créer la forme d'un objet. Ainsi, après avoir sélectionné des événements historiques impliquant la présence de mobilier • et trouvé des images correspondantes, Seubert les a transposées en formes. La chaise du Prix Nobel de la paix de 2010 Liu Xiaobo donne alors naissance à une chaise dont l'aspect reprend les détails de la photographie qui la représente. En effet, dans le but de capturer un moment bien spécifique, le designer enregistre dans la forme de l'objet chaque détail, à la manière dont le livret posé sur le fauteuil d'origine donne naissance à une surface plane identique sur la nouvelle chaise. La démarche de Seubert est donc caractérisée par une interprétation des faits historiques. Il capture ici l'histoire à travers les spécificités apportées aux objets présents dans les événements qu'il capture et il leur rend ici hommage à travers ses créations. Il met donc ici l'accent sur certains faits historiques marquants avec la création d'objets questionnants par leur forme atypique.

Si le design peut alors faire référence à des faits historiques, peut-il communiquer une histoire partagée entre les cultures ? Dans un autre registre mais toujours utilisant l'histoire et les objets à des fins de transmission, les designers Dach&Zephir ont imaginé

• Comme le procès de Nuremberg et les bancs qui composent la salle, ou encore la signature de la fin de la guerre du Vietnam et la table qui réunit tous les signataires.

3. Un design de l'hétérogène



| *Forming history*, Tino Seubert, ©DR

3. Un design de l'hétérogène



• On parle ici spécifiquement de l'immigration polonaise des années 1920-1938 dans la région Nord-pas-de-Calais.

| *FKLampe*, projet La Figure de l'Autre, Dach&Zephir ©DR

3. Un design de l'hétérogène

une série d'objets issus de la rencontre des cultures immigrées et de la culture française. Ils basent leurs créations sur des faits migratoires historiques tels que l'immigration de la population polonaise en France qui travaillait majoritairement dans les mines. Ainsi, la lampe *FKLampe* issue de cette collection s'inspire d'une part des lampes de miniers dont elle reprend la forme reconnaissable dans ses proportions, ses formes et le matériau utilisé et d'autre part le « finanki », le rideau traditionnel polonais qui a inspiré la collerette de la lampe. Cet objet est issu de l'hybridation de deux objets familiers pour symboliser l'histoire de cette immigration mais aussi l'intégration de cette population, la façon dont elle a pu faire coexister sa culture avec la culture polonaise et ses conditions de vie en France. Contrairement au projet précédent, les formes sont tout de suite identifiables et connotées pour cette partie de la population pour qui cet objet était manipulé au quotidien et qui renvoie immédiatement à cette période de leur histoire. L'histoire commune vient ici appuyer les liens unissant les cultures. Ces objets tentent en effet de mettre en forme la richesse qui émane de la rencontre de populations de traditions culturelles éloignées.

Ces objets reprennent donc des codes d'objets existants qui sont déjà des supports d'identification pour les individus. Les particularités ajoutées à l'objet comme les formes de la chaise de Seubert et le rideau de la lampe de Dach&Zephir nous amènent à questionner l'objet. Mais doit-on obligatoirement passer par la création d'un nouvel objet symbole d'une histoire commune? **Ne pouvons-nous pas nous baser sur des objets ou ressources culturelles déjà existantes pour inciter à la prise de conscience?** En effet, il semble que

la culture française soit déjà riche d'objets mais aussi de mots, de plats ou encore d'instruments qui sont le fruit de sa rencontre avec la culture maghrébine. Ainsi, l'action de design pourrait résider dans la redécouverte de ces éléments culturels. Il sera en effet plus percutant de s'appuyer sur des objets du quotidien qui semblent acquis, connus par les individus et sur lesquels repose l'idéologie d'une culture pure. Le cassoulet par exemple, plat pourtant associé au sud de la France et ancré dans son terroir serait néanmoins apparu dans un livre de cuisine arabe bien antérieurement à son invention supposée. Ce seraient alors les soldats arabes qui auraient amené ce plat en France lors de leurs conquêtes. Ce plat est donc un exemple qui pourrait nous aider à déconstruire la notion de pureté d'une culture et de possession de certaines ressources. En effet, elle démontre qu'un élément que l'on peut penser ancré dans la culture française peut en réalité exister dans plusieurs cultures, et de plus serait le résultat de leur rencontre.

• Ces conclusions sont tirées d'un entretien que nous avons tenu avec Florence, professeure en maternelle à l'école Fossé des Canards de La Souterraine. Elle nous a en effet indiqué qu'elle fait appel à des albums dénombrant les éléments particuliers aux cultures étudiées et à partir desquels elle base son travail pédagogique.

De plus, habituellement •, l'enseignement des cultures du monde pour les enfants se fait au travers de la mise en lumière de ce qui est identique ou différent entre leur culture et celle qui est étudiée. Afin de sortir de ce rapport de mise en opposition et d'appréhension de la culture de l'autre, il faudra proposer une découverte de celle-ci basée sur la révélation des liens qui les unissent, des couches d'identité qui les relient. Ainsi, se baser sur ces éléments qui constituent les fondements de la culture française permettrait alors de faire prendre conscience non seulement du caractère multiple de toute culture mais également de chaque individu.

Il s'agira ici de proposer un design qui permette de transformer l'image que nous avons de nous-même et des autres en mettant en lumière les liens qui nous unissent et construisent nos identités, ainsi que le fait que nous sommes faits de l'autre. L'action du design consisterait donc ici à amener l'individu à décoder les objets qui l'entourent afin de le familiariser avec la notion de couches culturelles qui composent les objets et traditions. C'est en l'amenant à découvrir ce qui fait sa culture, en lui proposant d'opérer une véritable archéologie des objets usuels courants que nous pourrions permettre à l'individu de construire un rapport positif et libre à l'altérité.

La notion de couches culturelles appelle ici celle de palimpseste. En effet, comme Gérard Genette le rappelle « un palimpseste est un parchemin dont on a gratté la première inscription pour en tracer une autre, qui ne la cache pas tout à fait, en sorte qu'on peut y lire, par transparence, l'ancien sous le nouveau. »²² À l'image du parchemin, certains objets se sont transformés à travers le temps, évoluant au gré des innovations techniques et des changements culturels. **La notion de palimpseste peut être transférée sur l'objet qui se compose lui aussi de couches, de séries d'évolutions successives. L'objet pourrait être un outil de démonstration afin d'amener à une prise de conscience du caractère multiple des cultures.** Dévoiler la diversité qui se cache derrière nos objets permettrait alors de faire comprendre aux individus le concept de diversité et d'enrichissement mutuel pour que par la suite ils soient aptes à vivre en communauté.

²². Genette G., *Palimpsestes, La littérature au second degré*, Seuil, 1982

3. Un design de l'hétérogène

- Le mazagran aurait été inventé au retour des troupes françaises après le siège de la ville de Mazagran en Algérie en 1840. Il fait référence à une façon de prendre le café.

C'est ce que nous avons voulu étudier lors d'un projet exploratoire sur le mazagran. Cet objet familier possède en effet une histoire méconnue qui renvoie à la colonisation de l'Algérie par la France •. Ce projet questionne les outils permettant au designer de transmettre l'origine de l'objet. La transmission de l'histoire de l'objet passe ici par son détournement pour lui donner des caractéristiques de la culture dont il s'inspire. Des codes de la culture algérienne sont en effet réinjectés dans l'objet afin que celui-ci soit révélateur de son histoire : il change ainsi de matériau, de couleur, se pare de messages écrits en arabe et revêt des motifs maghrébins, comme si nous étions allés piocher dans la généalogie de l'objet pour le doter de certains attributs. L'histoire qui se cache derrière cet objet est complexe et semble difficile à transmettre. Ici le but n'est pas de réinvestir celle-ci mais de révéler, signaler les points de contact entre la culture française et maghrébine qui prennent forme dans nos objets du quotidien et ancrés dans les référents collectifs.

Ce projet a pour vocation d'évoquer le caractère cyclique des emprunts, notion qui pourrait nous amener à accepter l'autre. Il questionne la manière dont l'objet devient le support d'ateliers didactiques qui vont médiatiser la découverte des couches d'histoire. Ici le mazagran va être le prétexte à la découverte plus globale de la culture maghrébine mais va également être un support d'apprentissage du décodage des objets. À travers des procédés tels que la décomposition archéologique ou encore la recherche d'indices, les individus sont amenés à s'intéresser plus attentivement aux objets usuels qui les entourent afin de mieux les comprendre.

3. Un design de l'hétérogène



| Atelier archéologique sur le mazagran, Marine Rorigues, 2018 ©Marine Rodrigues



Jeu sur la découverte des origines du mazagran, Marine Rorigues, 2018 ©Marine Rodrigues

Le cassoulet est perçu comme un plat *bien français*. Les origines de ce ragoût de viande et de haricots blancs paraissent lisibles : une spécialité régionale, revendiquée par l'ancienne région du Languedoc mais présente plus largement dans le Sud de la France. Vecteur d'identité, le cassoulet se prépare traditionnellement dans des cassoles en terre cuite typiques et locales dont il tire son nom. Cependant, ses origines sont plus diverses qu'on ne voudrait le croire : le cassoulet viendrait en effet du monde arabe. La recette décrite plus haut a été introduite par Taillevent (1310-1395) maître cuisinier des rois de France dans *le Viandier*, son célèbre livre de cuisine française médiévale. Or, une recette analogue est présente depuis 1226 dans le très raffiné *Traité de cuisine de Bagdad* : le ragoût de fèves blanches et de mouton dont Taillevent semble s'être inspiré. À l'origine, c'était le « plat du pauvre » : un ragoût qui permettait d'arranger des restes. La viande mijotée y faisait office d'aromate et n'était pas présente en abondance comme dans le cassoulet d'aujourd'hui.

[...]

Par ses origines et son histoire, cette spécialité rappelle que les cultures sont faites d'influences communes, bien qu'elles soient distinctes. Comme ce plat, les cultures ne peuvent être réduites au produit d'une identité unique, qui dans le cas de la France et de l'Europe n'aurait emprunté qu'aux Gaulois, aux Grecs et aux Romains⁵.

Le cassoulet comme palimpseste

p.13-14, *Oranne Et-Tâia*

entourent
es clés
s termes
agit également
r propre
d'outils de

rencontre
t. Le collage •
s traditions
eul et unique
collection
se d'objets de
t et associés
nce formelle.
radition
trer dans
che et bien
ar ces objets
rosité n'est
e reliance,
nts a priori
à explorer
ma issus du
s: la vannerie

Nous sommes issus d'un ragoût de cultures ; un tissu d'identités aux influences diverses.

À sa manière, le cassoulet représente un tissage d'influences qui nous concerne tous, mais qu'il est maintenant difficile de percevoir. L'image du tissage n'est pas choisie au hasard. Tisser vient du latin *texere* : « fabriquer un tissu ; tramer, entrelacer ». Il est d'abord utilisé pour tous les matériaux qui s'entrecroisent (texture), et s'applique également aux choses de l'esprit (texte)⁵. **Or, les entrelacs ne sont plus visibles dans le produit fini : le tissu est homogène, unifié par la proximité et la superposition de la multitude de fils.** Ces questions concernent aussi les designers graphiques, constructeurs de signes et d'images pour qui les recherches de l'homogénéité, de l'ordre et de la lisibilité sont des règles familières. Aujourd'hui, le cassoulet est comme une image aplatie. C'est un *jpg* : les différents calques de son historique ont été compressés pour ne laisser voir que la couche supérieure. Mais n'est-il pas préférable de révéler son épaisseur ?

5 • Pruvost J., *Nos ancêtres les Arabes, ce que notre langue leur doit*, 2017, J.-C. Lattès.

6 • Rey A., op. cit.

3.3 Penser / mettre en forme l'hétérogène

Révéler la complexité des objets qui nous entourent permet donc d'apporter aux individus des clés de compréhension de ce que signifient les termes identité et culture. Une fois cela établi, il s'agit également de donner des clés de construction de leur propre identité. Cela passe alors par la création d'outils de représentation de l'hétérogénéité.

- Le collage consiste en l'assemblage d'éléments différents et disparates.

Plusieurs notions permettent de penser la rencontre des cultures mais ont un impact différent. **Le collage** • **par exemple permet de faire cohabiter des traditions culturelles a priori différentes dans un seul et unique objet.** Seletti exploite ce principe dans une collection de vaisselle nommée *Hybrid*. Elle se compose d'objets de table qui semblent avoir été coupés en deux et associés avec un autre, sans chercher de concordance formelle. Par exemple, deux assiettes ou tasses de tradition céramique différentes peuvent se rencontrer dans un seul objet. La découpe est donc ici franche et bien que les traditions culturelles évoquées par ces objets se placent sur un pied d'égalité, aucune porosité n'est possible entre les deux. C'est cette zone de reliance, cette capacité à faire coexister des éléments a priori inassociables que Eneida Tavares cherche à explorer lorsqu'elle crée sa série de récipients *Caruma* issus du collage de deux techniques traditionnelles : la vannerie et la céramique.

3. Un design de l'hétérogène



| *Hybrid*, Seletti, ©DR

3. Un design de l'hétérogène



| *Caruma*, Eneida Tavares, 2014 ©Pedro Cá

Ici, le collage des cultures se fait par la couture d'un élément sur un autre pour permettre les assemblages les plus multiples. La designer réussit donc à associer deux techniques de prime abord incompatibles afin de créer un renouvellement des formes. Au regard de ces productions, il apparaît que le collage permet de faire cohabiter des expressions culturelles qui peuvent être parfois de prime abord incompatibles.

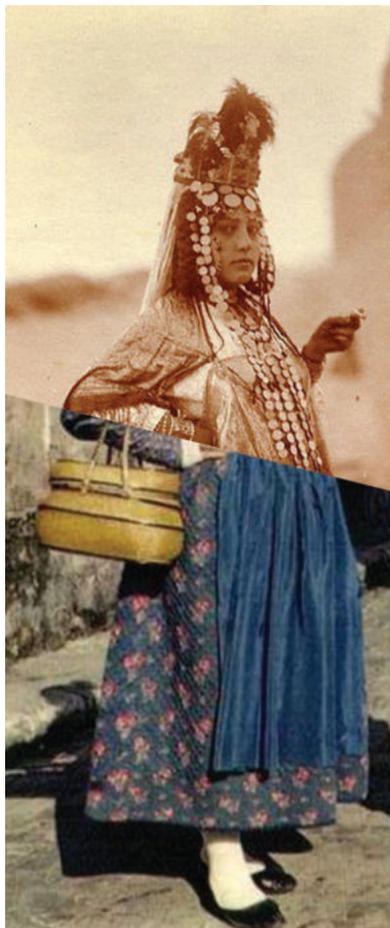
Le collage fait le rapprochement de ce qui caractérise les cultures et va donc être déterminé par le choix des éléments à rapprocher. Spontanément, nous avons l'habitude de nous définir en comparaison des autres. Ainsi, les expressions culturelles peuvent être rassemblées sur le plan de la différence mais également de la correspondance. C'est cette démarche qui a été le point de départ d'un atelier de collage numérique • dont l'objectif était de mettre en pratique les conditions plastiques de l'hétérogénéité afin d'en évaluer concrètement les effets, mais surtout de trouver des domaines par lesquels faire le lien entre les cultures françaises et maghrébines. Il s'agissait donc d'opérer des rapprochements par la combinaison d'expressions culturelles issues de domaines universels tels que l'alimentation, le vêtement, ou encore l'architecture. L'idée était alors de créer des représentations de l'hétérogénéité, d'articuler des liens, de trouver des points de pivots entre les deux cultures afin de valoriser la diversité des expressions culturelles des deux pays. Pour se faire, des coupures franches étaient établies entre les images dont l'unité naissait de la concordance formelle entre les éléments composant les images. Nous cherchions une traduction dans chaque culture d'une expression culturelle.

• Cet atelier a été réalisé avec Oranne Et-Tata dans le cadre de la pratique plastique.

Le collage avait également pour but de jouer sur la juxtaposition iconographique des deux cultures afin de créer un sens nouveau issu de la confrontation des images utilisées pour le collage. Ce sens nouveau était alors censé rapprocher les cultures et créer un sens commun et partagé par celles-ci, indépendamment de leur sens initial. Cependant, et contrairement à nos attentes, cette démarche nous a menées à la création d'images qui expriment une certaine confrontation binaire et non une unité amenée par un sens commun. Il est apparu que le fait de rapprocher deux expressions menait inmanquablement à la comparaison ou à l'opposition. Cependant, les images issues de cette technique sont tombées dans la mise en avant des différences dont François Jullien fait la critique. **Le collage permet de mettre en perspective la distance entre les cultures, il expose les écarts et les ressources culturelles mais ne les exploite pas. Or, le design des écarts est un design du multiple, de l'hétérogénéité qui puise dans ce qui différencie les cultures.**

C'est ce que nous avons alors voulu atténuer dans une deuxième phase de collages menant à la création d'objets et ayant pour but de sortir de l'opposition binaire que l'on a pu observer précédemment. Ainsi, dans l'optique de pallier la confrontation des références, nous sommes sorties du côté binaire en associant cette fois certaines parties de plusieurs objets existants ce qui nous a permis de sortir de l'opposition pour aller vers la co-construction : **l'opposition s'est atténuée par l'ajout du caractère multiple.**

3. Un design de l'hétérogène



| *Atelier de collage*, Oranne Et-Tata
et Marine Rorigues, 2018
©Oranne Et-Tata et Marine Rodrigues



3. Un design de l'hétérogène



3. Un design de l'hétérogène



| *Atelier de collage*, Oranne Et-Tata
et Marine Rorigues, 2018
©Oranne Et-Tata et Marine Rorigues

3. Un design de l'hétérogène



Mais d'autres principes tels que ceux de l'hybridation et du mélange semblent au contraire sortir du rapprochement pour aller vers la création d'une nouvelle expression issue de la rencontre des cultures. Celles-ci semblent capables de jouer le rôle de liant en permettant la création d'un objet, non plus fait de parties d'un autre élément accolé, mais d'une fusion entre deux éléments. **Ils permettraient de sortir de l'opposition qui résulte du collage pour réellement jouer sur l'idée de transformation.**

Cependant, si on s'intéresse à la racine de ces mots, on se rend compte qu'ils ont une connotation négative. Hybride emprunte au latin *ibrida* qui signifie « bâtard, de sang-mêlé » et mélanger vient du latin *miscere* signifiant « troubler ». Ainsi ces notions viennent troubler les identités vues comme pures. Pourtant c'est au terme d'hybridation que Paul Rasse²³ fait appel lorsqu'il décrit le résultat fertile des échanges entre cultures. Il apparaît en effet que là où le collage vient mettre les cultures côte à côte, le mélange et l'hybridation les fusionnent, effacent les limites entre elles et font donc disparaître la question de l'opposition. **Une nouvelle expression naît alors de la rencontre qui sera elle-même une expression à part entière.**

Nous pouvons en revanche questionner ici le statut des formes créées par ces procédés. En effet, certains projets de design issus de l'hybridation posent la question de leur compréhension. Par exemple, les designers de Droog Design ont créé la série de bols *Re-inventing rituals* en 2002 dans le but d'exprimer la place la culture chinoise aux Pays-Bas. Cette série de 3 bols reprend alors les codes de la vaisselle occidentale pour l'adapter à certaines coutumes asiatiques.

²³. Rasse P., op. cit.



| *Re-inventing rituals*, Droog Design, 2002 ©DR

3. Un design de l'hétérogène

Par exemple, un des bols fait appel à la coutume consistant à manger en tenant son bol dans une main et des baguettes de l'autre. Celle-ci est alors perpétuée et adaptée au mode de vie des Pays-Bas. La forme de l'objet original va donc se modifier, se transformer par l'hybridation d'une forme archétypale de la culture occidentale et d'une tradition asiatique de prise de repas •. Mais cette forme obtenue est-elle réellement lisible? Son usage semble en effet brouillé.

• L'anse change de position pour s'adapter à la façon de manipuler le bol ou encore un compartiment apparaît pour permettre de laisser de la nourriture de côté.

En brouillant l'appartenance des formes, on efface finalement les signes culturels qui en émanent et il devient difficile pour l'individu de se raccrocher à des éléments qui font sens pour lui et au travers desquels il va pouvoir s'identifier. La démarche du designer tombe finalement ici dans une proposition de formes hors contexte qui vont donc être figées et peiner à atteindre un public et c'est ce qui semble faire défaut, et dans la démarche dans laquelle nous nous engageons, cela serait un écueil que nous souhaiterions éviter. De plus, le risque réside également dans la possibilité de tomber dans ce qu'Augustin Berque appelle « l'espace foutoir » •. Cet espace se caractérise par le mélange d'influences culturelles qui n'ont plus de sens vis-à-vis du lieu dans lequel elles évoluent mais qui n'ont également plus de sens entre elles. L'hybridation des expressions culturelles dans un même objet peut avoir pour effet de déposséder cet objet de son sens. Or, la création de sens va se baser sur la capacité de l'individu à reconnaître une coutume qui est propre au groupe auquel il appartient. En effet, selon Henry-Pierre Jeudy²⁴ « **le design est à la recherche du symbole pour s'enraciner dans le monde et accomplir sa vocation de médiation et de transformation** ». Il est donc nécessaire de conserver les expressions culturelles reconnaissables afin de pouvoir par la suite les articuler.

• C'est lorsqu'il attaque l'architecture de Rem Koolhaas qu'Augustin Berque emploie cette expression.

24. Jeudy H-P., *La fonction symbolique et le design*, p.190



Le contexte de repli identitaire engendré par le phénomène de mondialisation a des incidences sur la relation qu'entretiennent les individus avec les cultures qui ne sont pas les leurs. Ainsi, la France et les pays du Maghreb souffrent de cet impact négatif qui conditionne le regard que les individus des deux groupes se portent. En France, les actes de racisme et de rejet se multiplient en effet. Malgré cela, les pays partagent une relation ancrée dans l'histoire et qui constitue une base de lien solide.

Les objets sont au cœur de cette relation complexe tant ils participent à la construction du groupe et à l'établissement de liens sociaux en son sein. L'objet fait donc le lien, s'établit en tant que médiateur entre les individus et est un marqueur d'appartenance sociale. Afin d'apaiser le regard que les individus portent sur les autres cultures, la démarche de design sera donc de recréer le lien entre les cultures françaises et maghrébines en pratiquant un design de l'« écart », c'est-à-dire un design capable de puiser dans les ressources culturelles de deux pays sans les mettre en opposition, de mettre en lumière les distances à parcourir pour se rencontrer. Il sera alors nécessaire de sortir de la logique de standardisation afin de proposer

Conclusion

des formes en accord avec les cultures et les milieux choisis et ainsi redonner sens à l'environnement d'objets qui entourent l'individu, lui permettre d'avoir des expériences esthétiques qui sortent du conditionnement de l'industrie mondialisée. Car ce n'est qu'en redonnant ce sens aux objets que le lien semble réellement s'établir.

Afin de ne pas inscrire ce projet dans le registre du manifeste mais également d'avoir un réel impact sur le public choisi, il s'agira d'ancrer le projet dans une dimension didactique. Il s'agira de mettre en lumière les liens qui unissent historiquement ces cultures afin de changer la façon dont les enfants apprennent à appréhender les autres cultures et ainsi changer le regard que les individus se portent en invalidant la thèse selon laquelle les cultures seraient pures et nécessiteraient d'être figées et conservées comme telles afin de subsister. Car nos objets sont en réalité issus du mélange d'inspirations culturelles qui se superposent en couches de sens. De plus, il s'agira de fournir les clés de construction de l'identité multiple et du regard posé sur les autres cultures.

Cependant, en se concentrant sur les liens unissant la France et le Maghreb, un risque est présent de stigmatiser cette culture. Ne faut-il pas alors ouvrir les outils pédagogiques proposés aux autres cultures ? Car si les Arabes ont amené le café en Europe, ne l'avaient-ils pas déjà emprunté à l'Éthiopie ? Nous pourrions faire ce constat pour une multitude d'éléments ce qui pourrait nous permettre encore d'élargir un peu plus le regard des enfants sur l'imbrication des cultures. Car pour sortir de l'opposition il faut créer du multiple.

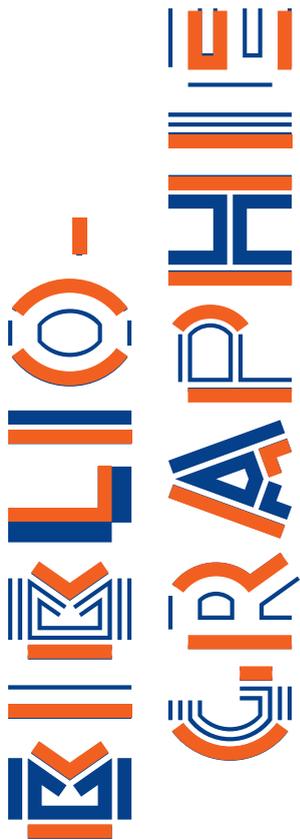
REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier tout particulièrement mes codirecteurs Julien Borie et Laurence Pache pour l'aide et le soutien qu'ils m'ont apportée. Je tiens également à remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique du DSAA Design Écoresponsable pour sa contribution et son enseignement prodigué tout au long de ces deux années de diplôme.

Merci également à toutes les personnes ayant pris part dans cette recherche, notamment aux nombreux enseignants qui nous ont consacré du temps et qui ont enrichi notre recherche.

Merci à ma famille qui m'a soutenue et encouragée, ainsi qu'à mes amis et camarades de classe qui m'ont accompagnée dans cette aventure creusoise.

Mais surtout, merci à Oranne qui a partagé avec moi chaque instant dans l'élaboration de ce projet.



Ouvrages

Hage Ghassan

Le loup et le musulman

Coll. Le Monde qui vient,
Wildproject, 2017

ISBN 978-2-918490-678

Latouche Serge

L'occidentalisation du monde,

Essai sur la signification,

la portée et les limites

de l'uniformisation planétaire

La Découverte, 2005 (1989)

ISBN 978-2-7071-4591-8

Bettini Maurizio

Contre les racines

Flammarion,

coll. « Champs », 2017

ISBN 978-2-0814-0946-0

Stiegler Bernard

De la misère symbolique

Flammarion, coll. « Champs »,

2013 (2004, 2005)

ISBN 978-2-0812-7082-4

Bibliographie

Baudrillard Jean

Le système des objets

Coll. Tel (n° 33),

Gallimard, 1978

ISBN 978-2-07-028386-6

Tisseron Serge

Comment l'esprit

vient aux objets

Presses Universitaires

de France, 2016 (1999)

ISBN 978-2-13-073189-4

Latour Bruno

Où atterrir? Comment

s'orienter en politique

La Découverte, 2017

ISBN 978-2-70719700-9

Jullien François

Il n'y a pas d'identité culturelle,

mais nous défendons

les ressources d'une culture

Coll. Cave Canem,

Éditions de L'Herne, 2016

ISBN 978-2-85197829-5

Loos Adolf

Ornement et crime,

et autres textes

Payot & Rivages, 2003

ISBN 978-2-743610-760

Ouvrages consultés

Blanchard Pascal

et Bancel Nicolas

De l'indigène à l'immigré

Coll. Découvertes Gallimard

(n°345), Série Histoire,

Gallimard, 1998

ISBN 2070534294

Arendt Hannah

Condition de l'homme moderne

Pocket, Calmann-Levy,

1994 (1958)

ISBN 2-266-04387-0

Durkheim Émile

Les règles de la méthode

sociologique,

Flammarion, coll. « Champs

classiques », 2010 (1895)

ISBN 2081223090

Pruvost Jean

Nos ancêtres les Arabes,

ce que notre langue leur doit

coll. Essais et documents,

J.-C. LATTÈS, 1987

ISBN 978-2709659413

García Canclini Nestor

Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad
Grijalbo, 1990
ISBN 978-9700505626

Genette Gérard

Palimpsestes, La littérature au second degré
Seuil, 1982
ISBN 978-2020189057

Articles

Tisseron Serge

« Nos objets quotidiens »
in *Le dispositif. Entre usage et concept*
in Revue Hermès n°25, p.57
CNRS Éditions, 1999
ISBN 2271056748

Berque Augustin

« Cosmiser à nouveau les formes ? –plastie, architecture, mésologie »
in *Design écosocial: Convivialités, pratiques situées & nouveaux communs*
It: éditions, 2018
ISBN 978-2917053317

Niwicki J.

« Communication inter-culturelle et construction identitaire européenne »
in *La diversité culturelle*
Les Essentiels d'Hermès, CNRS Éditions, 2013
ISBN 978-2-271-07621-2

Jeudy Henry-Pierre

« La fonction symbolique et le design »
in *La critique en design: contribution à une anthologie*
Chambon, 2003
ISBN 2-87711-257-8

Beyaert-Geslin Anne

« Formes de table, formes de vie. Réflexions sémiotiques pour vivre ensemble »
in *Objets et communication*
MEI: Médiation et information, n°30-31,
L'Harmattan, 2009, p.99-110
ISBN 978-2-296-11707-5

Rasse Paul

« La diversité des cultures en question, Présentation générale, »
in *La diversité culturelle*
Les Essentiels d'Hermès, CNRS Éditions, 2013
ISBN 978-2-271-07621-2

Dictionnaire

Rey Alain

Dictionnaire historique de la langue française
Dictionnaire Le Robert, 2016 (1992, 1998, 2006)
ISBN 978-2-32100-067-9

Conférences

Latour Bruno

Où atterrir?: Comment s'orienter en politique
Agora des savoirs, 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=IIltiQWncN4>

Genre Brice

« La table comme lieu et outil de la narration cinématographique dans l'œuvre de Quentin Tarantino »
Ciné Design: pour une convergence disciplinaire du cinéma et du design
LLA-CRÉATIS, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2016
https://www.canal-u.tv/video/universite_toulouse_ii_le_mirail/_/journees_d_etudes_seminaires_rencontres_debat/cine_design

Sites consultés

CNRTL

Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales
www.cnrtl.fr

Vidéotheque

Les couleurs de nos origines

Arte France, Claire
Doutriaux, 2018
[https://www.arte.tv/fr/
videos/085407-000-A/les-
couleurs-de-nos-origines/](https://www.arte.tv/fr/videos/085407-000-A/les-couleurs-de-nos-origines/)

Ouvrages complémentaires

Martin Szekely

« *Les origines imaginaires* »
in *Objets-types et archétypes*
Éditions Hazan, 1997
ISBN 2-909979-01-6

Fontanille Jacques,
Gonzalez X. Arias

« *Les objets communicants :
des corps entre texte
et pratique* »
Objets et communication
Revue MEI : Médiation
et information, n°30-31,
L'Harmattan, 200-, p.53
ISBN 978-2-296-11707-5

Wunenburger Jean-Jacques

L'imagination mode d'emploi
coll. Modélisations des
imaginaires, Éditions
MANUCIUS, 2011
EAN 978-2-84578332-4

Cauvin-Verner Corinne

« *Les objets du tourisme,
entre tradition et Folklore,
L'impasse des catégories* »
in *Sahara : identités et
mutations sociales en objets*,
Journal des Africanistes,
2006, p.187-201
ISBN 2-908948-20-6

Aldersey-Williams Hugh

« *Sincérité de l'intention,
authenticité du contenu* »
in *La critique en design :
contribution à une anthologie*
Chambon, 2003, p.93
ISBN 2-87711-257-8

Alexandre Victor

« *Objets, actes et design* »
in *La critique en design :
contribution à une anthologie*
Chambon, 2003, p.99
ISBN 2-87711-257-8

Mémoire imprimé en 12 exemplaires en mai 2019
par Atelier Graphique à Limoges. Il a été réalisé dans
le cadre du DSAA Design Écoresponsable option
design de produits du Pôle Supérieur de Design
de Nouvelle Aquitaine, cité scolaire Raymond Loewy
à La Souterraine.

Conception graphique et reliure

Marine Rodrigues

Papier intérieur

Amber graphique 100g

Papier couverture

Rives Sensation Gloss Tactile, Natural White 270 gr

Polices utilisées

Grotesque bold et regular
Andralis bold, regular et italic
Marianne

Le copyright de chaque image du corpus appartient
aux organismes, institutions ou auteurs respectivement
cités. Malgré les recherches entreprises pour identifier
les ayants droit des images reproduites, l'étudiant
rédacteur prie ces derniers de l'excuser quant à des
oublis éventuels et se tient à la disposition de personnes
dont involontairement il n'aurait pas cité le nom.

Alors même que les discours nationalistes se multiplient et diffusent l'idéologie d'une culture « pure » dépourvue d'influences extérieures de laquelle nous descendrions, nous buvons du café, nous mangeons des abricots et nous parlons arabe quotidiennement sans le savoir. Malgré les croyances, les cultures française et maghrébine sont liées depuis des siècles et cela se ressent dans de nombreux aspects de notre vie quotidienne. Cependant, et bien que nous vivions dans un monde hyper-connecté, le conflit persiste. Comment alors reconnecter ces cultures perçues comme opposées et changer la fausse image de ce que signifient identité et culture ?

Nos objets sont au centre de cette question. Ils nous accompagnent dans notre vie quotidienne et sont médiateurs de nos interactions sociales. Ils sont ces entre-deux culturels qui nous unissent ou créent des conflits. Ce mémoire questionne la capacité du design à pacifier cette relation, à dévoiler les couches d'identité qui constituent nos cultures, ainsi qu'à générer de l'hétérogénéité.

Tablemat(es) »

Photographie réalisée lors d'un workshop
avec Antti Ahtiluoto

© Marine Rodrigues, Oranne Et-Tata