



HAL
open science

Relations Europe-Asie dans la conception de tendances et les pratiques tinctoriales.

Delphine Talbot

► **To cite this version:**

Delphine Talbot. Relations Europe-Asie dans la conception de tendances et les pratiques tinctoriales. : Essai d'ethno-poïétique.. Art et histoire de l'art. Université de Toulouse Le Mirail, 2009. Français. NNT: . tel-04491092

HAL Id: tel-04491092

<https://hal.science/tel-04491092>

Submitted on 25 Mar 2024

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

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

Copyright

THESE DE DOCTORAT

Délivrée par l'Université de Toulouse II Le Mirail
Ecole doctorale ALLPH@, Unité de recherche LARA - SEPPIA

Relations Europe-Asie dans la conception de tendances et les pratiques tinctoriales

Essai d'ethno-poïétique

Présentée et soutenue par Delphine Talbot
le 5 Décembre 2009

Jury

Guy Lecerf, Professeur Arts Plastiques, Arts Appliqués, Université du Mirail, 18e section

Guy Chapouillié, Professeur Esthétique Cinématographique, Université du Mirail, 18e section

Dominique Cardon, Directrice de Recherche CNRS, CIHAM-UMR 5648, Lyon

Michel Sicard, Professeur Arts Plastiques, Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 18e section



THÈSE

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

Délivré par *Université de Toulouse II Le Mirail*
Discipline ou spécialité : *Arts Plastiques - Arts Appliqués*

Présentée et soutenue par *Delphine Talbot*
Le 5 décembre 2009

Titre : *Relations Europe - Asie dans la conception de tendances et les pratiques tinctoriales*

Sous-titre : Essai d'ethno-poïétique

JURY

Guy Lecerf (PR Arts plastiques, Arts appliqués, 18e section)
Guy Chapouillié (PR Esthétique cinématographique, 18e section)
Dominique Cardon (Directrice de recherche CNRS, CIHAM/UMR 5648, Lyon)
Michel Sicard (PR Arts plastiques, Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 18e section)

Ecole doctorale : *ALLPH@*
Unité de recherche : *LARA - SEPIA*
Directeur(s) de Thèse : *Guy Lecerf*
Rapporteurs : *Dominique Cardon et Michel Sicard*

Résumé

Relations Europe – Asie dans la conception de tendances et les pratiques tinctoriales

Essai d'ethno-poïétique

Cette thèse propose de construire une ethno-poïétique, questionnant notamment la complémentarité opératoire entre la poïétique et l'ethnographie. La première, centrale dans cette étude, est considérée comme science et philosophie de l'instauration créatrice, attentive au caractère dynamique unissant l'*homo faber* à sa mise en œuvre. La seconde, complémentaire, s'attache autant à l'enquêteur, lorsqu'il est aux prises avec le « terrain », qu'aux singularités de l'*ethnos* qu'il rencontre, motivé par le désir de comprendre une diversité en constante transformation et faite de divergences. Aussi l'ethno-poïétique pose-t-elle la question de la conception cartographique en tant que représentation dynamique. Celle-ci se donne comme objectifs de traduire des « effets-mondes » comme modélisations structurantes (incluant des chemins de traverse) et les fictionnalisations actives de l'« enquêteur-concepteur » (jouant avec le hasard). Mais aussi de concevoir des paysages chromatiques de cultures matérielles singulières, considérant les relations unissant le teinturier, le matériau colorant et le lieu de sa ponction. Pour trouver les matériaux utiles à l'invention, une étude sera menée sur les pratiques tinctoriales japonaises et sur la conception de tendances (design management). Celle-ci s'employant à combiner des « lieux images » et des énoncés performatifs pour des processus d'identification, la question de l'articulation entre mémoire et imagination sera posée à différents niveaux de l'analyse. *In fine*, des « pratiques-usages », des symbolisations et des techniques traditionnelles seront appropriées pour une pratique artistique contemporaine. Ainsi, une *pensée de la relation* va s'instaurer, en filigrane de l'étude.

Mots-clés : couleur, poïétique, poétique, ethnographie, anthropologie, interculturel, ethno-poïésis, Japon, Okinawa, pratiques tinctoriales végétales, techniques textiles traditionnelles, patrimoine, invention, conception de tendances, design management, marketing, prospective, innovation, installation, sculpture textile, cartographie, traduction, fiction, hasard.

Abstract

Relations between Europe and Asia in fashion trends design and dyeing practices

Ethno-poïetics essay

The purpose of this thesis is to build an “ethno-poïetics”, questioning the operating complementarity between poïetics (cf. René Passeron) and ethnography. The earliest, central to this study, is considered as the science and philosophy of creative instauration, attentive to the dynamic feature uniting the *homo faber* and its implementation process. The latest, complementary, focuses as much on the investigator driven by his desire to understand a divergences-made ever-transforming diversity, as on the singularities of the *ethnos* he comes across while on the field. Ethno-poïetics raises the matter of cartographic conception as a dynamic representation. Its objectives are to translate some "effets-mondes" (cf. Barbara Cassin: sophistic) as structuring modelizations (including byroads) and the active fictionalizations from the investigator-conceiver (playing with randomness), but also to conceive chromatic landscapes from singular cultural-materials, considering the relation between the dyer, the coloring material and its place of origin. To find useful creation materials, a study will be carried on tinctorial Japanese practices and on fashion trends design (design management). It will combine "images places" and identification-processes performative utterances, the interaction between memory and imagination shall be assessed on several levels throughout the analysis. *In fine*, "practices-uses", symbolisations and traditional methods will be made ours in a contemporary artistic practice. *A new way of thinking the relation*, will establish itself between the lines of study.

Keywords : color, poïetics, poetics, ethnography, anthropology, intercultural, ethnopoïesis, Japan, Okinawa, vegetable dyeing, traditional textile technics, patrimony, invention, fashion trends design, design management, marketing, prospective, innovation, artistic installation, sculpture textile, mapping design, traduction, fiction, chance.

L'écriture c'est l'inconnu. Avant d'écrire on ne sait rien de ce qu'on va écrire. Et en toute lucidité.¹

¹ Marguerite Duras, *Écrire*, Paris, éditions Gallimard, 1993, p. 64.

Je dédie cette thèse aux rencontres sans lesquelles
celle-ci n'aurait pu se faire.

Thèse sans laquelle les rencontres n'auraient pu
survenir.

Je remercie Guy Lecerf, directeur de cette thèse et de l'équipe SEPPIA, pour son accompagnement tout au long de cette étude et particulièrement pour l'émulation de pensée qu'il sait provoquer.

Je remercie Dominique Cardon, tutrice de cette thèse et directrice de recherche au CNRS (laboratoire CIHAM), pour la confiance qu'elle offre sans hésiter, la passion qu'elle met dans son travail et les trésors de faire et de savoirs que celui-ci permet de découvrir.

Je remercie Guy Chapouillié, directeur du laboratoire de recherche LARA, pour son soutien, son enthousiasme, et sa curiosité sans borne.

Je remercie Daniel Menini, maître de conférences en japonais à l'université de Toulouse 2, grâce auquel le séjour à Okinawa a pu se faire.

Je remercie Jun Kataoka, professeur d'histoire et de techniques textiles à l'université des Ryûkyû (Okinawa, Japon), sans lequel l'étude des pratiques tinctoriales japonaises n'aurait pu s'accomplir et pour sa générosité.

Je remercie Takako Terada, chercheur en sciences matériels et ingénierie à l'université de Nagasaki, pour sa grande bonté.

Je remercie Nao et Michiko Uehara, tisserandes et teinturières, pour leur admirable travail et leur humilité.

Je remercie Tomoko Kakazu et son mari pour leur accueil et leur soutien.

Je remercie Fumihiko Kawada, mochihada – tu deviendras une chanson.

Je remercie Victoria Corkhill par laquelle le Japon fut aussi un peu New-York !

Je remercie Kaori Nakasone, photographe, pour les heures passées en chambre noire.

Je remercie Shula Webb, anthropologue, pour nos échanges sur le chamanisme.

Je remercie Tetsuya Yasuda, architecte, grâce auquel l'exposition à Urasoe a vu le jour.

Je remercie Auraeus Solito, réalisateur, pour 'Suring at kuk-ok'.

Je remercie Daniel Lopez, photographe et animateur tv, pour ses traductions chez yuta Inamine.

Je remercie Xavier Moulin, designer à Okinawa, pour les projets à venir.

Je remercie Michel Garcia, teinturier et chimiste, pour la transmission de ses savoir-faire.

Je remercie Cécilia Aguirre, restauratrice textile, pour ses recherches sur les colorants végétaux.

Je remercie Kandoura Coulibaly et Sénou Fofana, artistes et teinturiers à Bamako, pour nos échanges.

Je remercie Stéphanie Billa qui fut à mes côtés dans les moments les plus extrêmes de l'instauration de cette thèse.

Je remercie Stéphane Robert pour sa bienveillance et sa présence au quotidien.

Je remercie Gwendoline Krzepisz pour son coaching et son écoute attentive.

Je remercie Dominique Poyo pour sa relecture vigilante et méticuleuse.

Je remercie Elodie Bécheras et Sophie Lécole-Solnychkine-Moreira pour nos collaborations et les parcours en train.

Je remercie Céline Caumon, maître de conférences en arts appliqués à l'université de Toulouse 2, pour sa vitalité et ses encouragements.

Table des matières

<i>Table des illustrations</i>	22
<i>Introduction</i>	31

PREMIÈRE PARTIE

À la recherche des matériaux de l'invention : poétiques et études ethnographiques de la teinture au Japon

<i>Introduction à la première partie</i>	41
--	----

I. Préparation aux enquêtes de terrain : pointer les « mythes obstacles » à la rencontre et définir les méthodes ethnographiques nécessaires à l'investigation

I.1 La pensée mythique comme sclérose de l'expérience : déconstruction des « lieux communs », du missionnaire à la « découverte »	48
--	----

I.2 Définition des méthodes nécessaires à la mise en place d'enquêtes de type ethnographique : du « terrain » des relations au surgissement de la rencontre	64
--	----

a- Ethnographie et ethnologie, deux phases d'un processus exploratoire : compréhension d'un « terrain » et <i>traduction de relations</i>	66
---	----

b- Les notions de « carnet de bord » et de « classification » en ethnographie : repérage des méthodes potentiellement utiles pour rendre compte de la complexité des <i>relations</i> opérantes sur le terrain.....	77
---	----

c- Anticipation conceptuelle et matérielle du voyage : conception d'un carnet de bord et de cartographies mettant en relation des notions opératoires.....	93
--	----

d- Méthodologie de terrain pour une anticipation particulière de la rencontre : <i>auto-poïésis</i> et « fictionnalisation » de l'enquêtrice définie comme « je » et « elle ».....	100
--	-----

II. Enquêtes et collecte de données : constitution d'une collection de couleurs patrimoniales et mise en tension de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice »

<i>Introduction préparatoire aux enquêtes de terrain</i>	107
--	-----

II.1 Identification d'un patrimoine : techniques tinctoriales traditionnelles japonaises, usages et symbolisations..... 118

a- Du patrimoine textile premier – « la structure » : le kimono japonais et le <i>bingata</i> okinawaïen.....	120
---	-----

b- De la teinture végétale (recettes et expérimentations) : le domaine des bois [écorces et feuilles – bruns, jaunes, verts] – <i>une végétation locale investie</i>	128
--	-----

c- De la teinture végétale (recettes et expérimentations) : le domaine de l'indigo [feuilles – bleus] – <i>pluralité des poétiques ou poïétique de la teinture ?</i>	136
--	-----

d- De la teinture végétale et animale (recettes et expérimentations) : le domaine du pourpre [coquillages et racines d'orcanette – violets] – <i>l'éphémère ou l'esthétique du luxe</i>	149
---	-----

e- De la teinture végétale (recettes et expérimentations) : le domaine du carthame [ligules – du rose givré au rouge mordoré] – <i>du curatif et du rituel dans la couleur</i>	153
--	-----

II.2 Ethnographie de pratiques tinctoriales végétales [liées à des terroirs] et mise en tension de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice »..... 164

a- Objectifs, géographie des lieux d'investigation et question de la posture.....	165
---	-----

b- Île de Hachijô : domaine des couleurs métalliques et de leur oxydation – <i>de la perte de repères à l'auto fiction</i>	168
--	-----

c- Île de Kume : domaine des noirs et des rouges – <i>l'accompagnement universitaire comme obstacle à l'invention</i>	183
---	-----

d- Île de Miyako : domaine des bleus et des gris – <i>du rituel codifié de la patine au jeu du hasard et de l'invention dans la teinture</i>	192
--	-----

II.3 Ethnographie de pratiques chamaniques japonaises : de la mise à distance [croyances et rituels] à l'expérience [« fictionnalisation » et instauration]..... 215

a- De la considération du « faire » et de ses représentations : le chamanisme et les pratiques magiques.....	217
--	-----

b- De la structuration des « relations au divin » au Japon, de ses croyances et de ses rituels : le shintô, les techniques oraculaires et le chamanisme.....	223
c- De la structure propice au surgissement et du mode d'entrée en communication avec les dieux : possession ou chamanisme ?.....	232
d- Poïétique d'une enquête ethnographique et « fictionnalisation » d'une <i>rencontre</i>	237
e- La « <i>traduction</i> en acte » et le jeu du « <i>je</i> et <i>elle</i> » dans le cadre d'une enquête ethnographique : instauration et mise en perspectives.....	241

PARTIE TRANSITION

Coexistence de la *tradition* et de la *modernité* au Japon Terrains modélisés par deux théoriciens de la couleur

<i>Introduction</i> à la « <i>partie transition</i> ».....	251
--	-----

I. Modélisation : patrimonialisation des couleurs japonaises du point de vue de la culture matérielle et de ses usages

I.1 Construction d'une <i>tradition</i> : histoire contextuelle aux « faire » et à leurs usages, et de leur transmission par les symboles.....	256
I.2 Sachio Yoshioka : analyse domaniale des « couleurs matières » mettant en relation des techniques (le « faire » artisanal) et des usages culturels (le langage).....	271

II. Modélisation : typage des couleurs japonaises du point de vue de l'industrie et de ses représentations culturelles

II.1 Combinaisons de couleurs et signifiés : construction d'un langage typologique.....	280
II.2 Shigenobu Kobayashi : le « Color Image », des représentations culturelles pour des processus d'identification.....	290

DEUXIÈME PARTIE

À la recherche des matériaux de l'invention dans les poétiques de l'ingénierie et du marketing : entre innovation et conception de tendances

Introduction à la deuxième partie..... 307

I. L'ingénierie : des « découvertes » scientifiques à l'innovation industrielle, construction d'espaces de référence pour la modernité

I.1 Mutation et substituts : du colorant végétal complexe à sa simplification, le colorant de synthèse..... 314

a- Contexte et *hasard* propices à l'*invention* : des « découvertes » pour « faire » de la couleur..... 315

b- Mise en commun des savoirs et *transmission* : poétiques du métier de teinturerie..... 318

c- Import-export et luttes de pouvoir économique : la fin des « trouvailles » et la nécessité d'*innover*..... 322

d- Des couleurs végétales localisées à leur *synthèse* : des substituts pour la *modernité*..... 325

I.2 Innovation : design et industrie, construction d'« espaces de références couleur » pour la modernité..... 331

a- De l'*invention* à l'*innovation* : le programme..... 331

b- Des « couleurs locales » [codifiées et classées] et des systèmes pour construire une « expérience commune »..... 336

c- La production en série de « lieux images », une « mémoire de substitut » : re-présenter pour « reconnaître »..... 344

d- Des « lieux images » combinés au langage : des manipulations, du concepteur à l'utilisateur. 347

II. La conception de tendances : poétiques de substitution et processus d'identification

Introduction préparatoire à la conception de tendances..... 351

II.1 Conception de tendances et méthodes « socio marketing » : de quelle construction culturelle est-il question lorsque l'humain est considéré comme un objet marchand ?	358
a- De la loi d'un système causal : des mouvements aléatoires stabilisés et validés, la « fictionnalisation » de la notion de <i>tendance</i> comme modèle « prédictible ».....	359
b- Un programme pour la société de consommation : modéliser les usages.....	367
c- Le métier du « marketer » ou le jeu du « nous » : posture de départ et processus d'identification.....	376
d- Les substituts opératoires du marketing : <i>traduction</i> de <i>synthèses</i> et systématisation sémiologique.....	381
e- La segmentation du marché ou la définition d' <i>identités</i> en tant qu'entités stables : le modèle biologique pour la manipulation de l'« animal social ».....	387
f- Des typologies et des modélisations opératoires pour la « culture de marché » : un système d'anticipation.....	399
II.2 Conception de tendances et langage : quand dire c'est faire la modernité	410
a- De la <i>poiésis</i> et de la <i>praxis</i> : des néologismes et la construction d'un « langage commun » pour concevoir une <i>modernité</i> en train de se faire.....	410
b- De la manipulation des réceptions jusque dans la <i>traduction</i> des « discours » énoncés : le programme tend à structurer l' <i>invention</i> du quotidien, pour des identifications opératoires.....	424
II.3 Conception de tendances et « fictionnalisation » de la modernité : construction d'« expériences communes » pour des processus d'identification	436
a- Des « lieux images » [« <i>Paris, centre de la mode</i> » et « <i>exotisme de l'Orient</i> »] et des histoires individuelles : <i>intentions</i> et traversées pour la construction d'une <i>modernité</i>	439
b- Cartographie exploratoire de la notion d' <i>exotisme</i> définie sur le terrain de la conception de tendances : localisation de « couleurs locales » et d' <i>images</i> , actrices d'une fiction.....	453
c- Des fragments et de leur mise en relations : des « effets-monde » pour des processus d'identification.....	465

**Du poétique à l'ethno-poïétique :
pratiques de l'invention et de la conception**

Introduction à la troisième partie..... 477

I. Appropriation des poétiques de l'ingénierie et du marketing dans des conceptions en arts

I.1 Des « couleurs importées » comme *fictions* du Japon : conception de cartographies et simulation de cahiers de tendances..... 482

a- Méthodologie de projet et conception..... 483

b- Mise à l'épreuve de l'expérimentation de conception de tendances et perspectives engagées..... 495

I.2 Géographie des couleurs : par quels processus concevoir la « cartographie chromatique » d'un lieu pour des « pratiques-usages » à venir ?..... 499

a- Relation au « terrain » et typage : articulation de territoires patrimoniaux et de nuanciers industriels..... 500

b- Des couleurs locales identifiantes : du *patrimoine* représenté pour le tourisme aux chemins de traverse..... 506

I.3 D'une auto-fiction duale pour une mise en relation de l'Europe et de l'Asie : continuité et rupture entre deux figures féminines contées..... 519

II. Ethno-poïétique : appropriation de techniques tinctoriales et de symbolisations japonaises et françaises dans le cadre d'une installation

Introduction préparatoire à l'ethno-poïétique au regard d'une instauration..... 526

II.1 Identifications : « pensée sauvage » et mise en relation de « lieux », des occurrences plastiques pour une conception..... 532

II.2 Appropriations et transformations : matérialisation d'hybrides et mise en espace pour « faire monde » de traces et de fictions..... 543

II.3 Mémoires et imaginations en partage : l'installation comme nouveau territoire propice aux hasards.....	551
<i>Partie conclusive et prospective.....</i>	<i>561</i>
<i>Bibliographie.....</i>	<i>586</i>
<i>Annexes.....</i>	<i>623</i>
<i>Index Rerum.....</i>	<i>673</i>
<i>Index Nominum.....</i>	<i>681</i>
<i>Lexique.....</i>	<i>685</i>

Table des illustrations

PREMIÈRE PARTIE

Fig. 1 – Extraction et préparation de la fibre de bananier (<i>bashôfu</i>), Michiko Uehara, Okinawa, mars 2005.....	122
Fig. 2 – Motifs <i>bingata</i> et <i>katagami</i> : Collection particulière de Reiko Fujimura, Naha, Okinawa, 14 décembre 2004.....	123
Fig. 3 – Reiko Fujimura présente sa collection de kimonos en <i>bingata</i> , Naha, Okinawa, 14 décembre 2004.....	125
Fig. 4 – Pigments importés de Chine et échantillons de <i>bingata</i> colorés avec ces mêmes pigments (à l'exception du fond, teint à l'indigo), Collection personnelle de Jun Kataoka, Université des Ryûkyû, Okinawa, 2005.....	126
Fig. 5 – Expérimentation de teinture avec de la baie de <i>yamamomo</i> (<i>Myrica rubra</i>) : Université des Ryûkyû, Okinawa, le 29 octobre 2004.....	129
Fig. 6 – Ikat (soie et écorces) par Michiko Uehara, Atelier de Michiko Uehara, Okinawa, 8 décembre et 17 novembre 2004.....	130
Fig. 7 – Écheveau de soie teinte au <i>suou</i> (<i>Sazapinia sapan</i>) sur soie, Atelier de Michiko Uehara, Okinawa, 8 décembre et 17 novembre 2004.....	130
Fig. 8 – Nao Uehara teignant au <i>suou</i> (<i>Sazapinia sapan</i>), Atelier de Michiko Uehara, Okinawa, 17 novembre 2004.....	131
Fig. 9 – « <i>Ûjizome : Tomigusku special original brand</i> », Prospectus distribué dans Kokusai dori, Naha, Okinawa, 2004.....	133
Fig. 10 – [planche contact] « <i>Ûjizome</i> », Processus tinctorial avec de la canne à sucre : Atelier Miyako-Shinei, île de Miyako, Okinawa.....	134
Fig. 11 – Coton et soie teints au <i>kihada</i> (<i>Phellodendron amurense</i>), Jun Kataoka, « special class », Université des Ryûkyû, Okinawa, le 14 octobre 2004.....	135
Fig. 12 – Différents types de plantes à indigo poussant sur l'archipel d'Okinawa.....	136
Fig. 13 – Kimono en fibre de bananier teint à l'indigo (photographies et croquis réalisés par	

Jun Kataoka) : Collection du « Kumejima Center of Nature and Culture ».....	137
Fig. 14 – Vêtements féminins traditionnels okinawaisiens [<i>bashô fu</i> (« fibre de banane » locale) et soie de Chine, « bruts » ou teints à l'indigo], Collection du « Kumejima Center of Nature and Culture ».....	138
Fig. 15 – Diagramme des paramètres acteurs du processus tinctorial utilisant des colorants végétaux.....	142
Fig. 16 – Bassin de trempage des feuilles de <i>Ryûkyû ai</i> (<i>Strobilanthes cusia</i>) : Ferme de Inoha Seisho, Motobu, Okinawa, 12 novembre 2004.....	144
Fig. 17 – Bassin n°1 de décantation et bassin n°2 de récupération [méthode traditionnelle okinawaïenne de teinture à l'indigo], Ferme de Inoha Seisho, Motobu, Okinawa, 12 novembre 2004.....	144
Fig. 18 – Anciennes fosses à indigo en terre, Terrain de Maeshiro Okishige Nago, le 7 juillet 2006.....	146
Fig. 19 – [planche contact] Fabrication de la pâte d'indigo, étagement des bassins [méthode indienne], Terrain de Maeshiro Okishige, Nago, Okinawa, le 7 juillet 2006.....	146
Fig. 20 – « Festival <i>Usudeku</i> » (photographies réalisées par Jun Kataoka), Okinawa, le 24 octobre 1999.....	148
Fig. 21 – Costume traditionnel teint aux racines de <i>murasaki</i> (<i>Lithospermum erythrorhizon</i>), Fête au palais impérial de Kyôto.....	150
Fig. 22 – Expérimentations au <i>kaimurasaki</i> (<i>Rapana venosa</i>) sur soie, processus de coloration, Symposium international « Natural Dyeing Pigments Congress », Onna, Okinawa, le 23 juin 2005.....	152
Fig. 23 – Schéma mettant en relation les notions de « couleur matière » et de « couleur culture », articulant la pratique tinctoriale du carthame et ses usages traditionnels au Japon.....	154
Fig. 24 – Exposition de kimonos japonais contemporains (teinture aux fleurs de carthame – pour le « rose givré » – et motifs à la feuille d'or), Symposium « <i>Naturally...</i> », Hyderabad (Inde), novembre 2006.....	156
Fig. 25 – Processus tinctorial du <i>benibana</i> (<i>carthamus tinctorius</i> L.) - Recette n°1 : Jun Kataoka, professeur à l'université des Ryûkyû, Okinawa.....	157
Fig. 26 – Processus de fabrication du <i>kuchibeni</i> (rouge à lèvres au carthame) - Recette n°4 : Jun Kataoka, professeur à l'université des Ryûkyû, Okinawa.....	159
Fig. 27 – Carte géographique des lieux d'investigation prévus et localisation des plantes	

tinctoriales, Mission JSPS / CNRS, Japon, été 2006.....	167
Fig. 28 – [planche contact] « Kihachijô workshop », Meyu Kôba Studio, Hachijô, 21 juin 2006.....	170
Fig. 29 – Fils de soie teinte au <i>kobunagusa</i> (<i>Anthraxon hispidus</i>), <i>tabu no ki</i> (<i>Persea thunbergii</i>) et <i>shii</i> (<i>Pasania edulis</i>), Atelier de tissage Yamashita, Hachijô, 22 juin 2006.....	171
Fig. 30 – Tissage des fils de soie teints au <i>kobunagusa</i> (<i>Anthraxon hispidus</i>), <i>tabu no ki</i> (<i>Persea thunbergii</i>) et <i>shii</i> (<i>Pasania edulis</i>), Atelier de tissage Yamashita, Hachijô, 22 juin 2006.....	172
Fig. 31 – Processus de teinture au <i>tabu no ki</i> (<i>Persea thunbergii</i>), Atelier de Yoshihiro Saijô, Hachijô, 23 juin 2006.....	172
Fig. 32 – Processus de teinture au <i>tabu no ki</i> [suite], <i>kobunagusa</i> (<i>Anthraxon hispidus</i>) et <i>shii</i> (<i>Pasania edulis</i>), Atelier de Yoshihiro Saijô, Hachijô, 23 juin 2006.....	173
Fig. 33 – Tissage des fils de soie rouilles (<i>tabu no ki</i>), ors (<i>kobunagusa</i>) et argents (<i>shii</i>) : Chambre de Kayomi Isezaki, Hachijô, 23 juin 2006.....	175
Fig. 34 – Auto fiction à Hachijô : le <i>onsen</i>	181
Fig. 35 – <i>Oxydations</i> : or, cuivre et vert-de-gris.....	181
Fig. 36 et 37 – <i>Noir de roche</i> : reflets d'argent, vert-de-gris et rouille.....	182
Fig. 38 – Kimonos de Hachijô jima, Photographies de Yasuko Kosaka.....	183
Fig. 39 – Écheveaux de soie teinte à la boue (<i>dorozome</i>), au <i>tikachi</i> , au <i>fukugi</i> , au <i>gûru</i> , à l' <i>ûji</i> et au <i>yûna</i> , « Kumejima tsumugi Center », Kume, 20 juillet 2006.	185
Fig. 40 – Processus de fabrication du « Kumejima tsumugi » [teinture à la boue et patine], « Kumejima Center of Nature and Culture », Kume, 19 juillet 2006.....	187
Fig. 41 – Mise en situation du processus de teinture à la boue (<i>dorozome</i>), « Kumejima Center of Nature and Culture », Kume, 19 juillet 2006.....	187
Fig. 42 – Soie teinte au <i>fukugi</i> et écheveaux mordancés à la boue (<i>dorozome</i>) après avoir effectué la réserve (<i>kasuri</i>), pour le tissage du « Kumejima tsumugi », noir et or.....	188
Fig. 43 – Filage des bobines et métiers à tisser, « Kumejima tsumugi Centre », Kume, 20 juillet 2006.....	188
Fig. 44 – « Kumejima tsumugi » : échantillons.....	189
Fig. 45 – Exemples de végétaux employés pour le « Kumejima tsumugi » : <i>sharinbai</i> (<i>Raphilolepsis umbellata</i>), <i>fukugi</i> (<i>Garcinia subelliptica</i> ou <i>Garcinia Spicata</i> , Hook.) et <i>gûru</i> (<i>Smilax china</i>).....	189
Fig. 46 – [planche contact] Teinture au <i>gûru</i> , « Kumejima tsumugi Centre », Kume, 20	

juillet 2006.....	190
Fig. 47 – Sol de la plage de Kume : <i>kame</i> (carapace de tortue).....	191
Fig. 48 – Obi et kimono “kumejima tsumugi”, « Kumejima Center of Nature and Culture », Kume, 20 juillet.....	191
Fig. 49 – [planche contact] Filage de la ramie, teinture à l’indigo des fils réservés (ikat), enduction et peignage des fils teints avant de les placer dans le métier à tisser, Centre de « Miyako <i>jyôfu</i> », Miyako, 16 août 2006.....	195
Fig. 50 – [planche contact] Placement des fils teints et enduits dans le métier à tisser, brossage et enduction à la graisse de cochon des fils au fur et à mesure de l’avancée du tissage, Centre de « Miyako <i>jyôfu</i> », Miyako, 16 août 2006.....	196
Fig. 51 – [planche contact] Finalisation de fabrication du « Miyako <i>jyôfu</i> », Centre de « Miyako <i>jyôfu</i> », Miyako, 16 août 2006.....	197
Fig. 52 – [planche contact] Les motifs du « Miyako <i>jyôfu</i> », Collection de Takeshi Sunagawa, Miyako, 15 août 2006.....	198
Fig. 53 – [planche contact] Le processus de patine du « Miyako <i>jyôfu</i> » par Takeshi Sunagawa, Miyako, 15 août 2006.....	199
Fig. 54 – [planche contact] <i>Yusu no ki, getto, sôshiju</i> (plantes tinctoriales), ramie teintée et <i>jikuburi</i> (ikat – petits motifs), Atelier de Reiko Shinzato, Miyako, 15 août 2006.....	201
Fig. 55 – [planche contact] Gris (<i>mokumao</i>), bleus (<i>Ryûkyû ai</i>) et « jaune des Ryûkyû » (<i>fukugi</i>), Atelier de Reiko Shinzato, Miyako, 15 août 2006.....	202
Fig. 56 – Motifs textiles contemporains pour kimonos et « art de vivre » (fibres et colorants végétaux), Atelier de Michiko Nakasone, Miyako, 16 août 2006.....	205
Fig. 57 – « Ombre et lumière », <i>tissage d’épure</i> , Atelier de Michiko Nakasone, Miyako, 16 août 2006.....	206
Fig. 58 – L’ <i>indo ai</i> du jardin à la cuve : la teinture à l’indigo selon Mieko Sunagawa, Cour et jardin de Mieko Sunagawa, Miyako, 16 août 2006.....	208
Fig. 59 – La teinture au <i>fukugi</i> selon Mieko Sunagawa.....	209
Fig. 60 – Chroma maximum pour colorants « naturels » [ramie patinée].....	210
Fig. 61 – « La femme araignée » : démêler les fibres teintes pour le tissage, Cour de Mieko Sunagawa, Miyako, 16 août 2006.....	211
Fig. 62 – Cérémonie du riz, maison du culte des ancêtres, Japon, île de Kume, le 20 juillet 2006.....	235
Fig. 63 – Aureaus Solito et Daniel Lopez à Shuri, 12 août 2006 ; <i>yuta</i> Inamine chez elle,	

17 août 2006.....	239
-------------------	-----

PARTIE TRANSITION

Fig. 64 – Sachio Yoshioka, « <i>Ai shita kuro</i> » & « <i>Beni shita kuro</i> » [« indigo sous noir » et « carthame sous noir »].....	272
Fig. 65 – Sachio Yoshioka, « Prunier rouge en fleur » (<i>Kôbai</i>) ; combinatoire chromatique.	274
Fig. 66 – J. W. von Goethe, <i>Farbenkreis</i> [« cercle chromatique »], aquarelle sur papier, 1810.....	283
Fig. 67 – J. W. von Goethe, F. Schiller, <i>Die Temperamentose</i> , 1799.....	284
Fig. 68 – Michel-Eugène Chevreul, Gamme de brins de laine teints à la garance.....	286
Fig. 69 – Michel-Eugène Chevreul, « Cercle chromatique IV : les couleurs franches ».....	286
Fig. 70 – Michel-Eugène Chevreul, « Hémisphère des couleurs », papier, 1839.....	286
Fig. 71– Modélisation du système conçu par Chevreul en couleurs, simulation 3D, Bruce MacEvoy, 2008.....	286
Fig. 72 – Shigenobu Kobayashi, “The Color Image Scale”.....	292
Fig. 73 – Shigenobu Kobayashi, “Combining Artificial and Natural Colors”.....	294
Fig. 74 – Shigenobu Kobayashi, “Image Scale for Food Packaging” & “Food Image and Color”.....	297
Fig. 75 – Combinatoires de couleurs et signifiés d’états “psycho sociologiques” au Japon.....	299
Fig. 76 – Combinatoires de couleurs et espaces de références communs au Japon.....	302

DEUXIÈME PARTIE

Fig. 77 – “Munsell Color Solid” & “Munsell Color System”, systèmes modélisés en « trois dimensions » par John Kopplin, USA, 2004.....	342
Fig. 78 – Schéma de mise en relation des notions de « couleur matière » et de « couleur image », Structuration des « expériences communes » de la couleur.....	453
Fig. 79 – « <i>De la terre</i> », neutralité et mise à distance opératoires, Visuels extraits de « Museum, The curiosity cabinet of natural history », <i>Tendances</i> , été 2007, "Trend Union",	

Paris, 2005.....	460
Fig. 80 – Fiction de la collecte et « lieux images » de <i>nulle part</i> , Visuels extraits de <i>Pattern Book, été 2007</i> et <i>Well Being Bible, 2008</i> , "Trend Union", Paris, 2005.....	462
Fig. 81 – Fiction d' <i>Orient</i> et « lieux images » de l' <i>exotisme</i> , Visuels extraits de <i>Well Being Bible, 2008</i> , "Trend Union", Paris, 2005.....	463
Fig. 82 – Fiction du <i>Japon</i> et schèmes d'identification, Visuels extraits de <i>Well Being Bible, 2008</i> , "Trend Union", Paris, 2005.....	464

TROISIÈME PARTIE

Fig. 83 – <i>Inspirations Culinaires</i> : Simulation de cahiers de tendances et fictions japonaises.....	487
Fig. 84 – Tendance <i>Ludic</i> : Cahier n°1 <i>Fairy Tales</i> ; Cahier n°2 <i>Synthetic Geisha</i>	488
Fig. 85 – Tendance <i>Natural</i> : Cahier n°3 <i>Vivifiant Landscapes</i> ; Cahier n°4 <i>Basic Terms</i>	489
Fig. 86 – Paradigme identitaire japonais « <i>tradition – modernité</i> » : Gamme <i>Basic Terms</i> et Gamme <i>Synthetic Geisha</i>	490
Fig. 87 – Tendance <i>Poetic</i> : Cahier n°5 <i>Origine Imaginaire</i> ; Cahier n°6 <i>Ineffable Fugitive</i>	492
Fig. 88 – Mythe japonais du « monde flottant » : Gamme <i>Origine Imaginaire</i> et Gamme <i>Ineffable Fugitive</i>	494
Fig. 89 – Jean-Philippe Lenclos, Dresser la carte des couleurs d'une modénature architecturale [<i>Contretyper ; Croquis, modénature et matériaux</i>].....	501
Fig. 90 – Jean-Philippe Lenclos, Cartes des couleurs de l'Inde [<i>Enduits à l'ocre à Jaipur – Carte des façades des rues adjacentes, Jaipur, janvier 1996 ; Badigeons à l'indigo à Jodhpur – Carte des habitations de Jodhpur, 1996</i>].....	503
Fig. 91 – Couleurs patrimoniales de l'Inde : le domaine des oranges.....	504
Fig. 92 – Trois notions de couleur opératoires [«Couleur matière», «Couleur patrimoniale», « Couleur culture »] : exemple de l'ocre et de ses usages.....	507
Fig. 93 – Interrelation entre « couleurs matières » (sous-tendant des techniques particulières) et « couleurs patrimoniales » (engageant des processus d'identification) : ocre et indigo du Pays Dogon, village de Telly, Mali, janvier 2008.....	511
Fig. 94 – Carte géographique du Tarn-et-Garonne et Carte des « couleurs locales » :	

Analyse de l'existant communicationnel.....	512
Fig. 95 – Carte des « couleurs matières » du Tarn-et-Garonne : Analyse de l'existant matériel.....	514
Fig. 96 – Carte conceptuelle de mise en relation en Tarn-et-Garonne : « Couleur matières » – Géographie – Parcours initiatique.....	516
Fig. 97 – Paradigme conté : <i>Japon, Pays du soleil levant – France, Crépuscule lunaire</i> [Gamme de <i>Dame Renarde</i> et Gamme de <i>Peau d'Ane</i>].....	521
Fig. 98 – Installation : <i>Dame Renarde et Peau d'Ane, femmes imaginaires de Chine et de France</i> : Abbaye de Belleperche (82), été 2004.....	522
Fig. 99 – Installation : <i>Dame Renarde et Peau d'Ane, femmes imaginaires du Japon et de France</i> : Festival "Les tribernales au Japon", La basse cour, Lavaur (81), mars 2008.....	523
Fig. 100 – Tableau : « Couleurs matières » identificatrices d' <i>ethnos</i> et fictionnalisation d'une mémoire.....	536
Fig. 101 – Tableau : Plasticité des « pratiques-usages » mises en relation.....	537
Fig. 102 – Parcours : installation <i>Kami no Ki</i> . Urasoe Art Museum, Okinawa, Japon, Juin 2006.....	544
Fig. 103 – Totems : <i>omamori</i>	545
Fig. 104 – Talismans : relation [<i>kankei</i>], entrevue [<i>menkai</i>].....	546
Fig. 105 – Nouer, tresser, entremêler : détail de <i>French witch</i> (fibres et colorants végétaux et animaux).....	548
Fig. 106 – Échanges : sculpture textile <i>French witch</i> . Urasoe Art Museum, Okinawa, Japon, Juin 2006.....	552
Fig. 107 – Échanges : sculpture textile <i>Gajumaru spirit</i> . Urasoe Art Museum, Okinawa, Japon, Juin 2006.....	553
Fig. 108 – Jeux.....	554
Fig. 109 – Histoires.....	555
Fig. 110 – <i>Benibana, benizara</i> : le fil à la bouche nouée.....	559

PARTIE CONCLUSIVE ET PROSPECTIVE

Fig. 111 – Diagramme du va-et-vient opératoire entre modélisation et « faire en acte ».....	576
Fig. 112 – Cartographie de l'ethno-poïétique en construction.....	577

Fig. 113 – Cartographie de « lieux images japonais » propices à des processus d'identification.....	578
Fig. 114 – Cartographie de mise en relation ethno-poïétique : complexité des « pratiques-usages ».....	583

Introduction

Créer c'est créer un avenir. Ceci n'implique nullement qu'une création soit sans passé.¹

Le sujet de cette thèse est né de la « découverte » des cahiers de tendances et des envies qu'ils ont suscitées. À la fois méthodes et outils visuels, conçus pour engager l'étape préliminaire aux processus de conception des produits de consommation au sens large (mode, design produit, packaging alimentaire, etc.). Ils foisonnent de mots, d'images et de couleurs, apparaissant comme un bricolage astucieux conférant à leurs concepteurs la double posture de « chercheur » et de « plasticien ». À partir de constat, l'envie s'est faite sentir de les rencontrer.

Catherine Champeyrol, chargée de développement international pour "Carlin International", Françoise Serralta, directrice de recherche et prospective et Marie-Françoise Gane, chargée de développement Asie pour "Peclers Paris", et enfin Vanessa Bathut, directrice de production pour "Trend Union", m'ont ouvert les portes d'un monde de femmes. Au sortir de ces rencontres, un double sentiment de séduction, de fascination mais aussi de déception, voire de trahison, face au formatage du langage employé s'est imposé. Au gré de leurs discours, les individus étaient présentés uniquement comme des consommateurs, dont les rêves se trouvaient être modélisés et les désirs rationalisés. Et un doute s'est installé au regard de l'intention sous-jacente de concevoir des désirs, voire des intentions créatrices. En effet, ces cahiers s'adressent non seulement aux designers mais aussi, par extension, aux consommateurs eux-mêmes.

Une fois sur le « terrain », deux constats ont été établis. La conception de tendances fonctionne en circuit fermé : celle-ci trouve ses sources dominantes dans les magazines de mode pour concevoir les courants de mode à venir. Une sclérose est donc pointée. La

¹ René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 27.

démarche prospective collecte ses idées à l'international pour des consommations à l'échelle mondiale. Allant cependant décrypter les tendances dans des lieux où la consommation est effective (collectes dans les quartiers à la mode de Tôkyô notamment), sans prise en compte des particularités culturelles. De plus, considérant que l'Asie est le lieu le plus lointain géographiquement de l'Europe, celui-ci semble davantage propice aux *fantasmagories* ou aux *fictions*, laissant *a priori* plus de place à l'imagination de par son caractère étranger, voire inconnu. Le second constat fût alors d'entendre ces femmes parler de l'Asie (la Chine et le Japon, principalement « ciblés ») avec des « lieux communs » très établis, contraignant ainsi l'imagination qu'elles sont censées impulser. De ce manque de connaissance accru mais effectivement partagé, s'est imposée la nécessité du voyage.

Partir pour concevoir, avec l'hypothèse que ce qui est donné comme « structure commune » empêche de rencontrer effectivement l'*autre*. De là, la nécessité de construire une méthode empruntant des outils à l'ethnographie : *ethnos*, sous-tendant la rencontre d'un *peuple autre* (par ses pratiques et ses usages), et *graphie*, pour représenter, « donner trace ». Traces en train de se faire donc, et dont on ne pourrait parler sans la poïétique.

La poïétique, quels que soient les résultats de sa recherche sera science et philosophie en ceci qu'elle se retiendra de toute facilité idéologique et se fera forte d'élucider le phénomène des conduites créatrices comme fait anthropologique, nous mettant devant nos responsabilités éthiques actuelles.²

Prenant compte cependant que toute « observation » se fera sans conteste avec l'entrelacs à la fois actif et réflexif de celui qui observe. Comment alors concevoir une *diversité*, des transformations mais aussi la rencontre elle-même ? Comment, au travers des images et des mots, est-il seulement possible de concevoir des *tendances* ?

De quelles *relations* parle-t-on dans les tendances ? Il est ici question d'une société de consommation, industrialisée et identifiant des groupes d'individus à des « marchés » (dans un schéma « socio marketing », méthodologie empruntée par les concepteurs de tendances,

² René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 7.

qui eux-mêmes conçoivent en groupe). Il est question de fournir à ces individus des images propices à éveiller leurs désirs, à modéliser leurs besoins, à structurer leur *imagination* et leur *mémoire* pour des identifications « fécondes », pour l'équilibre de l'offre et de la demande. Quel est le « sens commun » dans une telle société ? Et comment se construit-il ? Quels « lieux images » sont-ils conçus par les bureaux de style (précurseurs des produits de consommation au sens large) au sujet de l'Asie ? De quel *autre* parle-t-on dans les tendances ?

Si concevoir signifie « créer du nouveau », est-il possible de programmer les usages et les pratiques à venir ? À partir de quelles *mémoires*, de quelle connaissance les concepteurs de tendances traduisent-ils les *imaginations* naissantes ? De quelle relation au temps est-il question ? Ritualiser le monde de la consommation afin qu'il *ressemble* au « monde », avec ses saisons, ses morts et ses naissances. Mais aussi, *inventer* – soit ici, au sens de [se *substituer* à] – un « nouveau » langage commun, avec ses mythes, ses codes et ses croyances, pour permettre au consommateur de « donner du sens » à ses achats. La mnémotechnique rationnelle insiste alors sur le principe de l'ordre et confond peu à peu le problème de la *mémoire* avec celui de la *méthode*. En ce sens, de quels types de processus d'identifications est-il question ?

Constater que les teinturiers et tisserands doivent produire des étoffes de qualité à bas prix, utilisant des colorants de synthèse pour accélérer les processus de confection dans le but de « s'adapter au marché ». Dès lors, de quelle « universalité » s'agit-il lorsque le « faire » est tributaire de *fantasmagories* ? Que devient la *diversité* des savoir-faire lorsqu'en amont sont conçus des « espaces de références communs » ? Quelle définition de l'*exotisme* est-elle donnée au sein de la conception de tendances ? Les « fictionnalisations » accrues des *identités*, et par extension de l'*autre*, ont-elles remplacées les Expositions Universelles du début de la modernité ?

Partant de là, de quelle manière concevoir les *relations* entre l'Europe et l'Asie ? Comment *traduire* des représentations dynamiques ? Quelles méthodes et quels outils concevoir pour « dire » la *diversité* et permettre d'en saisir ses variabilités, ses transformations ?

D'un point de vue global, la compréhension de la *diversité* commence par le constat que les savoir-faire dits « traditionnels » de l'*ailleurs* sont identifiés à l'archaïsme, les opposant directement à l'*innovation*. Cela conduit parfois les concepteurs de tendances eux-mêmes à

« trouver » dans les créations qui en découlent l'indice d'une « origine mythique », nécessitant d'être représentée. Pourtant, au plus près des pratiques traditionnelles, l'*invention* et le *hasard* prennent leur place et sont propices à la création contemporaine. De plus, autant les savoir-faire dits « traditionnels » que ceux dits « modernes » sont affaire de règles et de procédures (permettant d'en définir les poétiques), et donc d'institution. Il convient donc d'en étudier autant les modélisations structurantes que les « chemins de traverse », voire l'opacité des écarts que les *poiésis* investissent.

La posture ici engagée nécessite une approche interculturelle à différents niveaux (de pratiques et d'usages) qui correspondent à la compréhension de différents « terrains » mis en relation : Europe (France) – Asie (Japon), « je » – l'*autre*, industriel (ingénierie, design management) – artisanal (textile), arts plastiques – arts appliqués [au niveau des intentions mises en œuvre], « faire » – « dire », diversité – unités. Sous forme de passages, de jonctions, d'échanges : une *pensée de la relation* se construit. Modèles, mythes et symboles structurent les échanges. Systèmes et modèles sémantiques à ambition universelle se présentent alors comme une sorte de grosse structure modélisante repérable. Ils sont cependant à considérer comme des outils, utiles à la conception. S'impose la nécessité de comprendre que chacun de ces outils correspond à des constructions de pensées, liées à des cultures (particularités), mais aussi propices à des croisements, voire des mises en relation. Malléabilité, variabilité des échanges qui conduisent à concevoir la modularité des mots pour les dire et donc des modèles eux-mêmes (une « *doxa* oblique »³).

En ce sens, l'histoire des « faire » et des usages (lieu des symbolisations) est alors considérée comme mémoires en train de se construire, pouvant potentiellement se transformer en champs de références communs pour des « expériences communes ». Par exemple, en terme d'outils matériels et conceptuels, au niveau du « design management », des « langages typologiques » sont mis en place (sémantique et énoncés performatifs⁴) et forment des représentations de la couleur, intimement liées aux teintes produites par l'industrie. Ces modélisations participent à une certaine méthodologie de projet en arts appliqués, investissant des considérations marketing, et posant la question du « comment structurer le travail du coloriste (travaillant

³ Si la *doxa* (du point de vue du langage dans sa relation à des pratiques), pour Anne Cauquelin, se construit par les « rumeurs » : ce que les gens disent à propos de leur ville, comment ils la voient, de quelle manière ils en parlent, donnent des noms aux lieux et s'en souviennent). Elle est aussi « dynamique » (elle dynamise l'espace) et « oblique » (tel « un discours qui ne va pas droit ») Cf. Anne Cauquelin, *Cinéville*, Paris, Union Générale d'Éditions, « 10/18 », 1979.

⁴ Cf. John Langshaw Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970, (1962).

pour le design ou l'architecture d'intérieur, par exemple) et quels "outils couleurs" est-il possible de créer pour la mise en place de processus d'identification ? » Considérant les techniques artisanales (pratiques tinctoriales), différentes questions peuvent se poser au designer : comment créer des correspondances chromatiques, du point de vue d'une culture matérielle particulière ? Et comment définir des domaines signifiants ? Aussi la première intention de cette recherche [axée sur les *relations*] est-elle d'aller à la rencontre des pratiques de l'*autre*.

Si la poïétique constitue le fil rouge épistémologique de cette étude, la particularité de la méthode engagée ici est interdisciplinaire, convoquant tour à tour l'ethnographie, l'anthropologie, la philosophie, l'histoire, la traduction, l'étymologie, la botanique et la chimie, selon les nécessités du « terrain » étudié. En effet, elles sont nécessaires à l'étude des processus et des instaurations, ainsi qu'à la constitution du corpus des matériaux utiles à l'« artiste chercheur ». Ainsi, la poïétique est centrale dans cette recherche puisqu'elle permet « d'une part l'étude de l'invention et de la composition, le rôle du hasard, celui de la réflexion, celui de l'imitation ; celui de la culture et du milieu ; d'autre part, l'examen et l'analyse des techniques, procédés, instruments, matériaux, moyens et supports d'action. »⁵ En tant qu'artiste et chercheur, l'objet d'étude central correspond ici aux identifications de techniques tinctoriales selon leur localisation (des *patrimoines* et des *terroirs*), au classement par domaines des couleurs végétales collectées, à l'expérimentation de pratiques singulières et à l'*invention*. Et, d'autre part, aux théories de la couleur et aux « pratiques-usages » (symbolisations) de celle-ci.

En ce sens, l'apport de l'ethnographie est opératoire et permet de considérer la posture du chercheur comme un va-et-vient entre « immersion » et « mise à distance ». L'immersion engage la notion polysémique de *traduction* et pose les questions suivantes : comment j'observe, j'interprète, j'analyse ? Considérant que dans la langue japonaise le « je » est évincé pour laisser place au verbe, sous-tendant une « mise à distance » factuelle. Ainsi, au regard des conditions de terrain fluctuantes, que la présence de l'« enquêteur » induit le « terrain », mais aussi que ce dernier transforme l'enquêteur lui-même (voire, que « je suis pensée, je suis parlée, je suis traversée par des structures qui me préexistent », reprenant ici Claude Lévi-Strauss), le va-et-vient entre « immersion » et « mise à distance » est opératoire

⁵ Définition donnée par Paul Valéry, dans sa leçon inaugurale du 7 mai 1946, citée par René Passeron : (in) *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989, p. 14.

lors de l'enquête elle-même. En ce sens, la notion de *fiction*⁶ est opératoire considérant la double posture de l'enquêteur qui se trouve être aussi concepteur. Ainsi, comment *traduire* un paysage chromatique culturel singulier, sans en trahir la *diversité* ?

En vue de cette question, l'intention est double : comprendre les sociétés du point de vue de l'*homo faber* (instaurations) et de ses processus de « fictionnalisation », mais aussi proposer une *traduction* de l'homme dans sa relation à la matière et à l'*autre*, selon la volonté de ne pas « trahir » la *diversité* de ses usages (et des modélisations qui les accompagnent) et la complexité de ses regards (et de leur relation au langage). Face au problème posé par l'ethnographie de l'« induction », le concepteur propose le « jeu du *comme si* » comme solution. Ainsi, la « fictionnalisation » mise en images et en mots par le concepteur / chercheur pour le regardeur / lecteur sous-tend, par ce faire, la possibilité dynamique de la représentation cartographique. La cartographie, notion là encore polysémique, correspond à la « mise à distance » factuelle (*a posteriori* des enquêtes). Elle permet l'analyse en tant qu'outil procédural. Dans cette recherche, elle est :

- outil d'analyse de représentations et d'« effets-monde » (par exemple, dans le cadre de l'étude des cahiers de tendances, la cartographie de l'exotisme),
- construction d'un « paysage » (couleurs matérielles en train de se faire sur le « terrain » et « cartographie de couleurs importées du Japon »),
- conception de modèles (notions, visuels, circulations).

La conception sous-tend des « transferts de connaissances d'un champ vers un autre [...] des modalités / dispositifs de « traduction », de transposition, voire parfois de collage ou de montage de plusieurs systèmes de références »⁷, qui engendrent de temps à autre une sorte d'hybridation ou « un métissage continu des représentations »⁸. En ce sens, la poïétique et l'ethnographie sont complémentaires (ouvrant sur le statut d'« enquêtrice-conceptrice ») : « car l'objet spécifique de la poïétique n'est pas l'artiste, mais le rapport dynamique qui l'unit à son œuvre pendant qu'il est aux prises avec elle. »⁹ Renvoyant directement à l'ethnographe qui est aux prises avec le terrain. Considérant que « l'enquête ethnologique nous fait accéder

⁶ La *fiction*, à la fois dans son « efficacité à nous donner prise sur le réel » et « comme invention, création », cf. Jean-Marc Lévy-Leblond, *La pierre de touche, La science à l'épreuve*, Paris, Gallimard, 1996, p. 222.

⁷ Robert Prost, « La conception architecturale confrontée à la turbulence de la pensée contemporaine. », (in) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 18.

⁸ *Ibid.*

⁹ René Passeron, *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989, p. 16.

au plus étranger des autrui comme à un autre nous »¹⁰ et pose le problème « d'une communication cherchée, tantôt entre un *moi* subjectif et un *moi* objectif, tantôt entre un *moi* objectif et un *autre* subjectivé. »¹¹ Dans un va-et-vient constant, qui non seulement permet de construire une connaissance du « terrain » (comme « ensemble des relations » énoncées jusque là) investi, mais aussi de questionner l'*opacité* chère au plasticien. Cette opacité qui amènera la méthode à ne pas typer les collectes effectuées, mais plutôt à constituer des domaines de couleurs (échantillons et planches contact) permettant au lecteur de « visiter » à son tour les lieux de la « ponction » et de pouvoir, peut-être, y entrevoir ce qui a pu échapper au texte et à la structuration des analyses. Ainsi, la collecte pratiquée par l'« enquêtrice-conceptrice » (recueillir des matériaux, les organiser et les agencer) est de l'ordre de l'*invention*, et rejoint celle du chercheur qui consiste à prendre des outils (méthodes) dans les textes des autres et des éléments (notions) qui vont lui servir à construire de nouvelles connaissances. L'ensemble constituant de véritables matériaux pour développer *in fine* une pratique artistique contemporaine et des méthodes de conception.

Pour finir, considérant que la construction de connaissance n'est possible qu'aux termes d'un travail de mise en relation, il s'impose au chercheur de concevoir un moyen de montrer les connexions pointées, expérimentées, car la description ne peut se limiter « à collecter et à énoncer les termes de la collection, mais est une activité de transformation du visible. »¹² Ainsi, différentes questions se poseront au chercheur : en quoi l'articulation entre *mémoire* et *imagination* est-elle opératoire à différents niveaux de la conception ? De quelle manière représenter des *relations* (dont le « terrain ») ? Comment concevoir une représentation dynamique ? Faut-il nécessairement définir des *invariants* pour qu'il y ait *relation* ?

Aussi, du point de vue du plasticien, l'objectif est-il de « trouver » ce qui a motivé la plasticienne elle-même (mise à distance) lorsqu'il était question de « rendre visible » une *mémoire* articulée à une *imagination* singulière. De là, la nécessité d'engager la matérialisation du processus exploratoire (*identifications hybrides*). Celle-ci consiste alors en l'appropriation et en l'expérimentation des différents matériaux (plastiques et conceptuels) par l'instauration d'installations, permettant de mettre en jeu ces questions *in situ* en les

¹⁰ Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » par Claude Lévi-Strauss, p. XXXI.

¹¹ Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » par Claude Lévi-Strauss, p. XXXI.

¹² François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 122.

confrontant aux regards. Dès lors, est-il possible de construire une « structure » propice aux « surgissements » ?

Cependant, cette exploration de l'expérience elle-même ne peut se contenter de la mise à distance, soulevant l'instinct du plasticien comme opacité du « faire en train ». Ainsi, de quelle manière structurer et dire (faire entrer dans le langage) une pensée « sauvage », voire, l'animalité d'une « pensée du sensible »¹³ ?

Il s'agit alors de constituer des mises en relation comprenant des écarts, des béances, quitte à formuler de l'étrangeté.

¹³ Cf. François Laplantine, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L'anthropologie au coin de la rue », 2005.

PREMIÈRE PARTIE

**À la recherche des matériaux de l'invention :
poétiques et études ethnographiques de la teinture au Japon**

Introduction à la première partie

L'objectif de cette première partie est de collecter des matériaux nécessaires à l'invention d'une conception en arts d'une part¹⁴, et à la construction d'une connaissance singulière au sujet de l'Asie, d'autre part. L'Asie : un territoire limité géographiquement d'abord, duquel l'intérêt s'est porté plus spécifiquement sur le Japon, et plus particulièrement encore sur Okinawa. De cette première considération, la méthode d'une telle investigation est centrée autour de la notion opératoire de *relation*. Aussi plusieurs stades sont-ils nécessaires pour répondre à l'objectif engagé. Tout d'abord, considérer l'Asie, et plus particulièrement le Japon, comme « terrain d'observation » correspond à une première mise à distance. De cette mise à distance de départ, résultant d'un éloignement géographique – terre invisible directement, inconnue de l'expérience – et nécessitant une appropriation, de nombreuses questions s'imposent à la réflexion : quelles images ai-je du Japon ? Qu'est-ce pour moi ? Et, donc, qu'est le Japon pour mes contemporains ? À ce stade de l'investigation, vous l'aurez compris, nous n'en sommes qu'aux présupposés théoriques : quelles représentations du Japon puis-je repérer dans la construction de mon imaginaire à son sujet ? Quel portrait, quelle « carte d'identité » est-il possible de dresser avant d'être allée moi-même sur ce « terrain » ? Ces questions de départ permettent de déterminer un premier parti pris : ce que je verrai du Japon sera en parties – est-il seulement possible de définir en amont, mais aussi pendant le séjour, lesquelles ? – induit par des mythes, construit par des fictions¹⁵, modélisé en quelque sorte. De ce premier postulat découle un premier engagement – qui correspond donc à la première section du premier chapitre de cette première partie : identifier les mythes qui ont conditionné les premiers « explorateurs », ceux pour qui le Japon était « nouveau », puis par d'autres encore, quels objectifs ont-ils motivé leur « quête » ? Autrement dit, la première section de cette partie va permettre de déconstruire ce qui peut être considéré comme la charpente solide de la pensée qui projette et pose problème : cette distance géographique générant en l'esprit nombre de projections, plus ou moins précises et définies, peut vite se transformer en « pensée anticipatrice » une fois sur les lieux. Le risque d'un tel mouvement de

¹⁴ Conception en arts qui correspond au chapitre II de la troisième partie de cette thèse, pp. 526-559.

¹⁵ La fiction, de *finger*, dont le sens initial est « modeler dans l'argile, d'où sculpter, façonner, représenter, faire des figures. » Cf. Jean-Marc Lévy-Leblond, *La pierre de touche, La science à l'épreuve*, Paris, Gallimard, 1996, p. 222.

pensée réside non seulement dans le fait qu'il mènerait à construire une induction solide et à scléroser des idées au sujet du « terrain » à investir, mais aussi à produire des *identités* figées, présumées, stéréotypées, hermétiques à « être modelées », transformées (du point de vue de l'artiste). Et, de plus, engagerait une compréhension partielle et partielle du « terrain » investi (du point de vue du chercheur). En effet, comprendre l'*autre* nécessite de comprendre *soi* et que l'ensemble des constats qui seront effectués correspondront à une construction complexe faite de *relations*. Autrement dit, sans avoir effectué au préalable une sorte de carte des mythologies solides qui constituent le socle de la pensée au sujet du Japon, bien qu'étant physiquement « sur le terrain » (soit, au Japon) l'esprit lui continuerait d'être traversé par des représentations devenues familières, rassurantes, effaçant toute possibilité de *comprendre* non seulement ce qui se joue « sur le terrain », mais encore moins en quoi les *relations*, dans leur complexité (une sorte de feuilletage subtilement imbriqué), sont le « terrain » et les *identités* [en construction selon des « processus d'identification »] elles-mêmes présumées [comme « saillances », « unités isolées »].

À partir de ce postulat, et considérant la posture du chercheur en arts plastiques, il est plus aisé de comprendre la démarche ici engagée : la question d'aller sur une terre inconnue pour y chercher des matériaux pour l'*invention* [construction de connaissance et conception en arts] soulève différents niveaux d'interrogation. Comment procéder si « je » – étudiante française en université japonaise, mais aussi chercheur et « enquêtrice » indépendante, ou encore artiste, en différents temps du séjour – souhaite entrer en relation avec ceux qui seront *mes* hôtes, *mes* voisins, autrement dit *ma* vie¹⁶, durant un an ? En quoi l'ethnographie et ses méthodes¹⁷ peuvent-elles m'y aider ? Mais aussi comment, en tant que plasticienne, ce qui est parfois considéré comme problème pour l'ethnologie peut-il être au contraire le moteur d'une *invention*¹⁸ à venir ? C'est là où la notion de *fiction* devient opératoire : au fil des enquêtes de terrain (dont les méthodes auront été définies en amont), le va-et-vient entre « mise à

¹⁶ Au sujet de l'emploi des adjectifs possessifs formulés en italique : il importe ici de préciser l'absence de formulation de ce type concernant l'appartenance dans la langue japonaise, partant du postulat que personne n'appartient à quiconque, le non usage de ces adjectifs dans ce type de formulation traduit le non individualisme comme pensée commune à toute une nation. Aussi connaître la langue nationale du pays d'accueil apporte-t-il quelques clefs de connaissance sur sa « structure culturelle ».

¹⁷ Les méthodes nécessaires aux enquêtes de terrain, empruntées à l'ethnographie et complétées, seront exposées dans le chapitre I.2 de cette partie, cf. pp. 64-106.

¹⁸ La notion d'*invention* est dans ce contexte liée à la création et à l'acte instaurateur du plasticien ou du concepteur : « celui qui compose, et donc crée ou invente des œuvres », cf. Alain Giré, « Conception de la conception », (in) J. Perrin (sous la direction de), *Conception entre art et science, regards multiples sur la conception*, Lausanne, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2001, p. 48.

distance » et rapprochement lors de l'immersion va permettre de séquencer différents types de relations et de transformer [parfois] l'expérience en « construction fictionnelle active »¹⁹.

Selon ces postulats, le deuxième chapitre de cette partie devra donc être considéré selon deux optiques. Concernant la question de la posture de l'enquêtrice, une mise en tension à différents niveaux de relations [plus ou moins opératoire selon les temps de l'enquête, soit interdépendante aux contextes particuliers des investigations localisées²⁰], l'observation et l'expérimentation de la culture matérielle japonaise. Cette dernière sous-tend des poétiques (processus, savoir-faire, recettes et techniques) mais aussi des usages et des symbolisations (extension du « faire » dans l'usage, dans la mise en relation sociale, soit ici, des études ethnographiques nécessitant l'apport de l'histoire). Ces deux optiques [la mise en tension des niveaux relationnels, en termes de posture, et la collecte de matériaux] sont organisées par *strates*²¹. Elles permettent la mise en jeu de différents moments de l'*invention*²², selon ce cheminement : le lieu de l'enseignement universitaire japonais pour définir des « couleurs patrimoniales », dont le parti pris sera de les organiser par domaines²³, incluant l'identification des végétaux ou des animaux desquels le colorant est extrait, des techniques tinctoriales et des symbolisations liées à des usages particuliers [chapitre II.1]. Puis, au plus local, sortir des jalons de l'institution pour investir des lieux reculés, méconnus, afin

¹⁹ Au sujet des différents types de relations, particulièrement dans la « construction fictionnelle active », considérée comme processus (d'où le terme de « fictionnalisation », renvoyant à l'acte – en action), cf. chapitre I.2.d-, pp. 100-106, au sujet de la méthode de type ethnographique (anticipation au voyage), et, cf. chapitre II.2.b-, pp. 168-183, dans le cadre d'une enquête de terrain (pendant le séjour).

²⁰ La mise en tension au niveau des relations, et donc plus particulièrement celle de la posture de l'enquêtrice – chercheur et artiste, *je* de l'immersion / expérience / rencontre / invention, *elle* de la mise à distance / construction de connaissance / anticipation... –, sera plus ou moins opératoire selon les conditions particulières à chaque enquête, soit si celle-ci opère dans le cadre universitaire, accompagnée du « professeur référent » sur des lieux extérieurs à l'université, accompagnée par un tiers (traducteur, contact obtenu en amont, ... comme « tiers » de mise en relation), ou seule ; pour ces différents moments, cf. l'ensemble du chapitre II, et plus particulièrement le chapitre II.2, pp. 164-214.

²¹ La notion de *strate* (empruntée à la géologie) renvoie ici à la méthode d'investigation employée sur le terrain : du plus « global » – ce qui est « mis en valeur », ce qui est donné à voir comme « savoir-faire japonais traditionnel » (lié à l'histoire, constituant un *patrimoine*, cf. page suivante) – au plus « local » – ce qui est « caché », méconnu, singulier, lieu de la *rencontre* – l'ensemble correspondant à des « techniques traditionnelles » toujours d'actualité (transmission) mais aussi sans cesse « ré-inventées » (*hasard, aléatoire et invention* interfèrent dans les processus, ceux-ci investissant du « vivant », soit la main de l'artisan et des végétaux...).

²² L'*invention* comme « action de trouver » (cf. *Dictionnaire le Petit Robert*, Paris, éditions Dictionnaires Le Robert, 2001), notion liée ici non seulement à la « découverte » (de matériaux, de techniques, de *poétiques* existantes) mais aussi à la « création de combinaisons », à la mise en relation de ce qui est « trouvé » à la mémoire (connaissances, méthodes de coloriste) et à l'imagination (mises en fiction, prémices de la conception).

²³ La notion de « domaine de couleurs » permet de considérer la « couleur », non seulement comme phénomène (selon sa tonalité, sa luminosité et sa saturation), mais aussi selon ses variations (liées à la particularité et aux fluctuations du matériau / du support, de la lumière, de l'hydrométrie, etc.). Par exemple, le « domaine des rouges » comprendra une grande variété de rouges et pourra même s'étendre, selon le contexte, jusqu'aux orangés et aux rosés, puisqu'ils sont composés en partie de rouge [d'un point de vue « pigmentaire » (par mélange pictural, du rouge avec du blanc donne du rose, du rouge avec du jaune donne du orange) ou « optique » (perception des couleurs dans leur relation à la lumière, selon l'interaction de trois types de cônes, rouge – vert – bleu, avec les bâtonnets, sensibles aux réfléchissements lumineux)].

Un « domaine » se définit particulièrement selon des objectifs prédéfinis et la particularité de l'objet étudié, et permet de considérer [dès sa nomination] la « couleur » comme « matière » sujette à des variations causées par de multiples paramètres contextuels (éclairage, effets de matières, regard, proximité des « autres couleurs à côté » et interférences, etc.).

d'identifier des techniques tinctoriales singulières utilisant des végétaux locaux [nécessitant un travail complexe de *traduction*²⁴] et de constituer une collection de « couleurs matières »²⁵ [chapitre II.2]. Et, sur un autre type de « terrain de techniques traditionnelles »²⁶ [celui du chamanisme], où les processus sont nommés « rituels », pour découvrir des matériaux conceptuels [chapitre II.3] utiles à la compréhension de la relation du Japonais [et plus particulièrement de la femme] d'une part, à la *nature*²⁷ et, d'autre part, à la conception d'une installation²⁸.

Ces observations et expérimentations permettent donc de constituer une vaste collection de matériaux nécessaires à la conception et à la compréhension du *terrain* comme « ensemble de relations », mais aussi de définir la notion de *patrimoine* dans le cadre de cette étude. Si le patrimoine correspond d'abord à une *mémoire* [de savoir-faire et des « monuments » (d'une étoffe à un site en passant par le bâti) qui sont produits] et à sa *transmission*, définies selon des volontés politiques et historiques, cette notion sous-tend une sélection, « par un jeu de critères complexes »²⁹, et une institutionnalisation des savoir-faire. L'objectif sera donc en premier lieu [chapitre II.1] d'identifier ce qui au Japon est défini comme « patrimonial », soit, transmis en milieu universitaire, du point de vue de la culture matérielle de la couleur : poétiques de la teinture traditionnelle et contextes historiques et géographiques – mouvements et localisations des savoir-faire, définition des usages et champs des symbolisations. Puis, d'étendre la notion de *patrimoine* à celle de *terroir* [chapitre II.2] :

²⁴ La traduction des plantes et leur identification nécessitent des allers-retours entre documents anciens et ouvrages français et japonais de référence sur la teinture végétale, dictionnaires franco-japonais, artisans locaux, professeur de teinture japonais – Jun Kataoka, enseignant à l'Université des Ryūkyū – et chercheur français spécialiste du sujet – le Dr. Dominique Cardon, directeur de Recherche au CNRS. Un tableau récapitulatif de ces traductions, du japonais ou dialecte de l'île visitée (*romaji*, *katagana* et idéogrammes) au français, au latin et parfois à l'anglais, ainsi que leurs correspondances aux lieux de leur ponction et aux domaines de couleurs obtenues, figure en Annexe 1 de cette thèse.

²⁵ « Couleur matière » : notion qui sous-tend la compréhension de la couleur comme indissociable de son origine matérielle (végétale, animale, minérale, ...), du processus d'extraction du colorant / du pigment – savoir-faire tinctorial / pictural – et du « support » – type de texture, mode de tissage, nature de la fibre, etc.

²⁶ La notion de *tradition* sera définie du point de vue de sa construction dans la « partie transition » de cette thèse, cf. Introduction à la « partie transition » et le chapitre I.1, pp. 251-255.

²⁷ Par *nature*, il est ici question des éléments (végétaux, animaux – une *genesis*) compris comme matériaux nécessaires au « faire » de la couleur et des espaces (océans, forêts – une *phusis*) comme figures tutélaires médianes entre les « chamanes » et les « dieux ». L'emploi du terme de *nature* doit donc être compris ici dans sa relation à des pratiques, et donc du point de vue de la culture matérielle ; l'ensemble de cette partie étant axée sur des techniques dites « traditionnelles » japonaises, englobant la teinture, le tissage et le chamanisme, des pratiques considérées principalement ici comme mises en relation singulières entre des femmes et la *nature* avec / dans laquelle elles « actent ». Pour compléter ce point de vue, cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 45-47.

²⁸ Au sujet de la conception d'une installation en art contemporain, et plus particulièrement ce qui réinvestit les matériaux conceptuels collectés sur le terrain du chamanisme, cf. le chapitre II. de la troisième partie de cette thèse, pp. 526-559.

²⁹ Françoise Choay, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, éditions du Seuil, collection « La couleur des idées », 1992, p. 160.

Un terroir est un espace géographique délimité, défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire – *à la fois dans son passé et son futur* – un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques qui sont fondés sur ce système d'interactions original entre le milieu naturel et les facteurs humains – *c'est la communauté des hommes qui fabrique le terroir à partir de ce système d'interactions*. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent un typicité et permettent une reconnaissance – *par la société* – pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont donc des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition.³⁰

Le parti pris d'utiliser ici la définition de la notion de *terroir* conçue par l'Institut de Recherche en Agronomie et l'Institut National des Appellations d'Origine Contrôlée, et validée par l'UNESCO, correspond à une volonté de considérer le *terroir* à partir du « faire » de l'homme mais aussi de le communiquer à l'international. Autrement dit, une collaboration entre des chercheurs en agronomie et des experts qui valident et labellisent l'objet d'une recherche correspond ici à une volonté de considérer le *terroir*, et donc des savoir-faire particuliers, dans une coexistence avec l'industrie et les modèles qui la constituent³¹ : ces deux pans étant tous deux actants d'une même *modernité*³², soit, la construisent – et ce notamment grâce à l'institutionnalisation de cette compréhension par l'UNESCO.

Ainsi, la deuxième section du chapitre deuxième de cette partie sera en grande partie constituée d'une collection de photographies d'artisans en train de faire de la couleur (planches contacts détaillant différentes phases des processus tinctoriaux), de végétaux tinctoriaux identifiés [traductions du japonais (ou du dialecte de l'île visitée) vers le latin et le français, mises en relation avec les domaines de couleurs obtenus, nommés en japonais et en français³³] et de « couleurs matières » exemplifiant les « saillances » observées sur place (des couleurs tinctoriales dites *traditionnelles* par le professeur Jun Kataoka ou par les artisans

³⁰ Définition de la notion de *terroir* conçue par l'Institut de Recherche en Agronomie et l'Institut Nationale des Appellations d'Origine Contrôlée, rendue publique au cours des *Rencontres Internationales Planète Terroirs à l'UNESCO – 2005*, Actes des Rencontres Internationales à l'UNESCO, Paris, le 10 novembre 2005, cf. [Actes en ligne], <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001543/154388f.pdf>, p. 26.

³¹ Cette « coexistence » des savoir-faire dits *traditionnels* et des savoir-faire dits *modernes* (soit, liés à l'industrie) est non seulement lié à un « temps commun » mais est aussi repérable dans le « passage » du « faire » (lié à des savoirs) au « dire » (le langage) les objets (et particulièrement ici, les couleurs) : le travail de modélisation est alors le lieu où ce « passage » (voire, cette *rencontre*) est opératoire, cf. la « partie transition » de cette thèse, pp. 251-304.

³² La *modernité* est considérée ici non du point de vue de sa rupture avec les *traditions*, mais plutôt comme une contemporanéité en construction. Du point de vue de la poïétique, elle est instauration, construction « en train » et nécessite des va-et-vient entre savoir-faire dits « traditionnels » et *innovations*, tous deux en perpétuelle transformation.

³³ Pour le tableau reprenant l'ensemble de ces traductions et les correspondances (citées dans le texte au fil des enquêtes, localisées par lieux géographiques), cf. Annexe 1.

interrogés, identifiées comme « patrimoniales », ou encore repérées chez certains artisans comme dominantes du point de vue de leurs pratiques) parfois mises en relation avec des « couleurs matières » observées dans le paysage alentour (teintes de roches, par exemple) pour la conception de gammes de couleurs³⁴ liées à des *terroirs* (savoir-faire liés à la particularité d'une diversité végétale locale existante). Ces photographies sont alors elles-mêmes le tissage d'une *mémoire*, mais également le tissage d'une « fiction de cette mémoire » : les pratiques japonaises retranscrites résultent de *rencontres* mais aussi de choix, plus ou moins arbitraires ou conditionnés, effectués pour la construction visuelle et textuelle d'une *réalité* partielle. En ce sens, l'outil documentaire transmet une *mémoire* qui ne peut être considérée hors de sa relation à l'*imagination* (de l'auteur qui conçoit l'objet, au lecteur qui le reçoit). L'objectif de la partie qui va suivre est donc aussi de rendre compte, dans sa structure même, du processus de conception de cette collection, non seulement en développant les méthodes et les anticipations propres aux « investigations sur le terrain japonais »³⁵, mais aussi dans le surgissement du *hasard*³⁶ au sein du cheminement de l'enquêtrice (définition de la posture et entrelacs de différents niveaux fictionnels) et des pratiques tinctoriales ou chamaniques (question de la *poïétique appliquée*³⁷ à des pratiques dites *traditionnelles*). L'étude des poétiques (recettes, règles, etc.) de telles pratiques, au plus près du « faire » (et des inventions, des « ratages », des improvisations, etc., pointés au sein des processus), conduit donc à ce stade de la réflexion à la question de la possibilité poïétique, qu'il conviendrait de définir plus précisément en tant que *poïétique formelle*, au sens de ce qu'il est possible de « saisir ce qu'il y a de créateur dans tout acte créateur quel qu'il soit, quel que soit l'objet créé »³⁸ et l'éventualité soulevée de nommer alors « instauration » ce qui jusque là était défini comme « processus » (linéaire, chronologique).

³⁴ Une « gamme de couleurs » se définit comme un ensemble de couleurs organisées, en premier lieu, selon un point de vue phénoménologique, soit, en référence à Munsell et à sa conception pyramidale, selon leur luminosité, leur tonalité et leur saturation. En deuxième lieu, la notion d'*équilibre* ou d'*harmonie* sera définie plus particulièrement par le concepteur. Dans ce cas-ci la sélection s'opèrera selon les données singulières à chaque « terrain » rencontré, ouvrant une mise en correspondance entre des couleurs issues de végétaux (cuves de teinture, fils / textiles teints) et des repérages de « couleurs matières » effectués aux alentours du chemin menant aux artisans, pour une *invention* liée au *hasard* et à la méthode du coloriste.

³⁵ Il convient de souligner ici le fait que *je* suis allée au Japon à deux reprises : une résidence d'un an à Okinawa, en tant qu'étudiante à l'Université des Ryûkyû, et une mission d'été cofinancée par la JSPS et le CNRS – cours d'histoire et d'apprentissage de techniques textiles, séminaires en arts plastiques, formations en photographie, cours de japonais (langue, grammaire et idéogrammes), expositions dans différents musées et galeries d'art contemporain, et enquêtes de type ethnographique auprès d'artisans (tisserands et teinturiers) et de chamanes.

³⁶ Au sujet de la notion de *hasard* – le *casus* – comme *rencontre* imprévisible, voire, comme « absence de tout référentiel », cf. Clément Rosset *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 74-78. Et cf. notamment l'« introduction préparatoire aux enquêtes de terrain », pp. 107-117.

³⁷ Au sujet de la définition de la *poïétique appliquée* dans sa relation aux modalités intentionnelles, cf. René Passeron, *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989, pp. 22-23.

³⁸ *Ibid.*, p. 23 ; et, au sujet de la compréhension de la possibilité d'interroger le « faire » de la couleur du point de vue de la poïétique, cf. l'« introduction préparatoire aux enquêtes de terrain », pp. 110-117.

CHAPITRE I

Préparation aux enquêtes de terrain

Pointer les « mythes obstacles » à la rencontre

&

Définir les méthodes ethnographiques nécessaires à l'investigation

I.1 La pensée mythique comme sclérose de l'expérience : déconstruction des « lieux communs », du missionnaire à la « découverte »

Pour le missionnaire, l'explorateur, l'Asie – et plus particulièrement le Japon – sont parfois des fictions ignorées : lorsque les attentes conditionnées par la domination systémique de *mythes*³⁹ véhiculés au sein d'un contexte social particulier, propres à l'induction, l'expérience ne peut avoir lieu hors de ces représentations. Lorsque celui qui part en mission sait à l'avance ce qu'il va trouver, comment la *rencontre* pourrait-elle se produire ? Par quels « processus de fictionnalisation » le chercheur passe-t-il pour en arriver à penser découvrir sur les lieux de sa « mission » les *identités* dont il connaissait déjà l'existence, et du même coup, les confirmer à son tour ? Le fait même de penser en terme de construction, de « mise en fiction » permet de redonner au mythe sa fonction d'outil de communication (mise en commun possible, soit la fonction première des « lieux communs ») et de comprendre que la notion d'*identité* a non seulement « ses relations d'incertitudes »⁴⁰ et n'est qu'un « reflet d'un état de civilisation »⁴¹ mais, qui plus est, « est un effet du logos qui refoulerait une topologie sauvage. »⁴² Autrement dit, le postulat engagé ici est de ne considérer la notion d'*identité* que sur un plan relationnel, car l'ensemble de ce qui sera appréhendé sur un « terrain » très différent de celui que l'on connaît – soit, que l'on s'est approprié, que l'on a *déjà* construit au sein de sa propre fiction

³⁹ « Qu'est-ce qu'un mythe aujourd'hui ? Je donnerai tout de suite une première réponse très simple, qui s'accorde parfaitement avec l'étymologie : *le mythe est une parole.* » [Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957, p. 215.] La particularité de cette parole est qu'elle « fait sens » à une majorité d'individus, sa circulation et l'endroit même où elle devient *croissance* lorsqu'elle est « consommée innocemment » fait d'elle une « mémoire commune », voire une structure commune à l'*imagination* individuelle.

⁴⁰ Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 11.

⁴¹ *Ibid.*, p. 11.

⁴² *Ibid.*, p. 317.

du monde, en relation à des fictions communes – apparaîtra dans sa *diversité* intrinsèque et conduira inévitablement à y « coller » des représentations familières, des structures en quelque sorte. Et c'est là où la compréhension de l'inévitable « processus de fictionnalisation » permettrait non seulement de saisir les « mythes obstacles » à l'expérience mais aussi de laisser surgir la rencontre, le *hasard*.

En ce sens, l'objectif de cette première section est de s'essayer à comprendre les mécanismes de tels processus, en mettant à l'épreuve des anthropologues, des ethnologues et l'auteur même de ce récit, *moi-même*, afin de déconstruire les racines solides de la notion d'*identité*, mais aussi pour engager la construction d'une méthodologie de recherche en ethno-poïétique⁴³. Ainsi, considérant l'interrelation entre l'« autre » et le « soi » au terme d'une « enquête de terrain » et dans l'analyse qui en est faite, il importe de définir la complexité de la *relation* qui s'établit à différents niveaux d'articulations – ici définis avant le départ : entre le « elle » (correspondant à celle qui se prépare à parler du Japon) et le « je » (correspondant à celle qui se prépare à l'immersion au Japon) ; et, entre les observations sur le « terrain » et l'imaginaire comme moteur de quête et influent d'interprétation. En effet, les relations sont opérantes à différents niveaux mais aussi sous différentes formes qui échappent parfois à l'identification et soulèvent donc la question du « non anticipatif » : opacité du « réel », ce qui échappe à la compréhension, mais aussi l'imprévu, le *hasard* et surtout la *rencontre* (au sens de « il se passe quelque chose », contre *toute* attente) ; sans encore définir, à ce stade de la réflexion, le sens accordé à de tels événements. L'objectif de cette partie est, ainsi, de relever l'interaction opérante dans le processus ethnographique (enquête participative et construction de pensée) au niveau particulier de la rencontre entre certains mythes, ou « lieux communs » – au sujet de l'*Orient*, de l'*Asie*, puis plus particulièrement du Japon et des îles Ryūkyū⁴⁴ (pour un rapprochement du « soi » au sens géographique du terme) – et les observations sur le « terrain » en partie induites par l'objectif de départ. Dans ce cas, est-il possible de définir l'espace particulier d'une sorte d'« inconscient collectif » [y aurait-il du « commun inconscient » sous « l'oblique *doxique* » ?] et celui du croisement des multiples de *soi* avec le « terrain » (considéré comme « réel ») et les rencontres imaginaires (issues d'un Japon rêvé *a*

⁴³ À ce niveau, les trois premières parties de la thèse correspondent davantage à des études, des explorations et des expérimentations, pour la construction d'une ethno-poïétique comme discipline liée à l'instauration « en train de se faire ». La « partie conclusive et prospective » permettra quant à elle de faire le point, en vue des différentes expériences effectuées en amont, pour mieux définir ce que pourrait être « la conception d'une méthode de recherche en ethno-poïétique ».

Pour une ethno-poïétique articulée à l'instauration d'une installation investissant différents « *ethno-poïésis* », cf. le chapitre II de la troisième partie, pp. 526-559.

⁴⁴ Concernant les îles Ryūkyū, pour une approche méthodologique de terrain plus particulièrement axée sur l'*auto-poïésis*, cf. I.2.d-, pp. 100-106.

priori) ? Ou plutôt, est-il question dans une telle démarche d'identifier de tels espaces (où la question du « réel » se pose en terme de *relations*) ou de démêlage de fictions qui relient et/ou éloignent le *soi* du terrain non vierge d'avant le départ ? Partant du postulat que les *mythes* peuvent être un « obstacle » à la *rencontre*, est-il non seulement possible de les définir en amont, mais aussi de les évincer lors de l'expérience ? Le jeu reste ouvert et le *divers* ne sera « découvert » qu'au prix de difficultés insoupçonnables, car si cette partie se donne comme objectif de se donner à lire comme une étude de cas : quelle cartographie de la pensée est-il possible de dessiner avec des mots ? Mais surtout, est-il possible d'enrayer l'anticipation formée par des représentations – soit, d'empêcher à *soi-même* de tomber dans les pièges des « lieux communs » –, et au fond, une telle démarche est-elle opératoire ? Est-il véritablement possible de construire un terrain propice au surgissement, à l'*invention*, à la « découverte » en somme ?

La superstition est un parfum et chaque pas se trouve un jour mené à l'arbre de son enfance, à la fenêtre d'un jardin ou aux rives d'une mer agitée pour penser, les yeux éblouis, avoir trouvé le paradis.

Bachelard a analysé ce qu'il a appelé la poétique de l'espace. L'intérieur d'une maison, dit-il, donne une impression d'intimité, de secret, de sécurité, réelle ou imaginaire, à cause des expériences qui viennent à paraître appropriées à cet intérieur. L'espace objectif d'une maison, ses recoins, ses corridors, sa cave, ses pièces, est moins important, de loin, que ce dont elles sont chargée poétiquement et qui est d'habitude une qualité ayant un caractère imaginaire ou figuratif que nous pouvons nommer et éprouver : une maison peut être hantée, on peut s'y sentir chez soi, ou en prison, elle peut être magique. L'espace acquiert ainsi un sens émotionnel et même rationnel, par une espèce de processus poétique qui fait que les lointaines étendues, vagues et anonymes, se chargent de signification, pour nous, ici.⁴⁵

Penser à un autre lieu comme penser à un autre temps est de l'ordre de la fabrication et d'une certaine forme de poétique. La qualité imaginative, potentiellement productrice de fiction, est pressentie cachée dans un lieu ou un temps très différent, ou loin de celui qui est quotidien et présent à l'observateur. Il n'est donc pas étonnant que la notion d'*Orient* ait de tout temps

⁴⁵ W. Edward Said, *L'orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, Paris, éditions du Seuil, 2005 (1978), p. 71.

donné naissance à des associations d'idées déterminées par une part d'ignorance, une part d'imagination et une part d'information. Nombres d'expériences ont effectivement donné lieu à des œuvres littéraires qui pourraient être classées selon ces catégories : le voyage, l'histoire, la fable, le stéréotype, la confrontation polémique ; autant de prismes à travers lesquels l'*Orient* a pu être vu et qui modèlent par la suite le langage, la perception et la forme même de la rencontre entre l'Est et l'Ouest. Selon cette approche, ces rencontres composent, *in fine*, une sorte d'unité : ce qui était lointain et étranger devient familier. Cette sensation fait naître une catégorie médiane qui permet ainsi de recevoir les informations nouvelles sans les juger et sans les considérer comme des menaces. Le sentiment qui se répercute est alors souvent de l'ordre du mépris pour ce qui est familier, ou bien, de l'ordre du délice ou de la peur pour ce qui est nouveau, d'où une certaine forme de domestication de ce qui est perçu comme « exotique » (ici utilisé dans le sens d'étranger, voire étrange, indissociable du *phénomène d'altérité* ; dans le sens comme d'une différence figée, comme l'entend François Jullien⁴⁶ notamment). Ainsi, dans ce mouvement d'appropriation tentaculaire, de nombreux voyageurs ont pu se retrouver dans la peau d'un pionnier, convaincus de découvrir ce que personne jusque là n'avait vu : car ce qui est vu devient « réel », aux yeux de la conscience. Mais là où les choses se compliquent c'est lorsque ce qui est vu était attendu au niveau de l'« inconscience » [ce que j'entends par là correspond à un état de « non-disponibilité » psychique et intellectuelle à une certaine forme de lucidité sur sa propre condition, davantage proche de la considération Nietzscheenne quant aux insuffisances du *moi* à se penser lui-même, dépassé par ce qui le pousse (ce qu'il définit comme la « volonté de puissance ») que d'une considération psychanalytique du refoulement ou de la résistance]. Ainsi, de cette « inconscience » découle parfois une certaine forme de spiritualisme mêlé de sublimations en tous genres, dont l'*Orient* devient l'écran propice à toute projection :

La plupart des membres de la Société d'Ethnographie se disaient « spiritualistes » et un autre des aspects de la « mission » qu'ils avaient assignée à l'ethnographie était la lutte contre le développement du matérialisme. Pour cela ils reprirent à leur compte le projet romantique d'une régénération de l'Europe par l'Orient [...] « Notre marche est vers l'Orient, ce berceau des lumières, cette terre si heureusement privilégiée, au sein de laquelle l'homme naquit à la conscience et à la civilisation ; vers cet Orient enfin où demeurent oubliés et méconnus depuis des siècles les germes de nos cultes, de notre poésie, de nos arts, de nos sciences en un mot

⁴⁶ Cf. François Jullien, *Éloge de la fadeur, À partir de la pensée et de l'esthétique de la Chine*, Paris, éditions Philippe Picquier, 1991 ; et, le précieux ouvrage de Jean-François Billetier, *Contre François Jullien*, Paris, éditions Allia, 2006.

tout ce qu'il y a de beau, de grand, de sublime, dans les plus saintes inspirations des peuples. »⁴⁷

Ainsi, souvent, l'intérêt pour « l'antique originel » allait de pair avec le peu d'intérêt porté au vivant et à l'actuel. Une once d'évolutionnisme latent se faisait ressentir, même s'il naissait d'une certaine « grandeur d'âme » ou en tout cas d'une volonté de l'élever. Ainsi, selon l'expression de Charles Morazé, « les bourgeois conquérants »⁴⁸ se mettent à parcourir leur propre désillusion, celle d'une fin de siècle (le 19^{ème} en l'occurrence) peu glorieuse, qui les amène à errer, victimes de leur propre médiocrité. Pourtant leurs expériences, aux confins de multiples savoirs « exotiques », donnent naissance à bon nombre d'illuminations appelées « progrès ». C'est alors qu'une idée se répand chez les romantiques, celle de régénérer l'Europe par l'Asie et de vaincre les tendances matérialistes, mécanistes et républicaines de leur propre culture, selon ce modèle :

Le monde doit être romantisé. C'est ainsi que l'on retrouvera le sens originel. Romantiser n'est rien d'autre qu'une potentialisation qualitative. Le Soi inférieur en cette opération est identifié à un Soi meilleur. [...] Lorsque je donne à l'ordinaire un sens élevé, au commun un aspect mystérieux, au connu la dignité de l'inconnu, au fini l'apparence de l'infini, alors je les romantise – L'opération s'inverse pour le plus haut, l'inconnu, le mystique, l'infini [...].⁴⁹

D'une certaine forme de défaite, d'ennui et de rejet d'une société qui se transforme, naît le mouvement d'une certaine forme de rédemption. Le projet orientaliste des romantiques contribuait alors à la formation d'une *tendance* prônant l'utilité de l'Asie pour répondre au malaise social et pour renaître, revitalisé. Ce n'est donc pas de l'Asie en tant qu'entité – considérée dans sa *diversité* – dont il est question ici, mais d'abord d'une volonté de conquérir un « lieu » pour ce qu'il représente. Autrement dit, à la nécessité d'une transformation sociale (en surface) pour temporiser (rapidement) un malaise plus profond, l'Asie est donnée comme nourriture. C'est ainsi que naît un vocabulaire orientaliste – soit, l'approche de l'*Occident* sur l'*Orient* comme discipline – qui participe à particulariser et à diviser les choses de l'*Orient* en parties traitables, toutes issues d'une « géographie imaginaire ». L'*Orient* devient alors un sujet d'étude, de découverte et de pratique donnant lieu à des collections de fantasmagories,

⁴⁷ Luc Chailieu, Léon de Rosny et la connaissance du Japon en France, (in) « L'ethnographie », L'abord de l'altérité japonaise en France, à la fin du 19^{ème} et au début du 20^{ème} siècle, revue publiée par la Société d'ethnographie, numéro spécial, n° 108, automne 1990, p. 96.

⁴⁸ W. Edward Said, *L'orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, Paris, éditions du Seuil, 2005 (1978), p. 135.

⁴⁹ Novalis, *Le monde doit être romantisé*, Paris, éditions Allia, 2002, (1798), p. 46.

d'images et de mots, « traces matérielles »⁵⁰ de l'avancée de l'Europe vers le dit *Orient*. Cette avancée, ou plutôt chemin, vers le « lieu » (au préalable fantasmé) s'établit donc dans l'espace, mais aussi dans le temps. Comme exemple actuel de ce phénomène, la « genèse » du travail de Jean Chesneaux⁵¹ et de son rapport aux autres cultures est parlant. Il souligne qu'il se préoccupe, depuis longtemps, du savoir historique et éprouve une sorte de *sentiment* (sinon de futilité) pour cette connaissance nouée sur le seul passé. Pour lui, voyager n'est pas seulement se déplacer dans l'espace, c'est vivre l'« universalité » de la relation au temps dans sa *diversité* : « on mesure la relation au temps d'une façon très forte à travers une autre situation, un autre mode de sédimentation historique que celui auquel on est habitué. »⁵² Jean Chesneaux affirme donc que la priorité de la *relation*, entre le présent et le passé d'une part et le présent et l'avenir d'autre part, réside dans le fait que ce soit une relation « intégrée » dans le sens où elle ouvrirait un dialogue politique entre le présent, le passé et l'avenir. Il évoque que la pluralité du patrimoine culturel de l'humanité, à tout ce que le « Non-Occident » peut apporter, est centrale dans son travail d'historien, il souligne qu'il faut « être à l'écoute du Non-Occident »⁵³. Il définit sa méthode comme empruntant des outils à l'ethnographie, puisqu'il pratique une forme d'*immersion*, en termes d'« enquête participative ». Cependant, il ne questionne pas son « travail de terrain », résultat duquel sa posture est « inductiviste ». Comme caractéristique d'une véritable « fictionnalisation » (soit, le processus de construction d'une fiction) prenant les formes d'une identification duelle, il précise que :

Le Non-Occident est souvent plus riche : ainsi par exemple le mot français "vieux" est univoque en français tandis qu'en chinois, il y a deux mots qui n'ont aucun rapport l'un avec l'autre : d'une part, il y a le mot "Lao" qui signifie âgé en tant que disposant d'une expérience, en tant qu'être capable d'une expérience dans le présent à partir de l'expérience de situations autres, et en particulier d'un dialogue avec les jeunes générations, tandis que l'autre mot chinois pour vieux est "Qiu", qui signifie au contraire vieilli au sens d'obsolète, de dépassé, de rejeté dans le passé et n'ayant plus rien à apporter qu'une contribution négative, appauvrissante ou stérilisante. C'est quelque chose d'évident pour un Chinois, moins évident pour un Occidental.⁵⁴

⁵⁰ Cf. W. Edward Said, *L'orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, Paris, éditions du Seuil, 2005 (1978), p. 91.

⁵¹ Cf. Jean Chesneaux, *Habiter le temps*, Paris, éditions Bayard, 1996.

⁵² Entretien avec Jean Chesneaux par Gérard D. Khoury, « La République des Lettres », dimanche 1 décembre 1996, [En ligne], <http://www.republique-des-lettres.fr/928-jean-chesneaux.php>

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ *Ibid.*

Même si son analyse est appauvrie du fait du comparatisme, elle permet cependant de faire évoluer la méthode historique en remettant en question son objectivité supposée : par son analyse linguistique, il souligne l'importance de « recontextualiser » les faits et les comportements relevés au sein d'une culture (cela sous-tend des concepts philosophiques comme construction de pensée sociale). Ceci dit, il participe aussi à la construction d'une « identité glorieuse » comme l'exemple à *imiter* : il crée un modèle culturel – qu'il nomme « modèle oriental » – dont la théorie se fonde sur ce qu'il définit comme le mythe contemporain occidental de la « crise de la temporalité », et argumente son discours par la création de paradigmes liés au temps :

Nous sommes de plus en plus soumis à un "Temps-paramètre", qui occulte et qui étouffe le "Temps-compagnon". Le Temps-paramètre c'est le temps programmé, quantifié, préempté, comptabilisé, alors que le Temps-compagnon, c'est le temps du devenir, c'est le temps qui s'écoule, disait Hegel, dans sa plasticité, le temps de la durée qui connaît des aller et retours, qui connaît des pauses, des moments forts.⁵⁵

Ainsi, le temps vécu par l'Européen du début du 21^{ème} siècle semble moins complexe et moins « dégusté » que par celui de la fin du 19^{ème}, époque à laquelle le concept de « temps compagnon » aurait été divisé en trois préceptes : le temps que l'on invite (*einladen*) chez soi, le temps dont on se charge (*laden*) dans la flânerie, et le temps que l'on prend (*laden*) pour le rendre sous la forme de l'attente⁵⁶. C'est donc en créant ces paradigmes simplifiés et contraignants que Jean Chesnaux participe à la construction du mythe d'un occident moderne oppressant, pris à ses propres pièges, et que seul un modèle lointain, substrat composé de fantasmagories et de qualités catégorisées, pourrait « sauver ». Revoici donc pointer la fameuse rédemption comme motivation première de son analyse : son mode de pensée est binaire et ne se fonde pas sur la relation mais sur le principe d'imitation d'un modèle qui fait « rêver » par les valeurs qu'il lui assigne dès le départ. Un tel discours participe à chercher en ce lointain, en cet *autre* valorisé, une forme de paradis retrouvé pour une nouvelle piété. Ce comportement de l'induction a pu être mis en relief lors de l'analyse de l'évolution de *mon* regard au cours de la mission d'un an au Japon, en témoigne cet extrait de mon journal de bord (écrit au retour), qui relate une forme de désenchantement succédant aux premiers mois de « sublimation » au Japon :

⁵⁵ Entretien avec Jean Chesneaux par Gérard D. Khoury, « La République des Lettres », dimanche 1 décembre 1996, [En ligne], <http://www.republique-des-lettres.fr/928-jean-chesneaux.php>

⁵⁶ Cf. Walter Benjamin, *Paris Capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des passages*, Paris, Les éditions du Cerf, 2002, p. 132.

Bonheur, extase, plénitude du sentiment du paradis (re)trouvé.

Et puis découverte de ce qui est critiquable, de mon doute, de ce en quoi je me suis peut-être trompée.

Écho à la genèse, lorsque Adam découvre qu'il est nu :

« Elle prend un fruit et le mange

elle en donne aussi à son homme avec elle

il mange

Leurs yeux s'ouvrent à tous les deux

ils découvrent qu'ils sont nus

cousent des feuilles de figuier

pour se couvrir les reins

Ils entendent le bruit de Yhwh Dieu

[...]

Qui t'as appris que tu es nu ?

[...]

Parce que tu as fait ça

malédiction

[...]

Oui tu es poussière

à cette poussière tu retourneras

[...]

L'Adam est devenu comme un autre nous-mêmes

qui a l'expérience du bon et du mauvais

Il ne tendra pas sa main désormais

pour prendre aussi de l'arbre de vie

pour en manger et vivre toujours

Yhwh Dieu l'expulse du jardin d'Éden

pour travailler le sol d'où il vient

Il chasse l'Adam

place à l'est du jardin d'Éden

des kerouvim⁵⁷ et l'épée aux spirales de feu

pour veiller sur le chemin de l'arbre de vie »⁵⁸

⁵⁷ Kerouvim : les ikerouvim (d'où vient le mot « chérubin ») sont des êtres mythiques, mi-humains mi-animaux, qui à Babylone défendaient l'entrée des temples. Dans le sanctuaire d'Israël, deux kerouvim d'or surplombent le coffre de l'alliance.

⁵⁸ *La Bible Nouvelle traduction, Genèse, Premiers*, traduction par Frédéric Boyer et Jean L'Hour, Paris, éditions Gallimard, collection Folio, 2003, pp. 30-33.

Après avoir cru voir en la terre étrangère une certaine forme de paradis retrouvé, l'« enquêtrice » (le « je », en tant que « soi » immergé, lieu de l'intime) rencontre la désillusion, pensant avoir pêché. Il y a donc un revirement d'état quant à la supposée « perception » du lieu : ce lieu se mêle des mythes intrinsèques à la « culture » (majoritairement formée par l'éducation familiale et le contexte social) de celui qui observe ; constat qui transforme la dite « perception » en « interprétation » inévitable. De plus, lorsque l'immersion s'est jointe à une certaine forme d'habitude, certains « réflexes » émotionnels se sont mis en place, selon ces phases : incompréhension, déception, peur, protection. Selon André Leroi-Gourhan⁵⁹, le retour aux religions est un moyen de survivre à l'homme, comme la perspective d'un avenir meilleur quand il aura quitté la terre : axe de visé et potentiel instrument de soumission. Dans les périodes de crise, cela refait surface, comme un décor, dans le sens de « charpente » ; telles les fresques sur les murs des grottes préhistoriques. Ainsi, face à une situation de crise, nul n'est « à l'abri » de se réfugier dans la « charpente » originelle, en tout cas celle qui est donnée comme telle depuis, semble-t-il, la nuit des temps. Ce refuge mythologique participe lui aussi à la construction d'une induction solide dont il est difficile de sortir et qui mène facilement aux « scléroses » de la pensée. En témoigne, par exemple, ce qu'André Leroi-Gourhan définit au sujet des archéologues pour mettre en relief les correspondances intrinsèques entre le *poièn* et le concept, dans un processus de création – au sein duquel la philosophie et l'acte / le faire sont indissociables –, comme l'*image* de la pratique artistique japonaise :

Ils puisent dans la connaissance du passé les moyens d'inventer un avenir [...], grattant l'argile et l'époussetant, inventoriant la miette et la poussière, pour restituer la vie quotidienne d'un campement magdalénien, ces travailleurs consacrent leur temps [...] à l'homme et à son esprit.

[...] tout rapproche cette équipe d'une communauté monacale dans la neige et le silence du Japon, telle que je l'imagine.⁶⁰

Pointer les correspondances entre le *poièn* et le concept permet une construction de connaissance ouverte, cependant la manière dont André Leroi-Gourhan en vient à ses conclusions mérite aussi d'être analysée. En effet, c'est ce qu'il imagine du Japon qui l'amène à voir autre chose qu'un travail archéologique ; c'est donc sa propre mise en correspondance

⁵⁹ Cf. André Leroi-Gourhan, *Les racines du monde*, Paris, éditions Belfond, 1982.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 6.

entre ce qu'il observe et ce qu'il imagine d'un peuple (qu'il ne connaît pas encore) qui lui permet de donner du sens à la scène qu'il observe et de construire de la connaissance, voire d'éveiller sa propre curiosité (puisqu'il se rendra par la suite au Japon). Cependant, il participe du même coup à la création de l'« identité japonaise » vue par un Européen, et cela parce qu'il se fait prendre au piège de l'induction ; ainsi, à propos du Japon, il dit : « Il y a chez eux des hommes qui savent unir de façon étroite l'esthétique et la vie quotidienne. Avec le Japon on peut être tout pour, ou tout contre. »⁶¹ Par sa définition du Japon, il participe à la construction du mythe occidental au sujet de la culture asiatique et en fait un modèle (à suivre ou à rejeter), particulièrement paroxysmique. De plus, la relation entre les deux paradigmes « Japon – paradis retrouvé » participe à un système inductif de l'ordre de la représentation. Selon Émile Durkheim, les premiers systèmes de représentation établis par l'homme sont d'origine religieuse, toute religion étant une cosmogonie et une spéculation sur le divin : la religion a d'abord tenu lieu de science et de philosophie avant d'en être à l'origine, et, de ce fait, elle a contribué à former un certain nombre d'idées de l'esprit humain :

Il existe à la racine de nos jugements un certain nombre de notions essentielles qui dominent toute notre vie intellectuelle ; ce sont celles que les philosophes, depuis Aristote, appellent les catégories de l'entendement : notions de temps, d'espace, de genre, de nombre, de cause, de substance, de personnalité, etc. Elles correspondent aux propriétés les plus universelles des choses. Elles sont comme les cadres solides qui enserrent la pensée [...]. Elles sont comme l'ossature de l'intelligence.⁶²

Des notions « universelles », dont parle Emile Durkheim, est sous-tendue une trame religieuse inébranlable : il argumente sa théorie par un système de cause à effet, qu'il valide par sa conception de l'histoire (chronologie des faits et compréhension de l'histoire indissociable des notions d'évolution et de progrès). Donc, par « cautionnement » historique, il empêche toute pensée en dehors de ce système. De plus, il s'intéresse avant tout aux aspects sociaux, selon les termes : « faits sociaux », « conscience collective », « représentations collectives »⁶³. Il ne prend en compte ni les activités intellectuelles ni l'importance du rêve dans l'origine des croyances. De plus, il ignore que le *mythe* [comme « fait social », au sens de Claude Lévi-Strauss, dans une approche structuraliste] est une fenêtre ouverte sur la structure d'une société.

⁶¹ André Leroi-Gourhan, *Les racines du monde*, Paris, éditions Belfond, 1982, p. 44.

⁶² Cf. Emile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Presses Universitaires de France, 1968 (1912), (in) Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, pp. 12-13.

⁶³ Cf. *Ibid.*

Ceci étant, même si le mythe est un moyen de communication entre les individus, il n'a pas, de fonction pratique « évidente » :

L'analyse mythique n'a pas et ne peut avoir pour objet de montrer comment pensent les hommes [...] Il est pour le moins douteux que les indigènes du Brésil central conçoivent réellement, en plus des récits mythiques qui les charment, les systèmes auxquels nous-mêmes les réduisons.⁶⁴

En effet, le risque de la « pensée mythique » comme outil est celui d'interpréter tout ce qui « fait relation », au sein d'une société, comme sous-tendu par un système préétabli. Dès lors, ce n'est plus de *relation* ni même d'observation dont il serait question, mais bel et bien d'une lecture sémiologique des fonctionnements d'un peuple ou d'un groupe. Pourtant, la connaissance de ces systèmes permet de déjouer les rouages des attentes individuelles du chercheur en terme de quête quasi religieuse et participe à défaire les comportements emprunts de mysticisme dans la rencontre, même si, comme le souligne justement Jack Goody, « il y a toujours une relation dialectique entre le donné culturel et la création individuelle ». ⁶⁵ Quand bien même ces systèmes peuvent déjouer les visions « stigmatisantes » de certains « explorateurs » en quête, les systèmes binaires ne peuvent fonctionner sans s'accompagner d'un parfum d'ethnocentrisme ou d'une certaine forme de jugement de valeur. Certes, décoder certains systèmes magico-religieux d'un peuple permet de sortir d'un regard éberlué, puisque ces activités répondent à des objectifs relativement pragmatiques (fécondité, santé, ...), mais aucun des schémas qui les traduisent ne fournit la possibilité d'étudier les interactions et le développement qui s'y opèrent. Ce « relativisme culturel » a conduit bon nombre d'anthropologues et de sociologues à déceler des ressemblances (analyse comparatiste) puis, comme si cela allait de soi, à construire une *identité*, réduisant du même coup la *diversité* de ces pratiques. Pour ne pas tomber dans ce piège systémique, il convient de mettre en lumière les mécanismes en jeu, ainsi que les facteurs qui les déterminent, et de définir la « culture » comme une série d'actes de communication et de leurs variations. Et, au sein de toute analyse d'un système magico-religieux, il est fondamental de définir le rôle social des dieux (comme introduction d'une certaine régularité dans la diversité de l'expérience quotidienne) et de conserver une « attitude

⁶⁴ Claude Lévi-Strauss, *Le cru et le cuit*, Paris, éditions Plon, 1964, pp. 18-20.

⁶⁵ Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 74.

magique »⁶⁶ à l'égard des mots : les mots, les idées et le « réel » sont intrinsèquement liés, il convient donc de traiter ce lien dans toute étude ou analyse, sous peine de donner le simulacre d'une objectivité. Ces limites méthodologiques sont utiles au chercheur, mais que subsiste-t-il au concepteur et au consommateur pour comprendre au sein de quel rouage il est pris ?

L'individu comme support de croyances et de fictions se laisse prendre au piège de la nouveauté : l'objet découvert devient le terrain imaginaire de celui qui croit y avoir trouvé la réponse à sa quête. La notion de progrès participe à ce phénomène, comme transfiguration d'un éternel retour qui accompagne le damné. En posant un regard sur le « paysage primitif pétrifié »⁶⁷ du mythe, les images qui en résultent sont arrachées au temps et au lieu de leur « ponction ». Dans cet instant mystique, où l'autrefois et le maintenant se rencontrent et où l'image est fulgurante de l'impression de connaître,

[...] la perspective devient celle du renversement dialectique, celle qui s'offre au Messie ou, en termes matérialistes, à la révolution.

[...] définition problématique du premier exposé selon laquelle, dans l'image dialectique, les expériences mythiques de la préhistoire de l'inconscient collectif, « avec la compénétration du Nouveau », donnent naissance à « l'utopie, dont on retrouve la trace en mille configurations de la vie, depuis les édifices durables jusqu'aux modes passagères ».⁶⁸

Ainsi, la mode ouvre le comptoir des échanges dialectiques entre la femme et la marchandise – *entre le désir et le cadavre*, selon Walter Benjamin – et c'est le commerce du vêtement, et non plus l'art, qui crée le prototype de l'homme et de la femme modernes, tous deux imitant les mannequins : « l'âme est à l'image du corps »⁶⁹. L'essence de l'évènement mythique est alors le retour : une nouvelle fois va s'accomplir la « fatalité mythique ». La représentation de cet « éternel retour » et la croyance au progrès sont complémentaires : croire au progrès correspond donc autant à une pensée mythique qu'à une représentation de l'éternel retour. Ce dernier jaillit aux confins de l'ennui :

Nous éprouvons de l'ennui lorsque nous ne savons pas ce que nous attendons. Si nous le savons, ou croyons le savoir, ce n'est presque toujours rien d'autre que l'expression de notre médiocrité ou de la confusion de notre esprit. L'ennui est le seuil des grandes entreprises.

⁶⁶ Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 74.

⁶⁷ Rolf Tiedemann (in) Walter Benjamin, *op.cit.*, 2002, p. 29.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 29.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 103.

[...] L'ennui est une étoffe grise et chaude, garnie à l'intérieur d'une doublure de soie aux couleurs vives et chatoyantes. Nous nous roulons dans cette étoffe lorsque nous rêvons. Nous sommes alors chez nous dans les arabesques de sa doublure. Mais le dormeur emmitouflé dans sa grisaille a l'air de s'ennuyer. Et quand il se réveille et veut raconter ce à quoi il a rêvé, il ne fait partager le plus souvent que son ennui. Car qui saurait d'un geste tourner vers l'extérieur la doublure du temps ?⁷⁰

Ainsi, la multitude et le neuf deviennent les remèdes suprêmes à cet ennui : l'*exotisme* se comprend alors comme la *diversité* de cette multitude et la mode comme l'annonciation d'un « nouveau » attendu ou présupposé, éternel retour d'un fatalisme déchu et grisant. Ce « nouveau » revêt les couleurs et les notes promises d'une terre inconnue, rêvée mais figée pour éveiller aux consciences naïves l'envie d'acheter. Consommer les mets offerts du paradis inaccessible, revêtir les étoffes chatoyantes des figurines léchées des magazines internationaux et blêmir devant une attente impossible, faute de temps : voilà ce qui s'offre au consommateur contemporain. Les bureaux de style offrent ce tableau, ces cartes postales aux allures actuelles, comme le faisait le baron Stanislas de Fracasta (néerlandais) dans sa lettre à son ami Gondremarck, pour lui communiquer son illumination parisienne :

[...] Paris apparaît un peu à la manière d'une vue sous verre. Retenu sur le sol natal, le signataire se plaint d'éprouver dans son 'froid pays', la nostalgie des soupers au champagne, de dîners fins, des chansons, des bons vins et du boudoir bleu ciel de Métella. Il voit un Paris nimbé de lumière, où s'estompent toutes les différences de classe, où règnent un doux été méridional et une animation bruyante. Tandis que Métella lit la lettre, image limpide, image miniature, Paris baigne dans une musique mélancolique et bienheureuse qui semble l'évoquer comme le Paradis perdu et la Terre promise. Et lentement, au fur et à mesure que l'action se déroule, l'image s'anime...⁷¹

Car tout lieu est propice à devenir un paradis, si tenté le visiteur, nimbé d'ennui, l'est de s'enivrer, l'espace d'un instant, de la rencontre fulgurante de l'autrefois et du nouveau, mise en relation du rêve et de l'espace vécu : voyage de l'esprit mais non du corps. À la vue de ces croisements, la posture engagée se trouve donc sur le fil ténu de la distance : ni trop loin ni trop près du terrain étudié ; un rapprochement pour une certaine proximité du « réel » et une mise à distance, l'emprunt ou la fabrication d'un substitut, pour le « saisir ». Ainsi, selon

⁷⁰ Walter Benjamin, *Paris Capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des passages*, Paris, les éditions du Cerf, 2002, p. 130.

⁷¹ *Ibid.*, p. 135.

Dominique Baqué, la question de l'*altérité* naît de la féconde dialectique entre le « même » et l'« autre » et conduit à « marcher, errer, dériver, s'expatrier mais aussi rêver, apprivoiser, rencontrer. »⁷² Que l'*autre* soit trop proche, et ce sont les mirages de la fusion qui « menacent » l'*identité* [comme structure] du sujet. Mais qu'il soit trop loin, et il se voit alors perçu comme une altérité radicale, comme une « menace ». Pour argumenter ce postulat, son ouvrage traite de traversées, d'« histoires d'ailleurs », « depuis la chute de l'Éden jusqu'aux pratiques contemporaines des *blogs* et des *webcams* qui, dans le cadre de la globalisation des flux et des échanges, inventent, de façon encore inchoative, une nouvelle dialogique entre l'ici et l'ailleurs. »⁷³ Elle considère donc comme « risque » ou « menace » ce qu'elle nomme la « précarisation des identités » et la « défection de l'ailleurs » et participe par son étude à ce que les bureaux de style s'évertuent de faire depuis leur apparition : « penser un corps spiritualisé, une âme matérialiste qui, scellés en une quête commune, puissent réinventer le monde et réactiver l'éblouissante séduction de l'ailleurs. »⁷⁴ Cette démarche déterministe et anthropo-centriste remet à niveau – et s'oppose à – ce qui a été le fil conducteur de cette partie, en terme de déconstruction de la notion d'*identité* pour une construction d'un « terrain » propice aux *relations*. Et, cette « menace » dont parle Dominique Baqué n'est autre que le pendant inverse du surgissement, auquel se fait prendre le chercheur ou le visiteur sur le terrain, comme « symptôme » de l'induction. Voici ci-dessous un autre extrait du journal de bord, écrit après le séjour d'un an au Japon, comme exemple de ce que ce « symptôme » peut sous-tendre en termes de revirement épistémique :

Je regarde *Sans soleil* de Chris Marker, et je reste béante, sans mot, devant ce que je perçois de mes résonances internes. Comment le nommer, cet étrange qui tressaillait en moi jusqu'à l'étouffement, que je ressens là, à nouveau, devant les scènes japonaises filmées par le réalisateur ?

Il y a cette scène où des visages apparaissent, où une peau s'enlève, comme un masque, d'un visage effroyablement décharné, horrifiant. Il y a alors cet écho en moi. Cette histoire de masque me tiraille, ces faux-semblants, ces non-dits, auxquels la culture japonaise a su redonner le sens, l'importante place dans le langage. Le non-dit, le pas encore là, ou le déjà parti, la faille, la brèche. J'en ai perdu mon souffle, non habituée à cette mise en péril de nos êtres, de nos « identités » comme on aime à le revendiquer.

⁷² Cf. Dominique Baqué, *Histoires d'ailleurs, artistes et penseurs de l'itinérance*, Paris, édition du Regard, 2006.

⁷³ *Ibid.*, p. 11.

⁷⁴ *Ibid.*

Le carnet de bord, comme processus et moments de l'*invention*, permet donc de compléter cette étude. Prise au piège de *ma* propre expérience, *je* voyais alors dans le Japon la mise en scène sociale du sens même de l'existence, de la condition humaine, et la mise en péril de la notion d'*identité* comme angoisse – vécue de l'intérieur – puis, comme perte métaphysique, pour une rencontre avec le chaos, le néant. Cette « perte », cette panique, ressentie au gré de l'expérience, a permis cependant de mieux comprendre ce que la notion de *relation* sous-tend de possibilités certes, mais aussi de difficultés. Car construire un « terrain propice aux relations » signifie bel et bien déconstruire ce qui nourrit les racines solides de l'*identité*, au plus profond de *soi*. En effet, si certains, comme Mircea Eliade, perçoivent des régularités dans différentes pratiques et connaissances au point d'en dégager la preuve d'une *universalité* « indétrônable », supérieure ou sous-jacente à toute conduite individuelle, niant ainsi la *diversité* des possibles et répondant à la figure du destin, pensée à laquelle les concepteurs de tendances répondent en construisant des *scénarii* à partir de données d'un passé prédéfini pour prévoir un avenir *similaire*⁷⁵, l'expérience – et plus particulièrement la méthode ethnographique – conduit, quant à elle, à de nouvelles considérations :

[...] quand c'est l'ethnographe qui, confronté à la réalité de la culture africaine – ce réel dont Segalen disait si justement qu'il fallait l'affronter –, doit avouer sa déception, le réel ne venant pas coïncider, comme le voudrait le désir, avec la mythologie préconçue...

Épisodes de désespoir lorsque, harassé, nerveux, Leiris le voyageur ne sait plus même ce qu'il est venu chercher en Afrique, et moins encore ce qu'il y a trouvé.⁷⁶

Ainsi, ce dont il est question ici c'est de l'écart, la béance tragique, entre ce qui est « découvert » et l'attente mêlée des mythes qui la composent. Et c'est alors devant cet écart que la « découverte » justement prend forme, constitue l'*invention* même de ce qui fera la particularité du voyage. Autrement dit, ce n'est pas tout à fait le *mythe* qui fait obstacle à la *rencontre* mais plutôt l'*induction*, dans le sens où ce mythe ne serait pas pointé grâce à une mise à distance opératoire. Le fait d'avoir connaissance des « processus de fictionnalisation » permet de saisir là où, sous couvert de « déception » ou de « tragédie », c'est en fait le *hasard* qui surgit et avec lui la possibilité d'*inventer* – du latin *invenire* –, soit, de trouver de

⁷⁵ La question des « scénarii » construits par les concepteurs de tendances, au sein des bureaux de style, de leur processus de conception, de la nature des ponctions qui y participent, ainsi que de la construction de « lieux images » combinés propices à des processus d'identification à venir [articulation de la *mémoire* et de l'*imagination*], cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 351-474.

⁷⁶ Dominique Baqué, *Histoires d'ailleurs, artistes et penseurs de l'itinérance*, Paris, édition du Regard, 2006, p. 161.

véritables « trésors »⁷⁷, une *diversité* insoupçonnée et échappant à l'anticipation. En ceci, et quand bien même cela pourrait sembler paradoxal, il est question d'une préparation nécessaire *a priori* des enquêtes, pour pouvoir visiter un « terrain » propice à l'imprévu des « découvertes ». De ce point de vue, après avoir dressé une sorte de carte de ce qui fait système – du point de vue du mythe – et de quels types de fictions se jouent, notamment au sein même de la notion d'*identité*, mais plus globalement au sujet de l'*Orient*, de l'*Asie* et du *Japon* – en tant que représentations idéelles –, il est à présent possible d'aborder l'étude pragmatique des méthodes ethnographiques ainsi que leur complément, comme seconde phase de la préparation à l'investigation du « terrain japonais ».

⁷⁷ Au sujet de la définition de la notion d'*invention* dans sa relation à la *découverte* et au *hasard*, cf. l'article par le chevalier de Jaucourt (*in*) Denis Diderot et Jean Le Rond d'Alembert, L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, par une société de gens de lettres, Paris, 1751-1765, 11 volumes.

I.2 Définition des méthodes nécessaires à la mise en place d'enquêtes de type ethnographique : du « terrain » des relations au surgissement de la rencontre

Dans toute description ethnographique il est d'abord question de relations entre les mots et les choses, le sujet et l'objet, l'observateur et l'observé : c'est une construction de pensée en partie paradigmatique. L'ethnographe cherche à saisir et à construire une réalité sociale qui semble hors de lui mais qui n'a aucun sens indépendamment de lui, l'objet étant de même nature que le sujet qui perçoit, ou plutôt l'objet n'existant pas hors de l'interprétation du sujet. Ainsi, parler d'enquêtes ethnographiques c'est aussi parler de « soi », ou plus précisément de la rencontre qui s'opère, de la relation qui se crée entre l'observateur et l'objet observé. Tout l'enjeu de cette partie sera de définir les outils nécessaires *a priori* pour la mise en place des enquêtes qui suivront et de montrer en quoi l'interaction entre l'enquêteur et le lieu où il opère est non seulement inévitable mais est nécessaire à la rencontre. De plus, cette partie posera les jalons des investigations à opérer sur le « terrain japonais », et plus particulièrement celui des « acteurs » du monde de la teinture végétale et du chamanisme, en termes de pratiques singulières (techniques, gestes, matériaux), dans leurs relations parfois avec l'enquêteur (« moi », comme multiples enchevêtrés, du « je » de l'immersion au « elle » de la mise à distance) et dans ce qui prédétermine leur compréhension, comme « contextualisation » [la dite « culture japonaise », les *mythes*, ce qui modélise leur propre induction].

Ainsi, avant d'effectuer l'inventaire des outils méthodologies ethnographiques nécessaire à la construction d'une méthode particulière, il convient d'en définir le « paysage » (en tant que contexte, d'un point de vue global, en termes de posture et d'enjeux épistémiques). En effet, ces outils se donnent comme nécessaires à la construction de connaissance d'un terrain pour une conception en arts. Or parler d'un « terrain », c'est aussi représenter, décrire et engager une théorie. Il s'impose donc à l'*enquêteur* – en termes de posture – de ne pas oublier le fragile équilibre d'une telle ambition. Car il y a un perpétuel combat entre ce qui est vu et ce qui en est dit, et c'est entre ces deux objets que l'énoncé surgit : *surgissement* de la relation comme *rencontre*. Ce qui est décrit et sa signification sont donc liés à l'activité de celui qui pose la question du sens, il n'existe pas à proprement parler de données ethnographiques suivies de représentations de ces données, mais toujours et à chaque endroit l'interaction entre un chercheur et ce qu'il étudie.

C'est précisément cette rencontre qui mérite d'être appelée « terrain ». C'est cette confrontation et cette interaction qui constituent l'objet même de l'expérience ethnographique et de la construction ethnologique, lesquelles ne deviendront anthropologiques qu'en s'inscrivant dans un réseau d'intertextualité.⁷⁸

Il y a donc trois lieux à questionner autrement : ce qui est vu, ce qui en est décrit et la relation qui s'opère entre les deux et qui est liée à l'interprétation, elle-même amplifiée par l'écriture ethnographique. Pourtant c'est bien cette écriture qui permet de garder une trace du regard et de la parole : écrire c'est donc décider là où peut s'arrêter l'interprétation, là où le chercheur détermine qu'il est possible de figer quelque chose de mouvant et emprunt de nombreux paramètres – paradoxalement, non identifiables. À ce stade de la réflexion, le chercheur rejoint le rôle du réalisateur qui décide de cadrer une scène de telle manière plutôt que d'une autre et de montrer un geste pour en occulter un autre. Ce travail d'écriture n'a alors de validité que si l'enquêteur s'impose une certaine rigueur dans sa médiation afin de rendre compte de cet écart jamais comblé. Mais, pourtant, c'est cet engagement – cette sorte de différence entre ce qui s'est passé et ce qui est rendu à lire – qui permet à la trace d'être encore vivante du passage de la relation, en ceci que les figures que l'enquêteur tient – et donne à voir – pour celles de l'*autre* sont en quelque sorte des variations de lui-même (quand bien même ce « lui-même » n'est pas encore soupçonné, d'où la nécessité de pointer les observations majoritairement du point de vue du « faire » et non de l'*être*). Ce qui conduira cette partie vers la potentialité opératoire d'une *auto-poïésis* : où les multiples de « soi » s'enchevêtrent vers la création parfois d'une « réalité-fiction », auto fiction du « je » qui ne rejoint pas encore tout à fait le « elle » du chercheur mais qui, par le *hasard* ou l'*instinct* (comme part de subjectif dans le choix), définit un nouvel espace de jeu, étape ou sillon d'une conception artistique en cours de réalisation : de quel *road movie* est-il alors question lorsque celui qui enquête se trouve lui-même dans le rôle de l'*autre* dont il soupçonnait quelques failles impardonnables ? De quel *autre* de *soi* parle l'enquêteur lorsqu'il l'investit comme éternellement séparé de lui-même ?

⁷⁸ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, pp. 101.

a- Ethnographie et ethnologie, deux phases d'un processus exploratoire : compréhension d'un « terrain » et *traduction de relations*

La *-graphie* et la *-logie* de l'*ethnos* se donnent déjà comme deux phases distinctes d'une méthodologie : de l'écriture, du dessin ou de la mise en image, au *logos* – la parole –, deux espaces se définissent : celui du « faire » et celui du discours. Complémentaires, les deux disciplines se sont donc définies selon leur objectif central : classer des peuples et leurs particularités.

Construits à partir d'une racine grecque commune (*ethnos* : groupe, peuple), ces deux termes apparaissent fin 18^{ème} – début 19^{ème} siècle. L'ethnographie s'intéresse d'abord au classement des langues alors que l'ethnologie possède un sens plus raciologique de classement des peuples et des races.⁷⁹

Ainsi, la définition actuelle de l'ethnographie pourrait être « une description des faits », sous-tendant des questionnements sur la supposée objectivité du regard et des relations opérantes entre ce qui se définit comme « soi », ses multiples et l'« autre ». L'ethnologie, quant à elle, est plutôt considérée comme une science qui reconstitue l'histoire des peuples, c'est d'ailleurs cet aspect spéculatif qui a discrédité l'emploi de ce terme en anglais face à celui d'anthropologie, alors qu'en France ce terme se spécialise et se distingue de la sociologie. Selon ces définitions, l'ethnologie utilise des matériaux de l'ethnographie mais conserve une perspective souvent statique et descriptive et risque donc de neutraliser la dynamique temporelle qui traverse toute culture, tout individu. Selon Jean Copans c'est cette dite « neutralité » qui conduit à une sorte de « méditation abstraite et universelle » sur le devenir des cultures. Il en vient donc à la conclusion hâtive que les trois approches ne constituent en fin de compte qu'une seule et même discipline – qu'il va rassembler sous le terme d'*ethnologie*.

En considérant que cette recherche s'établit selon des méthodologies empruntées d'anthropologie d'une part et d'ethnographie d'autre part, le parti pris sera à l'encontre de la pensée de Jean Copans sur certaines notions – qui seront énoncées et définies plus en détail ci-après – et s'engage à séparer ces deux disciplines afin de mieux questionner la relation. En effet, ce que Jean Copans regroupe sous le terme d'ethnologie dans son ouvrage *L'enquête*

⁷⁹ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), p. 9.

*ethnologique de terrain*⁸⁰ sera ici disjoint : les outils d'une part se présentent comme les matériaux nécessaires à dresser une toile qui sera par la suite interrogée en prenant en compte les errances ponctuelles, la préparation antérieure, (...), tout ce qui participe au processus de création d'une œuvre pour, *in fine*, la conception d'une ethno-poïétique. Le parti pris de cette recherche rejoindrait alors Jean Copans sur la motivation nouvelle – ou plutôt la reconnaissance factuelle – de l'ethnologie comme « savoir sur le cheminement et la manière de construire ce même savoir », mais émettrait quelques réticences à la dualité discursive définie comme se posant au sujet de l'*autre* et sur la discipline elle-même. En effet, il est fondamental et inévitable de considérer l'objet de l'enquête non plus comme l'*autre* mais plutôt comme un lieu qui se trouve être aussi le miroir de l'enquêteur lui-même et le tiers d'une relation singulière. Et c'est cette complexité qui engendre et nécessite un questionnement épistémologique (non comme « protection », ainsi que la nomme Jean Copans), qui lui seul permet un va-et-vient entre l'induction propre au terrain et la théorie – comme précurseur et anticipation – pour une construction de connaissance.

Ce que Jean Copans affirme en questionnant de la sorte sa propre discipline c'est qu'il considère la science comme une discipline du « réel » : il ne pose pas la question de l'interaction entre l'enquêteur et l'objet observé. Il n'est alors pas étonnant qu'il aborde le sujet des religions propres aux terrains enquêtés comme la possibilité de « construire une grammaire générale des croyances et des pratiques en tout genre. »⁸¹ Selon cette posture, il remet en question la démarche de certains de ses confrères « postmodernistes » – qui participent aux rituels afin d'en faire l'expérience et donc de compléter leurs enquêtes – qu'il définit comme une « extrême personnalisation de la preuve anthropologique » qui remettrait en cause le principe d'une « explication scientifique », qui se doit de rester « impersonnelle ». Entend-t-il par *personnelle* la relation elle-même ? Cet occultisme au sujet de l'interaction inhérente au terrain entre le chercheur et l'objet de son enquête conduit à l'état dubitatif dans lequel le lecteur de ses ouvrages se trouve assez rapidement. Comment une telle discipline peut-elle en être encore à prouver la validité de rapports, sous couvert de faits soit disant tangibles, mesurables ou quantifiables ? Se définir comme « science objective » ouvre toutes les portes à des résultats biaisés, globalisants et stériles, dans un domaine où il est question avant tout de l'homme dans ses relations aux autres et au monde : objet d'étude par nature

⁸⁰ Cf. Jean Copans, *L'enquête ethnologique de terrain*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005 (1998).

⁸¹ *Ibid.*, p. 80.

variable et complexe, devant faire appel autant à la philosophie qu'à l'histoire (au sein d'une démarche interdisciplinaire) pour être au mieux compris.

L'autre notion centrale dans les définitions proposées par Jean Copans est celle de la différence : selon lui, l'ethnologie et l'anthropologie ont comme premier enjeu de fonder une différence et de privilégier l'*autre* et non plus *soi-même*. La notion de différence mérite cependant d'être soulignée à nouveau en ce sens qu'elle permet de « recontextualiser » les termes de « primitifs, cultures, traditions, ethnies, et sociétés complexes » dans l'histoire d'une part et dans la discipline elle-même. Ce constat historique se trouve complété par sa définition de la nature même de la discipline comme « un aller-retour entre deux ou plusieurs mondes » et celle du chercheur comme témoin, prouvant et traduisant ce qui les entoure. Ces deux définitions participent à ce qui est engagé dans cette recherche même si la notion de *preuve* mériterait d'être remplacée par celle de « vérification des lieux communs », ce qui correspond plutôt à une autre étape de l'enquête, ayant plus facilement lieu après le travail de terrain, alors que celle de *traduction* s'étend tout au long de la démarche, sous différentes formes. Ainsi, l'ethnologie et l'anthropologie participent, elles aussi, au changement même des sociétés et des « cultures » : en témoigne, par exemple, l'appropriation de la célébrité de Marcel Griaule au sein des Dogons au Mali. Les chercheurs en attente de ce qu'ils ont pu lire de l'éminent ethnologue ont engendré un fonctionnement nouveau dans le lieu même de leur investigation : une *traduction* de « leur traduction » du peuple devient le miroir proposé aux touristes en visite. Il est alors monnaie courante de croiser sur son chemin un guide puis un autre proposant ses services en évoquant de mystérieuses pratiques, des lieux secrets et autres codes sociaux, que seul un paiement permettrait au touriste de les « découvrir », se voyant ainsi face à la possibilité d'acheter toutes les clefs (ou « structures ») nécessaires (selon le guide) à sa *compréhension* de l'*autre* : mais laquelle ? Non seulement, les pratiques de l'ethnie se sont vues « popularisées » par les travaux du célèbre chercheur [Marcel Griaule], mais celle-ci [l'ethnie] s'est elle-même appropriée la mythologie construite autour d'une certaine forme d'idéologie. L'anthropologue Anne Doquet⁸² souligne justement comment Marcel Griaule a construit cette *mythologie* en ne faisant appel qu'à un seul interlocuteur Dogon et en ne « contextualisant » pas ses données du point de vue des dimensions sociales et historiques, donnant alors « l'illusion d'une harmonie fictive », évinçant notamment le

⁸² Anne Doquet est chargée de recherche à l'Institut de recherche et de développement (IRD), cf. notamment Anne Doquet, Sara Le Menestrel (sous la direction de), *Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociale*, numéro thématique de la revue « Autrepart », n°40, Paris, éditions Armand Colin, collection « IRD », 2006.

caractère conflictuel des relations intra villages. Autrement dit, la construction fictionnelle des Dogons est victime de son succès : les guides touristiques locaux se jouent du *mythe* pour en faire leur commerce. Ceci n'étant en rien néfaste, si ce n'est du point de vue de la compréhension alors stérilisée, réduite à ne trouver sur le terrain que des mises en scène de la dite « authenticité africaine ». Face à cette complexité comportementale, comme va-et-vient pouvant « tromper » le chercheur dans son analyse, identifiée alors comme une « supercherie », se trouve néanmoins la possibilité d'ouvrir un dialogue – au-delà du système déclencheur du don et du contre don – que seul l'humour parviendra peut-être à désamorcer pour laisser place à la relation particulière entre le dit « guide » et le dit « touriste ». Autrement dit, une *véritable* rencontre pourra surgir au creux de la « structure mythique » [ou devrais-je dire plus justement du « jeu »], construite par Marcel Griaule, si le chercheur en visite devient le complice de l'autochtone, connaissant tous deux les règles du jeu, et considérant que cet humour est lui-même un code social hautement important au Mali, comme vecteur d'une certaine cohésion sans heurt majeur. C'est donc bien au sein de tous ces paradoxes que l'enquêteur (du point de vue de l'ethnographie) doit s'évertuer à définir « son terrain » et à *traduire* [au sens ethnologique du terme, non pas comme seulement le passage d'une langue à une autre, mais aussi de l'ordre de l'interprétation et de sa « contextualisation »] ce qu'il y a « trouvé ». Et, à cet endroit, c'est son seul jugement qui posera les limites du « paysage » (composé des mythes, des structures mais aussi des rencontres) rendu auprès de ses pairs, en termes de parti pris.

Ainsi, l'ethnologie et ses méthodes sont aussi l'objet d'imitations et d'emprunts à d'autres disciplines, *emprunts* nécessaires (ne serait-ce que du point de vue de la « contextualisation » des données) même s'ils sont définis comme « utilitaristes » par Jean Copans, qui manifeste par cette critique sa résistance à la démarche épistémologique même s'il reconnaît l'interaction inévitable entre les disciplines. Il rajoute que l'évolution de pensée propre à chaque discipline échappe alors à l'ethnologue et rendrait caduque sa recherche : ce qu'il signale par ces termes c'est sa propre incapacité à questionner la complexité relationnelle. Il insiste alors sur la « méthode » (en tant qu'objet de connaissance stable, toujours dans une volonté de valider le statut de l'ethnologie comme science) et cite Claude Lévi-Strauss qui a su développer, selon lui, la force et le succès du modèle philosophique et analytique par son approche structurale. Par ce parti pris, c'est la rigueur qui est mise en avant par Jean Copans qui a comme enjeu premier de prouver la validité scientifique de sa discipline. Or, le structuralisme de Claude Lévi-Strauss, comme toute pensée analytique et les outils qu'elle

modélise, connaît des limites : structurer des observations selon un ou plusieurs dénominateurs commun(s) conduit à en simplifier leur compréhension et à transformer les collectes effectuées lors des enquêtes [qui sont des expériences particulières] en des schèmes universalisables, certes utiles à la communication mais bel et bien réducteurs.

Concernant les collectes de l'enquête ethnographique, Jean Copans définit trois domaines : celui des objets (collections, classements ou expositions), des textes (provenant d'un patrimoine international) et des images (photographies, films, vidéos ; comme illustration, documentation, preuve, ou moyen scientifique d'analyse et d'explication). Et un quatrième postulat : l'inventaire des produits de la recherche. Ainsi, il détermine une organisation interne (tripartite) au projet ethnologique : les objets sociaux et culturels que désigne et reconstruit le projet (description) ; l'enquête de terrain qui est l'approche la plus totalisante et la plus engagée personnellement, de production des connaissances ; les idées et les théories qui expliquent le « réel » et *justifient*, après coup, les raisons d'être une discipline autonome. Pour une ethnologie comme ensemble de découpages et de spécialisations « qui reste déterminé par la dialectique des traditions scientifiques nationales et des évolutions sociopolitiques mondiales »⁸³. Selon Jean Copans, l'ethnologie donne donc à voir le « réel » et n'a vraisemblablement pas fini de devoir prouver sa validité scientifique. Au-delà de ses deux enjeux de prédilection, il est cependant intéressant de retenir la tripartition de sa méthode ethnologique (description des faits, interprétation, analyse), non point cependant comme « temps » séparés, mais plutôt comme conjoncturels (échanges, interactions) : celle-ci peut être dite « factuelle », lorsqu'elle concerne par exemple l'étude des objets, des textes et des images ; ou « temporelle », du point de vue de la méthodologie globale, telle que la description de l'anticipation au voyage, en tant qu'élaboration des enquêtes et du journal de bord qui jalonnent l'immersion à venir, et de la confrontation aux théories et aux modèles (*a posteriori* des enquêtes).

Concernant les images, Jean Copans souligne à juste titre le rôle de tels objets comme « interprétations visuelles », mais aussi comme « traduction visuelle de l'altérité exotique ainsi que de son environnement, de sa couleur. »⁸⁴ Cette *altérité* est ce qui échappe à la prise de notes du carnet de bord ; l'image permet au lecteur de s'approprier une part de ce que le chercheur rapporte par l'absence de mot et donc d'une certaine liberté d'interprétation qui

⁸³ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), p. 12.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 15.

permet de dépasser la parfois fausse objectivité du rapport. Il subsiste cependant le risque, selon Jean Copans, d'être dans l'illusion du réel, le voyeurisme ou le journalisme de grand reportage. Il propose alors comme *antidote* de multiplier les images et d'en expliquer l'ensemble des conditions de production : ce postulat sera repris lors des rapports ethnographiques qui suivront, sous la forme notamment de planches-contacts. Ceci dit, cet ensemble de conditions reste limité une fois de plus par le parti pris engagé au départ et appartient donc toujours à une certaine forme de subjectivité. C'est à cette subjectivité que Jean Copans pense échapper en proposant ces nouveaux systèmes de notation, toujours en écho à son enjeu premier de fournir une « preuve scientifique ». Mais au sein du débat qui concerne cette recherche la question est toute autre : comment traduire un paysage chromatique culturel singulier ? Quels outils permettraient de construire une *traduction* de la *relation* ? Comment – au travers des images et des mots – ne pas figer un lieu tout en proposant un modèle qui fait système ?

En voici quelques présupposés : la notation, qui pourrait être celle d'un climat – au sens géographique et psychologique du terme –, peut prendre la forme d'une poétique de l'intention ; au sens où elle accompagnerait l'image (les images) d'un même mouvement. Elle pourrait aussi rendre compte du cheminement, ou plutôt de la manière dont le cheminement s'est produit, en termes de balises *a priori* subjectives mais dans le même coup intimes à tout lecteur qui peut s'imaginer être à la place du chercheur : prise en compte de la personne à qui l'on s'adresse, comme potentiel observateur, du moins au sein de son imaginaire, là encore dans une démarche questionnant la relation, qui s'étend jusque dans la réception. Étendre la réflexion jusqu'à ce niveau permet de nourrir la réflexion au sujet de la conception d'une méthode ethno-poïétique, en terme de phases : de l'objet étudié (terrain) à l'objet de son étude (classements et modèles) lui-même observé par un tiers encore inconnu. Ce qui permettra de poser la question de la réception comme continuité de la construction – comme objet d'étude pour l'ethno-poïétique⁸⁵. Ainsi, en second plan, la forme textuelle du journal de bord rend compte de l'évolution de l'analyse de terrain :

Les réalités sociales et culturelles des populations lointaines se transforment donc, au fur et à mesure des expériences de contact, de fréquentation et d'observation, en autant de figures

⁸⁵ Au sujet de l'ethno-poïétique considérant la question de la réception, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II.3, pp. 551-559.

historiques ou idéologiques [...], et enfin en objets scientifiques qui fournissent l'explication du fonctionnement des sociétés.⁸⁶

En ce qui concerne la définition des « réalités » et l'explication du « fonctionnement des sociétés » : lorsqu'une spécificité locale devient le signe d'une « identité culturelle », il y a classement des sociétés en fonction de paramètres prédéfinis. Or, l'étude qui intéresse cette recherche ne porte pas sur la définition ou le classement d'une société, elle porte sur les relations qui s'opèrent entre deux occurrences, non en terme de similitudes ou de différences, mais en terme de liaison, de création naissant de la rencontre : l'enjeu est de tenter de dessiner les contours d'un tiers comme objet de connaissance et système de relation. La ligne conductrice d'une telle démarche se pose en termes d'objectifs – anticipatoires au voyage – : trouver les couleurs liées à des territoires – voire, des *patrimoines* ou des *terroirs*⁸⁷ –, les couleurs traditionnelles ou actuelles (participant d'une même contemporanéité), celles qui composent les paysages visités, dans une volonté de valorisation des démarches particulières, intimes, voire secrètes, sous-jacentes ou mêlées mentalement aux couleurs importées en France et observées auparavant.

Pour ce qui est de l'inventaire, il est arbitraire dans le sens où son explication réside dans des méthodes, des théories, des politiques scientifiques et des compétences professionnelles ou personnelles de l'observateur, mais non dans les objets préexistants :

Il n'y a pas d'objet scientifique standard puisque la culture, dans sa totalité indéfinie et permanente, l'histoire de vie, dans son caractère unique, ou bien encore les symboliques inédites du changement, définissent des échelles contrastées d'une seule et même réalité.⁸⁸

La démarche ethnographique est donc avant tout une expérience personnelle de la société étudiée ; c'est « faire du terrain » : y est sous-jacente, selon Jean Copans, la quête de l'*altérité* et de ses formes identitaires. À ceci *je* rajouterais la quête de « soi » et du rapprochement et non pas seulement de la différence (comme postulat de départ de Jean Copans), puisqu'il définit l'enquête comme construction de celle-ci. Ce postulat fait écho aux constructions ethnographiques, du point de vue de l'histoire de la discipline, mais nécessite une remise en

⁸⁶ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), pp. 15-16.

⁸⁷ Au sujet des notions de *patrimoine* et de *terroir*, cf. pour leurs définitions, l'introduction de la partie I, pp. 41-47 , l'introduction du chapitre II, pp. 107-117, et, les sections 1 et 2 de ce même chapitre, pp. 118-214.

⁸⁸ Jean Copans, *op.cit.*, p. 18.

question en termes de posture. Déjà dans le terme même de « faire du terrain » se révèle l'action de l'enquêteur : par sa présence mais aussi par son regard, déjà dans l'interprétation, il interfère sur ce qu'il décrira plus tard comme « réalité » à un moment donné d'une société donnée. Dans les premières instigations, l'anthropologue était solitaire et manifestait sa supériorité de l'homme blanc sur une « masse primitive » dominée, puisqu'il employait des chauffeurs, des guides et des interprètes. Ce type d'instigation serait à remettre en question dans un contexte où l'enquêteur parle la langue du lieu qu'il visite et devient autonome dans ses démarches. Cette transformation de la posture de l'enquêteur sera mise en exergue lors des expériences qui suivront, en termes de mise en relation⁸⁹.

Une autre étape à prendre en compte est celle de la *traduction* post-enquête, elle concerne les documents et les entretiens, pour lesquels il conviendra à nouveau d'en expliciter les conditions. En effet, la notion de *traduction* permet de considérer autrement les résultats des enquêtes, non plus comme des identifiants culturels mais plutôt comme des outils de compréhension : classer des données correspond à construire des systèmes d'interprétation, des modèles. Il est fondamental de considérer ces modèles comme des outils et non comme des entités stables et référentielles. C'est de cette limite dont il est nécessaire de traiter pour décroiser les différentes postures ethnologiques (sous-tendant des jeux de pouvoir politiques) et pour mieux comprendre les enjeux qui motivent les interprétations culturelles. En effet, au sein de la discipline ethnologique, il existe des catégories et donc différents courants : l'évolutionnisme (L.H. Morgan et F. Engels) ; le culturalisme (M. Mead et A. Kroeber) ; le fonctionnalisme (B. Malinowski et A.R. Radcliffe-Brown) ; le structuralisme (Cl. Lévi-Strauss) ; le marxisme (Cl. Meillassoux et M. Godelier) et le symbolisme interprétatif (Cl. Geertz). Jean Copans souligne avec justesse que c'est l'ignorance qui a conduit aux images d'Épinal telles que les Américains sont culturalistes, les Britanniques sont fonctionnalistes et les Français sont structuralo-marxistes. Ainsi, on assiste à un va-et-vient d'interprétation entre la culture observée (définie comme l'« autre ») et de la culture de celui qui observe, dans une démarche globalisante. De ce fait, regrouper les démarches ethnologiques et anthropologiques par leur état d'esprit correspond à la notion de *totalité* en ceci qu'au-delà des objets particuliers, « ce sont bien des totalités signifiantes qui focalisent l'attention : la culture, la société, le rituel, l'institution. »⁹⁰ Par cet engagement, Jean Copans

⁸⁹ Au sujet de la posture de l'enquêteur et de la mise en relation, cf. plus particulièrement le chapitre II. 2 dans cette même partie de cette thèse, traitant des enquêtes de terrain en solitaire, pp. 164-214.

⁹⁰ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), p. 24.

rejoint la pensée de Marcel Mauss concernant le « fait social total », lequel désigne « un phénomène à la fois reflet et expression de la logique interne d'une société et perceptible et analysable par un regard extérieur ou moins empathique. »⁹¹ Ainsi, selon lui, dans toute démarche anthropologique le souci d'une « totalité explicative » subsiste et la comparaison constitue le moteur de la discipline, qui, pour être significative, est toujours rapportée à l'ensemble des plus vastes des déterminations. Cette comparaison est un autre paradigme qui sera évincé dans le cadre de cette recherche, même s'il est admis que ce qui sera noté dans le carnet de bord correspondra souvent à des surgissements qui résultent de « différences » avec « la culture propre à l'enquêteur », cette comparaison ne sera en rien opératoire du point de vue de l'analyse et de la construction du « sens sur » ce qu'est présupposée être « la culture » qui est observée. Ainsi, dans le système de notation le parti pris ne sera pas celui de comparer les différents faits, gestes ou autres objets : l'objectif est plutôt de rendre compte de ces *indices* dans le cadre d'une rencontre singulière entre l'enquêteur et le lieu, l'individu ou le groupe (plus rarement). Car l'enjeu n'est pas de définir une *identité* mais bien de créer un paysage, voire de *dessiner* une « cartographie chromatique et matérielle »⁹² : démarche que pourrait sûrement critiquer Jean Copans en la définissant de « spéculation conceptuelle gratuite et quasi philosophique » (termes qu'il emploie au sujet de la tendance postmoderne), alors qu'elle correspond davantage à une conception mettant en relation la « *mémoire en acte* » (compréhension des poétiques et construction de connaissances) et l'*imagination* comme création (dans laquelle l'*invention* et la prise en compte de la *rencontre* sont centrales), et c'est là où l'ethno-poïétique sera des plus utiles⁹³.

En dépit donc de sa posture fortement critiquable, l'ouvrage de Jean Copans permet de « contextualiser » la construction de sa discipline, et donc de mieux la définir, notamment dans sa relation à la posture de l'ethnologue et à sa fonction :

L'ethnologue est tout à la fois « observateur », traducteur, interprète et producteur d'explications. [...] Les grandes notions englobantes et déterministes (tribu ou ethnie, parenté, clan, esclave, communauté) disparaissent pour laisser place à des formes ou à des configurations de relations, de réseaux, de représentations plus fluides et provisoires. [...]

⁹¹ Jean Copans, *op.cit.* Et « Essai sur le don, forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques » in M. Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 1950, pp. 145-279, les commentaires de Lévi-Strauss en introduction (pp. IX-LII) ; et, pour compléter, cf. Bruno Karsenti, *Marcel Mauss, le fait social total*, Paris, PUF, 1994.

⁹² La notion de « cartographie chromatique » – notamment, en relation à la notion de patrimoine – ainsi que sa conception seront traitées spécifiquement dans la troisième partie de cette thèse, chapitre I.2, pp. 499-518.

⁹³ Au sujet de l'ethno-poïétique questionnant une instauration empruntant des « savoir-faire » issues de différents *ethnos*, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

L'image du grand écart anthropologique qui relie aujourd'hui le local au global, les lieux du particulier des identités au mondial des interrelations, n'est pas seulement une modification du projet et de la méthode ; c'est aussi une mutation profonde des modes d'explication.⁹⁴

Aussi la posture de l'ethnologue permet-elle d'envisager la notion de *traduction* dans sa relation à *l'interprétation* et de contextualiser les données récoltées, « trouvées », grâce à l'apport de différentes disciplines et dans un système d'allers-retours entre « immersion / rapprochement » et « mise à distance » du « terrain » étudié. Système qui conduit à dérouiller les mécanismes d'une pensée « bien rôdée », propre à l'induction, pour une véritable gymnastique intellectuelle (liée à la volonté de comprendre), qui conduit à une précieuse liberté de penser. Cependant, en trame de fond aux interactions soulevées par l'ethnologie [discipline qui découle donc d'une articulation pluridisciplinaire], différentes spécialisations entrent en jeu et se construisent au sein de « larges aires culturelles ou géographiques » prédéfinies et selon lesquelles les problématisations et les thématisations tiennent alors à la présumée *nature* des sociétés, et aux changements dont elles ont été l'objet. Cette conception est du véritable « pain béni » pour certains ethnologues et rejoint quelque peu la conception du « groupe » des sociologues. En effet, la détermination de ces « aires culturelles » facilite les comparaisons car elles présentent une certaine homogénéité (d'ordre historique ou politique, plus que culturel proprement dit) et permet de définir des « traditions nationales », actrices de ce qui compose un nouveau champ de déterminismes : obstacle à la relation et figeant la pensée. Ainsi, d'un point de vue historique, c'est la standardisation comparatiste qui a construit des modèles d'intelligibilité de faits *exotiques* pour le regard des habitudes sociales et mentales de l'*Occident* bien pensant ; et c'est la mécanique d'objectivation de l'*autre* – reproductible et institutionnalisée – qui a conduit à poser un regard ethnologique de moins en moins redevable au *hasard* et à la « subjectivité » d'un observateur « de passage ». Mais c'est aussi cette histoire qui a, même métaphoriquement, fait que l'ethnologie est liée à l'idée de domination de la culture occidentale :

Le mythe des origines de l'humanité pèse sur l'anthropologie et le mythe des origines de l'anthropologie redouble ce mythe au point d'en faire une forme de mystification.⁹⁵

⁹⁴ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), p. 26.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 31.

Mythes de la quête des origines, sacralisation de l'humain et de ce que son *existence* pourrait cacher ou voiler : voilà encore ce qui risque de conditionner la démarche ethnographique et d'influencer les prises de notes et le comportement même de l'enquêteur qui non seulement provoquera des réactions intimement liées à sa présence sur les lieux et à ses attentes, mais « trouvera » certainement le secret qu'il venait y chercher, au fond, tel un archéologue motivé par le mystique. Au-delà même de l'influence de ce mythe – que Mircea Eliade nomme pompeusement le « prestige magique des 'origines' »⁹⁶ – quasi inconscient à l'esprit de l'enquêteur, une certaine fascination pour les croyances propres au lieu peut naître et devenir une véritable « passion aveuglante » : l'enquêteur est « pris au piège » de l'objet étudié, soit, dans une induction solide et résistante à la mise à distance opératoire, nécessitant une sorte de « déconstruction ». Le va-et-vient dont il est alors question ici se situe davantage au niveau de l'interprétation : la prétendue *observation* – terme que Jean Copans se plaît à employer aux sciences dites « exactes » ou « dures » – est de fait noyée de sublimations. Pourtant, dans cet état *blanc*, il y a aussi relation [si tentée seulement qu'une mise à distance *a posteriori* de l'expérience fût-elle possible], l'enquêteur se trouve dans le « nœud » même de ce qui fait le lien social et la représentation symbolique : cette expérience participe à la mise en lumière, comme « découverte », de l'individu / l'*autre* – sur lequel il enquête – dans son rapport au monde. En ceci, la notion d'« enquête participative », en terme de relations entre l'*observateur* et le « terrain », permet d'être complétée au plus près de ce qui pourrait se définir comme « problème » lié à l'induction, « problème » qui se révèle être un nœud de l'expérience au sein duquel une forme de rencontre opère – rencontre qui ne peut être identifiée comme telle que grâce au va-et-vient opératoire et continu entre « immersion » et « mise à distance ».

Il convient à présent de définir quels outils offre l'ethnographie – et particulièrement Marcel Mauss et son très détaillé *Manuel d'ethnographie*⁹⁷ – pour organiser les collectes, ainsi que leur statut ; et de compléter *nos* emprunts par des prises de notes extraites elles-mêmes d'un carnet de bord personnel datant d'avant le premier voyage au Japon.

⁹⁶ Mircea Eliade, *Aspects du mythe*, Paris, éditions Gallimard, 1963, p. 35.

⁹⁷ Cf. Marcel Mauss, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967.

b- Les notions de « carnet de bord » et de « classification » en ethnographie : repérage des méthodes potentiellement utiles pour rendre compte de la complexité des *relations* opérantes sur le « terrain »

Afin de déterminer les outils ethnographiques à proprement parler, en dehors de tout champ réflexif anthropologique, il convient d'en référer au *Manuel d'ethnographie* de Marcel Mauss qui constitue un outil pragmatique très complet, bien que cet éminent chercheur ne se soit jamais confronté au terrain : à cette époque, son étude s'adressait aux sociétés qui peuplaient les colonies françaises et aux sociétés « de même stade », ceci excluant les sociétés dites « primitives ». Pour mieux utiliser son ouvrage, il importe de définir en quelques lignes sa pensée de la discipline pour mieux déterminer l'engagement de cette recherche car elles n'ont que très peu d'intentions et d'ambitions communes. Ceci dit, c'est cette même pensée, même si elle est critiquable, qui a permis de constituer un manuel extrêmement méthodique et, pour le coup, très pédagogique – ce qui est ici une qualité indéniable. Aussi, pour Mauss, l'ethnologie se définit-elle comme une « science de constats et de statistiques », et, dans ce sens, la théorie a pour rôle de pousser à la recherche dans un but de *vérification*, en cela, il témoigne d'une posture *scientifique* – dans le sens d'une méthode basée sur la preuve d'une *vérité* ou d'un *phénomène* présumé en amont –, tout comme Jean Copans, il en fait un modèle méthodologique : *anticiper* un résultat et constituer un corpus qui permette de le valider, de le « prouver ». En ce sens, il souligne qu'« on recherchera la clarté et la sobriété »⁹⁸ : troublant engagement que de vouloir « clarifier » un sujet aussi complexe que l'humain, cette remarque en dit long sur la posture de Marcel Mauss, ce qui échappe au système global des faits *observés* ne restera pas dans la mémoire ethnographique ! À partir de ce postulat, l'ethnologue en partance pour le terrain doit donc avoir conscience de ce qu'il sait déjà afin de *révéler* ce qui ne se sait pas encore : les faits sociaux sont d'abord historiques, donc « irréversibles », reste à savoir ce qui sera retranscrit de la *réalité observée*... L'objectif de « révéler », sous-tendant la notion de *dévoilement*, n'est pas en accord avec la méthodologie engagée dans cette thèse : l'ethno-poïétique⁹⁹ consiste non pas à *dévoiler* ou à

⁹⁸ Marcel Mauss, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967, p. 10.

⁹⁹ L'ethno-poïétique associe la poïétique, comme philosophie et science de l'œuvre « en train de se faire » et l'*ethnos*, en tant qu'« ensemble de personnes parlant une même langue, ayant la conscience d'appartenir à une même communauté de croyances, de pratiques socioculturelles et à un même mode de filiation qui les distingue ainsi des autres. » [Arnaud Bieri et Lay Tshiala « Regard sur l'autre, critique de soi, "Nous autres" vus par les Africains », (in) Erica Deuber Ziegler, Geneviève Perret (sous la direction de), *Nous autres*, Genève, Musée d'ethnographie et Infolio, collection « Tabou », n°1, 2005, p.93.] Considérant que « l'objet spécifique de la poïétique n'est pas l'artiste, mais le rapport dynamique qui l'unit à son œuvre pendant qu'il est aux prises avec elle » [René Passeron, *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989, p. 16], et que l'*ethnos* se définit ici particulièrement du point de vue de ses pratiques [instaurations singulières (*hasard*, *invention*, non linéarité du « faire ») articulées à des poétiques (recettes, règles, *traditions*)]; aussi l'ethno-poïétique

prouver mais plutôt à « découvrir », à *inventer*, puis à construire une connaissance au sein de laquelle les *relations* – et notamment par le « faire », relation par excellence entre le « matériau » et le praticien – sont un des objets de réflexion. En revanche, la notion plus subtile de « vérification » peut être conservée dans la démarche analytique *a posteriori* de l'enquête – lorsque, par exemple, des « lieux communs » se sont mêlés à la *réception* des rencontres, des entretiens ou des collectes – pour conduire à cette question centrale : jusqu'où l'anticipation crée-t-elle du sens (ou du non-sens) ?

De plus – autre modèle à remettre en question – pour Marcel Mauss, l'ethnographie comparée n'aura de valeur que si elle est fondée sur des comparaisons de faits et non de cultures ; pour l'aspect pratique, il recommande donc de prendre un groupe de population à l'intérieur d'une société déterminée et un nombre limité de localités à organisation commune. Ce modèle n'a de sens que dans le cadre d'une recherche comparatiste d'une part et à ambition identitaire d'autre part, ce qui n'est, comme cela a déjà été souligné plus haut, aucunement le sujet de cette recherche. Par contre, il anticipe avec finesse (son recul le lui permet, de fait, puisqu'il a constitué sa méthode loin de tout terrain) le rôle de l'ethnographe comme celui qui « doit être capable de vivre en lui la tendance principale de la culture qu'il étudie ». Dans ce sens, l'ethnographie est d'abord l'expérience d'une immersion totale : pour comprendre la société il est impératif d'intérioriser les manifestations « extérieures » dans les significations que les individus eux-mêmes attribuent à leurs comportements. De plus, M. Mauss sectorise (dont les frontières sont cependant quelque peu subjectives, compte tenu de leurs interdépendances) les trois disciplines (ethnographie, ethnologie, anthropologie) comme complémentaires d'une même démarche. Cette appréhension de la société perçue du dedans par les acteurs sociaux, avec qui est entretenu un rapport direct, est ce qui distingue la pratique ethnologique (incluant la pratique du terrain) de celle de l'historien ou du sociologue ; et la pratique anthropologique procède d'une découverte ethnographique, expérience qui comporte une aventure personnelle.

En termes de méthode, le *Manuel d'ethnographie* regroupe donc quelques procédures intéressantes pour le réinvestissement de différentes notions (en termes d'outils opératoires). Tout d'abord, celle de *recueil* d'objets fabriqués, de contes, de témoignages et d'anecdotes,

engagerait-elle des méthodes de type ethnologique et considérerait-elle la *rencontre* opératoire entre deux *ethnos*, du point de vue de leurs *poiésis*.

Cette thèse a donc, dans son ensemble, l'objectif de construire une ethno-poïétique en tant que discipline.

Au sujet de l'instauration d'une installation née de la *rencontre* entre des *poiésis* issues de différents *ethnos*, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

qui sera établi avant le départ (objets importés et recherches bibliographiques) et sur le terrain (collectes et entretiens). Puis, les notions de « localisation » et de « datation », en ce qui concerne les circonstances d'observation. Et, l'« étude des phénomènes des civilisations » : les coutumes, les outils, les techniques, comme indices ou signaux, nécessitant une « contextualisation » historique et géographique ponctuelle, afin d'éviter le piège d'une possible généralisation de la part du lecteur. Puis, viennent des phénomènes encore plus « généraux » (quoique cela dépende du mode selon lequel l'observation est mise en place)¹⁰⁰, telle que l'étude de la psychologie politique nationale et de ses rapports avec les rituels : pour une compréhension interrelationnelle entre religion et politique, sujet qui intéresse cette recherche puisqu'elle porte sur un terrain propice à ce type d'analyse – le Japon, ayant une politique nationale fortement ancrée sur les croyances, notamment au sujet de la position de l'empereur. La notion de carnet de bord est alors sous-jacente à toutes ces notions : selon Marcel Mauss, il se compose aussi de notes sur les fiches remplies (description) et les listes d'objets récoltés (inventaire), devenant ainsi un répertoire facile à consulter. À ceci peuvent être ajoutées les évocations du moment, les pensées aléatoires, les sensations, bref tout ce qui concerne les traces de l'implication personnelle dans l'objet d'étude, comme balises du cheminement. L'objectivité et la neutralité absolues étant impossibles – et même stériles, du point de vue de la démarche engagée ici –, le travail de création commence déjà lors de l'enquête, choisir tel objet plutôt qu'un autre correspond déjà à un parti pris. Et la composition de séries logiques d'échantillons renvoie à l'opération de classification des couleurs, des images, mais aussi des sons, des odeurs ou des goûts, comme amorce de la conception d'une nouvelle forme de cartographie, notamment celle des « couleurs matières » et des « couleurs images »¹⁰¹, modèle utile à la compréhension des relations inhérentes entre le *faire* et le *savoir* dans une « culture » (constituée de modèles et de « processus de fictionnalisation » identifiés) particulière. Selon cet engagement, la classification et la nomination des *domaines* [en tant qu'ensembles de couleur / d'images / ... ayant une / des caractéristique(s) commune(s)] et des *localisations* (petites localités contrastant avec le caractère commun / similaire des domaines présentés, par exemple, un contrepoint rouge contrastant avec un domaine de verts) permettront par la suite de constituer des modèles, conçus pour établir une communication, voire une utilisation, adaptées à des objectifs et des usages particuliers. Pour cette collecte, les

¹⁰⁰ Au sujet de la « rencontre » et du « rituel », et d'une étude non pas établie en terme d'analyse phénoménologique mais plutôt centrée autour des notions de *traduction* et de *relation*, et notamment du va-et-vient interprétatif – en terme de posture – entre le *je* de l'immersion et celui de sa propre fictionnalisation ; cf. cette même partie, chapitre II.3, pp. 215-248.

¹⁰¹ La notion de cartographie des couleurs dites « matière » et « image » sera définie dans une première approche, en relation à la notion d'*exotisme*, sur le terrain des bureaux de style, cf. deuxième partie, chapitre II.3.b-, pp. 453-465.

matériaux peuvent être d'ordre photographique, cinématographique, phonographique, graphique, ou « réel » (échantillons récoltés). Des notations peuvent aussi signaler la valeur de l'objet qui lui est accordée dans le contexte où il a été prélevé, celles-ci pouvant être d'ordre technique, symbolique, religieux, magique, etc.

Selon Marcel Mauss, les « méthodes d'observation » se divisent en différents secteurs d'applications : des méthodes d'enregistrement et d'observation matérielles d'une part, et, des méthodes d'observation et d'enregistrement morales d'autre part. Cette division dénote la volonté du chercheur au sujet de la « récupération » : l'observateur sait à ce moment-là pourquoi il recueille tel objet, ensuite son statut changera peut-être. Il est cependant important de noter que les paramètres matériels et moraux interagissent de manière parfois indéfinissable. C'est pourquoi la constitution des cartographies d'éléments collectés doit se faire de préférence en dernier lieu (au retour) afin de pouvoir prendre en compte tous ces paramètres. Cette étude de la société, nommée « cartographique »¹⁰² par Mauss, est donc à la fois statique et dynamique, ce qui permet d'argumenter sur la nécessité d'y inclure dès le départ la notion de *relation*. Les variations dans le temps doivent aussi être considérées ; par exemple, les mouvements d'une population dans l'histoire définissent aussi ce qu'elle est aujourd'hui. L'étude des mouvements concerne aussi le corps et toutes ses gestuelles, car l'ensemble de ces *habitus*¹⁰³ correspond à une tradition et à une expérimentation : ils sont aussi révélateurs de ce que « sont » (états définis dans l'observation de comportements communs ou similaires) les individus à l'intérieur de la société observée et permettent de donner à voir une musicalité générale de l'ensemble des cartes. Ces postulats permettent de considérer des « entités stables » [nommées *invariants* par Claude Lévi-Strauss] sans lesquelles un système de relations ne pourrait être défini. Au sein de la méthode engagée ici, les *invariants* identitaires seront remplacés par l'*invention* de notions plus subtiles et plus adaptées à *notre* terrain d'étude, fait de relations. Telles que celle de « couleur matière »¹⁰⁴ (notion liée au « faire », à des processus et à des techniques, engageant des expérimentations

¹⁰² Au sujet de la « cartographie ethnographique », cf. Marcel Mauss, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967, pp. 18-22, particulièrement au sujet d'un regard global sur une société, intitulé « Morphologie sociale », cf. *Ibid.*, pp. 26-28 ; et, particulièrement au sujet des arts plastiques, cf. *Ibid.*, pp. 88-90.

¹⁰³ La notion d'*habitus*, empruntée par Marcel Mauss à la sociologie (disciple de Durkheim), devient, dans le cadre de sa discipline en construction (l'ethnologie), l'un des principes fondamentaux de sa conception de « l'homme total » ; soit, une sorte de « connecteur » des composantes physiologiques, psychologiques et sociétales de l'individu.

¹⁰⁴ Pour mieux saisir la notion de « couleur matière », et la proposition d'une modélisation potentielle (axée sur des savoir-faire traditionnels et artisanaux) par le théoricien japonais Sachio Yoshioka, cf. notamment la « partie transition » – entre la première et la deuxième partie de cette thèse –, chapitre I.2, pp. 271-279.

et des savoirs), celle de « couleur culture »¹⁰⁵ (notion liée à l'histoire, voire au « patrimoine », au « faire » et aux usages « en acte » qu'ils permettent, engageant des systèmes de symbolisation et de notations), ou encore celle de « couleur image »¹⁰⁶ (notion liée à la mise en relation sociale, à des usages et à des représentations, engageant des structures de signification et des processus d'identification). En effet, ces notions permettent de mieux comprendre les sociétés du point de vue de *l'homo faber* (instaurations) et de ses « processus de fictionnalisation », soit de proposer une *traduction* de l'homme dans sa relation à la matière et à *l'autre*, dans une volonté de ne pas « trahir » la diversité des usages et la complexité des regards.

De plus, Marcel Mauss souligne que, du plus local au plus global, l'espace dans lequel les individus se déploient est aussi à observer : les décorations, l'architecture, les réseaux de circulations ; leurs matières, leur forme, leur taille et leurs couleurs sont des paramètres à noter selon l'ambition de chaque cartographie. Au sein de cette méthode, au plus local, l'étude du mode de consommation alimentaire nécessite aussi d'être établie et complétée, au titre de la relation entre l'individu et le culinaire, en tant que « couleur matière » et de « couleur image », dans le sens où elle investit des gestes, des usages particuliers, voire des représentations¹⁰⁷ lorsque la mise à distance poétique persiste lors de l'immersion. À ce titre, *L'empire des signes*¹⁰⁸ de Roland Barthes est un bon exemple de carnet de bord qui mêle différents paramètres descriptifs en termes de correspondances, mais qui relate l'évitement de la *rencontre*, le plaisir étendu de « vivre en direct » les fantasmes que l'auteur avait certainement avant son départ au sujet du Japon. Les images et les notes se superposent, les impressions instantanées se conjuguent aux références littéraires, la *description* des scènes vécues fait système :

La baguette a bien d'autres fonctions que de transporter la nourriture du plat à la bouche [...].
Tout d'abord, la baguette – sa forme le dit assez – a une fonction déictique : elle montre la nourriture, désigne le fragment, fait exister par le geste même du choix [...]. Autre fonction de

¹⁰⁵ Pour mieux saisir la notion de « couleur culture », et l'apport de l'histoire dans la compréhension de la couleur, cf. notamment la « partie transition », chapitre I.1, pp. 256-270 ; Et cf. John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008. Et, le chapitre I.2 de la troisième partie complètera la définition de la notion de « couleur culture », notamment par une étude du travail de « géographie de la couleur » conçue par Jean-Philippe Lenclos, cf. pp. 499-518

¹⁰⁶ Pour mieux saisir la notion de « couleur image », et la proposition d'une modélisation potentielle (axée sur la sémantique marketing et le terrain de l'industrie) par le théoricien japonais Shigenobu Kobayashi, cf. notamment la « partie transition », chapitre II.2, pp. 290-304.

¹⁰⁷ Au sujet du culinaire – « couleur matière » et « couleur image » – comme nœud relationnel interculturel pointé et investi dans le cadre d'une expérimentation conceptuelle, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 482-498.

¹⁰⁸ Cf. Roland Barthes, *L'empire des signes*, Genève, Éditions d'Art Albert Skira S.A., Flammarion, 1970.

la double baguette, celle de pincer le fragment de nourriture (...) ; *pincer* est d'ailleurs un mot trop fort, trop agressif [...]. Car la baguette (troisième fonction), pour diviser, sépare, écarte, chipote, au lieu de couper et d'agripper [...].

Enfin, et c'est peut-être sa plus belle fonction, la double baguette *translate* la nourriture, soit que, croisée comme deux mains, support et non plus pince, elle se glisse sous le flocon de riz et le tend, le monte jusqu'à la bouche du mangeur, soit que (par un geste millénaire de tout l'Orient) elle fasse glisser la neige alimentaire du bol aux lèvres, à la façon d'une pelle.¹⁰⁹

Non seulement la description fait système mais Roland Barthes n'hésite pas à faire rimer la forme littéraire avec le *fond*, ou plus précisément avec le sentiment – que l'on peut imaginer être le sien au moment de l'expérience – entremêlé d'une forme de « poétique japonaise » (lenteur, corrélations du riz et de la neige, ...) et de l'imagerie *occidentale* de ce que serait l'*Orient*. À tout ce champ exploratoire s'ajoutent des indications comparatistes entre les deux cultures, sous forme de paradigmes, comme par exemple : l'outil – la fourchette / la baguette, le geste – l'agressivité / la délicatesse. Ces dernières notations relèvent d'un parti pris méthodologique qui ne rejoint pas, quant à lui, celui investi par cette recherche. Par contre, en ce qui concerne la dextérité dans l'esquisse d'un paysage, d'une scène, l'œuvre de Roland Barthes permet de reconsidérer la notion même de carnet de bord. Ainsi, d'un point de vue ethnographique, différentes catégorisations du domaine de la nourriture sont possibles : l'ordre des mets ; le mode de préparation ; les paramètres perceptifs (teintes, textures, ...), gustatifs et odorants ; et, parfois l'idéologie qui s'y lie (religion ou magie). Celle-ci se rapporte aussi parfois aux classifications d'animaux, des plantes ou des procédés de fabrication, tels la constitution des murs d'une maison et les techniques du tissage.

Par extension, le vêtement est alors un centre d'intérêt primordial pour cette étude : en termes de relevés de couleurs, de formes, de fonctionnalité et de symbolisation, mais aussi et surtout en terme de techniques textiles. Les concepteurs des tendances exploitent déjà ce mode de fonctionnement¹¹⁰ : dans chaque salon, des exposants du travail de la soie ou de la laine à petite échelle sont présents, mais la diversité propre à toutes localités est très pauvrement importée et rarement réintroduite au sein des cahiers. Comme nous le verrons dans la deuxième partie de cette thèse, cette importation est liée à la notion de *traduction*¹¹¹ et au dit

¹⁰⁹ Roland Barthes, *L'empire des signes*, Genève, Éditions d'Art Albert Skira S.A., Flammarion, 1970, pp. 29-31.

¹¹⁰ Cf. Au sujet de la conception de tendances, de ses méthodes et de ses « processus de fictionnalisation », cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 351-474.

¹¹¹ Au sujet de la notion de *traduction* au sein de la méthode marketing empruntée par les bureaux de style (conception de tendances), cf. deuxième partie, chapitre II.1. c-, pp. 376-381.

phénomène de « globalisation », ce qui conditionne un certain regard et surtout ce qui peut être nommé comme « appauvrissement de la diversité », possible définition de l'*exotisme*¹¹². Ceci dit, l'importation existe depuis toujours : les boutons ne sont-elles pas d'origine chinoise ? Toutes les variétés de tissus n'ont-elles pas été obtenues dès le 2^{ème} siècle av. JC chez les Chinois et les Mongols, avant d'arriver en Europe au 4^{ème} siècle ? Ce qui a changé c'est la manière d'importer : ce ne sont plus des techniques ou des matériaux qui sont importés mais des traductions synthétiques (formelles ou idéologiques) et des représentations, pour répondre à des objectifs économiques de type capitaliste : fabrication rapide et en série de produits, pour une consommation immédiate et à court terme – soit, qui se renouvelle en des cycles prédéterminés en vue d'un système d'offre et de demande « efficace ». Pour en revenir à la méthode ethnographique, et afin de redéfinir le dit « phénomène » d'importation en fonction de la notion de *collecte*, la recommandation de Marcel Mauss au sujet du classement des tissus selon leurs paramètres visuels mais aussi par rapport à l'origine du tisserand et des procédés employés est pertinente. À la différence qu'ici ce sont les techniques elles-mêmes qui guideront le choix des tissus et, dans ce sens, les plantes tinctoriales utilisées pour obtenir les couleurs seront le « nœud organisationnel » structurant l'exercice de *traduction* pendant les enquêtes de terrain. Autrement dit, en tant que chercheur en arts, c'est le matériau et les *relations* qui le lient à l'homme – incluant des techniques pour sa transformation – qui « baliseront » les lieux à investir.

Toujours dans le *Manuel d'ethnographie*, pour ce qui est de l'habitation, il est recommandé de ne pas définir une « maison-type », car tous les modèles d'une société avec toutes les variations individuelles et toutes les variations locales caractérisent une civilisation. Cette donnée ne sera prise en compte sur le terrain que pour localiser le lieu de rencontre avec les artisans, artistes, chercheurs ou chamanes pour les entretiens et les enquêtes, en vue de « contextualiser » les données récoltées, dans une volonté de *traduire* la singularité des rencontres. De plus, les champs poétiques, littéraires et musicaux participeront eux aussi à l'investigation, afin de favoriser l'*immersion* du chercheur. Ainsi, Marcel Mauss souligne que la transmission par le rythme et par la formule est la seule garantie de perpétuité de la littérature orale, très souvent la langue poétique étant différente du langage courant. À ceci peut s'ajouter la musicalité d'une langue incomprise dans le verbe et parfois même la

¹¹² Au sujet de la notion d'*exotisme* dans le cadre de la conception de tendances, cf. deuxième partie, chapitre II.3. a- et b-, pp. 439-465
Du point de vue de sa relation à la *diversité* [dans le cadre d'une ethno-poïétique], cf. le *Lexique*, en fin de thèse.

« surprise » – liée à l'induction – de la compréhension de cette même langue lorsqu'un dialogue « autre » – tiers à l'écriture et à la parole – semble être né et conduit la réflexion à pointer l'*invention* comme surgissement¹¹³. En terme de cycles et du rôle social du langage mythologique, le *Pavillon des sept princesses*¹¹⁴ de Nezami de Gandjeh (poète persan de la fin du 12^{ème} siècle) est un bon exemple de la manière dont le conte peut révéler certaines clefs sur les croyances d'un peuple, son mode de vie, sa relation au monde. Pour ce qui est de cet exemple il met en *images* une certaine cosmologie, soit la mise en relation entre l'architecture musulmane, les planètes du système solaire, les chiffres et les couleurs en termes de « symbolisations » : s'il est possible de définir ces couleurs comme symboles du point de vue des modes de fabrication en lien aux usages qui en sont fait, leur utilisation du point de vue global – sociologique – les réduit à être des signifiés isolés de leur contexte, elles deviennent en quelque sorte des « couleur image » (soit, « décontextualisées » de leur « matière ») permettant à l'adepte d'entrer en contact avec le divin par ses prières et le système de codifications qui l'accompagne. Cette « clef symbolique » composée de sept couleurs fut aussi utilisée par les céramistes de l'époque : cette interrelation entre les pratiques religieuses et les techniques artisanales témoigne d'une communication particulière de l'homme avec le monde qui l'entoure. Connaître cette interrelation permet d'atteindre une meilleure compréhension de celui à qui l'on s'adresse et de surcroît ouvre un pan plus large pour la *relation*. Le passage des contes aux mythes contemporains (au sens des *mythologies* de Roland Barthes) et des mythes aux contes est constant et mouvant, au rythme des individus qui les créent ou les actualisent.

En terme de démarche épistémologique, Marcel Mauss souligne l'importance de prendre en compte les motivations extrascientifiques de l'observateur et la nature de l'interaction mise en jeu, toutes deux faisant partie intégrante de la recherche : l'anthropologie est aussi l'étude des observateurs susceptibles de s'observer eux-mêmes afin que la « situation d'interaction » devienne la plus consciente possible et devienne, dès lors, elle-même actrice d'un processus.

Afin de compléter le *Manuel d'ethnographie*, *La raison graphique*¹¹⁵ de Jack Goody est un bon outil en termes de méthodologie ethnographique. Notamment concernant la récolte

¹¹³ Au sujet de la notion de *traduction* comprise et définie au sein de l'induction, vers le surgissement de l'*invention*, cf. cette même partie, chapitre II.3, e-, pp. 241-247.

¹¹⁴ Cf. Michaël Barry, *Le pavillon des sept princesses*, [traduction des poèmes perses de Nezami de Gandjeh, 13^{ème} siècle], Paris, Gallimard, 2000.

¹¹⁵ Cf. Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986.

d'informations, car il complète les paramètres à prendre en compte lors des classifications ethnographiques pour éviter de donner des propos trop généraux ou normatifs. Selon cette méthode, il convient de s'efforcer de noter les conditions pratiques d'énonciation, les auteurs des énoncés, le contexte pratique et les effets de la situation d'écoute sur le contenu du message reçu. En effet, Jack Goody souligne que la proposition est affectée à la représentation d'un certain type de situation et – en se référant à Wittgenstein¹¹⁶ – qu'elle acquiert une signification grâce à la corrélation établie de l'extérieur entre les éléments donnés et ceux qu'on veut lui faire reproduire : d'où l'importance d'établir un état des « lieux communs » ou images mentales du lieu au sein duquel l'enquêteur se destine à aller, afin de mieux saisir cette interrelation. De plus, celui qui reçoit les informations et l'environnement de la réception interagissent sur la proposition donnée, « recueillie », et conduit même à cette question – qu'il emprunte à Pierre Bourdieu : l'énoncé est-il dissociable du rapport social dans lequel il est « produit » et écouté ? À cette question il est possible de répondre en fonction de l'utilisation qui sera faite de telles « productions » : dans quels lieux et pour quels objectifs seront-elles diffusées ? C'est cette seconde question qui permettra à l'enquêteur de définir son parti pris, notamment celui de noter toute interaction isolable ou pourquoi pas d'épurer au maximum les indices d'une telle interaction. En effet, l'enquête peut aussi produire une sorte de « texte mythique », en éludant de multiples références, et la censure ou l'autocensure prendre place là où il est décrété que certaines informations n'en valent pas la peine. Le résultat pourrait alors tendre à un monde de concepts fait d'*images*, synthèses de l'expérience. Du point de vue des arts, une telle posture pourrait être engagée du point de vue de la fiction : construire une mythologie n'est en rien problématique lorsqu'elle est donnée à lire comme telle, voire trouble le lecteur au point de lui permettre de vivre à son tour l'opacité de l'expérience. En revanche, du point de vue de l'ethnologie, une telle pratique serait une aberration de la pensée et ne donnerait à lire que les synthèses [unités isolées et structures identifiées] déjà offertes par la *modernité* – comprenons ici la société marchande, celle dans laquelle nous vivons aujourd'hui..

Jack Goody souligne par ailleurs le risque d'incohérence et de contradiction par l'utilisation de mêmes schèmes classificatoires dans des situations et des occasions pratiques différentes. En effet, certains schèmes de classement ont la capacité de fonctionner dans des secteurs très divers de la pratique : il existe un réseau dense d'interconnexions, de récurrences et

¹¹⁶ Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 21.

d'associations ; amis aussi des pratiques rituelles ou « magiques », des proverbes, des contes et des mythes. Cette dernière cohérence n'est alors pas, selon lui, de l'ordre du système : il remet en cause la théorie structurale des mythes. Engagement qui contredit la pensée de la relation ici mise en jeu : même si cette cohérence ne peut se catégoriser de la même manière que des objets ou des gestes, elle génère un système indéniable de correspondances entre des objets, des techniques et des symbolisations. Ce qui est critiquable c'est plutôt de faire de telles structures l'unique moyen d'interprétation. Il convient de bien souligner l'importance fondamentale de « contextualiser » les données, du point de vue du dit *terrain*, mais aussi de la posture du chercheur, ce qui sous-tend à chaque fois des attentes et des constructions particulières. Autrement dit, le but du jeu est de ne pas ignorer l'opacité ou ce qui se pose au chercheur comme problème, mais plutôt de l'investir ; et, si la structure peut permettre de construire ou de déconstruire ce qui se joue sur un terrain donné, alors il n'y a aucune raison d'ignorer cet outil – mais bien de le considérer comme un outil potentiel parmi de nombreux autres, et de valider son choix en fonction de ses motivations particulières, à l'instant donné du processus de construction de connaissance.

Concernant justement la « contextualisation » du *terrain* à prendre en compte dans les analyses *a posteriori* des enquêtes, l'autre complément de l'ouvrage de Jack Goody concerne les paramètres non pris en compte dans les classifications ethnographiques, considérant le système mythologique. Il souligne l'importance de noter les conditions effectives de la production du mythe, de sa composition et de la structure de la langue (celui qui parle). En effet, ce système n'est pas autonome des manifestations de la vie et de la pensée du groupe, notamment en considérant la sorte d'abstraction créée par les discours politiques sur les mythes : ils prennent alors une forme théorique et abstraite. Ce constat permet de déjouer les risques liés l'induction et de saisir ce qui se joue sur le terrain de ceux qui utilisent cette forme de discours (gommant leur processus, leur instauration, soit, le « faire » des mythes) sur le terrain de la *modernité*¹¹⁷. Dans ce contexte, le mythe, selon Claude Lévi-Strauss, n'a pas d'objet, il signifie la signification : il « n'a pas de fonction pratique évidente », l'esprit s'y « imite lui-même »¹¹⁸. Il est toujours porteur de plusieurs projets : divertir, enseigner, réaffirmer le code des « bonnes manières » ou tenter de légitimer les prétentions d'un groupe à la chefferie. Il est, selon Jack Goody, une théorie orale de la pratique traitée abusivement sur

¹¹⁷ Au sujet de la notion de *modernité* et des fictions qui la constitue – et notamment l'usage des mythes et la synthétisation des données gommant les processus et le « faire » –, cf. la deuxième partie de cette thèse, pp. 305-474.

¹¹⁸ Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 23.

le modèle d'une pratique écrite de la théorie. À cette conception du mythe il serait pertinent d'ajouter la réflexion portée par Roland Barthes sur les « mythologies contemporaines »¹¹⁹ propres à *notre* société. Il débute lui-même son étude de la conception du « mythe aujourd'hui » par *Le mythe est une parole*¹²⁰ et rejoint la pensée de Claude Lévi-Strauss par la tripartition du schéma mythique correspondant à : « signe / signifié / signifiant ». Il définit la composition matérielle de la parole mythique en ces termes : « langue proprement dite, photographie, peinture, affiche, rite, objet, (...) »¹²¹ et rend compte alors de l'ensemble des matériaux qui font sens et système. Ainsi, toujours selon Roland Barthes, l'écriture et l'image se trouvent côte à côte, *signes* doués d'une même fonction au seuil du mythe et constituant un « langage-objet ». Cette forme mythologique permet de considérer la portée signifiante d'un corpus ethnographique pour une conception de tendances pertinente : la portée fonctionnelle du « langage-objet » peut être considérée dès la collecte et pensée dans différents contextes tout au long du processus de création. D'un point de vue terminologique, et afin d'éviter toute ambiguïté systémique, Roland Barthes renomme avec justesse la triade sémiotique au regard du mythe (lorsque celui-ci n'est plus simplement parole) ; ainsi, le signifiant devient la *forme* (il est *sens* au niveau oral), le signifié devient le *concept* et le signe devient la *signification*. Ce glissement terminologique permet de mieux comprendre la complexité du « langage-objet » proposé par Roland Barthes, et du même coup la conception de tendances dans son utilisation des mythes et des « langages-objets » [que *nous* nommerons alors « lieux images » considérant les « lieux communs » sous-tendus par leur pratique et leur volonté de construire une *doxa* de référence commune, pour une « prospective globalisante »]. Le *sens* qui contenait tout un système de valeurs, la *forme* l'appauvrit ; un jeu entre les deux va donc s'ouvrir pour qu'ils se nourrissent l'un de l'autre, dans un va-et-vient perpétuel : c'est cela le mythe. Dans ce contexte, Roland Barthes définit le *concept* comme une certaine forme de connaissance du « réel » dont il est question lors de l'analyse ; une connaissance qui a pour fonction d'être appropriée : le mythe se définit comme une *tendance*¹²². Il sous-tend des appropriations qui le transforment, le transmutent en différentes formes, jusqu'à [au paroxysme des hybridations] en épuiser le sens s'il n'est point actualisé, en vue de nouvelles « données contextuelles » à son usage. Ainsi, ce qui engendre une « consommation innocente » du mythe c'est le fait de ne pas voir en lui un système sémiologique mais un système inductif [c'est précisément à cet

¹¹⁹ Cf. Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957.

¹²⁰ *Ibid.*, p. 215.

¹²¹ *Ibid.*, p. 221.

¹²² *Ibid.*, p. 227.

endroit que la notion de pouvoir se greffe au système (engageant des croyances) et engage une certaine pérennité des bureaux de style].

La méthode ethnologique comporte un autre manquement, celui de ne s'interroger que peu sur son propre statut de « savoir écrit ». De ce fait, le lecteur peut croire cerner dans le témoignage l'indice d'une « nature » de la société, ce qui rejoint ce que Claude Lévi-Strauss nomme la « société de nature »¹²³ pour engager une valeur de mérite au peuple des dits « sauvages » de par leur innocence supposée (de par leur incapacité à écrire). Il argumente sa pensée par le fait que sans écriture le peuple échappe, selon lui, à l'asservissement : puisqu'il se trouve hors de cette « technique d'oppression », il échapperait à la hiérarchie et à l'exploitation. Puisque pour lui la parole est pleine, véridique et indéfiniment fidèle à elle-même, et que l'écriture « entraîne à penser en formules modifiables à volonté. »¹²⁴ Ainsi, selon Jack Goody, la relation entre écriture et pouvoir n'est pas aussi simple et univoque. Il y a là un glissement de sens, une sorte de raccourci interprétatif basé sur un système « de cause à effet » lié à un jugement de valeur néocolonial. Ce symptôme est l'exemple du risque d'un manquement épistémologique dont toute méthode doit se préserver. De plus, ce symptôme participe à une rupture historique et peut prendre rapidement la fonction d'objet « universel » figé, immuable et hermétique au questionnement, à la critique et donc à la construction de connaissance, à l'appropriation. L'ouvrage d'André Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole*¹²⁵, nourrit une réflexion plus profonde sur le rapport entre l'écrit et l'oral et permet de considérer l'écriture autrement : la linéarisation, la subordination à la voix (système d'écriture latine par exemple) serait moins riche qu'une forme pluridimensionnelle permettant au mythe de se rendre visible dans toute sa complexité. Il cite alors l'écriture chinoise comme étant à mi-chemin entre ces deux formes : chaque idéogramme renferme un concept, une origine visible (pictogramme simplifié) et transforme son sens selon le contexte. Ainsi, au sein d'une démarche axée sur la *relation*, afin d'échapper au « glissement de sens », il convient de resituer la « pratique de notation du langage parlé » (l'écriture) dans l'ensemble des pratiques graphiques et de se poser la question de la relation entre modes de pensée et formes de graphisme antérieures ou extérieures à l'écriture. Aussi est-il primordial de sortir une bonne fois pour toutes des catégorisations binaires (standardisation) et hiérarchisantes : une réflexion sur la *relation* (bien plus complexe qu'un schéma traduisant des similitudes /

¹²³ Cf. Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale*, Paris, éditions Plon, 1958.

¹²⁴ Claude Lévi-Strauss, *Tristes Tropiques*, Paris, éditions Plon, 1955, p. 345.

¹²⁵ Cf. André Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole*, Paris, éditions Albin Michel, 1977.

oppositions soit disant *observées*) le permet. Et, de ne pas oublier que le comparatisme [tel que, des « unités isolées » (*identités*)] est indissociable de l'idée de progrès, ce qui ramène irrémédiablement à un jugement de valeur sur les « sociétés » dites *observées*. Cela témoigne de la complexité à classer les données ethnographiques et de l'importance de la nomination – et donc à la fois du langage et de la parole – en ce qu'elle véhicule comme potentiel de pouvoir.

Pourquoi ne pas inclure au sein des classifications les exigences émotionnelles et intellectuelles, conformément au langage courant ? Ce questionnement peut prendre en compte ce constat interrelationnel mis en relief par Jack Goody :

[...] guérir les maux de dents est très souvent, dans les sociétés simples, une tâche intellectuelle qui implique un réajustement de la relation de l'homme non seulement à son environnement physique mais à son univers moral et surnaturel [...] le monde est rarement, pour ne pas dire jamais, divisé en un côté pragmatique et un côté non pragmatique. C'est là encore une opposition imposée par les observateurs occidentaux au monde non européen et qui est le plus souvent en désaccord avec les concepts utilisés dans un monde comme dans l'autre [...]¹²⁶

L'emploi du terme « simple » témoigne à nouveau de l'évincement de l'opacité dans la compréhension d'une « société », ce constat témoigne d'un point de vue global, ceci dit cette mise à distance est opératoire dans le sens où elle souligne l'existence de différentes manières de classer et qu'il n'y a donc jamais absence de classement. C'est donc la séparation, la « rupture » (pensée *occidentale vs orientale*), qui crée l'incompréhension et surtout l'appauvrissement du sens [vers un supposé « non-sens » ou un sens qui « échappe », exclu de la dichotomie]. Le pluridimensionnel a ceci de complexe qu'il est difficile à traduire, à communiquer ou, plus précisément, qu'il mérite une réflexion plus poussée sur la forme / l'outil qui permettrait d'en rendre compte. Ainsi, un tableau ne permet de mise en relation que dans la confrontation de deux colonnes mais ne laisse entrevoir cette *relation* que dans un va-et-vient comparatif, pour la réduire à une forme d'« entité théorique » [*a posteriori*] au même titre que les localités isolées, présentées dans les deux colonnes.

¹²⁶ Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, pp. 41-42.

Par exemple, la classification structurale de Claude Lévi-Strauss¹²⁷ conduit à ce type de tableau :

<i>Domestiquée</i>	<i>Sauvage</i>	Références
« chaud »	« froid »	p. 309
moderne	néolithique	p. 24
science de l'abstrait	science du concret	p. 3
pensée scientifique	pensée mythique	p. 33, 44
connaissance scientifique	pensée magique	p. 33
ingénieur	bricoleur	p. 30
utilise des concepts	utilise des signes	p. 28
connaissance historique	pensée intemporelle	p. 348

La première lecture abolit toute *relation*, si ce n'est celle de la comparaison, autour des notions de « pensée sauvage » et « pensée domestiquée », qui sous-tend une compréhension des cultures dans ce en quoi elles s'opposent et comment elles peuvent *témoigner* de leur opposition : là où la structure fait sens c'est dans la mécanisation des pensées. La nomination est empreinte d'ethnocentrisme et d'évolutionnisme et induit déjà un jugement de valeur. Ce qui, à la deuxième lecture, risque de conduire à établir une relation linéaire, chronologique et donc d'affilier tout ce qui concerne le peuple *sauvage* ici observé à un passé lointain de sa propre patrie, à un état « primitif » (un « substrat » de *notre* civilisation, selon Lévi-Strauss, même si celui reconnaît trouver en l'esprit « domestiqué » qui est le sien des traces du « sauvage »). Ce qui a d'ailleurs conduit à de véritables aberrations, en terme de méthodes ethnologiques il y a peine un siècle, et aux parfois déroutants « cabinets de curiosité » dits *exotiques* et associés à la bizarrerie. Ceci dit, les méthodes de compréhension que sont les classements, les listes (colonnes), les tableaux, les structures, les processus de connaissance et les formules (lignes), peuvent être très utiles sous la forme d'une étape première à toute étude, mais elles ne peuvent en aucun cas prétendre *être* un objet de connaissance en *soi* – opération liée à une « décontextualisation » et une unique mise à distance, dans une absence d'aller-retour du point de vue de la pensée. Aussi instaurer des correspondances entre des données et sélectionner des fragments doit-il se faire dans le cadre d'un objectif défini au départ, accompagné des limites [énoncées] de l'outil proposé. Tout système de classification doit être constitué en notant son contexte (lieu, temps, qui, etc.) et ses sources : la

¹²⁷ Cf. Claude Lévi-Strauss, *Tristes Tropiques*, Paris, éditions Plon, 1955.

« recontextualisation » est une étape fondamentale dans le compte-rendu ethnographique et permet de ne pas évacuer la complexité symbolique d'un élément. Classer n'a d'autre fonction que de délimiter un terrain pour une utilisation prédéterminée : car, seule la définition de postulats ou de prédicats *a priori* stables permet de penser une relation. Mais il ne faut pas en rester là : l'*invariant* n'est à chaque fois qu'un présupposé, et en tant que tel, et seulement en tant que tel, il est opératoire. En effet, il ne faut jamais oublier qu'une telle méthode engendre irrémédiablement une simplification de la *diversité* (au niveau même de l'observateur), aux dépens d'une véritable compréhension, et conduit à ce que la métaphore se substitue au mécanisme observé en amont. De ce fait, classer ou lister opère un changement dans le mode de pensée lui-même et tend à percevoir le « réel » à travers ce prisme, cette ultime synthèse¹²⁸.

Pour revenir à la complexité de la *relation*, il semble alors opportun de citer Jack Goody au sujet de la magie :

Pourquoi la magie devrait-elle disparaître avec le développement de la science ? Laissons de côté provisoirement les problèmes, très réels, de définition et acceptons de poser la question de fond. Si la magie est à comprendre comme un ensemble de procédés pour agir sur le monde, « symboliquement » ou non, on doit admettre alors qu'elle montre le chemin à un ensemble de procédés rivaux. Si les invocations et autres tentatives pour contrôler le cours des événements dépendent de la magie du mot, n'ouvrent-elles pas la voie au culte du livre ? Mais je n'admets pas qu'on prétende qu'il s'agit là de « systèmes de pensée » s'affrontant sur un pied d'égalité. La magie de l'invocation dépend, partiellement au moins, de l'identité de fait entre le locuteur et son énoncé.¹²⁹

Pour Jack Goody, c'est le développement de la science et du savoir systématique qui a conduit à un affaiblissement du « cosmocentrisme » propre à la religion et à la magie. C'est le passage d'une science du concret à une science de l'abstrait (développement de concepts et de formulations), qui est lié aux changements survenus dans la nature même de la communication. Dans son analyse, il compare l'oral et l'écrit, il l'avoue cependant, il est lui aussi dans une pensée binaire. Il précise donc, pour éviter de se contredire lui-même, que

¹²⁸ Pour comprendre la notion de *synthèse*, il convient de définir les processus qui y conduisent, non seulement du point de vue du « faire », mais aussi du point de vue du langage, l'apport historique au sujet de l'*invention* des colorants de synthèse permettra d'engager une compréhension plus complète de la conception de tendances – du point de vue des outils (couleurs, images, mots) mais aussi des techniques (ponctions de représentations, collages, nomination) –, à ce sujet, cf. la deuxième partie de cette thèse, pp. 305-474.

¹²⁹ Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 250.

l'écriture n'est pas un simple enregistrement de la parole et qu'elle favorise des formes spéciales d'activité linguistique et développe certaines manières de poser et de résoudre les problèmes. Il cite pour ce faire la liste, la formule et le tableau. C'est ce qu'il nomme la domestication de la « pensée sauvage » (au sens de Claude Lévi-Strauss, comme « science du concret » aux structures mythiques). Il finit alors son ouvrage par la construction de typologies, en référence au langage des fleurs et des amoureux, comme utilisation de symboles : fin « poétique » et légère qui contrebalance la pesanteur exhaustive de son texte et rejoint l'usage des concepteurs de tendances [typer pour communiquer (au plus large public possible) et produire des systèmes de références propices à des processus d'identification]. Autrement dit, ce que le comparatisme engendre c'est la croyance qu'il n'y a de possibilité que de choisir l'une ou l'autre des deux entités proposées et que l'une remplace l'autre chronologiquement, en vue de la pensée évolutionniste qui y est sous-tendue. Pourtant, en « recontextualisant » les indices, il est possible de véritablement construire de la connaissance et de comprendre de multiples systèmes de pensées, ou plutôt, de multiples modes de relations au monde, ce qui amènerait le chercheur à sortir d'un binarisme réducteur : à partir de ce postulat les enquêtes ethnographiques peuvent s'engager.

Pour compléter la liste des outils ethnographiques il est aussi opportun de retenir de l'ouvrage de Jack Goody le chapitre qu'il intitule « recette, prescription, expérimentation »¹³⁰ ; partie où se côtoient « recettes de sorcière » ou « cuisine de grand-mère » et ingrédients, dont les noms signifiants renvoient tour à tour le lecteur à un passé imaginaire ou signifient l'environnement dans lequel ils sont utilisés. Ces domaines et cette méthode de nomination enrichissent le travail de collecte et correspond, dans cette recherche, à la notation de différentes pratiques – techniques textiles, teinture – en termes de recettes et d'expérimentations d'une part, et des interactions entre celles-ci et des symbolisations – religieux, chamaniques ou individuels –, des lieux où elles occurrent et des usages particuliers aux terrains observés, d'autres part.

Au sujet du travail d'entretien, il convient de s'en reporter à l'ouvrage de Jean Copans intitulé *L'enquête ethnologique de terrain*¹³¹, dans lequel il recommande une entrée en matière souple, en évitant les blocages et les quiproquos. Il souligne que c'est le moment le plus important et le moins sujet à modification. Ensuite, la reconnaissance du chercheur étant admise, l'enregistrement et la prise de notes peuvent prendre les formes les plus diverses, mais il reste

¹³⁰ Jack Goody, *op.cit.*, pp. 222-244.

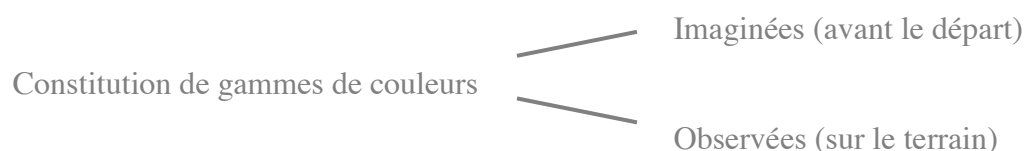
¹³¹ Cf. Jean Copans, *L'enquête ethnologique de terrain*, Paris, Armand Colin, Collection « 128 », 2005 (1998).

évident pour Jean Copans qu'il est toujours préférable qu'un magnétophone soit discret afin de permettre au sujet de ne pas se trouver dans un trac trop important, mais, *je rajouterais*, sauf dans le cas où l'enquêteur souhaite officialiser et encadrer symboliquement l'entretien (pour rendre notamment plus explicite le statut professionnel de la personne interrogée). Il est aussi possible de transformer toute discussion « non formelle », en tout cas non inscrite formellement dans une démarche ethnologique, en entretien *a posteriori*. Mais cette méthode est d'avantage de l'ordre de la collecte de faits, de détails ou de « grandes entrées », que d'un corpus de fond pouvant être réinvesti en tant qu'objet théorique. Jean Copans ne donne ceci dit pas de conseils quant à une méthode à proprement parler en terme ethnographique, cela rejoint sa posture première d'ethnologue où le « terrain » est une des étapes d'un processus nécessaire, mais non obligatoire. Or, ici, l'enjeu est bel et bien de constituer une méthode ethnographique afin de constituer un corpus sur différents « terrains » donnés qui sera par la suite traité selon des méthodologies ethnologiques et poïétiques. Et c'est aussi une formation en arts plastiques et appliqués qui permettra de conjuguer différents niveaux de conceptions d'outils et donc d'appropriation du même corpus. De ce fait, il convient à présent de questionner plus en détail la notion de carnet de bord, en termes de méthodologie et de sa mise en relation avec la notion de cartographie.

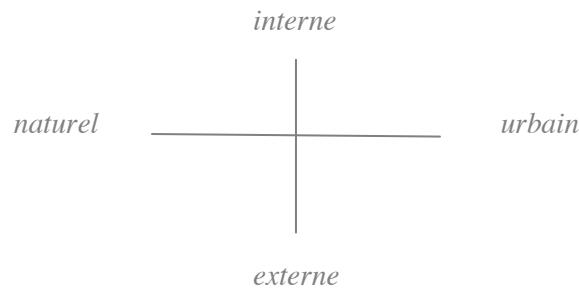
c- Anticipation conceptuelle et matérielle du voyage : conception d'un carnet de bord et de cartographies mettant en relation des notions opératoires

Avant le départ en mission à Okinawa (archipel des Ryûkyû, au sud du Japon), une conception de schèmes organisationnels a été établie en vue de préparer les enquêtes à venir et de définir un champ d'action pertinent. Cette conception naquit dans un carnet de bord qui sera cité (en gris) au fil de cette partie, puis critiqué. De plus, cette méthode permettra de rendre compte dans le détail de l'*ethno-poiésis*, soit de l'ethno-poïétique en train de se construire. Voici donc, ci-dessous, les premiers schèmes organisationnels proposés avant le départ :

A - Mise en place de cartes de couleurs :



◆ Axes :



Nomination des axes : « lieux » d'où sont extraites les couleurs.

« Interne » pouvant signifier intérieur, habitation, intime, aliments, etc. ; « externe » pouvant signifier lieu public, costumes, emballages, etc. ; et les passages de l'un à l'autre. « Naturel » pouvant signifier jardin, forêt, colorants végétaux, etc. ; « urbain » pouvant signifier enseignes, panneaux signalétiques, bâtiments, etc. ; et les passages de l'un à l'autre.

Ce modèle de carte peut devenir au final une carte plus globale avec l'axe vertical allant par exemple d'« imaginé » (images d'un lieu non visité, mis à distance, représentations) à « observé » (collectes, prises de vue photographiques sur place) et les passages de l'un à l'autre.

Cependant, cette forme de carte ne peut fonctionner que dans des localités limitées, auquel cas elle pourrait avoir une portée scientifique en tant qu'outil de classification (utilisable pour une démarche en design, en communication visuelle ou en création de gammes¹³² au sein d'un bureau de style). Les notions d'« imaginé » et d'« observé » permettent sous cette forme de mieux comprendre (saisir) l'interaction entre les deux domaines perceptifs – établis ici selon des repères temporels fixes – et participent à la construction d'une relation à partir de sa genèse (du point de vue de l'expérience personnelle et des importations culturelles de marché, anticipation au voyage puis « enquêtes de terrain »). Elle ne doit cependant pas être systématique car elle réduirait le champ de l'étude à une perception binaire (même si elle traduit la relation et les croisements, cette carte fonctionne cependant selon deux pôles) et doit être remplacée ou complétée par d'autres formes de classification [comme par exemple, une sorte de « langage-objet », en tant que combinaison de photographies et de mots] lorsque celles-ci semblent plus adaptées à la collecte et aux matériaux qui la constituent. En ce sens,

¹³² Une gamme de couleurs se définit comme un ensemble de couleurs organisées, en premier lieu, selon un point de vue phénoménologique, soit, en référence à Munsell et à sa conception pyramidale, selon leur luminosité, leur tonalité et leur saturation. En deuxième lieu, la notion d'*équilibre* ou d'*harmonie* sera définie plus particulièrement par le concepteur. En bureau de style, une gamme s'équilibre par un ensemble composé majoritairement de couleurs à la tonalité, la luminosité ou la saturation proche / similaire (d'une même *famille*), et, ponctuellement d'une couleur nommée « contrepoint », « accent » ou « tonique » soit, d'une tonalité, luminosité ou saturation radicalement opposée à l'ensemble des autres couleurs proposées.

une cartographie peut être pertinente, sous la forme par exemple d'un ensemble de petits visuels (selon le modèle de la planche contact) lorsqu'une vision chromatique quantitative (couleurs dominantes / couleurs ponctuelles) est recherchée. Les matériaux et l'objectif premier d'une telle organisation formelle déterminent la forme de la classification (des outils, au sens large) et non le contraire, sinon le travail ethnographique serait systématique, caduc et appauvrirait le sens des objets. Ainsi, la notion de domaine se définit ici comme une famille ou un ensemble d'objets extraits d'un même milieu et permet de « recontextualiser » les collectes au sein même de leur présentation :

◆ Domaines :

Environnement global : architecture extérieure, réseaux urbains, végétation, sols, murs, éléments urbains.

Intérieur / médium : architecture intérieure (murs, sols), décoration (tissus, objets = ponctuations), éclairages.

Interne / proche du corps : vêtements, accessoires, nourriture, maquillage.

◆ Noms de couleurs :

Ils doivent permettre d'évoquer si les teintes sont imaginées ou matérielles.

Notions de poésie, de subjectivité et de poly sensorialité.

Couleurs imaginées : sons sourds similaires à ceux du rêve, ambiance, sensations, *immatériel*. Temps vécu intérieur.

Couleurs observées : couleurs – matières, textures, toucher, odorat, son précis, notes, aigu, chant reconnu. Constat sensible.

→ Objectif : les différentes significations sont liées par le nom donné à la couleur.

Pour les couleurs imaginées, couleurs – matières présentes. Objectif compliqué à respecter car ce qui est imaginé est néanmoins influencé par ce qui est observé ici (« importations » asiatiques mêlées à l'environnement français, *traduites*). Problème à résoudre.

◆ Noms de domaines :

Ils révèlent les axes auxquels ils appartiennent.

Voir si ces noms seront donnés aux domaines ou aux sous – domaines.

Exemple : architecture intérieure imaginée en milieu naturel = « pavillon »

Pour ce qui est de la nomination, le système proposé ci-dessus ne fonctionne pas tout à fait dans le sens où il a été inventé avant de savoir parler japonais, ce qui engendre une conception

réduite de ce que pouvait être la nomination des couleurs au Japon, et donc une compréhension conditionnée par une mise à distance unique et modélisée par des systèmes propres au « terrain » depuis lequel le chercheur se questionne. De ce fait, ce système doit être complété pour permettre une proposition pertinente. Ainsi, les « couleurs imaginées » seront nommées avec des termes propres à la compréhension de ces couleurs importées au travers du prisme innocent de l'« inconnu fantasmé », en français très majoritairement, et/ou appartiendront au champ lexical des tendances et du milieu de la mode (magazines)¹³³. Pour ce qui est de la nomination des couleurs observées au Japon, elle correspondra à la manière de nommer les couleurs dans le lieu où elles auront été récoltées, ces noms seront écrits en japonais et traduits en français. À ces domaines « imaginé » et « observé » s'ajouteront ceux-ci : « couleur matière » et « couleur image »¹³⁴, pour un entrelacement plus complexe, sachant que des « couleurs matières » collectées sur le terrain auront parfois, selon le contexte, aussi le statut de « couleurs cultures » (liées au patrimoine et à l'histoire), voire ayant été « imaginées » – soit, anticipées en référence aux représentations véhiculées – avant le départ, étant alors identifiées comme des « couleurs images ». Ce sont ces croisements qui permettront de mettre en relief les relations qui « font systèmes » : soit (selon la rencontre de l'induction et du modèle, d'un point de vue épistémique) parce que les « lieux communs » vendus dans les magazines se « re-connaissent », soit (selon un point de vue pragmatique et analytique) parce que la relation et la compréhension fonctionnent pour le mieux, ce qui peut signifier soit un système marchand en circuit fermé, une imitation de modèles importés par une société (idée de l'effet miroir, où l'image d'Épinal séduit les habitants d'Épinal qui adoptent cette image comme modèle et transforme à leur tour leur *paysage*), soit une « pertinence anticipatoire » lors de la première classification de l'observateur... toutes ces hypothèses pouvant tour à tour être validées et complémentaires.

¹³³ Cette cartographie, classifiant des « couleurs importées », correspond à ce qui a été nommé « simulation de cahiers de tendances », dont le processus de conception figure dans la troisième partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 482-498.

¹³⁴ Au sujet des notions de « couleur matière » et de « couleur image », dans leur relations sur le terrain de la conception de tendances (lieu des représentations), donnant lieu à un schème de type cartographique, cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre II.3.b-, pp. 453-465.

Pour la définition complète des notions de « couleur matière » et de « couleur image », cf. le *Lexique*, en fin de thèse.

Voici donc, ci-dessous, les territoires japonais qui étaient destinés à être visités, sous la forme d'une liste – extraite du journal de bord anticipatoire :

B - Lieux d'enquêtes : observer.

- ◆ Tradition : campagne, lieux du Shintoïsme, temples, lieux de culte, teinture artisanale, théâtre No, Kabuki.
- ◆ Urbain : bureaux de style, JAFCA (association partenaire du CFC), entreprises de cosmétiques (tels Shiseido, Kenzo).

+ / Paysages sonores (cf. Yann Paranthoën ; *Le questionnaire pour Lesconil et Le ruban granitier breton*) : mélange des sons du dehors, d'entretiens personnels, de commentaires dans le pays concerné (dans la langue natale), entrecoupés de traductions.

À cette phase du carnet, le traçage des zones à visiter se faisait en fonction de ce qui était « imaginé » comme les lieux à rencontrer. Une fois « sur le terrain », les choses sont toutes autres, elles varient en fonction des rencontres qui déterminent la « découverte » de zones non soupçonnées, le désir de questionner autrement le « terrain » et la complexification du potentiel qui s'offre à l'étude. Tout ceci transforme certains objectifs : c'est le cas en partie pour l'extrait « anticipatoire » qui précède. En effet, les domaines prédéfinis « tradition » et « urbain » sont caducs et simplistes au regard du « terrain » et de l'immersion, ils se transforment en fonction des motivations et des sujets d'enquêtes ; ils pourraient donc s'actualiser selon cette nouvelle classification de lieux d'investigation (associés à des techniques et à des pratiques particulières) corrélés à des démarches ethnographiques :

- le tissage et la teinture, son « faire », ses techniques, ses recettes et ses instaurations / exploration, rencontres, prises de notes, de photographie et de son, collectes, expérimentations ;
- le culte des ancêtres et le chamanisme, son « faire », ses techniques, ses codes et ses instaurations / exploration, rencontres, prises de notes, de photographie et de son, collectes, expérimentations ;
- la recherche et l'enseignement universitaire / apprentissage, immersion, enquête participative et mises à distances ;

- l'atelier et le « réseau artistique » (artistes, galeries, musées) / expérimentations, conceptions, réalisation, rencontres et expositions (passage du statut de l'étudiant chercheur à celui d'« acteur social » pour une complexification relationnelle du point de vue de l'ethnologie).

Ainsi, cette partie du carnet de bord anticipatoire n'a pas servi à la démarche ethnographique en termes de balise, elle a été oubliée et *inventée* en vue du « terrain » rencontré. Concernant le projet sonore, il est conservé pour un projet artistique futur et ne sera donc pas réinvesti dans cette thèse. En revanche, les entretiens « à proprement parler » effectués au Japon seront traités dans le texte, mais ne seront pas fournis en annexe pour une raison de confidentialité d'une part et pour « conserver » leur statut de « matériaux » utiles à la conception (et donc, aux conceptions à venir), à l'abri des regards. Concernant la délimitation du « lieu imaginaire », soit l'espace des « lieux communs » et de préhension du réel, des notes ont aussi été prises afin d'anticiper au mieux le lieu d'interaction entre l'image première du terrain en tant que *fiction* puis en tant que terrain à investir pour une construction de connaissance. Une volonté a donc été émise dès le départ de créer une gamme de couleurs complexe. Soit, une carte répondant à des règles organisationnelles de type phénoménologique [tonalité, saturation, luminosité] et conceptuel [axes déterminés selon l'objectif, soit, ici, *le terrain comme fiction*]. En voici les jalons, toujours au sein du carnet de bord anticipatoire :

C - Lieux d'enquêtes : imaginer.

◆ Déterminer : imaginer est toujours lié à des lieux existants. Les images de films, magazines, photos, objets, mangas (...) et l'univers sonore (musique traditionnelle, musiques de films, karaoké kitsch, ...) importés participent eux aussi à cet « imaginaire » (enrichissement, interactions).

◆ Collecte : imagination des lieux.

→ Gammes à constituer avant le départ pour que ce soit valide. Une fois là-bas, les objets remarquables correspondront ou non à ce qui a été imaginé au préalable. Il y a là aussi un intérêt, en termes d'échange.

Dans cette même logique, l'idée de départ notifiait l'importance fondamentale de concevoir une autre gamme sur le terrain (sous forme de collectes photographiques lors des enquêtes) et au retour pour tenter de rendre visible l'interrelation entre les « lieux communs » [le « Japon imaginé » par l'enquêteur et (*aussi en partie* parce que) déjà fictionnalisé par les concepteurs

de tendances] et le « Japon observé » lors des enquêtes. L'enjeu étant de saisir le fragile endroit d'une réalité qui n'est pas en représentation dans les schèmes habituels (d'une culture de marché), tout en questionnant le même lieu *a priori* : de quel *exotisme*, de quel *autre*, de quel *Japon* parlent l'image et les couleurs qui la composent ? En voici ci-dessous les prises de notes premières :

D - Autres opérations à suivre :

- ◆ Faire une gamme globale et succincte pour le pays imaginé (avant et après la constitution des cartes détaillées).

Idée de collecte assez floue = 1^{ère} phase.

Laisser venir une organisation (par thèmes et *chroma* - teinte, saturation, tonalité -)

Vers une conclusion.

- ◆ Faire une gamme globale et succincte pour le pays observé (sur place, au retour, après constitution des cartes).

- ◆ Analyser : impact de l'imaginaire sur la « réalité » observée en termes d'interaction et de relations. Observer les phases existantes dans la *traduction*, le regard.

Cette conception met en avant l'importance de rendre compte de l'interaction des relations à différents niveaux, opérantes tout au long du processus de création. D'où le glissement de classification opératoire : de la gamme à la cartographie, la circulation est différente. Si la gamme est un premier classement utile elle ne suffit pas puisqu'elle ne permet pas de rendre compte d'un certain dynamisme, des circulations entre les pôles et les domaines comme le fait une cartographie. Pour mieux concevoir un tel outil, il convient de revenir aux outils méthodologiques en anthropologie au sujet de la rencontre entre « soi » et l'*autre*, et donc, du « soi » et de ses multiples. En effet, lors la production des images potentiellement utilisées *a posteriori* dans le cadre d'une cartographie, le « je » qui se trouve derrière l'objectif de l'appareil photographique n'est pas le « je » qui rencontre l'*autre* ni le « elle » qui le met en pensée pour une construction à venir. Pour permettre une mise en relation effective comme analyse de terrain il convient donc de mieux définir, dès à présent, les types de relations opérant entre les multiples « moi ».

d- Méthodologie de terrain pour une anticipation particulière de la rencontre : *auto-poïésis* et « fictionnalisation » de l'enquêtrice définie comme « je » et « elle »

Comme jalons méthodologiques en vue des investigations (résidence d'un an, suivie d'une mission de deux mois et demi, un an plus tard) au Japon, et plus particulièrement sur les îles Ryûkyû, quelques mises en garde sont à souligner : la mise en relief de l'importance de la « rencontre » et de la « relation », qui ne sous-tend pas seulement des points communs, mais aussi des tensions, de l'étrange, des doutes et des incompréhensions. Ces difficultés de terrain méritent aussi d'être définies et questionnées afin de compléter la définition des notions opératoires que sont la *relation* et la *traduction*. En effet, ce sont ces mêmes notions qui permettront de détourner ou de repérer les représentations véhiculées par les bureaux de style et les « lieux communs » au sujet la « culture japonaise » : idées reçues qui permettent aussi de simplifier et de maîtriser ce qui dépasse la pensée ou bien bloque la compréhension sur le moment, ou qui se posent parfois comme des postulats de départ permettant de construire « une pensée de la relation » – comme l'effet du « repoussoir ». C'est donc en vue de tous ces points qu'il importe aussi de rendre compte, au sein du carnet de bord, des paniques, des chocs ou des rejets qui font se réfugier la pensée dans une vision généraliste jusqu'alors jugée en bloc : rendre compte des revirements critiques permettra de dessiner les contours de ce que la *relation* fait naître et de vérifier la résistance des mythes au creux de la pensée et ce que cela engage du point de vue de la « rencontre ». Cette approche permettra aussi de questionner de quelle manière les Japonais parlent d'eux-mêmes et se définissent aussi parfois selon un prisme codifié, notamment au sujet du mythe de l'impossible compréhension de la société japonaise lorsque l'on n'est pas soi-même Japonais ; en témoigne notamment *L'abécédaire du Japon*¹³⁵, écrit par un autochtone résidant à Paris :

Il y a assez peu de peuples au monde aussi mal compris que les Japonais, qui sont chroniquement victimes de regrettables malentendus.

[...] Or, la vérité vraie est que finalement nous ne sommes guère différents de vous, Messieurs et Mesdames les Français, les Anglais, les Allemands et autres Italiens. Ce qui fait la différence, c'est que nous sommes beaucoup moins gâtés que vous par la nature et avons été traités un peu différemment par l'histoire.

¹³⁵ Cf. Takashi Moriyama, *L'abécédaire du Japon*, Arles, éditions Philippe Picquier, 1997.

[...] C'est pourquoi je crois que la charité chrétienne voudrait que l'on soit un peu compréhensif envers des gens aussi peu gâtés par le sort.¹³⁶

Nul besoin de continuer à citer plus d'extraits de cet ouvrage qui se joue des « lieux communs » jusqu'à en créer lui-même sur son propre pays et à figer ainsi une sorte de carte d'accès au peuple Japonais, volontairement naïve et simpliste, ce qui participe fort aisément à la vie longue du mythe cité plus haut et redonne une nouvelle « bonne raison » de croire en l'idée reçue suivante : les Japonais sont prétentieux et prennent les étrangers pour des idiots (au même titre que les femmes d'ailleurs). À moins que ce ne soit la caractéristique d'une majorité de Japonais ? Cet ouvrage, cependant plein d'humour, donne quelques grandes lignes sur les comportements des Japonais face à une situation du quotidien en expliquant le contexte. Même si les clefs comportementales qui sont données peuvent éviter au visiteur d'être « choqué » (quoiqu'il n'y ait, il *me* semble, aucune raison d'éviter le « choc » que l'on nomme « culturel » puisqu'il est aussi le nœud de reconsidérations possibles des « lieux communs ») face à une situation similaire, l'ouvrage conditionne l'interprétation individuelle pour la généralisation d'une « culture », appréhendée de ce fait comme « phénomène ». Et, dont il appauvrit la compréhension pour la formation d'une séparation identitaire, « différences culturelles » au sein desquelles le visiteur se réfugiera, au mieux, dans le rire avec ses compatriotes, au pire, dans le racisme. Une fois de plus, c'est le comparatisme aigu et les « lieux communs » qui favorisent l'incompréhension et « figent » les *relations*.

Les sectorisations d'une telle approche rappellent les premières investigations ethnographiques qui donnaient lieu à des listes comportementales ou de grandes caractéristiques en termes de vertus ou de méchancés, qui servaient par la suite de guide aux futurs visiteurs. En témoigne notamment cet exemple au sujet des îles Ryûkyû, dans le *Voyage pittoresque autour du monde* de Dumont d'Urville :

[...] « visiter ces bons habitants de Liou-Tcheou, ce peuple hospitalier [connu] par le joli roman du capitaine Brazil Hall, et le récit authentique du capitaine Beechey, [et] vivre fêté, défrayé sur ce dernier refuge de la vie patriarcale. » Confirmant le témoignage de Broughton, les livres de Hall, de M'Leod et de Beechey avaient en effet popularisé l'image d'insulaires généreux, probes, ouverts, innocemment bons et affectueux, autant de qualités qui, aux yeux des Occidentaux, tranchaient par rapport à l'hostilité habituelle des peuples voisins.

¹³⁶ Takashi Moriyama, *L'abécédaire du Japon*, Arles, éditions Philippe Picquier, 1997, pp. 13-19.

[...] « ces insulaires sont généralement affables pour les étrangers, adroits, laborieux, sobres et propres dans leurs maisons. La Noblesse (...) est ennemie de l'esclavage, du mensonge et de la fourberie. »

[...] Le *Voyage pittoresque* contient un assez long rappel de l'histoire du Royaume ryûkyû et une description de la cérémonie d'installation du souverain [...]. Ce livre va être utilisé comme une sorte de guide par les premiers visiteurs Français.¹³⁷

Complétant ces écrits, dans les années 1860 (soit, à peine 30 ans plus tard), S. Wells Williams (interprète du commodore Perry) permit de connaître plus en détails la nature des relations entretenues entre ces îles et la Chine, cependant, à cette même période, l'ouverture du Japon leur fit perdre tout intérêt aux yeux des Occidentaux ; en 1879, les Ryûkyû devinrent une préfecture Japonaise alors nommée Okinawa. La particularité d'Okinawa semble ainsi s'opposer aux premières investigations au Japon où il est question de descriptions menant à la considération de l'« incomplétude du sujet nippon »¹³⁸ :

Celui-ci a des petits yeux clignotants et fouille dans son cerveau fatigué pour trouver un mot ; celui-là porte une redingote qui étrèque sa mince poitrine ; un « peuple de manchots » semble habiter telle ville ; et, dans Tôkyô même, « les choses et les êtres semblent subir une manière d'écrasement douloureux ».

[...] Et Bellessort insiste sur la sécheresse fondamentale du cœur nippon.¹³⁹

Cette référence ethnographique, qui rejoint les ouvrages principaux de la discipline traitant du Japon à cette époque là, fonde une ethnographie historique qui sous-tend l'interprétation du *Japon moderne* suivant l'image qu'en ont ses observateurs. Trois siècles plus tôt, au milieu du 16^{ème} siècle, les Jésuites faisaient déjà leurs premières investigations au Japon. De la toute première « découverte », le père Luis Fróis fut l'un des principaux acteurs, il dressa une liste comparative entre les mœurs européennes et japonaises, sectorisées selon : les hommes et leurs vêtements ; les femmes, les enfants, les bonzes et leurs mœurs ; le culte et la religion, les manières de se nourrir ; la guerre ; les chevaux ; les médecines ; l'écriture ; les lieux

¹³⁷ Dumont d'Urville (1834-1835, I : 344 ; sur les Ryûkyû : 344-358) (in) Patrick Beillevaire, *Au seuil du Japon, Le mémoire du P. Gaubil sur les Ryûkyû et ses lecteurs*, (in) « L'ethnographie », *L'abord de l'altérité japonaise en France, à la fin du 19^{ème} et au début du 20^{ème} siècle*, revue publiée par la Société d'ethnographie, numéro spécial, n° 108, automne 1990, pp. 43-45.

¹³⁸ André Bellessort, *La société japonaise et Les journées et les nuits japonaises*, (1906), (in) Gérard Siary, *Le discours ethnographique sur le Japon en France dans la seconde moitié du 19^{ème} siècle et au début du 20^{ème} siècle*, (in) « L'ethnographie », *op.cit.*, p. 81.

¹³⁹ André Bellessort, *La société japonaise et Les journées et les nuits japonaises*, (1906), (in) Gérard Siary, *Le discours ethnographique sur le Japon en France dans la seconde moitié du 19^{ème} siècle et au début du 20^{ème} siècle*, (in) « L'ethnographie », *op.cit.*, p. 81.

d'habitations et les jardins ; les embarcations et leurs usages ; les arts du spectacle ; et pour finir, les « choses diverses et extraordinaires qu'on ne peut réduire »¹⁴⁰ aux sectorisations précédentes.

Ainsi, la sociologie du Japon moderne repose principalement sur ce type de corpus qui s'inspire des données caractérielles recueillies sur le terrain. Et, l'ethnologie du Japon fut surtout le fait des Japonais eux-mêmes, des Anglais et des Américains qui la pratiquèrent souvent sans regarder du côté de la France accumulant de nombreuses observations faites par des voyageurs. Ainsi, l'importance du groupe, soulignée par Bousquet et Bellessort, est devenue l'un des thèmes-clefs de l'anthropologie au Japon. Mais l'ethnologie française sur le Japon ne perdura pas non plus en considérant son non intérêt colonial. D'ailleurs, le regard porté au début du 20^{ème} siècle sur le Japon par les chercheurs Français dénote radicalement de celui porté par les Etats-Unis qui y voyaient là le berceau des Lumières à découvrir au sein d'une « mission » empreinte de spiritualité inspirée par l'*Orient*.¹⁴¹ Cette « inspiration lumineuse » fait écho aux démarches de nombreux créateurs de mode et artistes qui se rendent au Japon pour revenir « enrichis » d'une technique apprise auprès d'un maître, d'une résidence à la montagne près d'un temple, ou d'une simple déambulation dans le quartier de Shibuya : qu'en sera-t-il de *moi* ?

Cette mise en abîme du *moi* au moment de l'écriture exemplifie la particularité de la méthode engagée dans cette recherche. Par l'écriture de la thèse, *a posteriori* de l'enquête et de l'immersion dans le terrain japonais, la rétroaction du sujet sur lui-même (*moi* et ses multiples) devient opératoire. Le *je* est pris à parti par le *elle* qui souhaite construire une analyse distanciée et méthodologique du terrain étudié. Par un regard porté sur l'immersion passée, il est possible de saisir les interactions d'alors entre le *je* (le *moi* de l'immersion totale, de l'induction, prise au piège de certains « lieux communs ») et le *elle* qui souhaitait déjà construire. Ainsi, il n'est pas uniquement question de la rencontre d'une « culture » et d'une autre lors d'une enquête ethnographique ; et ce qui est nommé *altérité* ne se définit pas seulement par rapport à des différences entre des mœurs, mais aussi par les rencontres entre *moi* et ses multiples. De plus, ce qui permet aux rencontres de devenir opératoire c'est l'engagement propre à l'artiste qui comprend la particularité du jeu ouvert à la multiplicité de

¹⁴⁰ Cf. R. P. Luis Fróis, *Européens et Japonais, Traité sur les contradictions et différences de mœurs, l'an 1585*, préface de Claude Lévi-Strauss, Paris, éditions Chandeigne, 1998.

¹⁴¹ Cf. Luc Chailieu, *Léon de Rosny et la connaissance du Japon en France*, (in) *Ibid.*, p. 96.

ses *moi* considérant l'investissement possible de l'*autre* comme « parcelle identifiée ou d'identification » de *soi* parfois non encore (re)connue, sous-jacente, et l'insaisissable moment où le *je* instinctif combine avec le *hasard* pour laisser éclore l'intention créatrice, voire l'*invention*.

De cet éclat qui échappe à soi-même lors de l'immersion se construit l'*idée*, étape mise en relief du processus de création ou de la construction de pensée [instaurations aux parcours en partie opaques]. Considérer la multiplicité des réalités auxquelles correspondent de multiples « identités » permet déjà d'entrer en relation autrement. Il se peut que parfois, lors de l'immersion, le *je* se voit vivre par procuration les gestes de l'autre – il est ici question de l'immersion au sens ethnographique du terme – voire les douleurs des autres rencontrés – et c'est là où l'empathie définie comme phénomène (considéré comme un obstacle par la méthode ethnologique) peut être investie dans le cadre d'une conception, selon une posture artistique. À ce titre, et pour développer ce dernier point, le travail de Sophie Calle est particulièrement intéressant : l'auto fiction dont elle fait preuve tout au long de son travail artistique témoigne d'une volonté d'utiliser ce dit « phénomène » pour construire une chose nouvelle. Non seulement son œuvre dans son ensemble permet de remettre en question la considération d'un *je* consistant et unifié, et par cela elle rejoint la pensée de Clément Rosset selon laquelle la « prétendue identité personnelle » n'est qu'une sorte de fantôme voilant une infinitude de référents, mais elle rend aussi visible le jeu complexe de la relation entre les multiples du *moi* et de ses différentes « projections » au contact d'autrui¹⁴². Selon Anne Sauvageot (sociologue), Sophie Calle permet de comprendre le *je* comme permanence de l'être et les *moi* qui s'actualisent au gré de diverses expériences, dont l'accumulation concourent à l'unification du sujet. Ainsi, elle considère le sujet comme composé d'un *je* « unique » et de ses *moi*, sa définition mérite alors d'être complétée, et ce à différents niveaux. D'une part, la définition du « *je* » donnée par Anne Sauvageot ne peut se comprendre que comme étant une « identité sociale »¹⁴³. Et, d'autre part, dans le cadre de la méthodologie empruntée pour cette étude, l'entité du *moi* est ici comprise comme un domaine au sein duquel le « *je* » serait le lieu de l'immersion, de l'intime, voire de l'instinct (au sens du secret, de ce qui est non-dit), et le « *elle* » celui de la pensée objectivante qui mène une analyse volontaire. Aussi y a-t-il ici deux champs de référence (l'individu dans sa relation à la société

¹⁴² Cf. Anne Sauvageot, *L'art caméléon*, Paris, Presses Universitaires de France, 2007, p. 198.

¹⁴³ L'« identité sociale » étant considérée comme l'invariance d'un modèle qui n'existe que dans sa relation à la société. Cf. Clément Rosset, *Loin de moi, Étude sur l'identité*, Paris, éditions de Minuit, 1999, p. 11.

et l'individu qui crée), et les différents statuts du *moi* – d'emprunt, de composition, inavoué, en construction, ... – permettent de rendre opératoire le parcours et structurent les relations dans certains cas.

Le lieu de la création artistique serait, en ce sens, celui de la rencontre entre ces deux espaces. Il convient cependant de compléter cette définition en considérant la multiplicité des *moi* nommés par Anne Sauvageot comme la variation domaniale du *moi* opérant selon les rencontres et les événements. Ainsi, il n'est plus question de sujets statiques comme des *moi* d'emprunts (puisque c'est sur l'ambiguïté du statut de l'emprunt que Sophie Calle joue, en troublant la réception de son œuvre, nommée alors « fiction » et/ou « confidence intime ») mais de fluctuations nées de la relation en train de naître ou de se passer (*je* suis touchée, confortée, troublée ou perdue – lorsque l'émotion est dominante dans l'appréhension) et qui s'est produite ou continue [rejoignant la considération anglophone du présent et du présent progressif] et là c'est le *elle* qui ne subit plus mais anticipe ou utilise ce qui se produit pour construire (ou créer), par le biais notamment de la projection. Cependant non divisible aussi clairement dans le processus d'immersion, c'est d'une forme de « possession » dont il est question lorsque sur le terrain le sujet ne sait plus exactement du *je* ou du *elle* qui parle et agit. Et, c'est de ce trouble notamment que se produit le nœud épistémique de la méthode : dans le cadre de l'auto narration, les contradictions s'unifient par la continuité du récit. Ainsi, l'écriture de la thèse donne forme à une construction de pensée qui était jusque là « cartographique », c'est-à-dire qui se présentait sous forme de lieux *a priori* séparés méritant d'être articulés pour faire système. C'est de cette difficulté dont il importe à présent d'écrire, car si Sophie Calle permet par son œuvre (au sens global du terme) de rendre visible des « bouts de soi » qui n'ont *a priori* rien en commun, mais qui se combinent par une lecture biographique de l'ensemble définissant alors une sorte de carte d'*identité* de l'artiste, l'objectif d'une thèse est tout autre. Le *moi*, sujet de cet écrit, doit être considéré comme une formule changeante au gré des rencontres (sur le terrain et dans le cadre universitaire – lectures et échanges), des mises en relations volontaires (là où la *fiction* prend le pas sur le « réel » qui se raconte déjà) et des relations opérantes (là où le *elle* effectue une rétroaction sur le *je* de l'immersion). Ainsi, l'*auto poïésis*, comme « moi » qui se construit, permet de mieux comprendre la complexité de l'ethno-poïétique : sous tendant des rencontres de différentes « cultures » et de différents « soi », dans une instauration qui commence à s'établir avant même l'intention première, consciente, et jusque dans le dernier mot dit ou écrit sur ce même sujet. De cette continuité opératoire il convient cependant de calmer les ardeurs : si

toute une vie n'est certainement pas suffisante pour répondre à ces différents questionnements, des systèmes peuvent néanmoins être repérés et de futures constructions engagées.

CHAPITRE II

Enquêtes et collecte de données : **Constitution d'une collection de couleurs patrimoniales** **&** **Mise en tension de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice »**

Introduction préparatoire aux enquêtes de terrain

L'objectif de ce chapitre est de montrer en quoi des pratiques singulières – teinture, tissage, chamanisme – peuvent aussi être considérées comme la trame d'une compréhension de laquelle peut surgir le *hasard* – au sens de *casus* – dans sa relation à la *rencontre*. Collecter des savoir-faire et des « couleurs matières » ne se résume pas à *observer* des faits, mais questionne d'un même mouvement le statut accordé à de telles collectes – en tant que matériaux pour une *invention* à venir – et la mise en tension de la posture de l'« enquêtrice » / artiste et chercheur en arts. Aussi la notion d'*invention* comme découverte rejoint-elle parfois celle de la *fiction*, ou plutôt de la « mise en fiction » en tant que processus. Le va-et-vient continu entre rapprochement – lieu parfois de l'induction, mais aussi de l'intime – et mise à distance, permettra non seulement d'identifier les collectes comme propices à la constitution d'un ensemble de « couleurs patrimoniales » (lieu de la transmission et des dites « traditions »), voire singulières à des terroirs (savoir-faire et relations entre l'homme et son environnement proche), mais aussi d'arriver parfois au paroxysme de « l'aller-retour » pour une « fictionnalisation » en temps réel sur le terrain¹⁴⁴. Il importe de souligner à ce niveau l'importance de la « contextualisation » de telles enquêtes, afin de mieux comprendre les changements de posture, ceux-ci n'étant pas seulement liés au « bon vouloir » du hasard. En effet, si la première section de ce chapitre correspond à la « collection de couleurs patrimoniales » cela est aussi lié au fait que cette collection a été constituée grâce à l'enseignement reçu à l'université des Ryûkyû (Okinawa), et plus précisément par le

¹⁴⁴ Au sujet de ce « paroxysme » de la mise en tension au niveau de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice », et de l'auto-fiction, cf. particulièrement à la section 2.b- de ce chapitre, pp. 168-183.

professeur Jun Kataoka, lui-même ayant bénéficié d'un enseignement japonais (il vient de l'archipel) sur les techniques textiles (tissage et teinture) et leur histoire, ainsi que les symbolisations qui sont liées à leurs usages, et, d'une expérience okinawaïenne (apprentissage de nouvelles techniques et de nouveaux usages). La deuxième section de ce chapitre correspond quant à elle aux enquêtes ayant été effectuées un an après le séjour d'une année. Non seulement le retour sur les lieux de l'immersion a donc pu bénéficier d'une mise à distance (retour en France pendant presque un an), mais les nouvelles investigations ont pu se faire seule et parfois accompagnée du professeur Jun Kataoka : la présence d'une structure universitaire ou d'un tiers sur les lieux conditionne irrémédiablement les « découvertes » et les processus qui les ont permises. La *connaissance* de l'accompagnateur du « terrain » modélise non seulement ce que l'enquêtrice pourra y *observer*, mais fait obstacle au *hasard* et réduit donc la possibilité de la rencontre et de l'*invention* (et donc de la « fictionnalisation », de l'errance, de l'opacité vécue, etc.).

Du point de vue de la méthode de classification (collectes, prises de vues photographiques, échantillons) et donc d'identification de « couleurs matières » (techniques textiles, teinture végétale) « japonaises » (patrimoine et terroirs) différentes questions se posent et notamment : comment *traduire* un paysage chromatique culturel singulier, sans en trahir la diversité ? En effet, considérant que la construction de connaissance n'est possible qu'aux termes d'un travail de mise en relation, il s'impose au chercheur de concevoir un moyen de montrer les connexions pointées, expérimentées, car la description ne peut se limiter « à collecter et à énoncer les termes de la collection, mais est une activité de transformation du visible. »¹⁴⁵ En ce sens, la *représentation* comme unité du « visible » est exclue et la notion d'*identité* est remplacée par celle de distance, pour amener l'observateur / le lecteur à considérer le terrain étudié du point de vue de la relation (ou plutôt de la diversité des types de relations). Aussi le chapitre ici introduit pose de nouvelles questions : quels outils peuvent-ils permettre une *traduction* de la *relation* ? Et, comment – au travers des images et des mots – ne pas figer un lieu tout en proposant des modèles classificatoires, voire cartographiques, qui font système dans le cadre d'une recherche en arts ?

Ainsi, pour reprendre un postulat de départ emprunté à l'ethnologie et complété, du point de vue de la construction méthodologique, la notation qui pourrait être celle d'un *climat* – au

¹⁴⁵ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 122.

sens géographique et psychologique du terme –, pourrait prendre la forme d'une poétique de l'intention ; dans le sens où elle accompagnerait l'image (les images) d'un même mouvement. Cette notation pourrait aussi rendre compte du cheminement, ou plutôt de la manière dont le cheminement s'est produit, en terme de « balises » *a priori* subjectives mais de la même manière intimes à tout lecteur qui pourrait s'imaginer être à la place du chercheur : pour une prise en compte de la personne à qui l'on s'adresse, non pas dans une conception démagogique, propre à la conception de tendances, mais dans un accompagnement à la *lecture*, soit dans une forme d'extension du domaine de la poétique (le lecteur comme matériau / acteur de la création). De plus, toujours selon ce postulat, la question d'« être à la place du chercheur » ou de l'enquêteur, permet d'étendre le processus de fictionnalisation mis en images / mots par le concepteur / chercheur au niveau du regardeur / lecteur et sous-tend, par ce faire, la possibilité dynamique de la représentation en deux dimensions (cartographies). Un tel type de classification, adapté au processus de la collecte et aux matériaux présentés (photographies et échantillons textiles), rejoint la notion opératoire de « langage-objet » propre à Roland Barthes lorsqu'il associe images (photographies et croquis) et textes (notes à la main et récit)¹⁴⁶ qui permet au lecteur de prendre part à l'expérience – découvertes, processus d'immersion – de l'auteur sur un terrain jusque là étranger, tout en observant sa mise à distance (qui correspond pour Roland Barthes à l'interprétation, la comparaison avec sa propre « culture » et la classification de l'ouvrage selon une typologie du signe).

Ainsi, une méthodologie particulière à la classification visuelle des collectes – et *a posteriori*, à la « cartographie chromatique »¹⁴⁷ – introduit la notion d'*intertextualité*, en référence à François Laplantine, qui remplace celle d'*influence* (moins féconde, sous-tendant un mouvement unilatéral et empêchant une méthodologie combinant *processus de traduction* et *pensée de la relation*). Cette intertextualité se définit par la compréhension des textes – et, par extension, des éléments acteurs de la cartographie – non en se posant la question de la nature des rapports établis entre eux, mais en se demandant de quelle manière ils « agissent les uns sur les autres, se déplacent, se transforment, se recomposent et suscitent d'autres textes. »¹⁴⁸ En se posant cette question, il est alors possible de préserver le caractère dynamique de la

¹⁴⁶ Cf. Roland Barthes, *L'empire des signes*, Genève, Flammarion, éditions d'Art Albert Skira S.A., 1970.

¹⁴⁷ Nota : dans le cadre des enquêtes de type ethnographique, une « cartographie chromatique » peut être entendue comme ensemble de petits visuels (modèle de la planche contact) lorsqu'une vision chromatique quantitative (couleurs dominantes / couleurs ponctuelles) est recherchée. Auquel cas, le texte détaillant le contexte et le processus de collecte précèdera et suivra la « cartographie » proposée, en rédaction formelle dans le fil de la thèse. La « cartographie chromatique » en tant que notion – notamment, en relation aux notions de *patrimoine* et de *terroir* – investie dans des méthodes de conception sera abordée dans le chapitre I.2 de la troisième partie, pp. 499-518, et questionnée en « partie conclusive et prospective » de cette thèse.

¹⁴⁸ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 80.

relation, en conférant un caractère mobile au « visuel » (composé de mots, d'images et d'échantillons), de type classificatoire (des collectes et des observations ethnographiques) :

La description est celle de la personne qui décrit et la signification est liée à l'activité de celui qui pose la question du sens. Il n'existe donc pas à proprement parler de « données ethnographiques » puis des « représentations » de ces « données », mais d'emblée, toujours et partout, la confrontation d'un ethnologue (singulier) et d'un groupe social et culturel (singulier), l'interaction entre un chercheur et ce qu'il étudie. C'est précisément cette rencontre qui mérite d'être appelée « terrain ». C'est cette confrontation et cette interaction qui constituent l'objet même de l'expérience ethnographique et de la construction ethnologique, lesquelles ne deviendront anthropologiques qu'en s'inscrivant dans un réseau d'intertextualité.¹⁴⁹

L'ambition de ce chapitre est donc d'explorer la combinaison possible entre classification ethnographique (accompagnée d'une analyse de type ethno-poïétique) et conception de « cartographies chromatiques » (propre à une méthodologie en arts, pouvant être considérée *a posteriori* comme une des étapes du processus de création) afin d'élaborer différents types de modèles permettant de dire / lire le terrain – défini comme un ensemble de relations entre le chercheur et ce qu'il étudie, entre le *je* et le *elle* (qui sous-tend en partie l'idée énoncée par Claude Lévi-Strauss selon laquelle, « je suis pensée, je suis parlée, je suis traversée par des structures qui me préexistent »¹⁵⁰).

Pour mieux définir cette combinatoire, il convient de compléter la définition de la notion de « cartographie ethnographique » établie par Marcel Mauss, afin d'en extraire quelques points méthodologiques utiles ici et d'en éluder quelques autres, en fonction de parti pris et d'objectifs quelque peu différents de ceux engagés par cet ethnologue du début du 20^{ème} siècle. Tout d'abord, au sujet de l'analyse quantitative intrinsèque à la méthode cartographique de Marcel Mauss (recensement, inventaire des emplacements, des individus et des objets, etc.¹⁵¹), l'un des parti pris engagé dans cette recherche est de ne pas constituer d'analyse quantitative, dans le sens de comptabilisation, de statistique. Cependant il convient de rappeler l'exception des identifications de domaines des « couleurs patrimoniales » (couleurs majoritairement

¹⁴⁹ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 101.

¹⁵⁰ Nota : pour compléter la définition de la notion de structure – opératoire dans le travail de Claude Lévi-Strauss –, « [...] une structure est un système de relations suffisamment éloigné de l'objet que l'on étudie pour que nous puissions le retrouver dans des objets différents. », cf. François Laplantine, *L'anthropologie*, Paris, éditions Payot et Rivages, 1995, p. 132.

¹⁵¹ Au sujet de la méthode cartographique, cf. Marcel Mauss, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967, (1947), pp. 18-19.

observées, en référence à l'histoire des usages et des pratiques encore actuelles) et des cartographies chromatiques de type « planche contact » liées aux notions de « couleurs dominantes » et de « couleurs ponctuelles » observées dans une localité donnée. Mais il importe davantage de concentrer tous les travaux à partir d'analyses exclusivement « qualitatives » (englobant des rencontres particulières, une sélection des terrains étudiés, etc.), ce valant pour une étude menée sur le caractère singulier d'un « terrain » en tant qu'« ensemble de relations » (rencontres, interactions, etc.). Et dont l'ambition n'est pas de définir une « carte d'identité » d'une culture à un moment donné, mais plutôt de construire des modèles traduisant des processus, constitutive d'une méthodologie ethno-poïétique, en constituant des domaines de couleurs identifiés comme ceux particuliers à différents terroirs. Ce parti pris rejoint alors ce qu'il est possible de considérer comme une nuance à la méthode de Marcel Mauss, au sujet de la « cartographie des arts plastiques », construite à partir d'une « typographie » pour dresser un « portrait individuel »¹⁵², soit la compréhension de diverses particularités, à chaque fois complexes et originales. Il convient aussi de noter un point commun avec la méthode développée par Marcel Mauss au sujet de la notion de cartographie (qu'il a empruntée à la géographie en tant qu'outil) sur le caractère à la fois statique et dynamique, pour une compréhension et donc une notation des variations constatées et/ou potentielles à venir. C'est en effet une mise en relation à l'histoire qui permettra de « (re)contextualiser » les observations effectuées sur le terrain, à différentes phases de la recherche (soit, avant et pendant l'enquête – tant que cela est possible – et lors de l'analyse *a posteriori* de l'enquête, voire pendant l'écriture même de la thèse – lors de laquelle la pensée continue de se construire –).

De plus, si Marcel Mauss souligne dans son ouvrage que « les relations entre les phénomènes les plus matériels et les phénomènes les plus spirituels interviennent à chaque instant »¹⁵³. Dans un contexte où les colons s'aimaient à qualifier les peuples d'*exotiques*, il reste que [évinçant ici le terme de « phénomène », pour exclure toute approche phénoménologique des objets observés] cette mise en relation permet non seulement d'écarter une pensée binaire de type « profane – sacré », mais aussi de transformer la compréhension globale des pratiques et des usages rencontrés (teinturiers, tisseurs ou chamanes), tous considérés du point de vue du « faire » et des processus qui les accompagnent, considérant la poétique du faire et de ses règles, voire comme instauration, considérant le « jeu du hasard » et l'*invention* complétant

¹⁵² Cf. Marcel Mauss, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967, (1947), p. 88.

¹⁵³ *Ibid.*, p. 28.

parfois les recettes pré-établies. En effet, la question de la poïétique se posera au sujet de la pratique de la teinture¹⁵⁴ : observations et expérimentations considérant le paramètre du hasard, de l'aléatoire, mais aussi les va-et-vient, les multiples explorations au cours du « faire de la couleur », ce qui rejoint la pratique du plasticien, et cela chez bon nombre d'*artisans* rencontrés. Mais aussi au niveau de la posture de l'enquêtrice¹⁵⁵ : relations interférant entre le « je » de l'intime, lieu de l'« imagination-crédation »¹⁵⁶, et le « elle » de la mise à distance et de l'anticipation.

Cette mise en relation conduit le développement de cette introduction aux connexions constatées par Marcel Mauss entre les systèmes symboliques eux-mêmes et, d'autre part, entre les « réalités physiques » et les « réalités sociales », dont les systèmes expriment certains des aspects. Nœud de ces mises en relations dans la compréhension du terrain et fondement de la structure logique de l'œuvre de Marcel Mauss, Claude Lévi-Strauss définit la notion de *mana* : famille / catégorie regroupant différents types de pensées jouant un rôle particulier selon le système symbolique établi localement, acquérant alors un sens particulier en fonction du contexte et ayant toujours comme point commun de mettre en relation des réalités distinctes en un même endroit et en un même instant. Claude Lévi-Strauss souligne que le *mana* est « une réflexion subjective de l'exigence d'une totalité non perçue. »¹⁵⁷, laquelle sous-tend une compréhension de l'échange en tant que synthèse immédiatement donnée à [et] par la pensée symbolique, lors du dialogue, dans le rapport de soi à autrui. Aussi la notion de *mana* doit-elle être prise en compte dans un ordre de réalités que les relations aident à construire (elle peut, par exemple, avoir les caractères de « puissance secrète, force mystérieuse »¹⁵⁸, selon le système symbolique dans lequel elle est repérée), et, toujours selon Claude Lévi-Strauss, elle doit être considérée comme cohabitante avec les opérations magiques qui consistent à restaurer une « unité » (de manière inconsciente ou moins consciente à l'esprit des « acteurs » que les opérations qu'ils mettent en place). Dans ce sens,

¹⁵⁴ La question de la teinture comme poïétique sera questionnée à différents endroits de ce chapitre, cependant ce questionnement sera plus spécifiquement développé et donnera lieu à une schématisation des « paramètres-acteurs » d'un processus / instauration au sein de la partie concernant l'indigo, cf. chapitre II.1.c.-, pp. 136-149.

¹⁵⁵ La question de la posture de l'enquêtrice sera développée plus précisément au sujet des enquêtes de terrain effectuées majoritairement en solitaire, cf. la section 2 de ce chapitre, pp. 164-214.

¹⁵⁶ L'« imagination-crédation » correspond à une « imagination constructive et créatrice, qui a toutes raisons de négliger le réel puisqu'elle se propose justement d'en suggérer une tout autre image », considérant toutefois que « les relations entre le réel et l'imaginaire sont en fait beaucoup plus voisines et même intimes qu'on ne se le figure habituellement », « on a donc de bonnes raisons d'estimer que la structure de l'imaginaire ne diffère pas fondamentalement de celle du réel », notamment lorsque cet imaginaire est « indissolublement lié à l'exactitude, à l'ordre du registre, du relevé topographique », cf. Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 96, p. 100, p. 105 et p. 107.

¹⁵⁷ Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » par Claude Lévi-Strauss, p. XLVI.

¹⁵⁸ *Ibid.*, p. XLV.

le *mana* a une fonction sémantique dont le rôle est de permettre à la pensée symbolique de s'exercer ; « symbole » à l'état pur, il conjugue « l'abstrait et le concret », « l'omniprésent et le localisé »¹⁵⁹. Cette notion permet donc non seulement de considérer le champ relationnel décloisonnant différents types de « réalités » (ce qui permet d'ores et déjà de compléter la méthodologie ethnographique à suivre) mais, de plus, elle nous amène directement à la notion de *hasard* [et notamment ici au quatrième niveau de définition donné par Clément Rosset¹⁶⁰], indispensable matériau de toute poïétique [définie ici comme « instauration / l'œuvre en train de se faire » et, par extension, comme « instauration / les terrains en train de se faire » (ceux de l'enquête et de son analyse, de la teinture en tant qu'acte de création et rituel, etc.)].

Ainsi, si en France un objet non familier ou dont le nom est encore inconnu est appelé « truc » (dans un système langagier fluide et spontané), dont l'étymologie d'origine médiévale renvoie au « coup heureux dans les jeux d'adresse et de hasard »¹⁶¹, le mot *mana* tient quant à lui ses origines du terme indonésien *manitou* dont l'un des sens est précisément identique à cette première définition du terme *truc*. Autrement dit, ce qui dans le langage est devenu spontané et sans incidence sur la compréhension de la *réalité* peut être, dans d'autres sociétés, le fondement de systèmes réfléchis et officiels d'interprétation. Aussi bien serait-il possible, selon le contexte, de conférer au *hasard* une signification de destinée (le *sors*¹⁶²), voire de manifestation d'une « puissance secrète, force mystérieuse », ou de ne lui attribuer aucune importance. De la même manière, le *mana* est un *signifiant* – c'est-à-dire qu'il précède et détermine le ou les signifié(s) – auquel tout et rien pourrait être relié, ce que Claude Lévi-Strauss nomme la « valeur symbolique zéro. »¹⁶³ Ainsi, au sein du système symbolique identifié, cette inadéquation, cet écart de signification, la possibilité d'absence ou de totalité de signifié(s), confère un pouvoir à l'objet ou à la personne traversé(e) ou habité(e), l'espace d'un instant plus ou moins fugace, par le *mana*. Enfin, la notion de *mana* chez Marcel Mauss permet non seulement de souligner le caractère relationnel de toute compréhension (traversant les catégorisations observées et/ou construites lors de l'analyse) mais aussi de démontrer en

¹⁵⁹ Marcel Mauss, *op.cit.*, p. L.

¹⁶⁰ Au sujet de la notion de *hasard* dans son quatrième niveau de définition, parallèlement au sens de *casus* : « une sorte de silence originel de la pensée recouvrant tout ce qui n'est pas, d'une manière ou d'une autre, *justiciable d'une vue de l'esprit*. » Cf. Clément Rosset *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 75-78.

¹⁶¹ Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » par Claude Lévi-Strauss, p. XLIV.

¹⁶² Le *sors* est le premier niveau de définition accordé à la notion de *hasard* : cf. Clément Rosset, *op.cit.*, pp.73-74.

¹⁶³ Là encore la « valeur symbolique zéro » conférée à la notion de *mana* par Claude Lévi-Strauss rejoint la notion de *hasard* à laquelle est accordée « une sorte de silence originel de la pensée recouvrant tout ce qui n'est pas... », sens philosophique donné au mot *hasard* par Pascal, soulignant « l'intuition d'un manque à penser, d'un blanc, d'un silence, antérieurs à toute possibilité de rencontre », cf. *Ibid.*, pp. 76-77.

quoi la « mise en contexte » est une étape fondamentale dans le processus d'analyse *a posteriori* de l'enquête de terrain.

À partir de ce postulat, différents systèmes symboliques se mettent en place, ils combinent alors des croyances, des affects, des enjeux sociaux et des usages. La compréhension de ces systèmes et de leurs mises en relations permet de considérer des similarités de pratiques dans différents contextes / cultures donnés, sans en neutraliser le sens. Cette pensée de la relation conduit à une méthode qui évince le comparatisme et la généralisation des données en tant que typologie. À titre d'exemple, l'observation d'une forme de chamanisme dans un lieu donné (ici sur certaines îles des Ryûkyû) permettra de poser la question de la relation entre certaines pratiques identifiées comme chamaniques et leur contexte. Par extension, du point de vue du sens et du contexte, il sera alors possible de remettre en question la comparaison unilatérale de certains chercheurs entre des états pathologiques de type névrotiques et des pratiques de transe ou de possession, car non seulement le contexte social définit les usages, mais il les induit (d'où une signification et une nomination particulières qui en découlent). Et, au sein d'un même contexte culturel donné, différents systèmes symboliques peuvent aussi être mis en relation : si le *mana* ou le *hasard* participe au processus de fabrication des étoffes teintes, il participe aussi au processus de divination chamanique ; à ce titre, ils sont tous deux des notions opératoires. « Réalités » du tissage, de la teinture ou du chamanisme, les rituels okinawâiens, majoritairement féminins, tissent jour après jour la trame complexe du terrain à explorer.

Il convient de préciser, à ce stade de la réflexion, que la pensée structurale de Claude Lévi-Strauss n'a cependant en rien été utile à l'anticipation du « terrain du chamanisme japonais », ce n'est qu'au retour¹⁶⁴ dans le contexte universitaire français que la question du *mana* comme structure opératoire s'est révélée être utile à la communication (de l'ordre de la *transmission* des connaissances) des données récoltées, somme toute complexe à résumer en quelques mots – ou plutôt devrais-je dire, par la parole, « décontextualisée » de l'acte et du « faire ». En effet, l'objectif premier de cette possible rencontre correspondait davantage à une volonté de comprendre le caractère singulier des pratiques féminines japonaises dans leur

¹⁶⁴ Aussi la notion de *mana*, comme structure, sera opératoire dans l'étude du *rituel* du point de vue de la construction de pensée, par l'expérience et sa *transmission* (par le langage), dans la « partie transition » de cette thèse, chapitre I.1, pp. 256-270.

relation à la *phusis*¹⁶⁵ – terme préféré ici à celui de « nature » ou de « sauvage », ces deux derniers ne permettant pas de *traduire* la potentialité et la complexité intrinsèque à l'ensemble des « matériaux » considérés – et de ne pas en évincer l'opacité. Cette opacité qui a aussi conduit la méthode à ne pas typer les collectes effectuées, mais plutôt à constituer des domaines de couleurs (échantillons et planches contacts) permettant au lecteur de « visiter » à son tour les lieux de la « ponction » et de pouvoir peut-être y entrevoir ce qui a pu échapper au texte et à la structuration des analyses.

Ainsi, du point de vue chronologique des sections de ce chapitre, après avoir déterminé les domaines de « couleurs matières » (liés à des techniques) japonaises (définition d'un patrimoine), puis plus particulièrement okinawaïennes (localisation de *terroirs*), et pour développer le questionnement sur l'interrelation entre les usages, les croyances, les rituels, les rôles sociaux et les systèmes symboliques qui les structurent, ce chapitre s'appuiera sur des enquêtes effectuées sur « le terrain du chamanisme okinawaïen ». À ce stade de l'analyse, « l'enquête ethnologique nous fait accéder au plus étranger des autrui comme à un autre nous »¹⁶⁶ et pose le problème « d'une communication cherchée, tantôt entre un *moi* subjectif et un *moi* objectif, tantôt entre un *moi* objectif et un *autre* subjectivé »¹⁶⁷ dans un va-et-vient constant qui permet de construire une connaissance du terrain étudié, « terrain » comme « ensemble des relations » énoncées jusque là.

L'écriture qui va suivre aura donc aussi le statut de donner une trace au regard et à la parole ayant eu lieu en un terrain vivant, autrement dit soumis au mouvement, au changement, aussi bien « là-bas » (sur le sol japonais) qu'« ici » (dans la pensée du chercheur). De cet écart modulable et infini se construit inmanquablement une interprétation requérant de la part du chercheur un travail constant de médiation qui doit rendre compte de cet écart jamais comblé.¹⁶⁸ C'est d'ailleurs devant cet « écart » que la notion de *traduction* prend tout son sens car il impose une nouvelle rigueur formelle : « transcrire donc, ou plutôt traduire, mais aussi démontrer les transcriptions et les traductions en montrant qu'elles ne sont des formes

¹⁶⁵ Au sujet de la *phusis* et plus particulièrement de la *génésis* comme « matières » premières, destinées à être modelées (par la pensée et la parole / par le « faire » et les gestes) , cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, pp. 45-47.

¹⁶⁶ Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » par Claude Lévi-Strauss, p. XXXI.

¹⁶⁷ *Ibid.*

¹⁶⁸ Nota : cette prise de conscience participe à l'infinitude d'une recherche et conduit à se résoudre, malgré tout, à donner une structure langagière finale à un objet qui n'a de cesse de se transformer. C'est à cet endroit précis de la thèse certainement que la problématique centrale de tout chercheur a pu être considérée avec le corps et l'esprit tout entiers.

que provisoires.»¹⁶⁹ C'est particulièrement en ce sens, que *traduire* est une notion polysémique : si elle correspond, du point de vue anthropologique, à la phase de « transcription » – lieu des interprétations, des sélections et des analyses – *a posteriori* de l'enquête, elle correspond aussi à la traduction – comme transcription d'une langue à une autre – effectuée sur le terrain : lorsque celle qui enquête n'a pas en sa compagnie un traducteur mais œuvre seule, avec en sa possession quelques connaissances de la langue japonaise et un dictionnaire, qu'est-ce que cela transforme du point de vue de l'observation et donc de la rencontre ?

De plus, le travail de traduction, au sens strict du terme – soit, du « mot à mot » –, concernant les noms de plantes et de techniques textiles répertoriées¹⁷⁰, mérite d'être souligné comme une étape incontournable à l'enquête de terrain et à son analyse liée à la constitution d'un corpus scientifique. À cet endroit du processus, la rigueur quant à la confrontation de différents documents existants, de rapports effectués auparavant par d'autres chercheurs sur le terrain et de données récoltées auprès d'artisans, d'universitaires et de professionnels japonais (dont le référent majeur fut le professeur Jun Kataoka¹⁷¹) et français (Dominique Cardon¹⁷² pour certains noms de plantes, des référents historiques et notamment la compréhension de la méthode de la teinture à l'indigo – diversité des phases, complexité chimique – ; et Michel Garcia¹⁷³ pour une meilleure compréhension globale des techniques tinctoriales du point de vue de la chimie – interaction des composés chimiques, transformations, complexité et

¹⁶⁹ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 147.

¹⁷⁰ Un tableau reprenant l'ensemble de ces traductions (japonais, dialecte propre à l'île visitée, français, latin et parfois anglais) et correspondances (plantes / couleurs obtenues citées dans le texte au fil des enquêtes, localisées par lieux géographiques) est présenté en Annexe 1.

¹⁷¹ Jun Kataoka : originaire de l'archipel japonaise (ville de Kôbe), il fut l'élève du maître teinturier et chercheur Tsuneo Yoshioka (Université d'Arts d'Osaka), avec qui il a notamment effectué des missions de recherche sur le coquillage à pourpre. Diplômé en histoire des techniques textiles japonaises (et, par extension d'Asie du Sud-est), il a séjourné un an en Finlande afin d'y étudier différents types de tissage. Aujourd'hui, il enseigne au département « Arts & Crafts » de l'Université des Ryûkyû (ville de Nishihara, préfecture d'Okinawa, Japon) des techniques textiles traditionnelles japonaises (teinture – végétale et synthétique, spécialisation sur l'indigo –, tissage – sur métiers à pédales traditionnels, en bois –, design de motif – *ikat* et *bingata*) et leur histoire.

¹⁷² Dominique Cardon est directeur de recherche au CNRS et œuvre, au sein du laboratoire CIHAM/UMR 5648 (Université de Lyon), sur les « savoirs, techniques et culture matérielle » : historienne et archéologue de la teinture, elle a notamment effectué des recherches interdisciplinaires sur les colorants des textiles anciens et a écrit des ouvrages de référence offrant la synthèse de plus d'une vingtaine d'années de recherches interdisciplinaires sur les utilisations anciennes et actuelles des colorants « naturels » (d'origines végétale et animale) par les civilisations du monde entier, elle coordonne différents symposiums sur le sujet et favorise la préservation et la transmission de techniques tinctoriales parfois oubliées ou méconnues.

¹⁷³ Michel Garcia est autodidacte : chimiste de première formation, après quelques années dans l'agriculture desquelles il construit une première connaissance des plantes et de leur écologie, il fonde l'association « Couleur Garance » (centre de ressources, jardin de plantes tinctoriales, stages, etc.) en 1998. Son objectif est alors de créer un réseau en France entre les quelques teinturiers, chercheurs, artisans, etc. travaillant avec/sur les colorants végétaux, afin de transmettre des techniques et des savoirs faire, et de favoriser, promouvoir et/ou concevoir des processus tinctoriaux écologiques dans le cadre de développements durables – réfléchis notamment en fonction de la diversité de pratiques et de terroirs existants. Il a écrit plusieurs ouvrages de références sur les couleurs végétales (techniques tinctoriales et botanique) et est, depuis 2006, consultant et formateur au sein de son entreprise « Plantes et Couleurs », à Lauris (82).

particularités) du domaine de la teinture végétale, n'est pas des moindres. Cet aspect de l'analyse souligne l'interdisciplinarité effective : botanique, chimie, ethnographie, histoire et traduction sont nécessaires à l'étude des processus – voire des instaurations – et à la constitution du corpus des matériaux nécessaires à l'« artiste chercheur » [identifications de recettes tinctoriales traditionnelles, classement par domaines des couleurs végétales, expérimentation de pratiques singulières et invention]. L'étude sur la relation entre les symbolisations et les usages permet de compléter l'analyse cartographique de la culture matérielle donnée : la poïétique, l'histoire, l'anthropologie sont alors nécessaires à leur compréhension.

II.1 Identification d'un patrimoine : techniques tinctoriales traditionnelles japonaises, usages et symbolisations

Parler de *patrimoine* et le définir correspond à tracer les contours d'un état de société et des questions qui l'habitent. La notion de *patrimoine* est en quelque sorte un instrument que le pouvoir instaure et la population conçoit, fabriquent et exploitent. Ainsi, définir un « patrimoine textile et chromatique japonais » correspond à déterminer les axiomes composant le lieu artisanal dans lequel des individus sont acteurs, mais aussi se reconnaissent et cherchent l'explication d'un *territoire* auquel ils sont attachés. La notion de *patrimoine ethnologique* est alors associée à une certaine *diversité* : différentes techniques d'application, différents paysages, différentes couleurs (teintes et nominations), différents textiles. Le *patrimoine identifié* est alors un ensemble composé de biens matériels et « immatériels » (savoirs), de biens culturels (héritage commun des artisans textiles) et d'une démarche scientifique (compréhension chimique des processus tinctoriaux et expérimentations). La particularité du Japon est que l'artisanat fonctionne comme un héritage, le pouvoir politique participe à la constance de la *tradition* pour laquelle il est d'usage de transmettre ses savoir-faire de père en fils (ou de mère en fille) et ainsi de conserver une forme de patrimoine vivant. Cette volonté politique protectionniste de la diversité artisanale japonaise valorise l'image de l'Empire, pour la valorisation des richesses nationales. Aussi existe-t-il différentes pratiques textiles qu'il est possible d'organiser du plus global au plus local : qu'est-il donné à voir comme fierté nationale au plus novice des curieux ? Mais aussi, que nous offrent les contrées reculées, isolées entre deux mers, l'artisan méconnu ?

Du « patrimoine textile premier » [soit, le vêtement qui s'offre à tous les regards, le « sommet de l'iceberg », l'image identitaire du lieu (kimono japonais et *bingata* okinawaïen)], la quête va ensuite glisser vers une classification en terme de « domaines de couleurs végétales » identifiés comme patrimoniaux [véhiculant une culture matérielle liée à des usages, des techniques, des symbolisations, mais aussi « reconnus » à travers l'histoire du textile japonais] et définis en fonction des végétaux tinctoriaux et de la tonalité dominante extraite des principes colorants (la nomination est directement liée à la « couleur matière », soit au matériau et à la technique qui permet d'en extraire le colorant qui teindra le textile). Aussi le mode de classification par domaines¹⁷⁴ – et la nomination qui y participe – est-il lié ici au

¹⁷⁴ Les quatre domaines de couleurs patrimoniales définis correspondent aux parties [b-, c-, d- et e- de ce chapitre] : domaine des bois, domaine de l'indigo, domaine du pourpre et domaine du carthame ; cf. la *Table des matières*.

double profil du chercheur (coloriste et plasticienne) et non, comme c'est le cas pour le choix classificatoire effectué par Dominique Cardon, à la chimie des couleurs (classification établie en fonction du principe colorant isolé, tel que, par exemple, « *les plantes à quinones* » pour le domaine des rouges, etc.¹⁷⁵), même si en interne la chimie organique n'a point été épargnée puisqu'elle fut nécessaire à la compréhension des recettes et participa aux expérimentations effectuées : la teinture comme la cuisine est chimie et art à la fois.

En terme de techniques textiles et de localités chromatiques, une première approche du Japon (archipel, Okinawa et îles annexes) permet de définir des zones : des couleurs traditionnelles utilisées dans des contextes spécifiques (rituels, usages liées à des symbolisations), une géographie des fibres cultivées pour le textile et une géographie des cultures de plantes tinctoriales. Ces zones ont été déterminées grâce aux cours suivis à l'université des Ryûkyû (ville de Nishihara, préfecture d'Okinawa, Japon), au département « Art & Craft », avec le professeur de techniques textiles, Jun Kataoka. Ainsi, *a posteriori* de cet enseignement, des couleurs – issues de colorants principalement végétaux – étudiées et observées lors des enquêtes ont été classées selon quatre domaines principaux (en termes de saillances chromatiques identifiées comme telles au sein de la culture textile artisanale), eux-mêmes organisés de façon à rendre compte de différents constats effectués sur le terrain. Pour commencer, le « domaine des bois » (comprenant des bruns, des jaunes et des verts) est défini en premier puisqu'il fut majoritairement observé à Okinawa (lieu des enquêtes) chez différents artisans, car matériellement très présent sur le site (forêts denses offrant au teinturier diverses écorces au riche potentiel favorisé par un climat semi tropical – soleil et humidité). Puis, le « domaine de l'indigo » est défini en second, bien qu'il aurait pu être positionné en premier compte tenu des usages définis aussi bien à Okinawa que sur l'archipel du Japon, depuis des siècles, et qu'il est très cultivé à Okinawa (différentes variétés) ; en effet, ce choix découle d'une méthodologie de classification axée sur les techniques : du jaune on parvient à un vert « solide » – résistant à la lumière et au lavage – uniquement en combinant une cuve de « feuilles à jaune » puis une cuve d'indigo (seule plante donnant du bleu). Puis, le « domaine du pourpre », dont seul le violet dense et sombre est retenu, réservé jusqu'à il y a un siècle à la famille impériale ; couleur obtenue par certains coquillages mais aussi grâce aux racines de l'orcanette (ayant de son côté une moins grande résistance à la lumière, mais ceci étant, elle fut grandement utilisée à une époque où les femmes de la cour restaient à l'intérieur,

¹⁷⁵ Cf. Dominique Cardon, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990.

à l'abri du soleil). Ensuite, et pour finir, le « domaine du carthame » est défini en fonction d'usages particuliers : processus tinctorial délicat et couleur obtenue fragile, les ligules du carthame confèrent néanmoins à ce qu'ils teignent des propriétés curatives non négligeables : remède et symbole, il prend place dans les rituels religieux et dans la cosmétique traditionnelle japonaise. Les domaines du violet et du rose, de par leur mode d'extraction et leurs caractéristiques matérielles, sont intimement liés au luxe, et confèrent à ce qu'ils imprègnent un caractère précieux.

a- Du patrimoine textile premier – « la structure » : le kimono japonais et le *bingata* okinawaïen

Au Japon, du point de vue des usages (lié au choix des teintes), les couleurs ne sont jamais saturées du point de vue de la tonalité (soit, ce que l'on pourrait nommer des « couleurs pures » sur le terrain des colorants de synthèse – isolés), elles sont donc « complexes » (par exemple, un rouge légèrement jaune sera préféré à un rouge à 100% sur l'axe de la tonalité) sauf si elles sont utilisées pour des textiles utilisés pour la fabrication de vêtements destinés aux festivités (ponctuelles). Cela correspond au *yukata* (kimono d'été japonais), porté pendant les festivals nationaux (lors duquel le feu d'artifice est de rigueur) ; et, au *bingata* okinawaïen, qui est une technique textile utilisant le pochoir pour la fabrication de kimonos légers (de type *yukata*) destinés aujourd'hui davantage aux danseuses traditionnelles ou aux festivités. D'un point de vue global (mise à distance du terrain nécessaire pour classifier), les domaines chromatiques textiles traditionnels (artisanaux) okinawaïens font écho au paysage de l'île : ciel bleu azur et mer limpide, végétation foisonnante, hibiscus (fleurs tropicales aux couleurs très saturées, roses).

Pour mieux étudier chaque domaine chromatique, afin de les identifier et de saisir comment ils participent au patrimoine textile okinawaïen, chacun sera abordé d'un point de vue « culturel » (historique et symbolique) et matériel (techniques, expérimentations). Le kimono (et le obi, la ceinture qui l'enserme), symbole du Japon par excellence, est le résultat formel (au sens large du terme, si l'on considère le yukata comme une sorte de kimono d'été) de toutes les techniques textiles qui seront exposées ci-après. Chaque couleur, chaque fibre, chaque motif et chaque geste se croisent pour donner naissance au costume traditionnel, symbole de la « fierté patrimoniale japonaise ». Autrement dit, le kimono est non seulement la

« structure » au sein de laquelle des motifs et donc des « localités chromatiques » peuvent être repérées et identifiées, pour conduire le lecteur à l'étude de techniques textiles (teinture et tissage ; poétiques et « contextualisation » historique) et à la compréhension de ses usages (mise en relation sociale, grâce au statut du vêtement), mais c'est aussi la trame de laquelle peuvent surgir des vides, des irrégularités, si l'on s'y penche de plus près, vers une compréhension de la teinture comme poïétique.

Ainsi, du point de vue du « faire », pour composer les motifs du kimono, deux procédés principaux sont utilisés : le *kasuri* (soit, la technique de l'ikat¹⁷⁶ – procédé utilisé au Japon et à Okinawa) et le *bingata* (soit, une technique de sérigraphie – procédé okinawaïen, combinant trois phases : l'empiantage de réserve, l'enluminure au pinceau et l'impression directe au pochoir). Les pratiques textiles d'Okinawa sont quelque peu différentes de celles du Japon, et ceci est lié en grande partie à sa situation géographique (échanges, importations avec les pays limitrophes – la Chine, le continent japonais et les autres pays d'Asie) et à son climat semi tropical (plantes tinctoriales et fibres végétales différentes). C'est avec l'apparition de la navigation que les Okinawaïens sont allés à la rencontre de leurs voisins : ils découvrent alors le *kasuri* (méthode de tissage importée de l'Inde) avant le Japon et créent le *bingata*, inspiré par la teinture au pochoir qui a vu le jour dans la Province chinoise de Fujian. De plus, la matière première est traditionnellement végétale et animale : la fibre de bananier (*bashô fu*), la plus populaire, est cultivée dans de nombreux endroits sur l'île, la ramie ou « ortie de Chine » (*karamushi*) des îles de Miyako et de Yaeyama, la soie de l'île de Kume et à Shuri (quartier royal de l'ancienne capitale et actuelle préfecture d'Okinawa, Naha), et le coton importé et fabriqué à Okinawa. Ainsi, il y a trois niveaux de qualité pour le textile : *kyôfu*, meilleure qualité ; *chyôfu*, moyenne qualité ; *kafu*, moins bonne qualité. Cette classification s'opère selon la finesse et le mode de transformation de la qualité première des fibres, ceci est donc lié au processus (différentes étapes effectuées à la main) : extraction des fibres brutes, préparation (macération, ébullition), extraction / séparation des fils (lenteur, rigueur, maîtrise du geste ; avec différents outils, comme un bambou scindé en deux par exemple – technique pratiquée lors d'une enquête de type participative) et filage (création des écheveaux).

¹⁷⁶ Ikat (du malais *ikat*, « attacher, nouer ») : technique textile où le motif est créé en teignant d'abord le fil de trame de la ou les couleurs qui vont composer l'ensemble, à des intervalles très précises, de sorte qu'au moment du tissage les éléments du dessin se créent par la juxtaposition des parties du fil de la couleur appropriée. Avant de teindre le fil, les parties qu'on veut préserver de la teinture sont donc enveloppées par une bande fine (de plastique par exemple). Par extension, le mot désigne également le tissu qui en résulte.



Fig. 1 – Extraction et préparation de la fibre de bananier (*bashôfu*)

Michiko Uehara, Okinawa, mars 2005.

Ainsi, à partir de la fibre de bananier (cœur du tronc), de nombreux kimonos sont fabriqués traditionnellement à Okinawa. Il est aussi possible d'utiliser différentes parties du bananier : le fruit (*mibashô*), la fibre (*itobashô*) et la fleur (*hanabashô*). L'autre particularité textile de cette île est donc la technique du *bingata* (souvent utilisée sur un textile de *bashôfu*) : ses couleurs vives et ses motifs particuliers diffèrent de ceux observés sur les étoffes japonaises et témoignent des échanges anciens effectués entre l'île et la Chine, avant qu'elle ne soit japonaise. Au départ, les trois méthodes basiques de création de motifs par la teinture (teinture à la cire résistante, chinage par teinture et teinture à la presse) étaient utilisées dans le *bingata* des Ryûkyû. Cependant, l'utilisation de la teinture à la cire (utilisée comme réserve) cessa au 10^{ème} siècle, en conséquence de l'interruption de l'importation de la cire chinoise. La cire fut donc aussitôt remplacée par la pâte de riz, matière faisant obstacle à l'eau qui s'infiltrait dans les zones désignées du tissu pendant le processus de la teinture. Ce qui fut aussi indispensable pour le *bingata* des Ryûkyû fut l'avancée de la technologie de la fabrication du papier : matériau du pochoir et des sacs de pâte utilisés pour l'application de la pâte de riz sur le tissu au début du processus de teinture. Ainsi, le pochoir (*katagami* ; papier se dit *kami*, et *gami* en second dans la composition d'un mot) est aujourd'hui fabriqué uniquement à l'usine de Miie (préfecture de l'archipel japonaise), près de Nagoya ; le magasin de vente se trouve à Shiroko. C'est la famille Yamanaka qui les fabrique – au pays du soleil levant, le *pater familiaris* remplace la multinationale. La matière première du papier est alors la plante de *kouzo* (soit, le mûrier à papier hybride, *Broussonetia kazinoki x papyrifera*) : trois couches de cette fibre sont collées avec du jus de kaki (fruits vieux d'un an), le papier devient épais et assez solide pour être utilisé comme pochoir. Puis, le papier est fumé pour le rendre plus résistant à l'humidité,

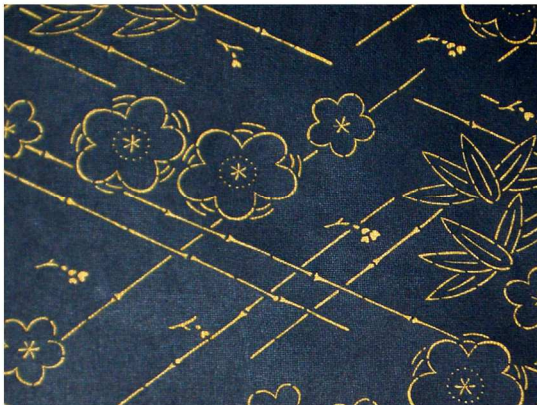
ce qui lui donne sa couleur brunâtre et son odeur particulière de tabac et de bois. Ce papier peut aussi être utilisé moins épais et froissé (*momigami*), pour la fabrication des ombrelles et d'un certain type de veste.



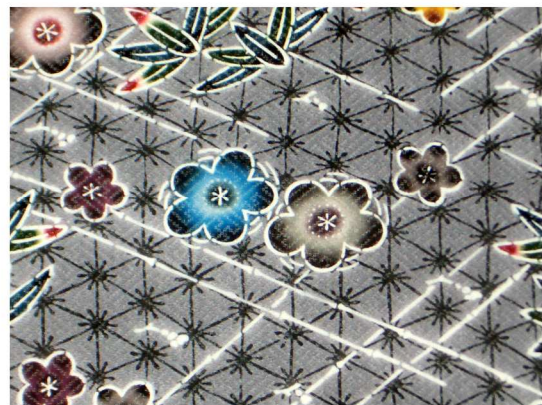
katagami éventails



bingata motifs éventails



katagami fleurs de cerisier



bingata motifs fleurs de cerisier

Fig. 2 – Motifs *bingata* et *katagami*, Collection particulière de Reiko Fujimura

Naha, Okinawa, 14 décembre 2004.

L'exemple ici présenté répond à des règles de composition traditionnelle, de type panoramique, combinant une certaine typologie de motifs de ruisseaux et d'oiseaux qui correspondent à des prototypes identifiables dans la peinture chinoise et japonaise (par exemple, le motif de maison avec un niveau élevé au-dessus a probablement été apporté, selon le professeur Jun Kataoka, de l'Asie du Sud-est). Des motifs similaires sont aussi présents dans les textiles *sarasa* (chintz) importés d'Inde au Japon pendant la période Édo (1600-1868). Proche cousin du *bingata*, le *kusarigata* est, quant à lui, une même technique qui a des règles de composition différentes : un design à grande échelle qui couvre entièrement le tissu, il est dérivé du *tsutsugaki* (tracé de large motif) qui était populaire avant le développement de la teinture au pochoir dont le terme *bingata* est originaire. Comme les costumes Noh et Kyôgen, les tissus *kusarigata* étaient initialement utilisés dans des

représentations, mais par la suite ils ont commencé à être reconnus comme une forme d'art décoratif. Les motifs multicolores représentent, par exemple (par association de composition, répondant à nouveau à des règles esthétiques traditionnelles et reproduites à travers les siècles) : des pins, des montagnes, des cerisiers pleureurs et des brumes ; des montagnes, des chrysanthèmes, des ruisseaux et des brumes. Dans l'archipel Japonais, deux techniques similaires sont repérables : l'*eigata*, qui vient contraster avec les *bingata* multicolores (souvent boudés par les Japonais de l'archipel), pour un usage unique de tonalités sobres, extraites de l'indigo et des différentes ombres de l'encre. Les motifs de l'*eigata* se composent, par exemple (par association de composition) : de cerisiers en fleurs, camélias et roseaux ; de camélias, mauves d'eau, ruisseaux et oies sauvages ; d'iris, cerisiers en fleurs et ruisseaux ; de chrysanthèmes, paulownia et anneaux de flocons de neige ; de cerisiers en fleurs, feuilles d'érable, roses sauvages et rayures ; de cerisiers en fleurs, feuilles d'érable, plumes et coquillages ; d'anneaux de flocons de neige, médaillons floraux et motifs de zigzag. Le *tsutsugaki* (teinture avec pâte résistante à main levée) qui utilisait aussi de la pâte de riz, donne des textiles toujours moins colorés que ceux réalisés à Okinawa (aux traditionnelles bleus, noirs et blancs japonais s'additionnent des rouges et des jaunes).

Ainsi, les procédés de teinture du *bingata* peuvent correspondre à deux méthodes : teinture au pochoir (*katazome*) et teinture avec pâte résistante posée à main levée (*tsutsugaki*). La différence entre les deux est le mode d'application de la pâte résistante. Pour le premier, un papier pochoir est nécessaire, alors que pour le second, un contour du motif est directement dessiné sur le tissu par extraction de la pâte d'un sac. Une fois que la pâte résistante est appliquée, ces deux méthodes suivent le même procédé de teinture et de finition. Une combinaison de teintures végétales et de pigments est utilisée pour faire les couleurs du *bingata*. Sauf si le fond est laissé blanc, il est d'abord teint dans la couleur désirée, puis vient l'étape des motifs en surface. Voici le procédé de la teinture au pochoir en détails : le pochoir (couches de papier saturées de tannin de kaki et séchées) est posé sur du fromage de soja (*tofu*) séché, et suivant les configurations du dessin en dessous, le pochoir est découpé avec un cutter ; le pochoir est placé sur le tissu pour être teint, et la pâte de riz est appliquée dessus avec une spatule qui enduit les portions découpées ; une mince couche de couleur est étendue sur tout le motif, ce procédé est répété trois fois pour en garantir la solidité ; si le fond doit être coloré, la pâte résistante qui a été appliquée doit être enlevée d'abord, ensuite, le motif entier est chargé avec de la pâte résistante, ainsi le reste du fond peut être teint. Finalement, la pâte résistante et les autres résidus sont enlevés par lavage du tissu dans l'eau.

Les tissus utilisés pour le *bingata* des Ryûkyû inclut celui fabriqué à partir de l'abaca (fibre de bananier sauvage ou « chanvre de Manille », *Musa textilis* Nee, famille des *Musaceae*) importé des Philippines au 14^{ème} et 15^{ème} siècles, le coton de Chine et du continent japonais, le chanvre de l'île de Miyako et la soie produite en Chine et à Okinawa. La géographie d'Okinawa contribua grandement au développement du processus de teinture utilisé dans le *bingata* des Ryûkyû, en reconsidérant la diversité des matières utilisées. Le terme *bingata* fut forgé pendant l'ère Taishô (1912-1926) : le terme *beni* ne réfère pas seulement aux teintes rougeâtres, mais signifie un mélange de couleurs ; cette prononciation semble aussi être dérivée de « bin », qui était le nom d'une ancienne nation localisée actuellement dans la Province chinoise de Fujian ; *gata*, quant à lui, signifie « pochoir ». Le *bingata* est cependant une création originale d'Okinawa et aujourd'hui encore, lors de cérémonies traditionnelles et au gré des marchés et des boutiques, de nombreux costumes sont teints selon ce procédé. Des artisans perdurent donc cette tradition, telle que madame Reiko Fujimura (née en 1939, originaire de la préfecture de Kagoshima) :



Fig. 3 – Reiko Fujimura présente sa collection de kimonos en *bingata*

Naha, Okinawa, 14 décembre 2004.

Elle a étudié avec l'un des maîtres célèbres du *bingata*, Eiki Shiroma, qui avait notamment rapporté du Japon les pochoirs spécifiques à la technique volés lors de la bataille d'Okinawa par des collectionneurs et soldats japonais, et qui relança donc cet art dans son île, véritable acte symbolique œuvrant pour une reconnaissance politique de la particularité artistique et culturelle de l'île annexée. Même si le travail de Reiko Fujimura est reconnu au Japon et à l'international, puisqu'elle a obtenu, en 1988, le grand prix de la 32^{ème} exposition « Okinawa Times Selected Arts » et qu'une partie de son travail est exposé au musée universitaire

(histoire culturelle) d'Oslo (Norvège), le *bingata* reste assez confidentiel et peu connu au delà des frontières japonaises.

Concernant les couleurs utilisées dans le *bingata* des Ryûkyû, elles se composent de colorants (teinture des fonds) et de pigments (application des couleurs localisées – motifs – au pinceau)¹⁷⁷ : le cinabre (pigment rouge), le lapis-lazuli (pigment bleuté), le bengale (pigment brun rougeâtre), l'ocre (pigment jaunâtre), le lait de chaux (pigment blanc), la cochenille (colorant et pigment rougeâtre - qui était anciennement importé sous la forme de coton imprégné), l'encre noire (*sumi* – carbone et colle de peau de lapin) et la gomme-gutte (colorant et pigment jaunâtre). Tous ces pigments et colorants étaient importés de Chine. Ceci dit, la cochenille et la gomme-gutte sont des produits indiens, mais ils étaient transformés en Chine avant d'être importés au Japon.



Fig. 4 – Pigments importés de Chine et échantillons de *bingata* colorés avec ces mêmes pigments (à l'exception du fond, teint à l'indigo)

Collection personnelle de Jun Kataoka, Université des Ryûkyû, Okinawa, 2005.

Concernant les colorants végétaux utilisés dans le *bingata*, les principaux répertoriés sont : le *Ryûkyû ai* (une plante à indigo, le *Strobilanthes cusia* O. Kuntze ou *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine), l'arbre *fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia picata* Hook.¹⁷⁸), l'arbre *suou* (*Caesalpinia sappan*) et le *Yamamomo* (*Myrica rubra*). Ainsi, dans la tradition ancienne du *bingata*, l'*eigata* et le *tsutsugaki* teints à l'indigo (colorant produit et extrait à

¹⁷⁷ Cette liste est non exhaustive et correspond à l'inventaire établi par Sachio Yoshioka (in) *Ryûkyû Bingata (Japanese textile)*, Kyoto Shoin's Art Library of Japanese Textiles, volume 18, Kyoto, Japan, éditions Shikosha Publishing Co., Ltd, GEN Editorial Studio, 1993. [En japonais et anglais]

¹⁷⁸ Le *fukugi* a pu être identifié par deux documents distincts : en tant que *Garcinia subelliptica* [cf. Seiju Yamazaki, *Kusaki Zome, The illustrated book of dye plants*, Japan, Ooshita Kentarou, Bijutsu Shuppan sha, 2004, (1987), p. 202] et *Garcinia spicata*, Hook. [cf. Dorothy Miller, « Kumejima dorozome: the vegetable dye and mud mordanting process of silk tsumugi », *Ars Textrina*, volume 5, Canada, Winnipeg, juin 1986, p. 135.]

Okinawa, dont le climat est très favorable) sont des exemples de ce processus de teinture. Et le *fukugi*, donnant du jaune, est produit à Okinawa, alors que le bois de sapan, donnant du rouge, fut importé d'Asie du Sud-est. Trois grandes familles chromatiques de *bingata* peuvent alors être définies, selon leurs fonds colorés. D'abord, le fond jaune : au départ, cette couleur n'était utilisée que par la famille royale (totalement interdite pour les Okinawaïens) ; faite d'un mélange de teinture jaune aux feuilles de *fukugi* (*Garcinia spicata* Hook. ou *Garcinia subelliptica*) et de la teinture rouge foncée de l'*enji* (laque de Birmanie, *Laccifer lacca* Kerr : *Lakshadia chinensis* - *Kerria chinensis*) ; ce mélange était alors appelée *chin'ô* dont la signification est « jaune or ». Et, le fond multicolore : la surface entière est remplie avec du rouge, de l'indigo et du jaune comme une nuée de formes remplies de petits motifs ; avec ce type particulier de *bingata*, il est techniquement impossible de teindre les « nuées » par immersion du tissu dans un bain de teinture à l'indigo. Ce dernier est alors remplacé par du pigment « ultramarine », appliqué avec une brosse. Pour finir, le fond indigo : le procédé de fabrication de la teinture à l'indigo okinawaïenne est alors différent du reste du Japon où le *tade ai* (« Renouée des teinturiers », *Polygonum tinctorium* Ait. - *Polygonum tinctorium* Lour.), importé de Chine (sous forme sèche), est utilisé. À Okinawa, la teinture à l'indigo est produite par la méthode de précipitation (à partir des feuilles fraîches ; méthode largement utilisée dans les régions tropicales ou semi tropicales) utilisant la plante à indigo des Ryûkyû, le *Ryûkyû ai* (*Strobilanthes cusia* O. Kuntseze ou *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine) qui pousse à Okinawa. Grâce au climat d'Okinawa qui est tempéré tout au long de l'année, l'indigo des Ryûkyû peut être cultivé facilement. Cependant aujourd'hui, les artisans réalisant le *bingata* utilisent de plus en plus de gouaches (pigments liés avec du jus de fèves de soja) et de colorants de synthèse, pour un rendement plus efficace en terme de rapidité effective et une simplification du processus à moindre coût.

Les domaines, déterminés dans les quatre sous parties suivantes, vont à présent mieux nous permettre de définir les relations opératoires – du point de vue de la culture matérielle – entre les terroirs, les techniques et les usages des couleurs végétales japonaises, et plus particulièrement okinawaïennes. Ces domaines chromatiques ont pu être principalement définis en fonction de l'enseignement dispensé par Jun Kataoka ainsi que des entretiens effectués (grâce à lui) auprès de différents artisans. L'observation (dans la plupart des cas « participative », parfois engendrant des amitiés, des journées à teindre ensemble, etc.) inhérente à ces transcriptions est donc conditionnée en partie par la méthodologie

universitaire japonaise (pour rappel, Jun Kataoka a suivi des cours d'histoire des textiles sur l'archipel japonais avant de venir exercer sa profession d'enseignant à Okinawa).

b- De la teinture végétale (recettes et expérimentations) : le domaine des bois [écorces et feuilles – bruns, jaunes, verts] – *une végétation locale investie*

En ce qui concerne la teinture végétale actuelle à Okinawa, elle concerne diverses pratiques artisanales et artistiques autres que celle du *bingata*. Globalement, il y a traditionnellement au Japon deux manières de teindre avec les végétaux (hormis quelques exceptions, comme l'indigo) : par simple ébullition des végétaux pour l'obtention de couleurs qui ne tiennent pas bien et qui s'estompent avec le temps, technique qui a pu fonctionner longtemps étant donnée l'utilisation des kimonos de la famille royale qui se faisait à l'intérieur des habitations (peau et vêtements traditionnellement protégés du soleil), pour une conservation plus longue des coloris. Et, par l'utilisation au cours du processus d'une étape de fixation de la couleur : avec des plantes à tanin (la plupart du temps avec le *gobaishi*, noix de galle du sumac, *Rhus chinensis*), un jus de cendres (le plus souvent de camélia, *tsubaki*, *Camelia japonica*) ou une solution d'alumine (mordant).

Sur l'île, il est possible de repérer de nombreuses variétés de bois tinctoriaux donnant des jaunâtres, des bruns et des roux, très utilisés par les maîtres teinturiers okinawaïens, tels que : le *suou* (*Caesalpinia sapan*), le *katekyu* (*Acacia catechu*), le *kepulacho* (*Mexican wood*), le *gajumaru* (*Ficus microcarpa*), le *fukugi* (*Garcinia subelliptica* / *Garcinia picata* Hook.), le *yamamomo* (*Myrica rubra*) et le *kihada* (littéralement, « écorce de bois » ; identifié cependant comme étant le *Phellodendron amurense*). À titre d'exemple, voici (ci-après) une planche d'échantillons effectués lors d'une expérimentation en teinture végétale, il présente différentes tonalités pouvant être obtenues avec la baie du *yamamomo* (*Myrica rubra*), très utilisée en teinture, pour ses capacités tinctoriales et tanniques (le tanin permet aussi de fixer les couleurs). Cette planche a été réalisée à partir des échantillons obtenus lors d'une « special class »¹⁷⁹, avec le professeur Jun Kataoka, à l'Université des Ryûkyû, Okinawa, le 29 octobre 2004.

¹⁷⁹ Les « special class » avec le professeur Jun Kataoka étaient hebdomadaires et consistaient à travailler ensemble sur les sujets intéressés par cette recherche, tant que cela était possible pour lui d'y répondre.

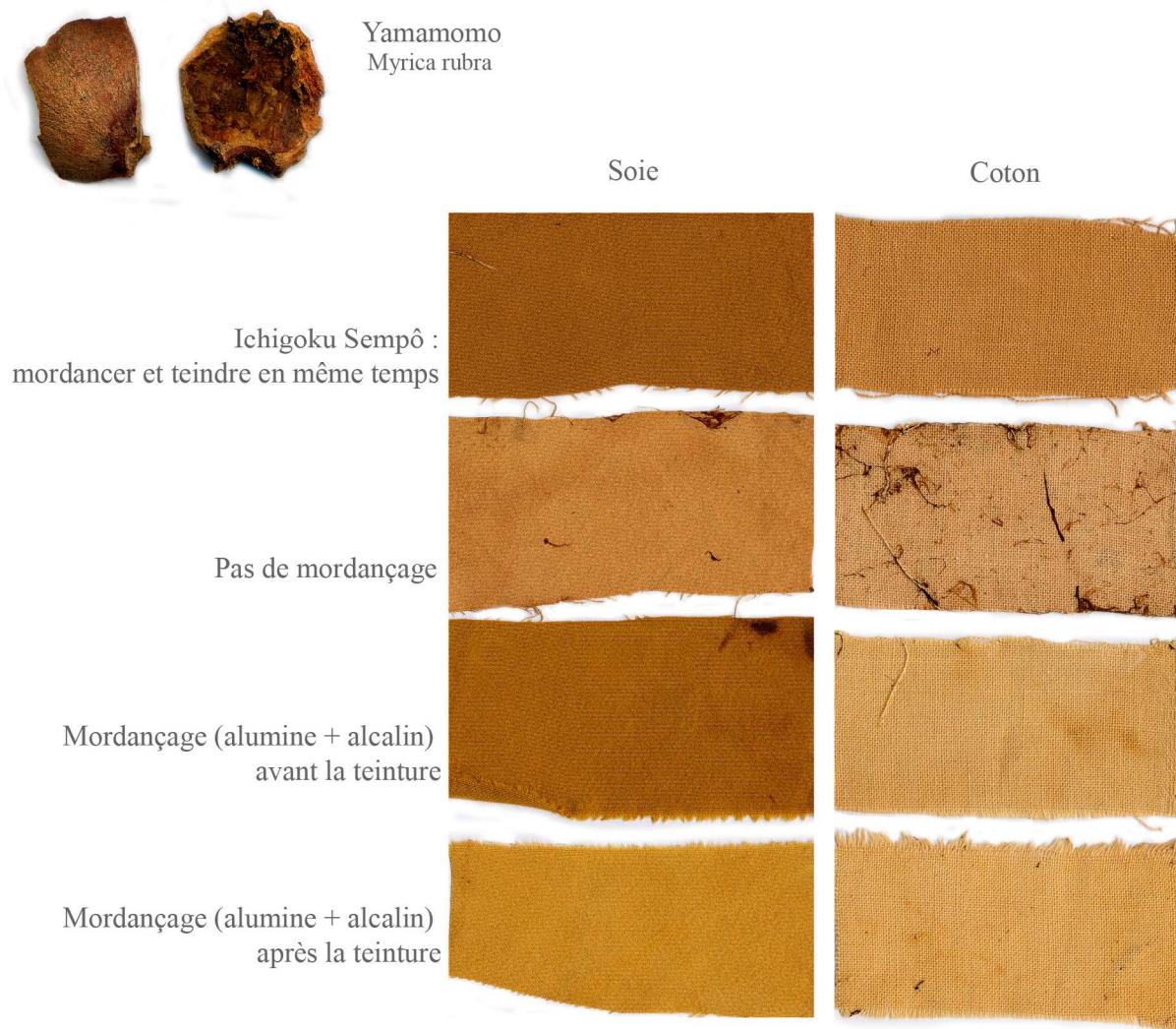


Fig. 5 – Expérimentation de teinture avec de la baie de *yamamomo* (*Myrica rubra*)

Université des Ryûkyû, Okinawa, le 29 octobre 2004.

Cette planche permet d'observer les interactions entre les différents paramètres entrant en jeu dans le processus tinctorial et influant sur la couleur. Elle montre comment, à partir d'un seul végétal, la notion de « domaine » est inhérente à la compréhension de la couleur et de son processus d'instauration. Le *yamamomo* (*Myrica rubra*) permet donc d'obtenir un domaine de bruns, allant des beiges rosés aux « bruns moyens » en passant par des bruns jaunâtres. Elle permet aussi de repérer les règles de chimie fondamentale concernant les bonnes associations moléculaires. Ainsi, en règle générale, une fibre animale (notamment la soie) accroche plus facilement les colorants (végétaux ou animaux) et l'usage d'un mordant (ici de l'alun) au préalable de la teinture permet au colorant de mieux s'« installer » au cœur de la fibre, pour des couleurs plus saturées mais aussi plus résistantes. En sachant cela, il convient d'établir ses combinaisons en fonction de la saturation de couleur désirée. Si la volonté est d'être au maximum des possibilités colorantes, il importe de connaître ces règles. Communément, il est

recommandé de mordancer (préparation de la fibre afin qu'elle « accroche » mieux le colorant lors du processus tinctorial) avant de teindre, afin de ne pas trop atténuer la couleur en mordançant après (perte effective dans le bain de mordant). Pourtant cette règle n'est pas appliquée par tous les maîtres teinturiers de l'île, en témoignent les exemples photographiques qui suivent : ils montrent deux écheveaux de soie teinte avec des écorces de bois, où le mordantage a eu lieu après la teinture, l'étape est alors nommée « affinage » (trempage des fibres dans une solution de cendres).



Fig. 6 – Ikat (soie et écorces) par Michiko Uehara



Fig. 7 – Écheveau de soie teinte au *suou*

Atelier de Michiko Uehara, Okinawa, 8 décembre et 17 novembre 2004.

Ces écheveaux de soie ont été teints dans l'atelier et sous les conseils de Michiko Uehara, maître teinturière et artiste (elle participe régulièrement à des expositions de créations textiles, au Japon, mais aussi en Europe). Ceux présentés sur la photographie de gauche sont en train de sécher (après teinture, affinage et rinçage), étape précédant celle qui consistera à enlever les rubans plastiques de réserve (technique de l'ikat – motifs apparaissant au tissage), avant la mise en place des fils de soie dans le métier à tisser. Celle de droite montre un écheveau de soie teinte avec des écorces de bois de *suou* (*Caesalpinia sapan*) pulvérisées en poudre, selon la méthode de Michiko Uehara, accompagnée de sa fille Nao, telle que :

- 10 grosses cuillères à café de *suou* + 18 l d'eau + quelques gouttes de vinaigre de riz (pour une couleur plus lumineuse et brillante) ; monter à ébullition et laisser bouillir (à petits bouillons) pendant 20 min
- filtrer le jus et le laisser refroidir ; bien démêler et imprégner la soie d'eau
- mettre la soie dans le bain de teinture, monter doucement en température, jusqu'à 60°C
- pendant la montée en température, sortir la soie, l'aérer, la secouer, la battre, la replonger, plusieurs fois [cf. photo ci-dessous]



Fig. 8 – Nao Uehara teignant au *suou*

Atelier de Michiko Uehara, Okinawa, 17 novembre 2004.

- arrêter le feu et laisser la soie dans le bain jusqu'à ce qu'il refroidisse
- mettre la soie teinte dans l'eau froide et l'essorer
- tremper la soie dans un jus de cendre¹⁸⁰ dilué à l'eau (pour un pH à 11) pendant 15/20 min : la couleur part un peu dans l'eau du bain

Si le mordant avait été effectué avant la teinture, toujours selon la méthode de Michiko Uehara, il aurait été recommandé d'essorer la soie et de la mettre à sécher, étendue au soleil, pendant deux à trois jours ; puis, de la laver méticuleusement (gestes lents et maîtrisés) à l'eau et de l'essorer doucement. Il est alors possible de refaire un bain de teinture si une couleur plus dense est désirée. Le mordantage doit être fait en connaissance de ces paramètres : le mordant supprime des protéines de la soie, ce qui lui permet de mieux « accrocher » le

¹⁸⁰ Le jus de cendre utilisé ici a été fabriqué un an plus tôt, il contient des cendres de bois (utilisé au préalable en teinture ; le meilleur bois pour faire ce jus est néanmoins le *tsubaki* – camélia) macérées dans l'eau.

colorant, mais cela signifie aussi que ça rend la soie moins brillante ; le jeu consiste donc à trouver le bon équilibre entre la brillance et la chroma. Obtenir des couleurs proches de la végétation observée est un modèle esthétique repérable dans la culture tinctoriale japonaise : couleurs lavées, brunies, patinées ; et combinaisons inspirées de la « nature » environnante¹⁸¹. Les couleurs saturées et vives, présentes dans le *bingata*, ne sont donc que ponctuellement utilisées, en écho chromatique aux utilisations commerciales : packaging des produits de grande consommation, enseignes de boutiques, magazines populaires, etc.

Ainsi, à Okinawa comme au Japon, il est communément de « bon goût » de se vêtir des « couleurs de l'ombre », selon le modèle esthétique japonais appliqué aux vêtements et à l'habitation avant la période Meiji (1868-1912). Puis, au croisement de l'ouverture à la culture occidentale, la révolution industrielle changea les mœurs et la lumière forte et blanche entra dans les maisons. En 1933, Junichirô Tanizaki¹⁸² écrit, non sans nostalgie, au sujet de la beauté rendue aux choses et aux femmes grâce à l'ombre. Même si cette considération esthétique est décontextualisée (l'éclairage électrique ayant remplacé la lumière de la bougie), elle semble être encore aujourd'hui proche de la « pensée commune » japonaise par rapport à ce qui a pu être observé d'un point de vue global de la population (tous âges confondus), durant les séjours effectués à Okinawa et au Japon¹⁸³. Parallèlement à ces mœurs sensiblement importées du Japon à Okinawa, toujours dans le « domaine des bois » les couleurs végétales de l'ombre peuvent être complétées par des verts (comme domaine de couleurs patrimoniales okinawaïennes) : différentes recettes traditionnelles ont ainsi pu être définies. Tout d'abord, la canne à sucre est mise en avant à Okinawa comme étant une technique tinctoriale particulière et identitaire du lieu ; elle donne un vert pâle acidulé et se nomme *ûjizome* (*zome*, de *some* signifiant « teindre »). Dès l'arrivée à Okinawa, de nombreuses boutiques faisant la publicité de cette technique et vendant des textiles teints selon ce procédé ont pu être remarquées. Le prospectus ci-après, distribué dans "Kokusai dori" (rue centrale de la préfecture d'Okinawa, Naha), peut en témoigner.

¹⁸¹ Concernant les combinaisons de couleurs inspirées d'observations de la « nature » (en tant qu'éléments végétaux et compositions paysagères), cf. le travail de modélisation de Sachio Yoshioka : « partie transition », chapitre I.2, pp. 271-279.

¹⁸² Cf. Junichirô Tanizaki, *Éloge de l'ombre*, traduit par René Sieffert, Paris, Publications Orientalistes de France, 1977.

¹⁸³ Au sujet de ce « modèle esthétique commun » aux Japonais, et de la construction d'une *tradition* : histoire contextuelle aux « faire » et à leurs usages, et de leur transmission par les symboles, cf. la « partie transition » de cette thèse, chapitre I.1, p. 256-270.



Fig. 9 – « Ujizome : Tomigusku special original brand »
Prospectus distribué dans Kokusai dori, Naha, Okinawa, 2004.

Après avoir tenté (à plusieurs reprises) auprès du professeur Jun Kataoka d'en savoir plus à propos de cette technique, j'ai pu comprendre que ce procédé local avait davantage perduré pour les touristes que par véritable intérêt artistique ou scientifique : cette teinture serait classée dans les « petits teints », classification établie en fonction de la permanence des couleurs [tests de solidité à la lumière et au lavage], par opposition aux « grands teints »¹⁸⁴. En effet, cette teinture ne figure pas non plus dans les trois ouvrages de Seiju Yamazaki¹⁸⁵ répertoriant toutes les plantes tinctoriales utilisées au Japon. Afin d'établir une vision globale de cette technique, une planche contact des différentes étapes du processus tinctorial avec de la canne à sucre sur l'île de Miyako¹⁸⁶ a été effectuée et est présentée ci-après.

¹⁸⁴ En France, les catégorisations de « grand teint » ou « bon teint » et de « petit teint » correspondent principalement à la résistance des couleurs teintées à la lumière : au Moyen-âge, les métiers de la teinturerie sont régis par des corporations, regroupés sous le patronage de Saint Maurice ; ainsi, les « grands teints » regroupent des artisans qui fournissent des produits de « qualité supérieure » et qui ne teignent que les « meilleures étoffes » avec des colorants solides et stables, classe subdivisée en sous-groupes selon ceux qui teignent en rouge et jaune (garance / cochenille, kermès et gaude) et ceux qui teignent en bleu, verts et noirs (indigo, bleu du guède), les « petits teints » regroupent alors ceux qui teignent des étoffes de moins bonne qualité avec des colorants à faible stabilité, ils ont cependant la plus large clientèle. Cf. Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, « Découvertes 383 », 1999, pp. 41-47.

¹⁸⁵ Cf. les trois ouvrages de Seiju Yamazaki, intitulés *The illustrated book of dye plants*, aux éditions Bijutsu Shuppan sha, 1996, 2002 et 2004 [en japonais]. Pour complément, cf. <http://www.bijutsu.co.jp>

¹⁸⁶ Planche contact réalisée à partir de photographies extraites de l'url : <http://www.miyako-shinei.jp/ujizome/index.html>



Fig. 10 – [planche contact] "ijizome" :
Processus tinctorial avec de la canne à sucre.
Atelier Miyako-Shinei, île de Miyako, Okinawa.

Traditionnellement, au Japon, il est donc recommandé d'utiliser l'écorce du *kihada* (*Phellodendron amurense*) principalement importée de Chine, afin d'obtenir du jaune (seul) ou du vert (après teinture à l'indigo). Le processus consiste à procéder à l'ébullition des copeaux de bois sec, dont le jus est récupéré pour la teinture : ébullition des fibres pendant 20 minutes (s'il y a des fibres animales, il est cependant préférable de ne pas aller jusqu'à l'ébullition pour éviter de les abîmer). Des expérimentations ont été faites en compagnie du professeur Jun Kataoka [« special class », Université des Ryûkyû, Okinawa, le 14 octobre 2004], pour teindre de la soie et du coton (« bruts » ou préalablement teints à l'indigo) au *kihada*, voici (ci-après) les échantillons obtenus.



Fig. 11 – Coton et soie teints au kihada (*Phellodendron amurense*)

Jun Kataoka, « special class », Université des Ryūkyū, Okinawa, le 14 octobre 2004.

L'expérimentation permet de constater que le *kihada* ne prend pas (ou très peu) sur les fibres végétales (cellulosiques). Ici, le coton naturel n'a pris qu'une très légère coloration alors que la soie (fibre protéinique) est très dense. Le même constat s'établit après teinture des deux fibres à l'indigo, sur le coton le bleu n'est que très légèrement jauni, comme « vieilli », alors que sur la soie, le vert semble être composé de l'« égal mélange » entre le bleu et le jaune : ceci dit, il convient de noter la complexité chromatique de la teinture végétale qui nécessite de transformer la compréhension des couleurs telle que l'industrie la conditionne. En effet, si les colorants de synthèse sont des molécules simples (tel le colorant isolé de l'alizarine pour le « rouge garance »), les colorants végétaux sont des molécules complexes : la couleur obtenue nécessite un regard neuf et un certain apprentissage pour pouvoir « percevoir » la profondeur et la multitude de tons qui composent une couleur. Dans ce sens, expérimenter le monde des couleurs végétales permet de mieux définir les notions de « couleur matière » et de « domaine de couleurs ». Cette expérimentation a aussi permis de compléter l'enquête menée sur les techniques de la patine¹⁸⁷ au Japon : les *effets* de la patine conférée au matériau par le temps peuvent par exemple s'imiter par un très léger jaunissement des couleurs. Une telle pratique se nomme *fukugen* 復元 [signifiant littéralement « reconstruction », « restitution » ; *fukugen suru* 復元する signifiant quant à lui « reconstituer », « restaurer »] et a été établie pendant la période d'Heian (794-1185). Existe-t-il un lien homonymique avec le 福木 *fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia picata* Hook.), le bois tinctorial traditionnellement utilisé à Okinawa pour obtenir le jaune ? Cette hypothèse n'a pu trouver de réponse.

Du jaune au vert, nous pouvons à présent approfondir la question de l'indigo au Japon, et plus particulièrement à Okinawa : contrée semi tropicale qui produit différentes plantes dont les

¹⁸⁷ Au sujet de la patine au Japon : enquête sur le *kinuta uchi* (par battage) à Miyako [cf. le chapitre II.2.d- de cette même partie, pp. 192-214.] et listing de différents modes de techniques répertoriées [cf. Annexe 1].

feuilles sont « chargées » en indigo, et qui permet d'utiliser des techniques tinctoriales à partir des feuilles fraîches (éliminant la nécessité de conservation – notamment sous forme de coques des feuilles sèches, comme c'est le cas sur l'archipel japonaise).

c- De la teinture végétale (recettes et expérimentations) : le domaine de l'indigo [feuilles – bleus] – *pluralité des poétiques ou poétique de la teinture ?*

Après les couleurs des bois, il convient à présent d'aborder « la » couleur végétale japonaise de prédilection (il serait possible de dire « mondiale », du point de vue de l'implication internationale au sujet de ce colorant, encore aujourd'hui) : le domaine des bleus, dont seules les plantes à indigo sont génératrices. Ainsi, en ce qui concerne l'indigo à Okinawa, il en existe quatre sortes, qui poussent sur certaines des îles Ryûkyû : l'*Indo Ai*¹⁸⁸ インド藍 (Indigotier, *Indigofera tinctoria* L.) et le *Nanbankomatsunagi* ナンバンコマツナギ (*Indigofera suffruticosa* M.) dans l'archipel de Yaeyama ; le *Ryûkyû Ai* 琉球藍 (*Strobilanthes cusia* O. Kuntze / *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine) sur l'île d'Okinawa ; et, le *Tade Ai* 蓼藍 (« Renouées à indigo », *Poligonum tinctorium* Ait.) et l'*Indo Ai* sur l'île de Miyako. Afin de pouvoir identifier ces différents végétaux sur l'archipel d'Okinawa, un visuel a été réalisé à partir de photographies extraites de l'un des ouvrages de Sachio Yoshioka¹⁸⁹ :



Fig. 12 – Différents types de plantes à indigo poussant sur l'archipel d'Okinawa

En effet, le climat semi tropical de l'île permet une culture foisonnante des plantes à indigotine. C'est pourquoi de nombreux kimonos (souvent en fibre de bananier) sont teints depuis des centaines d'années à l'indigo à Okinawa. Témoin de la résistance indiscutable de

¹⁸⁸ Nota : en japonais, « indigo » se dit « ai » (prononcer 'a' 'i').

¹⁸⁹ Sachio Yoshioka, *Nihon no Iro Disho* (« Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 5^{ème} édition 2004 (2000), p. 130. [En japonais]

cette couleur végétale et de son usage ancien, voici (ci-après) une photographie accompagnée d'un schéma de patronage d'un kimono ancien [objet de collection exposé au « Kumejima Center of Nature and Culture » (Kume est une petite île au sud-ouest de l'île principale d'Okinawa)], réalisé en fibre de bananier et teint à l'indigo.

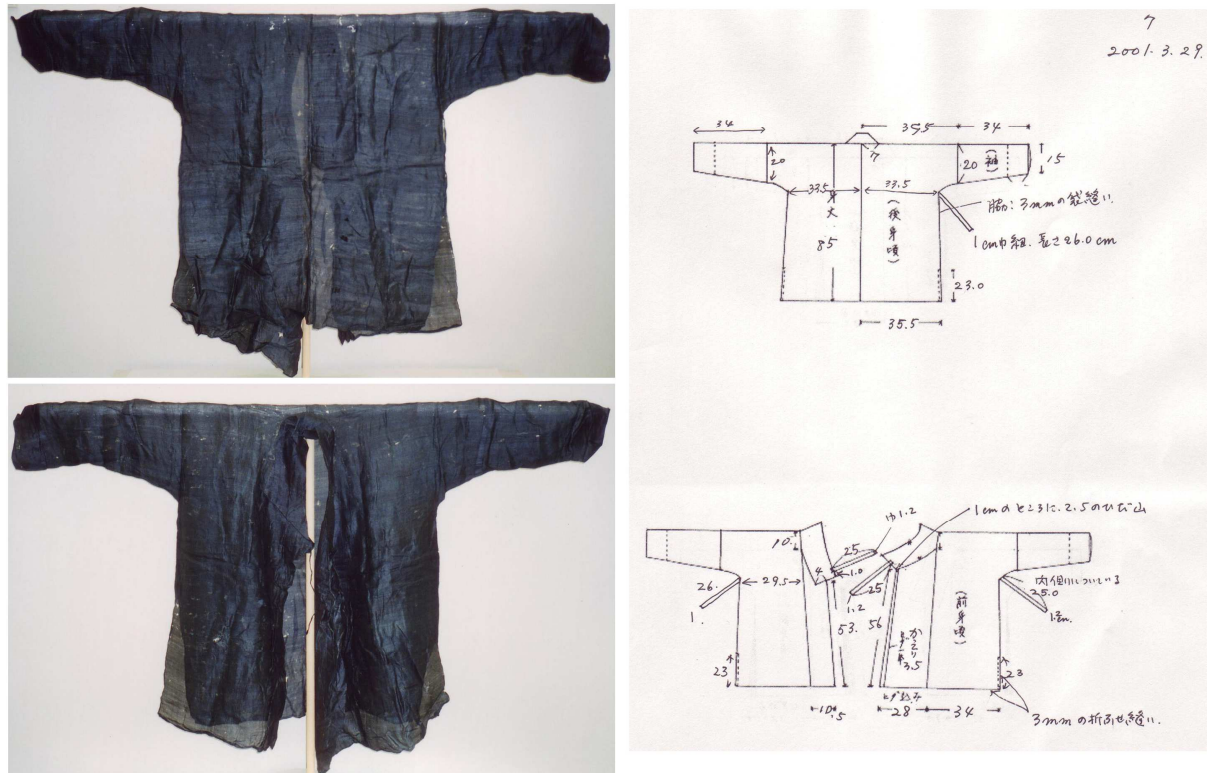


Fig. 13 – Kimono en fibre de bananier teint à l'indigo

Photographies et croquis réalisés par Jun Kataoka.

Ce kimono est en « fibre de haute qualité » (*kyôfu* en japonais), teint en plusieurs bains successifs d'indigo pour une tonalité foncée ; il est de style « okinawaïen ancien », puisqu'il a des manches étroites. Le croquis de droite montre en détails la modélisation d'un tel kimono : selon la technique du *gaza* (par pliage) afin de ne pas avoir de chute de tissu et de ne faire aucune découpe. La particularité autrement intéressante des vêtements traditionnels okinawaïens concerne les tenues des femmes : contrairement aux Japonaises, il arrivait que les Okinawaïennes portent des pantalons en sous-vêtements. De plus, il était de coutume de porter une tenue le jour et une autre au soir tombé : la première (fibre de bananier et soie de chine) était non teinte [pour le jour] ; la seconde, quant à elle, était teinte à l'indigo [pour la nuit]. À titre d'exemple, voici (ci-après) des photographies exemplifiant cette *tradition*, elles

ont été prises par le professeur Jun Kataoka et font aussi partie de la collection du « Centre de Culture Naturelle » de l'île de Kume (Okinawa).



Jupe plissée bashô fu



Hakama bashô fu



Kimono soie de Chine



Jupe plissée bashô fu indigo



Hakama bashô fu indigo



Kimono soie de Chine indigo

Fig. 14 – Vêtements féminins traditionnels okinawaïens :

bashô fu (« fibre de banane » locale) et soie de Chine, « bruts » ou teints à l'indigo

Les teintes des étoffes, ici patinées par le temps, participent à l'argumentation concernant l'écho chromatique des vêtements au paysage contextuel : ici, le cycle quotidien, le jour et la nuit se lisent sur les tenues féminines. Les kimonos en soie (étoffe tissée) importée de Chine ont été cependant modélisés, et teints (pour l'indigo) à Okinawa. La tenue mise le matin est nommée *asagamisama* (*asa* signifiant « matin » en japonais) et celle portée le soir, *yugamisama*. Le nom okinawaïen pour la jupe plissée est *kakamu*, *kakan* ou *kakam* ; le nom de la veste en soie portée en sous-vêtement est *duchin* ou *dujin*. La technique tinctoriale à l'indigo est particulière, non seulement à l'île, mais aussi à chaque maître teinturier. Certains gardent secrètement leurs recettes et la font perdurer de génération en génération. L'apprentissage universitaire auprès du professeur Jun Kataoka n'a pas été si facile. Chaque expérimentation comportait une zone confuse : au départ accordée au problème de langue,

puis à l'idée que peut-être le professeur était lui-même confus, toutes les prises de notes, pourtant appliquées et rédigées avec concentration (et dictionnaire), ont elles-mêmes participé à l'élaboration d'un *mythe* autour de l'indigo. Les ingrédients et temps différaient, les repères aussi. Ceci dit, selon Jun Kataoka, il existe bel et bien un procédé traditionnel et spécifique à Okinawa, qui s'avère être un véritable rituel (expérimenté en « special class », à la fatigue des bras), dans le sens où il nécessite un nombre régulier et préconisé de gestes précis et d'étapes : cinq bains de teinture à l'indigo, entre lesquels les fibres sont oxygénées (en les secouant et les frappant à la main), puis un essorage avec un bâton en inox pour tourner avec force l'écheveau, et, au final (lorsque la teinte désirée est obtenue – un bleu dense et profond) sept eaux de rinçage avec, dans chacune d'elle, huit battements dans la cuve sous le jet d'eau pour chaque extrémité et côté (en tout, trente-deux battements par rinçage). Toute la précision du geste réside dans la conservation du cercle de l'écheveau (soit, le but consiste à éviter de mêler les fils de soie) et dans la justesse du battage et de l'essorage afin de ne pas abîmer les fibres et assurer leur bonne aération afin de permettre au colorant de se révéler uniformément sur l'ensemble (le bleu de l'indigo se révélant au contact de l'air, une mauvaise manipulation entraînerait des lézardes de tonalités différentes irrattrapables). Tout ceci est donc le résultat de nombreuses expériences et manipulations, combinées à la connaissance de l'indigo, qui vont bien au-delà du rituel prédéfini : chaque maître teinturier se doit de s'approprier chacun de ces gestes afin qu'ils soient justement « habités » et efficaces, c'est à ce stade seulement de maîtrise qu'ils semblent aériens et faciles à imiter au regardeur, et pourtant... Au-delà de cette dextérité propre au maître teinturier, il existe aussi des fondamentaux chimiques et matériels enseignés à l'université : ces bases théoriques sont alors développées à l'aide d'expérimentations utilisant de l'indigo de synthèse nommé (en katagana, syllabaire japonais utilisé pour les noms étrangers) *injigo pyuâ*, soit « indigo pure » en anglais. Voici le déroulé de ce cours magistral auquel j'ai pu assister : selon la recette, il convient de mélanger dans cent millilitres d'eau tiède, cinq millilitres de pétrole à faible teneur en goudron à cent pour cent (ou de l'alcool à brûler) et cinq grammes d'indigo en poudre, d'une part. Et, d'autre part, mélanger dans cinq cent millilitres d'eau, trois grammes cinq cent d'hydroxyde de sodium (alcalin – soixante pour cent du poids de la soie ou soixante-dix pour cent du poids de laine ou de coton) ; mélanger ces deux solutions et les réchauffer à 40°C., puis rajouter cinq grammes d'hydro (réducteur) afin de faire partir l'oxygène du bain qui devient alors vert. Cette recette utilisant des ingrédients de synthèse, permet de comprendre la réaction chimique permettant d'extraire le colorant et de le fixer dans la fibre : passage d'un état insoluble à un état soluble dans le bain, puis insoluble dans la fibre au contact de l'air au sortir du bain. Le bain de

teinture est donc prêt : l'écheveau de ramie est plongé dans de l'eau à 45°C. avant d'être mis à teindre dans la solution d'indigo (pour éviter des changements de température brutaux, il est toujours conseillé de mouiller la fibre d'une eau de même température que celle du bain de teinture, en préparation et en rinçage). Après la teinture, les fibres sont mises à sécher, puis Jun Kataoka préconise de préparer un bain pour mieux fixer et quelque peu lustrer la couleur. Cela consiste à faire un tremper la fibre dans une solution à base de *norizuke* (colle de farine) : pour deux cent grammes fibres, mélanger quatorze grammes de farine de blé (peu de gluten) avec quatorze grammes d'eau ; fouetter l'ensemble en faisant chauffer ; arrêter lorsque le jus est clair et mousseux ; y plonger l'écheveau teint et l'imprégner de la solution en malaxant bien. Après l'avoir laissé reposer, essorer la fibre en l'étirant bien pour séparer les fils ; taper et tourner l'écheveau avec une barre pour bien l'essorer, puis alterner le tri des fils, le battage, le démêlage, plusieurs fois consécutives. Suite à cette démonstration, Jun Kataoka enseigne les préceptes d'une méthode tinctoriale traditionnelle, selon laquelle en Chine comme au Japon, les feuilles d'indigo sont mises à fermenter puis modelées en coques (*sukuno*), à la différence avec l'Inde où elles sont conservées, puis utilisées, sous forme de pâte. Jun Kataoka souligne la relation entre la teinture et la cuisine : il y a autant de recettes qu'il y a de praticiens ; il aime à comparer les pratiques japonaises et chinoises, insistant sur leur caractère traditionnel, il souligne ce en quoi elles sont identifiables. Ces pratiques tinctoriales combinent des techniques transmises au fil des générations et des croyances de type animiste : croyances liées aux cycles lunaires et solaires, identiques pour les deux pays, et ritualisation des pratiques d'un point de vue calendaire. Ainsi, selon lui / la tradition au Japon, il est recommandé de faire fermenter les feuilles pendant cent jours dans une eau à 70°C, en débutant de préférence le premier jour du cycle *rokuyô* (soit le jour *taian* ; calendrier importé de Chine) de six jours, calculé selon le calendrier lunisolaire japonais. Le 1er janvier est toujours un jour *senshō* (jour de bonne augure jusqu'à minuit), à partir duquel s'enchaînent les autres jours avec leur symbolisations. Traditionnellement, les Japonais se réfèrent à ce calendrier lorsqu'ils prévoient une festivité (mariage, par exemple), afin de ne pas commettre d'« impair » en choisissant un jour de mauvaise augure, cette croyance est davantage de l'ordre de la superstition. Ainsi, il est recommandé de ne pas se marier un jour de *butsumetsu* (mort de bouddha – le 15 août en est toujours un) et d'effectuer des choses importantes le jour de *taian* (grande paix). Du point de vue de la teinture à l'indigo, selon ce calendrier, il est donc recommandé de commencer le premier jour de fermentation des feuilles d'indigo un jour de *taian*. En effet, la fermentation étant liée à ce qui est « impur », il est aisé de comprendre de quelle manière un tel jour et la croyance en son bon présage permettait des usages sous la

protection de type talismanique. Du point de vue des relations entre les croyances et les usages, la ritualisation de la technique tinctoriale participe à l'élaboration de modèles particuliers en termes d'extraction et de fabrication de la couleur. Outre ces règles (suivies pour les plus « intégristes » de la pratique, cela va de soi), à Okinawa l'indigo est planté entre les arbres de *mikan* (mandarinier satsuma, *Citrus unshiu*), afin de garantir une zone semi ombragée idéale pour ce type de culture ; puis les feuilles sont cueillies entre juin et juillet et en novembre. Pour faire la pâte d'indigo, une première macération des feuilles se fait dans une eau de pluie chauffée au soleil, pendant deux ou trois jours, suivie d'un mélange des plantes essorées avec de la chaux pendant trente minutes ; cette opération doit se faire en six temps, compte tenu des typhons et du risque que la pâte ne tourne. Cette méthode nous permet de considérer les interactions entre les techniques enseignées et les facteurs climatiques particuliers au lieu de fabrication de la couleur. Du point de vue de la chimie, il convient de résumer le processus pour mieux comprendre les différentes phases enseignées, pour cela l'ouvrage de Dominique Cardon, le *Guide des teintures naturelles*¹⁹⁰, est un bon outil : pour faire une cuve de teinture à partir de feuilles fraîches, il convient de les faire d'abord macérer dans de l'eau chaude (aux environs de 40°C) afin que se réalise l'hydrolyse enzymatique de l'indican et la production d'indoxyle, pendant que les bacilles lactiques des matières végétales provoquent la transformation des sucres en acide lactique ; puis, dans cette solution entrée en fermentation, on ajoute de la chaux ou de la lessive de cendres (alcalin) afin de neutraliser l'excès d'acide lactique, de conserver la cuve, l'indoxyle ne s'oxygène pas et le principe tinctorial demeure sous sa forme incolore soluble ce qui permettra d'imprégner les fibres à teindre ; au sortir du bain, l'indoxyle se combine à l'oxygène de l'air formant dans le textile un précipité d'indigo bleu insoluble (la couleur apparaît et se fixe). Ainsi, on définit trois phases primordiales au sein de la cuve : macération, fermentation, neutralisation. Même si de nombreuses règles – de l'ordre de la poétique – sont instaurées au plus local, et cela aussi bien pour l'indigo que pour toute extraction de colorant végétal (voire animal), il subsiste néanmoins un nombre de facteurs aux variables non négligeables qui confère aux couleurs obtenues un caractère vivant, mouvant, voire aléatoire. Le schéma ci-après esquisse en quelques modules (dont les relations sont à prendre en compte à différents stades du processus tinctorial, jusqu'au moment de l'observation de l'étoffe teinte) la possibilité infinie des combinatoires à prendre en compte lorsqu'il est question de couleurs tinctoriales végétales : ces couleurs, nommées aussi « couleurs naturelles » sur le terrain de l'« éco-design »

¹⁹⁰ Au sujet des « Méthodes de teinture à l'indigo », cf. Dominique Cardon, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990, pp. 136-139.

notamment, permettent de redéfinir la notion de « naturel » du point de vue de la culture matérielle et de subvertir les *topoi* (soit, les « lieux communs ») véhiculés par l'industrie, et *de facto* par le marketing :

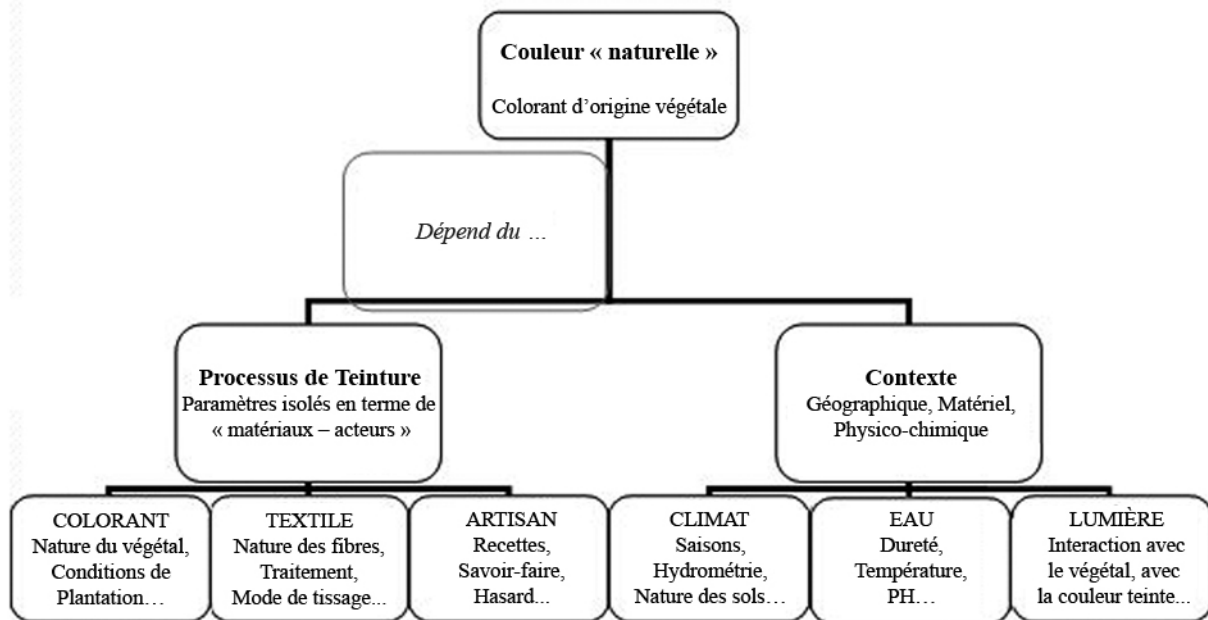


Fig. 15 – Diagramme des paramètres acteurs du processus tinctorial utilisant des colorants végétaux

Il convient de noter que par « nature du végétal » ou « nature des fibres », il est ici question de leur composition moléculaire (colorants complexes, protéique ou animal, capillarité des fibres, etc.), et notamment si elles sont tanniques ou non, puisque chaque tanin confère non seulement une couleur particulière à la fibre et détient la propriété de fixateur, mais entre aussi en interaction directe avec toute solution de fer (large modification des couleurs) et parfois avec la lumière (caractéristique photosensible de certains). Et dans le module « Artisan » (soit ici, celui qui teint – pouvant être aussi nommé « Artiste » ou « Designer Matière », selon le contexte), en plus de s'appuyer sur des notations de poids, durées de trempage / macération / cuisson (ou non), températures et variations, les recettes comprennent également la possibilité d'utiliser ou non un mordant et/ou une solution métallique en amont et/ou *a posteriori* du bain de teinture (ou encore, en même temps), d'effectuer une phase d'affinage, de patiner la fibre, etc. Compléments ici annotés afin de saisir, pour le lecteur, toute la complexité de la compréhension de la couleur dite « naturelle » du point de vue de la culture matérielle et de considérer la teinture comme pratique [pouvant être analysée par la poétique], en offrant un modèle qui sous-tend des relations en interne du processus d'instauration de la couleur et qui considère la variabilité des « matériaux – acteurs » et du

contexte au sein duquel il s'effectue (du terroir de la plante tinctoriale au dernier rinçage et séchage après le dernier bain de teinture, jusqu'au moment où la couleur est observée au sein d'une étoffe portée ou exposée). Ainsi, au-delà de règles préétablies – poétique – et d'une certaine linéarité – processus régulé en fonction d'une connaissance / transmission d'un patrimoine ou né et défini en fonction d'expériences répétées – il est néanmoins possible de pointer chez les teinturiers des va-et-vient entre différentes étapes [mordancer / teindre / « fixer » (solution métallique ou autre ou rien) / rincer / lessiver / sécher] – voire des inversions [soit, une certaine forme de liberté expérimentale ou exploratoire] – des *inventions* [de procédés, de recettes, de techniques, etc.], sans compter la présence du *hasard* et du « non maîtrisable » dans une telle pratique. Aussi est-il aisé de comprendre que ces modules pourraient être complétés et donner lieu à un organigramme beaucoup plus complexe ; cependant l'objectif de celui-ci est davantage de proposer une sectorisation globale d'un terrain riche en diversités afin de laisser toute liberté aux observations particulières qui suivront, dans la compréhension que chaque recette et chaque couleur répertoriée est unique et sujette à variation (aussi n'est-il pas possible de donner une couleur de référence à une plante, d'autant plus parce qu'une plante est un composé moléculaire complexe¹⁹¹, même s'il est faisable de conditionner – par la transformation mesurée et normée des matières végétales tinctoriales – un processus dans le cadre d'une industrialisation ponctuelle de colorants végétaux¹⁹²). De cette « contextualisation », inhérente à la notion de *traduction* en ethnographie, il est à présent possible de continuer l'étude engagée sur le « domaine de l'indigo » à Okinawa. Sur l'île d'Okinawa, Inoha Seicho est un fermier qui cultive l'indigo des Ryûkyû (*Ryûkyû ai* 琉球藍 ; *Strobilanthes cusia* O. Kuntze / *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine) et qui prépare les feuilles à une utilisation tinctoriale, grâce à l'étape de fermentation. La majorité des artisans – mais aussi enseignants et artistes teignant à l'indigo – travaillant sur l'île se fournissent auprès de lui pour teindre leurs textiles. Les photographies qui suivent, prises lors d'une première investigation sur les lieux de son travail, accompagnée de Jun Kataoka et de trois de ses étudiantes, permettent de visualiser quelques phases nécessaires à l'extraction du colorant de la plante. Ce jour là, nous avons aidé M. Seicho à mettre des brassées de feuilles dans le bassin de trempage (première phase après cueillette – macération et fermentation des feuilles fraîches dans une eau à température

¹⁹¹ Au sujet du passage du colorant végétal – composé moléculaire complexe – au colorant de synthèse – une molécule isolée – et de ce que cela a transformé, non seulement du point de vue du « faire » mais aussi dans la compréhension des couleurs, et donc du divers, d'un point de vue global, cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre I, pp. 314-350.

¹⁹² Au sujet de la question de la normalisation et de la faisabilité des couleurs végétales sur le « terrain » de l'industrie, cf. la « partie conclusive et prospective » de cette thèse.

ambiante, soit, une trentaine de degrés, compte tenue de la zone semi tropicale ; production de l'hydrolyse de l'indican en indoxyle).



Fig. 16 – Bassin de trempage des feuilles de *Ryûkyû ai* (*Strobilanthes cusia*)
Ferme d'Inoha Seisho, Motobu, Okinawa, 12 novembre 2004.

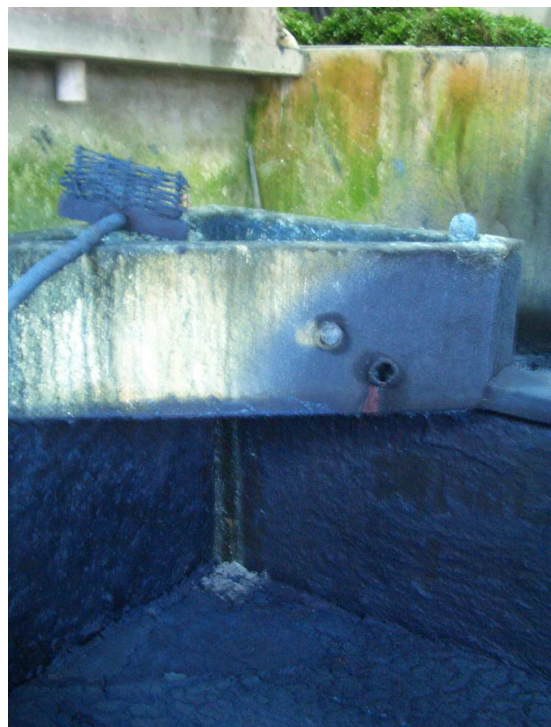


Fig. 17 – Bassin n°1 de décantation et bassin n°2 de récupération
[méthode traditionnelle okinawaïenne de teinture à l'indigo]
Ferme de Inoha Seisho, Motobu, Okinawa, 12 novembre 2004.

Les photographies ci-dessus montrent les bassins nécessaires à la décantation du jus jaune verdâtre récupéré de la macération des feuilles, et à la formation de la pâte d'indigo – cette technique correspond à celle perdurée depuis des générations à Okinawa – : cuve n°1, eau alcaline, l'oxygène fait précipiter au fond de la cuve l'indigotine – le bleu apparaissant en surface correspond à l'oxygénation du principe colorant et donc à son in solubilisation, fondement utilisé lors de la teinture en cuve, soit, le bleu apparaissant et se fixant dans la fibre trempée, au contact de l'air – ; cuve n°2, récupération du dépôt pâteux contenant l'indigo, celui-ci sera vendu par le fermier à de nombreux maîtres teinturiers okinawaïens.

Maeshiro Okishige, un maître teinturier, cultive aussi des plants d'indigo des Ryûkyû (*Strobilanthes cusia*) destinés à son utilisation personnelle, il est l'un des rares artisans (teinturier et tisseur reconnu, il a aussi écrit un livre sur l'ikat / *kasuri* – techniques et réalisation d'étoffes et de kimonos, notamment teint à l'indigo –, édité en 2003) à cultiver lui-même ses plantes tinctoriales et à effectuer tout le processus nécessaire à l'extraction du colorant, jusqu'à la teinture, puis au tissage. Il a repris le concept indien des cuves sur trois étages afin de procéder aux différentes étapes nécessaires à la fabrication de la pâte d'indigo : trempage des feuilles fraîches (pour avoir un ordre d'idée des proportions, le jour de l'enquête, il y avait trois cent vingt kilos de feuilles, mises à tremper pendant soixante-quatre heures), macération, fermentation, désoxygénation et formation de la pâte. Les ingrédients nécessaires à cette technique sont : le *kasasoda* (alcalin), l'*awamori* (alcool de riz okinawaïen – pour activer la fermentation) et le *mizuame* (« bonbon liquide » – pour nourrir la fermentation – noter que *mizuame* se traduit communément par « amidon »). Témoin d'un engagement écologique, le système de pompes mises en place permet une récupération des eaux « usées » (riches) pour l'arrosage des plantes en contrebas et les cuves en acier inoxydable utilisées ici sont recyclées : produites au départ pour la fabrication de l'*awamori* (alcool de riz traditionnellement fabriqué à Okinawa). Lors de l'entretien, Maeshiro Okishige insiste sur l'importance de l'utilisation de cuves rondes pour un brassage plus aisé des feuilles et un mélange plus homogène (selon lui, l'oxygénation en surface causée par des cuves carrées mène à une perte de colorant non négligeable) : il reprend ici la méthode traditionnelle okinawaïenne pour ce qui est de la forme (cuves rondes) et remet en question celle utilisée par Inoha Seicho, qui utilise quant à lui des fosses cubiques enterrées.

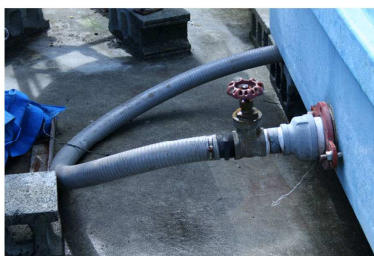


Fig. 18 – Anciennes fosses à indigo en terre
Terrain de Maeshiro Okishige Nago, le 7 juillet 2006.

La planche contact présentée ci-dessous rassemble des photographies prises le 7 juillet 2006 sur le terrain (à Nago) lors de l'entretien effectué en compagnie de Jun Kataoka. Elles permettent de témoigner en images du processus de teinture « à étages » (inspiré de la méthode mise en place en Inde) conçu par M. Okishige [planche contact en deux parties] :



Plants de Ryūkyū Ai



Cuve n°1



Cuve n°1 : trempage feuilles pendant 64 heures



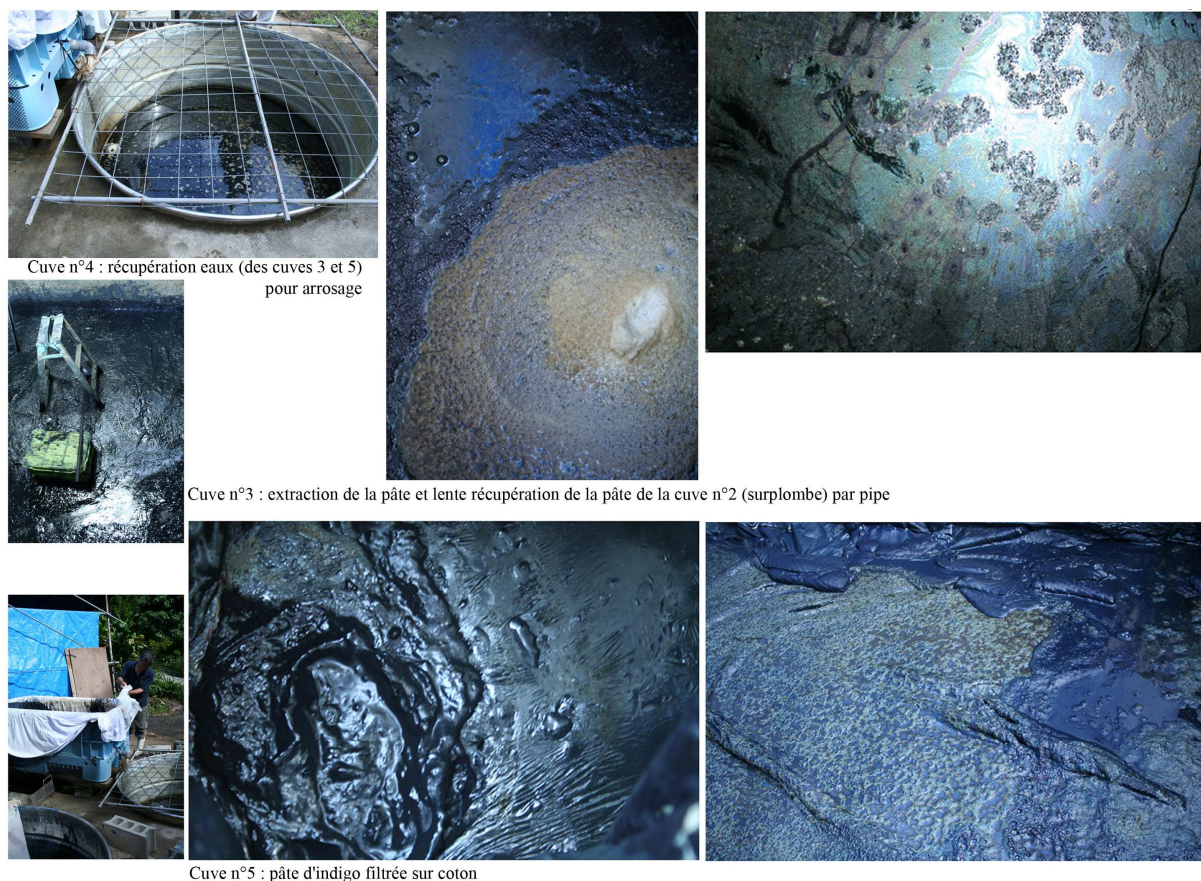
Cuve n°2 : eau et 9 kg de calcium - mélanger 30 min



// : laisser une nuit pour que la pâte se dépose au fond



Cuve n°2 (inox) et n°3 (enterrée), M. Okishige



Cuve n°4 : récupération eaux (des cuves 3 et 5) pour arrosage

Cuve n°3 : extraction de la pâte et lente récupération de la pâte de la cuve n°2 (surplombe) par pipe

Cuve n°5 : pâte d'indigo filtrée sur coton

Fig. 19 – [planche contact] Fabrication de la pâte d'indigo, étagement des bassins [méthode indienne]
Terrain de Maeshiro Okishige, Nago, Okinawa, le 7 juillet 2006.

Lors de notre échange, au sujet du processus de fabrication de la pâte d'indigo, Jun Kataoka précise que cette technique est de « style tropical ». Il compare alors la technique tinctoriale okinawaïenne au processus d'extraction du sucre de la canne [*hako*] qui consiste en résumé à faire bouillir la plante et à rajouter du calcium dans la solution afin d'en extraire de la poudre. Et la technique tinctoriale japonaise (comprendre ici l'archipel – il témoigne ici de la différenciation culturelle des usages japonais et okinawaïens) à la fabrication du thé brun [*oolong châ*] : soit, de faire sécher les feuilles et de les conserver sous forme de coques, pour une utilisation tinctoriale *a posteriori*. Il rappelle alors la similitude entre les Philippines et Okinawa pour leur utilisation commune de la fibre de bananier sauvage. Après cet épilogue comparatiste sur différentes pratiques, nous continuons notre échange avec M. Okishige : acteur reconnu du patrimoine textile singulier d'Okinawa, il me présente son ouvrage (en japonais) au sujet de la technique de l'ikat et de la teinture à l'indigo, faisant écho à sa posture de designer textile, exercée au sein du « Bigasuri Textile Studio » : *inventeur* au niveau du processus tinctorial (principe des cuves à étages découvert en Inde et adapté à son pays, par le recyclage des cuves d'*awamori*), il transmet et perpétue un patrimoine textile okinawaïen. En

effet, sa technique (teinture à l'indigo, tissage ikat – motifs) est issue d'une longue lignée familiale et répond aux traditions textiles de l'île : les kimonos okinawais sont traditionnellement fabriqués selon cette technique et teints en bleu intense, voire sombre ; ils sont portés encore aujourd'hui pour des cérémonies ou divers festivals. À titre d'exemple, ce type de kimono est porté par des prêtresses lors de la cérémonie de type animiste nommée *usudeku*, destinée à la bonne culture prochaine du riz : chants, danses et percussions participent au rituel pour la bonne augure rizicole, comme en témoignent les photographies ci-dessous :



Fig. 20 – « Festival *Usudeku* » (photographies réalisées par Jun Kataoka)

Okinawa, le 24 octobre 1999.

Ces kimonos traditionnels okinawais permettent de mieux définir le domaine de l'indigo à Okinawa et la technique de motifs par réserve des fils et combinatoires au cours du tissage, selon des modèles inchangés depuis longtemps, et de leur relation intime avec les usages, notamment les rituels de type animiste : ensemble structurant les pratiques (savoir-faire) pour la formation d'un *patrimoine* particulier, indissociable d'une connaissance de la terre, de ce qui y pousse et de ce qu'y en est fait (*transmission* des mémoires) pour mettre en relation l'homme et le monde (matériel et immatériel). Autrement dit, ces étoffes teintes participent au patrimoine chromatique d'Okinawa en terme d'utilisations liées à des rituels et permet de mieux définir la notion de *symbole* (lié à des usages et à des pratiques) : l'indigo, « couleur matière » (origine de la couleur – ici, la plante contenant l'indigotine – et sa fabrication – ici, différents processus tinctoriaux –) et « couleur culture »¹⁹³ (la couleur considérée dans sa mise

¹⁹³ La notion de « couleur culture » est directement liée à l'histoire des *poiésis* de la couleur dans leur articulation aux symbolisations ; cette notion opératoire n'aurait pu être définie sans l'apport du précieux ouvrage de John Gage : *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008. Pour une compréhension de la notion de « couleur culture », et particulièrement son caractère opératoire de matérialisation du

en relation « sociale » – ici, l’usage des kimonos dans certaines pratiques ritualisées – et historique – transmission d’une mémoire perpétuée –), associé au *blanc* – le « non-teint », du point de vue de la culture matérielle – confère aux prêtresses un pouvoir : celui d’entrer en relation avec le « divin »¹⁹⁴.

d- De la teinture végétale et animale (recettes et expérimentations) : le domaine du pourpre [coquillages et racines d’orcanette – violets] – *l’éphémère ou l’esthétique du luxe*

Au Japon et en Chine, l’indigo est aussi parfois utilisé en second bain, après une teinture au rouge de carthame¹⁹⁵, pour l’obtention du violet. Cependant, le violet (qui se dit *murasaki* en japonais), couleur impériale à l’époque Heian (794-1185), est traditionnellement obtenu au Japon grâce aux racines de *murasaki* (Herbe-aux-perles, *Lithospermum erythrorhizon*), une plante de la famille des *Borraginaceae*, proche de l’orcanette des teinturiers (*Alkanna tinctoria* L. Tausch.), petite herbacée vivace aux fleurs bleues qui pousse sur les bords de la méditerranée et dont les racines offrent un violet profond : comme son principe colorant (présent dans les racines), l’alkannine (isolé dès 1818 par Pelletier), « est insoluble dans l’eau, on teint la laine, la soie ou le coton, dans un bain chaud (40°C) d’alcool à 35°, où l’on dissout 65 g de poudre d’orcanette par litre. Au bout d’une heure, on retire les fibres teintes que l’on rince et que l’on fait sécher à l’ombre. »¹⁹⁶ Il convient de noter que les fibres doivent être mordancées à l’alun si l’on souhaite obtenir un domaine de couleurs violettes : la couleur se lie au mordant dans la fibre. Cependant, fragile, sensible à la lumière et aux acides, l’orcanette est peu utilisée dans la teinture textile mais davantage pour ses propriétés colorantes et curatives – comme le carthame –, étant très soluble dans les huiles, dans la coloration des rouges à lèvres et à joues, en Grèce et Rome antiques. Le *murasaki*, quant à lui, a donné son nom au « violet » en japonais : au Japon, les racines s’utilisent en association avec de l’alun,

« passage » entre deux lieux [celui du « faire » et celui des représentations], cf. la « partie transition », chapitre I.1, pp. 256-270.

Et le chapitre I.2 de la troisième partie complètera la définition de la notion de « couleur culture », au travers d’une étude sur la « géographie des couleurs » conçue par Jean-Philippe Lenclos, cf. pp. 499-518.

¹⁹⁴ La notion de « divin » est à redéfinir en fonction du contexte ici interrogé : si le « divin est en toute chose » et que la notion de *divinités multiples* remplace celle de *dieu* – selon les croyances de type animiste –, à Okinawa, certaines femmes ont le rôle de faire le lien entre le « monde du visible » et le « monde de l’invisible », autrement dit d’entrer en relation avec les défunts et les divinités [au cours de pratiques ritualisées] comme actrices primordiales d’un « équilibre vital » à préserver, sous différentes formes. Cf. le chapitre II.3 suivant, pp. 215-247.

¹⁹⁵ Le carthame permet d’obtenir du rouge selon une technique tinctoriale particulière qui sera expliquée dans les pages qui suivent, au sein de cette même partie, chapitre II.1.e., pp. 153-163.

¹⁹⁶ Dominique Cardon, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990, p. 29.

et permettent alors l'obtention de différentes nuances de mauves et de violets, ou en association avec du jus de cendres (cendres du bois de camélia majoritairement) pour des gris violacés [nota : pour l'obtention de ces tons en Europe, le fer remplaçait le jus de cendres]. Le violet profond typique de l'époque Heian a conféré à cette couleur le rang de « première couleur », favorite pendant plusieurs siècles, et influence encore aujourd'hui le goût prononcé des Japonais pour le « bleu violacé ».



Fig. 21 – Costume traditionnel teint aux racines de *murasaki* : Fête au palais impérial de Kyôto¹⁹⁷

La fragilité du violet n'était pas tant un problème pour le Japon : réservé à la famille impériale et aux festivités de courtes durées, la couleur n'était point longtemps exposée au soleil ou mise à rude épreuve de la transpiration. Cependant, pour obtenir un violet plus solide et donc plus intéressant pour la teinture textile, un coquillage marin était aussi utilisé : le *kaimurasaki* (coquillage à pourpre, *Rapana venosa*, famille des *Thaididae*), que l'on trouve sur les côtes japonaises. Ce coquillage japonais a lui aussi un cousin sur les côtes méditerranéennes : le *Murex trunculus* (famille des *Muricidae*) qui, comme lui, permet d'obtenir le domaine des couleurs pourpres (mauves, violets, rouges). Le principe colorant se trouve dans ses glandes hyper branchiales, c'est donc en mourant que le coquillage sécrète le précieux composé. Ce

¹⁹⁷ Ce visuel est extrait du livre d'Anne Varichon, *Couleur, Pigments et teintures dans les mains des peuples*, Paris, éditions du Seuil, 2000, p. 113.

processus d'extraction de la couleur explique la rareté et le coût des textiles teints à partir de mollusques. La technique complexe et fastidieuse a participé à la construction du mythe de la couleur pourpre et au champ symbolique qui lui est assigné, en termes de couleur luxueuse et réservée à l'élite. Qualifiée « d'antique ou d'impériale »¹⁹⁸, la célèbre pourpre était réservée aux empereurs romains, et auparavant « associée au pouvoir suprême, en Israël comme en Perse »¹⁹⁹. Aussi le « pourpre » initial, lié à l'Antiquité, était-il du domaine des violets lorsqu'il était issu des précieux coquillages, puis il sera supplanté au Moyen-âge par le domaine des « rouges cramoisis » d'insectes (issus des cochenilles, importées principalement d'Arménie à l'époque, et parfois du kermès, récolté dans la garrigue) que l'on nommera, en référence à la « grandeur antique », « pourpre » : couleur médiévale des habits de la papauté glorieuse. Du point de vue du processus tinctorial, le principe colorant extrait du mollusque rejoint celui de l'indigo (chimiquement très proche), dans le sens où c'est en s'oxygénant (et favorisé au contact de la lumière, puisqu'il est photosensible) que le colorant se révèle et se fixe sur la fibre : du vert (couleur du bain) au bleu (colorant) pour l'indigo, et du jaune verdâtre (couleur de la sécrétion hyper branchiale) au « violet » (domaine large allant du bleu au rouge violacé, en passant par le violet – colorant) pour le coquillage à pourpre. Au Japon, c'est madame Takako Terada qui est la spécialiste actuelle de la teinture au *kaimurasaki* (soit littéralement, « coquillage – pourpre »), elle est chercheur et professeur à l'Université de Nagasaki (département de sciences matériels et d'ingénierie) et est originaire d'Okinawa. Rencontrée en juin 2005 lors du symposium « Natural Dyeing Pigments Congress », dont elle était la coordinatrice principale et lors duquel j'ai exposé deux « sculptures textiles »²⁰⁰, elle m'a accompagnée durant mon séjour, à distance, d'une bienveillance rare et précieuse, avant même que je ne la rencontre physiquement. Elle participe activement aux différents symposiums mondiaux sur le sujet de la « teinture naturelle » (soit, comprenant des colorants extraits de végétaux ou d'animaux) en tant que spécialiste de l'extraction du principe colorant du coquillage pour une stabilisation sous forme de poudre pigmentaire afin d'en simplifier la conservation et l'utilisation (tons obtenus étant cependant davantage du domaine des pannes et lilas plutôt que des violets).

¹⁹⁸ Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, « Découvertes 383 », 1999, p. 35.

¹⁹⁹ *Ibid.*, p.37.

²⁰⁰ Ces deux « sculptures textiles » ont été réalisées en fibres et colorants végétaux et animaux, selon des techniques enseignées et expérimentées à Okinawa. Elles font partie d'une installation nommée *Kami no Ki*, dont la conception et l'instauration seront développées – dans le cadre d'une ethno-poïétique, au regard de l'instauration artistique investissant la notion de *rencontre* entre deux *ethnos* – en troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

Cette planche de photographies²⁰¹ permet de comprendre le processus tinctorial avec le coquillage à pourpre, selon les différentes phases de transformation du colorant.



Fig. 22 – Expérimentations au *kaimurasaki* (*Rapana venosa*) sur soie, processus de coloration
Symposium international « Natural Dyeing Pigments Congress », Onna, Okinawa, le 23 juin 2005.

Tsuneo Yoshioka est un autre chercheur japonais qui a mené de nombreuses recherches sur le « coquillage à pourpre », il notamment mené une mission sur les côtes du Mexique avec le professeur Jun Kataoka, pour confronter ses résultats à ceux obtenus avec le mollusque japonais. Son ouvrage²⁰² (en japonais) traite de la rareté et de la complexité du principe colorant pourpre qui permet l'obtention de ce qu'il nomme « les couleurs fantômes » : rouge de l'ère Tenpô (soit, le début du 19^{ème} siècle) et « violet impérial ». Puisque le bleu nous mène au violet en passant par le rouge et qu'il est temps de finir de dresser la carte des couleurs

²⁰¹ Photographies des expérimentations effectuées sur soie, dans le cadre d'un workshop animé par Takako Terada, au cours du symposium international « Natural Dyeing Pigments Congress », au village d'Onna, à Okinawa, le 23 juin 2005.

²⁰² Cf. Tsuneo Yoshioka, *Tenpô no aka teiô no murasaki maboroshi no iro o motomete* (« Le rouge de l'ère Tenpô, le violet impérial : à la recherche des couleurs "fantômes" »), Japan, édition Shikôsha, 1989. [En japonais]

patrimoniales japonaises, il convient à présent d'aborder le carthame : du « jaune impur » au « rouge sacré », en passant par le « rose givré ».

e- De la teinture végétale (recettes et expérimentations) : le domaine du carthame [ligules – du rose givré au rouge mordoré] – *du curatif et du rituel dans la couleur*

Le *carthamus tinctorius* L. (latin) soit, en français, le « carthame » dérive du verbe arabe *qurtum*, signifiant « teindre » (en référence à l'utilisation de sa fleur pour la teinture), son nom arabe moderne est cependant *al-usfur*, terme qui vient quant à lui de l'adjectif *asfar*, qui signifie « jaune », d'une racine commune avec le safran (*Crocus sativus*, en latin, et, *za'afaran*, en arabe moderne), *az-za'fran* signifiant « être jaune » ou « devenir jaune ». Aujourd'hui, les ligules séchées du carthame sont très souvent vendues sur les souks à la place du safran, ce qui rend la quête facile à celle qui souhaite s'approvisionner en ligules pour enseigner le processus tinctorial auprès des étudiants locaux mais plus complexe à celle qui souhaiterait agrémenter ses plats de la précieuse épice...²⁰³ Il est, par ailleurs, intéressant de noter que la plante était déjà utilisée en Égypte ancienne pour teindre les bandelettes des momies²⁰⁴, très probablement pour sa capacité à combattre le développement des moisissures. Au Japon, le carthame occupe là aussi une place très importante dans le patrimoine chromatique : en vue de mon apprentissage universitaire de l'histoire des couleurs végétales et de leurs techniques, je l'ai finalement défini – en complément des domaines de couleurs énoncés précédemment – comme « couleur végétale patrimoniale japonaise ». Cette nomination est donc liée d'une part à un domaine de couleurs allant du jaune au rouge mordoré en passant par le rose, et d'autre part à des techniques et à des usages, à des propriétés curatives, esthétiques et symboliques. Afin d'introduire ce végétal tinctorial, le visuel présenté ci-après²⁰⁵ permet de mettre en relation les notions de « couleur matière » (qui correspond à l'origine matérielle de la couleur – ici, la fleur de carthame – et au processus d'extraction du colorant) et de « couleur culture » (soit, l'ensemble des usages de la couleur produite par le carthame, liés à ses propriétés curatives et colorantes et aux symbolisations qui

²⁰³ Ce constat résulte d'une expérience vécue à Tataouine (Tunisie), en avril 2008, lors de laquelle je fus chargée de cours à l'Institut Supérieur des Arts et Métiers, afin d'enseigner des méthodologies de conception en arts appliqués investissant des techniques tinctoriales, utilisant quelques végétaux locaux, dont le carthame.

²⁰⁴ Témoignage de la culture et de l'utilisation tinctoriale du carthame sur les terres égyptiennes, cf. Pline l'Ancien, *Histoire naturelle*, traduit par Émile Littré, (2 volumes), Paris, chez Firmin Didot, 1883, XV, p.7 et XXI, p. 53.

²⁰⁵ Les visuels qui composent le schéma mettant en relation les notions de « couleur matière » et de « couleur culture », articulant la pratique tinctoriale du carthame et ses usages, sont extraits de Sachio Yoshioka, *Nihon no Iro Disho* (Dictionnaire des couleurs du Japon), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 2004, (2000), pp. 40-43.

lui sont conférées en vue de ses propriétés matérielles, considérés dans un contexte particulier – croyances, histoire, coutumes, rituels, modèles esthétiques, etc.).

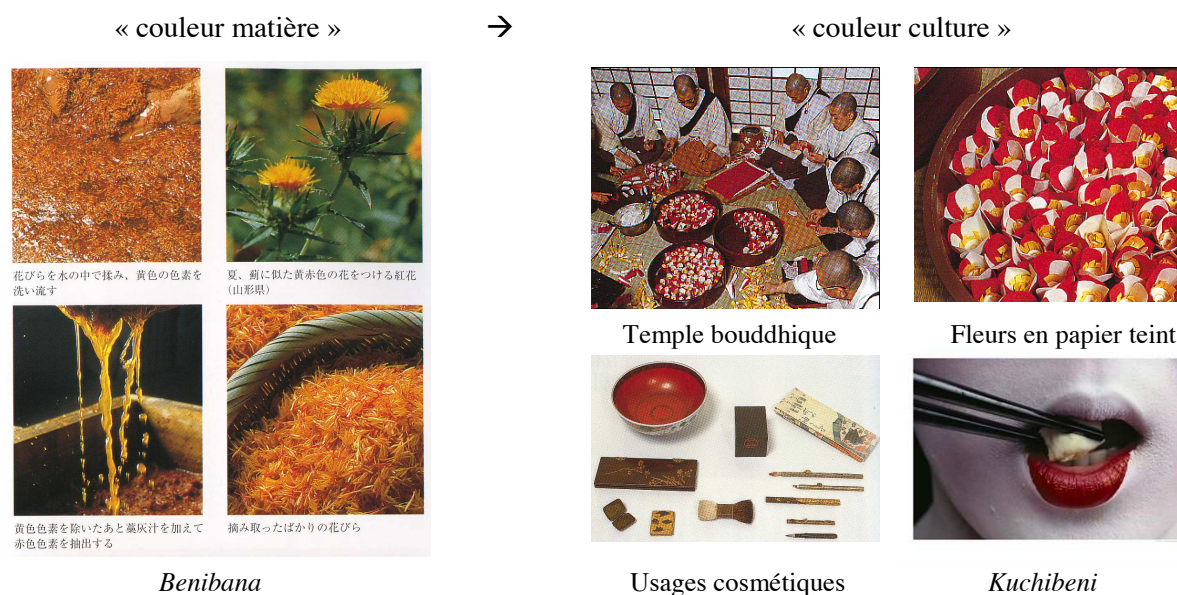


Fig. 23 – Schéma mettant en relation les notions de « couleur matière » et de « couleur culture », articulant la pratique tinctoriale du carthame et ses usages traditionnels au Japon

La fleur de carthame, *benibana* 紅花 (花 *bana / hana* signifiant « fleur » - 紅 *beni* signifiant « rouge foncé / pourpre ») en japonais, permet de donner différentes teintes selon le procédé d'extraction de la couleur mis en place (en terme de phases dans le cadre d'un processus), de la manière suivante : une première teinte jaune (*kimizuzome*) est extraite de la fleur mais non conservée (capacités tinctoriales médiocres), plusieurs manipulations de lavage à l'eau sont donc nécessaires à son évacuation des ligules. Puis, une méthode tinctoriale (colorant – soluble – textile) à l'eau glacée est mise en place afin d'obtenir une teinte « rose givrée ». Enfin, une méthode d'extraction du pigment rouge mordoré est effectuée pour la réalisation du rouge à lèvres traditionnellement utilisé par les geishas, le *kuchibeni* 口紅 (口 *kuchi* signifiant « bouche ») ; origine du mot « rouge à lèvres » (se disant *kuchibeni* en japonais). Ainsi, cette plante donne du rouge, du rose ou du jaune selon ce pour quoi elle est utilisée : il semble que la couleur jaune servait à enduire les momies égyptiennes ; importée en Chine il y a 2000 ans, une technique nouvelle a permis de donner du rouge, en peinture ou en teinture (à froid). À Okinawa elle est nommée *taramabana* (littéralement, « fleur de Tarama »), car elle est surtout cultivée sur l'île de Tarama (près de l'île de Miyako, Okinawa) ; sur l'île elle sert donc principalement à teindre une des pièces de la tenue de la danseuse traditionnelle des

Ryûkyû. Elle pousse aussi quelque peu sur l'île de Ojima (préfecture d'Okinawa) et est cultivée dans la préfecture de Yamagata (archipel japonaise), dont elle est le symbole floral, pour être conditionnée à Kyôto, afin d'être utilisée pour la teinture (nécessitant un bain d'eau froide voire glacée pour la réussite du processus, elle est davantage utilisée sur l'archipel et en hiver qu'à Okinawa où il ne fait jamais guère moins de 13°C). En effet, le carthame est traditionnellement utilisé pour teindre des fleurs en papier (cf. photographie page précédente) lors de la cérémonie bouddhiste du premier de l'an, au temple de Yakushi-ji (*ji* signifiant « temple ») à Nara (près de Kyôto). Cette technique tinctoriale revêt alors différentes significations et usages : le colorant est ici utilisé pour ses vertus médicinales (contre l'hypertension), aussi, dans le cadre d'un rite, chaque visiteur du temple ramasse-t-il une fleur pour la faire infuser chez lui et boire le jus ainsi obtenu, véritable potion de bonne augure pour la nouvelle année qui s'annonce. Ainsi, la notion de « couleur culture » sous-tend, à ce niveau, différentes significations de l'ordre du rituel (tradition japonaise, insertion sociale), du religieux (croyance), du symbole (rouge – remède), du magique (potion) et du curatif (véritables propriétés intrinsèques à la fleur). C'est donc pour ses propriétés à la fois curatives et colorantes, en termes de protection contre le froid, que le carthame fut utilisé pour la fabrication du rouge à lèvres (rouge profond aux éclats brillants et mordorés), présenté dans un petit bol nommé *benizara*. Aussi le carthame est-il toujours très utilisé dans le nord du Japon aussi bien pour ses propriétés médicinales que tinctoriales. Et, avant de devenir l'apanage des geishas, la pâte pigmentaire rouge était surtout très utilisée durant la période d'Édo (1600-1868). À cette époque, il était d'usage pour les hommes et les femmes de la cour de se mettre du noir sur les dents, nommé *o-haguro* (soit, « noir à dents » ; *ha* signifiant « dent » et *guro / kuro* signifiant « noir »), mélange de noix de galle et d'oxyde de fer, pour compléter une combinaison, modèle esthétique d'alors, favorisant un contraste du rouge et du noir avec la peau « blanche » (préservée du soleil et masquée de poudre de riz), alors signe de noblesse. Le *kuchibeni*, alors déposé sur les lèvres en plusieurs couches, prenait parfois la teinte de *sasairo-beni* (soit, « rouge bambou »), à cause des reflets mordorés, quasi verdâtres de la pâte. Ainsi, le rouge de carthame – réchauffant, aux propriétés esthétiques et médicinales – était appliqué par les femmes, tour à tour sur les joues, derrière le cou ou aux coins extérieurs des yeux. C'est aussi pour cela que l'intérieur des kimonos était souvent teint en rouge de carthame : à ce niveau, l'usage de cette couleur était davantage de l'ordre de la croyance que de réelles propriétés curatives, ceci dit il est aisé d'imaginer l'aspect pratique d'une doublure de vêtement teint avec la même couleur que le fard. La valeur de remède accordée au rouge se retrouve aussi en Afrique noire, pour une combinaison chromatique qui

fait écho à ce qui vient d'être énoncé ici²⁰⁶ : le rouge (carthame), le noir (noix de galle et fer) et le blanc (poudre de riz). Aujourd'hui encore, la fleur de carthame est utilisée par la société Shiseido dans la fabrication de cosmétiques (roses et bruns). Ceci dit, le procédé d'extraction de telles couleurs s'établit traditionnellement en hiver : l'eau courante étant glacée, le processus n'en fonctionne que mieux. La recette de la fabrication du rouge et celle de la teinture en rose sont toutes deux basées sur la lenteur : multiples bains de rinçages, macérations nocturnes, malaxage sans fin des ligules de carthame..., pour une « couleur patrimoniale » contemporaine :



Fig. 24 – Exposition de kimonos contemporains
(teinture aux fleurs de carthame – pour le « rose givré » – et motifs à la feuille d'or)
Symposium « *Naturally...* », Hyderabad (Inde), novembre 2006.

Recette japonaise n°1 (selon Jun Kataoka, professeur à l'université des Ryûkyû²⁰⁷) de la teinture au carthame – technique traditionnelle ancienne se faisant à partir de « coques » (*benimochi*, soit, les boules de fleurs séchées pour leur conservation jusqu'à l'hiver) :

²⁰⁶ Au sujet de la « triade fondamentale » – rouge, blanc, noir – d'un point de vue anthropologique, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 482-498.

²⁰⁷ Expérimentation effectuée dans le cadre d'une « special class », cours particulier donné par Jun Kataoka à l'université, dans le cadre de ma formation.

Laver les *benibana* (ligules sèches extraites des plants de « carthame ») dans plusieurs eaux afin d'en extraire tout le principe colorant jaune

Faire des coques (*benimochi*) avec les fleurs macérées

Placer 20 g de coques dans 500 ml d'eau glacée (ici, eau courante et glaçons) + 5 g de carbonate de potasse (alcalin)

Laisser tremper 30 min, en remuant de temps en temps

Essorer les fleurs pour ne garder que le jus

Immerger les tissus à teindre (ici, échantillons de coton, ramie et soie) dans la solution

Ajouter de l'acide acétique (*sakusan* – à 10 % dilué dans de l'eau – équivalent d'un vinaigre incolore), jusqu'à l'effervescence de la solution

La couleur passe du jaune au rose sur le tissu, laisser 20 min en mélangeant de temps en temps

Dans un autre récipient, fixer la couleur avec du vinaigre de prune (*ubai*) [prunes fumées – médicinale – infusées dans de l'eau chaude] ; des grenades, du citron, des *shikuasa* (sorte de clémentine japonaise) ; ou de l'acide citrique – 7,5 g pour 500 ml d'eau (ici utilisé)

Y laisser les tissus pendant 10 min

Laver abondamment les étoffes à l'eau (l'acide ronge le ramie et le coton) → obtention du « rose givré »



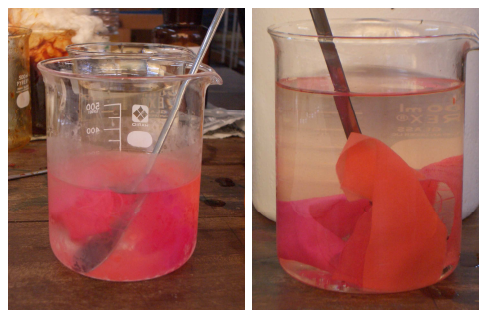
Macération des fleurs dans l'eau



Immersion dans le jus (fleurs + alcalin)



Immersion dans l'acide citrique



Rinçage dans l'eau glacée

Fig. 25 – Processus tinctorial du *benibana* (*carthamus tinctorius* L.) - Recette n°1

Jun Kataoka, professeur à l'université des Ryūkyū, Okinawa.

Jun Kataoka précise cependant que les Japonais préfèrent les roses légèrement jaunes ; il propose alors une seconde recette afin d'obtenir une nuance orangée, proche du vermillon – *relation température – tonalité* – :

Laver 20 g de *benibana* dans plusieurs eaux afin d'en extraire tout le principe colorant jaune
Immerger les ligules lavées et essorées dans 500 ml d'eau froide (non glacée) + 5 g de carbonate de potasse (*tansan kariumu*)
Essorer les fleurs pour n'en conserver que le jus
Immerger les étoffes dans ce jus
Ajouter 14 ml de vinaigre incolore (teinte un peu moins jaune)
Chauffer un peu (tiède presque froid) la solution obtenue pour obtenir une couleur « plus profonde »
Mélanger de temps en temps, pendant 20 min
Placer les fibres dans une solution de 7,5 g d'acide citrique dissout dans 500 ml d'eau
Laver → obtention de tonalités orangées, proche du vermillon

Recette japonaise n°3 (selon Jun Kataoka, professeur à l'université des Ryûkyû) de la teinture au carthame – « couleur de l'hiver à Kyôto » ; *ou la patience, mère des vertus* – :

Shikomi : 500 g de *benibana* sèches conservées dans 10 l d'eau glacée, au frigo pendant une nuit
Laver une dizaine de fois les *benibana* dans une eau nouvelle, alterner ces lavages par des trempages, afin de laisser les fleurs se vider de leur teinte jaune
Laisser tremper les *benibana* dans 3,6 l d'eau glacée mélangée à 40 g de carbonate de potasse (alcalin – peut être remplacé par des cendres blanches de *tsubaki* = camélia), pendant 30 min
Séparer les fleurs de l'eau, garder le jus de côté
Renouveler 2 fois l'opération (chaque fois, dans un nouveau bain d'eau glacée de 3,6 l additionné de 40 g de carbonate de potasse)
Mélanger les jus, total ≈ 10,8 l
Y verser environ 80 ml de vinaigre incolore (acide) afin d'obtenir un PH de 7,5 – des petites bulles se forment (effervescence)
Laisser tremper les fibres (ici du *bashô fu* – fibre de bananier) dans ce jus pendant 2 heures
Sortir les fibres
Mélanger 60 g de *kunsa* (acide citrique) et 3 l d'eau à température ambiante
Laisser tremper les fibres dans ce jus pendant 10 min pour fixer la couleur

Laver les fibres et les laisser sécher à l'intérieur (le soleil affadirait la couleur) → obtention du « rose glacé »

Recette japonaise n°4 (selon Jun Kataoka, professeur à l'université des Ryūkyū) de la teinture au carthame – pour la fabrication du rouge à lèvres – des *benimochi* (boules de fleurs de carthame) au *kuchibeni* (rouge à lèvres au carthame) :

Récupérer 1,8 l du jus de teinture (bien glacé) issu de la recette n°3 (jus de macération des fleurs + alcalin + acide)

Rajouter à ce jus environ 700 ml de vinaigre incolore, jusqu'à l'effervescence légère de la solution = jus n°1

Immerger du coton dans ce bain pendant 10 min

Le sortir et l'essorer → récupérer le jus et le filtrer

Le plonger 5 à 10 min dans une solution de 2 l d'eau + 20 g de carbonate de potasse (solution basique) = jus n°2

Le sortir et l'essorer → récupérer le jus et le filtrer [dans le même bock que précédemment]

L'immerger à nouveau dans le jus n°1 (additionné si nécessaire d'un peu d'acide citrique pour le rougir et ramener de petites bulles...) pendant 10 min

Et ainsi de suite, d'un bain à l'autre : opération renouvelée quatre fois minimum

Laisser reposer le filtre une nuit, récupérer le dépôt (pâte pigmentaire) avec un pinceau pour le déposer délicatement dans un petit récipient



Fig. 26 – Processus de fabrication du *kuchibeni* (rouge à lèvres au carthame) - Recette n°4

Recette française (selon Michel Garcia²⁰⁸, chimiste et maître teinturier) de la teinture au carthame, afin d'obtenir un rose saturé (le « rose givré ») – *écologie et méthode alternative* :

Placer 20 g de ligules de carthame séchées dans un carré de toile à beurre, fermé par un élastique, afin de former une bourse

Remplir le saladier d'eau froide et malaxer patiemment pour en extraire tout le principe colorant jaune

Changer l'eau fréquemment

Lorsque l'eau ne se colore presque plus au malaxage, on peut procéder à l'extraction du rose

Verser le carbonate de potasse (20 g) – *ou de la lessive St Marc* – dans une eau propre

Malaxer le nouet de ligules dans le liquide obtenu (le carbonate de potasse est la base des lessives ordinaires, il est cependant conseillé de mettre des gants pour cette opération)

Dans le liquide obtenu, de couleur orange, placer le textile à teindre

Verser l'acide citrique (55 g.) – *ou le jus de 5 ou 6 citrons*

Aussitôt une effervescence se produit : le liquide rosit et la couleur se fixe dans l'étoffe

Pour une couleur plus foncée, laisser tremper plus longtemps

Le carthame, en France, est utilisé couramment comme colorant alimentaire, pour son jaune, notamment en remplacement du safran (ce dernier étant beaucoup plus onéreux), mais aussi et surtout pour ses propriétés oléagineuses (huile comestible et diététique – acides gras non saturés –), ainsi que dans l'industrie du savon, des peintures et des vernis. Au début du 20^{ème} siècle les couleurs obtenues avec les fleurs de carthame étaient considérées comme étant « les plus fines, les plus belles et les plus délicates qu'un teinturier put obtenir »²⁰⁹. Soit « les tons ravissants de cerise, nacarat, ponceau »²¹⁰. Le rouge de carthame, réduit en poudre et additionné de talc, était aussi utilisé en France comme fard à joues sous le nom de « vermillon d'Espagne », et est toujours d'actualité dans la cosmétologie, concurrent direct des colorants synthétiques²¹¹.

Aussi le chimiste explique-t-il que le principe colorant du carthame qui donne le rouge est la *carthamone* (soluble dans les alcalis / solution à pH basique), forme oxydée du principe jaune

²⁰⁸ Cette recette figure dans, Michel Garcia, *Couleurs végétales, teintures, pigments et encres*, Aix-en-Provence, Édisud, 2002, pp. 46-47 ; ainsi qu'au sein du « kit de teinture au carthame » qu'il a conçu, et qui est actuellement produit par l'association Couleur Garance de Lauris (82).

²⁰⁹ Arthur George Perkin, Arthur Ernest Everest, *The Natural Organic Colouring Matters*, London, Longmans, Green & Co., 1918 (*in*) Dominique Cardon, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990, p. 28.

²¹⁰ *Ibid.*

²¹¹ Pour les apports historiques au sujet des usages du carthame, cf. Dominique Cardon, *op.cit.*, p. 28-29.

(soluble dans l'eau) également présent dans la fleur, la *carthamine*. L'art de teindre au carthame correspond donc à l'élimination de ce dernier pour laisser toute place de s'épanouir à celui tant recherché : le « rouge délicat ». Aujourd'hui, concernant l'approche française de la teinture, elle est significative d'une volonté écologique, nécessitant notamment la mise en relation disciplinaire de la chimie et de l'histoire : Dominique Cardon est centrale dans cette mouvance actuelle, du point de vue de la recherche puisqu'elle a rassemblé nombre de recettes tinctoriales végétales et animales oubliées ou méconnues, et permet par son travail de générer une véritable réhabilitation de ce type de teinture. Son précieux *Guide des teintures naturelles*²¹² regroupe notamment de nombreuses recettes (récoltées dans différents manuels anciens et auprès d'artisans à travers le monde), des planches botaniques qui recensent une grande partie des végétaux identifiés au fil du guide, et de leurs composés chimiques. Son travail participe activement à l'interdisciplinarité et à l'« interculturelité », en terme de rencontres (missions, associations, symposiums, colloques scientifiques), au sein du monde de la teinture végétale. C'est donc de la rencontre avec ce chercheur, sur la terre okinawaïenne, lors d'un symposium où elle fut invitée pour présenter la teinture au « kermès des teinturiers », le *kermes vermilio* (précieux insecte des garrigues qui enfante le « rouge cramoisi »²¹³), qu'est né le second projet d'investigation au Japon, pour une mission de trois mois, cofinancée par le CNRS et la « Japanese Society of Promotion of Sciences ». Séjour dont le premier objectif fut d'identifier des plantes tinctoriales particulières dont Dominique Cardon ne pouvait trouver les traductions latines adéquates – ainsi que les recettes nécessaires à l'extraction des colorants – sans aller sur place et combiner ses hypothèses au savoir universitaire japonais auquel j'avais alors accès.

Cette investigation [dont la section suivante fait sujet], au premier abord destinée à identifier certains végétaux tinctoriaux, m'a permis de me confronter à la difficulté de l'immersion en terrain inconnu, dans la plupart des cas sans accompagnateur ni traducteur, seule, aux confins d'îles reculées, bien loin des villes. Cette « rupture », qui n'était cependant pas la première, puisque l'année passée au Japon avait notamment permis de nourrir en profondeur la réflexion portée sur les notions opératoires de *relation* et de *terrain*, m'a conduite cependant à mieux saisir le caractère polysémique de la notion de *traduction*, et par là même d'empoigner

²¹² *Ibid.* Dominique Cardon est aussi membre du groupe de recherche international *Researchers into Dyes in History and Archaeology*, elle collabore depuis plus de vingt ans à de nombreuses études interdisciplinaires et a coordonné plusieurs séries d'analyses de colorants de textiles archéologiques. Elle est l'auteur de nombreux ouvrages et articles sur l'histoire des « teintures naturelles ».

²¹³ Au sujet du « kermès des teinturiers », cf. Dominique Cardon, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990, pp. 356-360.

l'étoffe du *hasard* (le *casus* et la *contingence*). Rencontre impromptue en bord de route d'une des rares anglophones de la petite île de Hachijô, amie d'une tisseuse. Fictionnalisation du *je* qui s'immerge dans l'eau d'un *onsen* pour un repos bien mérité après une errance qui aurait pu être fatale, et qui se prend à parler de bois tinctoriaux avec un vieil autochtone en japonais (sous les yeux médusés d'une femme de son âge, vraisemblablement gênée par la situation). Identification du *hasard* comme paramètre plastique acteur de l'*instauration* tinctoriale sur l'île de Miyako – que *je* me plairai plus tard à nommer « l'île des femmes » – : *processus* qui avait jusque là été enseigné comme un « art » (dans la sacralité qui peut lui être conférée au Japon) selon lequel maîtrise habile, concentration monacale et gestes lents et ritualisés sont de rigueur, techniques ainsi classées au rang de « dogme secret et bien gardé », par des hommes souvent. C'est donc de « découvertes » dont la section suivante va traiter, non seulement du point de vue des matériaux (plantes, techniques et couleurs) et de leur relation à des *terroirs*, mais aussi du point de vue de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice », grâce à une véritable exploration des différents niveaux relationnels – lorsqu'il est question de « terrain » et d'expérience dans le cadre d'une construction de la pensée, mais aussi de *rencontres* et d'*inventions* au sein d'une « construction fictionnelle active ».

II.2 Ethnographie de pratiques tinctoriales végétales [liées à des terroirs] et mise en tension de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice »

Cette section correspond à la deuxième investigation opérée sur différentes îles japonaises, majoritairement situées aux abords d'Okinawa, dont l'objectif premier était d'identifier des végétaux tinctoriaux à la demande du Dr Dominique Cardon, chercheur au CNRS, afin de compléter ses travaux en cours au sujet de pratiques tinctoriales « naturelles » à l'international. L'expérience du « terrain » a permis de compléter cet objectif par différents constats, non seulement au niveau des « observations » matérielles (*découverte* de plantes, de pratiques tinctoriales et de couleurs *inattendues*) pour la compréhension de « couleurs matières » liées à des *terroirs* (savoir-faire liés à la particularité d'une diversité végétale locale existante), mais aussi au niveau de la posture de l'*enquêtrice*, pour la mise en exergue du jeu relationnel qui a pu s'instaurer entre *anticipation* (chercher « pour » atteindre un objectif), *immersion* (errance, réflexions de l'ordre de l'intime et *rencontres*) et *invention* (découvertes ; construction de domaines de couleurs composés de teintes végétales tinctoriales – textile – mis parfois en corrélation avec des « couleurs matières » observées dans le paysage alentour – teintes de roche, par exemple – pour la conception de gammes de couleurs²¹⁴ ; et « fictionnalisation » de l'enquêtrice et du « terrain » dans une *nouvelle* forme de mise à distance pour la construction opératoire de la « réalité observée », soit une prise de conscience, par l'expérience, de l'*interprétation* et du jeu qui peut y être instauré). Aussi les photographies, au-delà de leur statut ethnographique, par leur combinaison et par l'expérience spontanée de leur *prise* comme technique liée à l'intime, à la fiction et/ou à la *rencontre* (il n'est point question ici de séparer la pratique en phases, mais plutôt d'en considérer les entrelacs), permettent de construire une forme de narration : une construction du « réel » tour à tour mis à distance et approcher au plus près, coïncidant avec l'imagination en action de l'enquêtrice.

Cette expérience de terrain a d'autant plus permis de mettre en relation la *mémoire* (savoir-faire de la couleur liés à un *patrimoine*) et l'*imagination*, non seulement du point de vue de cette forme de « mise en tension » au niveau de la posture de l'« enquêtrice-créatrice », mais

²¹⁴ Une gamme de couleurs se définit comme un ensemble de couleurs organisées, en premier lieu, selon un point de vue phénoménologique, soit, en référence à Munsell et à sa conception pyramidale, selon leur luminosité, leur tonalité et leur saturation. En deuxième lieu, la notion d'*équilibre* ou d'*harmonie* sera définie plus particulièrement par le concepteur. Dans ce cas-ci la sélection s'opèrera selon les données singulières à chaque « terrain » rencontré, ouvrant une mise en correspondance entre des couleurs végétales (cuves de teinture, fils / textiles teints) et des repérages effectués aux alentours du chemin menant aux artisans, pour une *invention* liée au *hasard* – comme « surgissement impromptu » – et à la méthode du coloriste.

aussi dans la *rencontre* d'artisans se jouant eux-mêmes de la teinture comme instauration au sein de laquelle *invention* et *hasard* ne sont pas fortuits, ou du moins, investis dans leur pratique.

Et, à ce *jeu* – de « mise en tension » relationnel au niveau de la posture – s'ajoute le travail méthodique de *traduction* : noms des végétaux utilisés pour la teinture donnés en japonais – ou dans le dialecte de l'île visité – traduits vers l'anglais souvent au premier abord, puis vers le français et le latin, et mises en relation avec les domaines de couleurs obtenus, nommés en japonais sur place, puis traduits en français²¹⁵. De plus, le « faire » de la couleur – centrale dans cette recherche – sera rendu dans le fil du texte sous la forme de planches contact *traduisant* différentes phases du processus tinctoriales, des gestes, mais aussi le contexte (ateliers et jardins des artisans rencontrés). Aussi les sections [b-, c- et d-] correspondant aux trois îles visitées seront-elles intitulées selon les domaines de couleurs (collectés et conçus) et la particularité de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice », en fonction du contexte.

a- Objectifs, géographie des lieux d'investigation et question de la posture

Afin d'identifier certaines plantes tinctoriales japonaises, entrant en jeu dans des processus de créations textiles particulières, l'objectif d'une seconde mission au Japon s'impose. De plus, pour sortir des jalons proposés par la méthodologie de l'enseignement universitaire japonais (en termes de poncifs chromatiques culturels) et pour compléter l'étude ethnographique, au plus proche du terrain étudié, cette mission va s'effectuer seule, au risque de se heurter parfois aux limites de la langue. Le point de départ d'une telle mission se détermine selon des besoins scientifiques, en termes de complément d'information, pour la recherche sur les colorants végétaux menée par Dominique Cardon. Ainsi, ces besoins permettent de tracer la carte du terrain avec plus de précision, pour y déterminer des localités chromatiques très particulières. La pratique tinctoriale étant, comme la partie précédente a pu le définir, liée à de multiples paramètres, il est important de rencontrer un nombre défini d'artisans afin de comprendre comment la recette traditionnelle est d'abord (ou devient) une histoire de cuisine, avec ses petits secrets qui font toute la différence. L'objectif d'une telle mission se pose donc comme objectif d'aller à la rencontre du divers.

²¹⁵ Un tableau reprenant l'ensemble de ces traductions et correspondances (citées dans le texte au fil des enquêtes, localisées par lieux géographiques) est présenté en Annexe 1.

La *mission* se détermine en fonction des îles où sont cultivées certaines plantes pour la fabrication de tissus aux teintes et aux motifs particuliers, cette section sera donc organisé selon l'ordre chronologique des différentes investigations et permettra de souligner les aller-retour (d'un point de vue global) au niveau de la posture : lorsque l'*enquêteuse* sera accompagnée – sur l'île de Kume – par le professeur Jun Kataoka (balisant le cheminement sur l'île, programmant les *rencontres* et traduisant tant que faire se peut le japonais en anglais) le processus de mise en fiction sera en quelque sorte « bloqué » (obstacle au *hasard* et à l'*invention*) ; lorsque celle-ci sera accompagnée – sur l'île de Miyako – par une autochtone (tiers *étranger* favorisant cependant un « échange nouveau », mais programmant les *rencontres* – à l'exception de son absence lors de la rencontre avec Mieko Sunagawa, laquelle ayant une pratique de la teinture dans laquelle le *hasard* et l'*invention* ont pu être pointés – et traduisant tant que faire se peut le japonais en anglais) ; et, lorsque celle-ci opère seule – sur l'île de Hachijô – pour une auto fiction opératoire, au sein de laquelle l'« enquêteuse-conceptrice » *invente* et s'autorise à errer – voire, à se perdre – sur les chemins.

Ainsi, la première île visitée est Hachijô, près de Tôkyô, pour récolter des graines de *kobunagusa* (*Anthraxon hispidus*) et des tissus à la spécifique teinte dorée et aux motifs à carreaux typiques du lieu. Les autres îles se trouvent dans les Ryûkyû (ensemble des îles de l'actuelle préfecture japonaise, Okinawa), et nécessitent donc de retourner là où *j'*avais déjà séjourné pendant un an. En vue des hypothèses prédéfinies en amont du départ, par le croisement d'informations récoltées auprès du professeur Jun Kataoka (Université des Ryûkyû) et au sein de différents documents étudiés en fin du séjour précédent et une fois en France, différentes localités ont pu être destinées à être visitées. Tout d'abord, l'île de Kume permettra d'identifier la plante nommée *gûru*, le *sharinbai* (plante tannique permettant de faire du noir, en cohésion avec une solution de fer), de ramener des graines et des échantillons de tissus ; ainsi qu'identifier la technique du *dorozome* (« teinture avec de la terre »). Puis, l'île d'Ishigaki (au sein de l'archipel de Yaeyama), afin d'identifier la plante nommée *kûru* (confusion entre le *gûru* et le *kûru* posant problème à D. Cardon). Et enfin, l'île de Miyako, afin d'identifier quel *kusu* y est utilisé, en terme de patine textile : c'est sur cette île que sont fabriquées des étoffes teintes à l'indigo et patinées. Pour mener ces missions, des contacts ont été récoltés par le biais du professeur Jun Kataoka (université des Ryûkyû), concernant les îles appartenant aux Ryûkyû ; mais, pour Hachijô, les enquêtes doivent s'établir seule, sans traducteur, ni guide, ni contact.

Pour faciliter les démarches, une carte géographique est tracée pour identifier les différentes zones de résidence (simulées ici par des points rouges) :



Fig. 27 – Carte géographique des lieux d’investigation prévus et localisation des plantes tinctoriales
Mission JSPS / CNRS, Japon, été 2006.

L’objectif premier est donc de récolter des graines, des échantillons de tissu et des photographies de processus tinctoriaux, de tissage et / ou de patine tant que faire se peut (selon la saison où la mission se passe, il se peut que des techniques ne soient alors pas effectives à ce moment là), afin d’enrichir les connaissances françaises au sujet de telles techniques, majoritairement recensées au Japon mais non exportées ni traduites. L’objectif d’identification de telles techniques et de « patrimoines végétaux » (tinctoriaux et textiles) contribue à la valorisation de la diversité du terrain étudié, au plus local. De plus, cet intérêt

des plus contemporain participe au nouvel intérêt mondial pour les colorants dits « naturels », au sein d'une démarche écologique. En effet, avec le soutien de l'UNESCO, des chercheurs, des artisans et des artistes agissent aujourd'hui pour permettre à ces couleurs de faire à nouveau partie d'une consommation quotidienne, dans une démarche équitable et non abusive des sols. Selon cette optique, l'objectif est alors de définir des localités textiles et chromatiques particulières au Japon afin de dessiner les contours d'un « nouveau paysage matériel » [au-delà de celui dessiné dans la partie précédente, d'avantage lié à la notion de *patrimoine*, comme entité reconnue à travers l'histoire et la politique intérieure d'une nation favorisant les « traditions », emblèmes et véhicules de pouvoir, majoritairement patriarcal], diversifié et méconnu, pour une meilleure compréhension de couleurs liées à des *terroirs*. De plus, compte tenu de la posture (expérience de l'enquête de terrain), la première personne du singulier sera majoritairement utilisée pour rendre compte plus justement de la démarche d'investigation [immersion / mise à distance opératoires].

b- Île de Hachijô : domaine des couleurs métalliques et de leur oxydation – *de la perte de repères à l'auto fiction*

Ce qui va suivre relate d'une expérience de l'errance – lieu inconnu, absence de repères géographiques (carte sommaire du lieu), absence de traducteur et de guide, climat difficile (chaleur pesante et hydrométrie élevée), zone aux forts reliefs, quasi absence de transports en commun ; attentes, pertes, méprises, confusions, ... – qui laissera poindre en l'*enquêtrice* une certaine forme de liberté, ivre et neuve. C'est alors que l'errance laissera parfois la place au « hasard de la rencontre », à la « liberté d'analyse » (soit, une mise à distance favorisée par l'absence d'intermédiaire entre l'*enquêtrice* et l'« objet » de son enquête) et au regard inspiré du coloriste qui voit en chaque parcelle visitée la possibilité de dresser une nouvelle carte de couleurs, en écho aux étoffes observées quelques heures auparavant. La mise à distance propre à l'étude des données récoltées et à la construction de connaissance se trouvera donc tout à tour mêlée à l'immersion la plus totale, lorsque la rencontre fera basculer l'*enquêtrice* dans une *fiction* sans précédent et aujourd'hui encore non résolue, même si elle a permis de faire l'expérience de la relation entre *réalité* et *fiction*, comme construction opératoire. Selon une chronologie contextuelle à l'enquête, l'île de Hachijô a été visitée suite à une immersion d'une dizaine de jours entre chercheurs et doctorants de tous bords à Tôkyô, afin d'assister à des cours de japonais intensifs et à différentes conférences sur les détails concernant la

coordination de la JSPS²¹⁶ (sur une centaine de chercheurs en mission, quatre seulement étaient en « sciences humaines et sociales » – une Allemande en histoire de l’art, une Française – *moi* – en arts plastiques, et deux Américains en psychologie ; tous les autres étaient en « sciences dures »). Il convient de préciser que cette bourse est largement diffusée en France au sein des laboratoires de recherche en « sciences pures et appliqués », et que c’est grâce à une rencontre avec des chercheurs de cette catégorie, lors de ma première année de résidence au Japon, que j’ai pris connaissance de cet organisme et que je l’ai entrevu comme la possibilité de financer une nouvelle mission, soutenue par le CNRS (et, notamment, le Dr. Dominique Cardon).

Ainsi, la première investigation – à Hachijô – fut la plus difficile : petite île non touristique, perdue dans l’Océan Pacifique, aux reliefs ardues et rarement desservies par des transports en commun, où quasiment personne ne parle anglais. Les contacts ont été trouvés principalement sur internet avant le départ, et sur place une petite carte mal détaillée n’a pas facilité les déambulations. Cependant, la mission a été réalisée sans trop de heurts et a permis de considérer *autrement* le Japon : hors des sentiers battus. Une première visite au studio de « Meyu Kôba » (*kôba* signifiant « atelier », Meyu étant le nom de la famille responsable du lieu), permet de voir ce qui est accessible aux potentiels acheteurs et touristes. Sur place, il est possible de voir un atelier de teinture, un petit stand d’exposition de quelques fibres et du matériel de tissage, un atelier de tissage et une petite boutique de vente de tissus. Cette visite permet de déterminer l’« identité tinctoriale » du lieu au-delà de la plante qui donne le célèbre « jaune d’or » japonais. Sur place, j’ai en effet pu constater que trois domaines de couleurs végétales sont traditionnellement utilisés en combinatoire : l’or, le rouille et l’argent ou le noir ; trois couleurs de métal issues respectivement de trois plantes, le *kobunagusa* (*Anthraxon hispidus*), le *tabu no ki* (*Persea thunbergii*) et le *shii* (*Pasania edulis*). Afin de rendre compte de l’« ambiance » globale du point de vue du lieu d’investigation et des étapes du processus de création de soies teintées avec les trois végétaux tinctoriaux ci-dessus cités, mais aussi de permettre au lecteur de se trouver dans une position similaire à celle du chercheur en terme de « découverte » et de progression instigatrice, une planche contact

²¹⁶ JSPS : Société Japonaise pour la Promotion de la Science. C’est la plus grande agence au Japon pour soutenir la recherche fondamentale dans tous les domaines scientifiques (sciences « pures et appliquées », sciences « humaines et sociales »). La JSPS, fondée initialement en 1932 par un don de l’Empereur Showa, est devenue une institution administrative indépendante depuis 2003, et elle est toujours sous l’égide du Ministère de l’Education, de la Culture, des Sports, de la Science et de la Technologie (MEXT). Les activités principales de cette agence consistent à sélectionner et soutenir les projets de recherche au Japon (comme l’ANR en France). En plus, elle est chargée de l’organisation des programmes d’échanges académiques au niveau international : en aidant les jeunes chercheurs, en promouvant la coopération scientifique internationale (programmes bilatéraux avec le CNRS) et en diffusant l’information sur les activités de recherches scientifiques au niveau international.

rassemblant (dans un ordre chronologique) les salles visitées et les objets observés, m'a semblée la plus adaptée :



Entrée - panneau



Entrée



Expo dans l'atelier de tissage



Entrée atelier de tissage



Affichages dans l'atelier de tissage



Eléments de teinture et de tissage



Affichage dans l'atelier de tissage



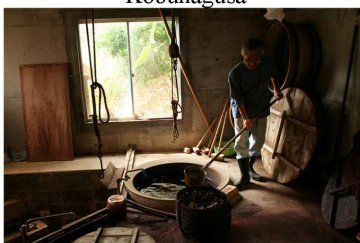
Kobunagusa



Kobunagusa - TabuNoKi - Shii



Atelier de teinture



Atelier de teinture - cuve de kobunagusa



Atelier de teinture - cuve de tabu no ki



Tissage



Tissage

Fig. 28 – [planche contact]
Kihachijō workshop :
Meyu Kōba Studio,
Hachijō, 21 juin 2006.

Grâce à cette visite, différentes informations ont pu être récoltées en complément des premières anticipations, au sujet des plantes et des artisans travaillant sur l'île pour de futures enquêtes. L'intérêt se portait donc à présent essentiellement sur la matière colorante et le processus tinctorial pour la mise en place d'une carte de « couleurs matières ». Le lendemain, une déception m'attendait cependant au coin de la rue repérée la veille : la destination

suivante, le « Yamashita Orimono Kôba » (soit, « atelier de tissage Yamashita »), s'est avérée être une vitrine, vide, sans artisans, fiction d'un atelier de tissage avec les métiers exposés sur place, présentés comme des trophées. Même si le site internet²¹⁷ semblait dire le contraire : *je* souligne ici le niveau discutable de mon japonais, accordant cependant une confiance non négligeable en mon observation, mais bel et bien prise au piège des quelques limites sous-jacentes à mon autonomie et liberté *a priori* sans bornes dans cette enquête. Une fois sur place, *je* compris le caractère indiscutablement touristique du lieu : les tarifs des produits s'avèrent être le double de ceux vendus dans le « workshop » officiel visité la veille, le site internet s'adressant aux quelques japonais curieux de l'archipel désireux de s'offrir quelques « étoffes typiques ». Aussi, lors de ma visite, le patron s'est-il avéré être absent du lieu, et devant mon insistance, la vendeuse présente dans la boutique a poliment précisé qu'il ne pourrait de toute façon pas donner d'information sur les techniques, comme je le souhaitais. Je me suis donc contentée de prendre quelques photographies puisque le lieu s'y prêtait (exposition soignée et éclairage adapté), afin d'établir une nouvelle gamme de « couleurs matières », à dominante or et aux motifs rouille et argent ou noir : soies teintes au *kobunagusa*, *tabu no ki* et *shii* de l'île de Hachijô.



Fig. 29 – Fils de soie teints au *kobunagusa* (*Anthraxon hispidus*), *tabu no ki* (*Persea thunbergii*) et *shii* (*Pasania edulis*) : Atelier de tissage Yamashita, Hachijô, 22 juin 2006.

²¹⁷ « Yamashita Orimono Kôba » à Hachijô jima, url: <http://www.8jyo.jp/towninfo/production/kihachi/1301.html>



Fig. 30 – Tissage des fils de soie teints au *kobunagusa*, *tabu no ki* et *shii* (*Pasania edulis*)

Le même jour je décide alors de me rendre chez le maître teinturier Yoshihiro Saijô²¹⁸, il est absent mais une femme présente sur les lieux me recommande de revenir le lendemain. J'apprends alors qu'il est le seul maître teinturier restant sur l'île, l'autre est mort il y a peu. Le jour suivant, je reviens donc sur les lieux, et rencontre l'homme taciturne, mais cependant disposé à me montrer en détails les processus tinctoriaux intéressés par cette enquête :



Tabu No Ki



Tabu No Ki



récupérer les écorces de Tabu No Ki



écorces de Tabu No Ki



écorces de Tabu No Ki



cuve de Tabu No Ki

Fig. 31 – Processus de teinture au *tabu no ki* (*Persea thunbergii*)

Atelier de Yoshihiro Saijô, Hachijô, 23 juin 2006.

²¹⁸ Les informations sur le maître teinturier Yoshihiro Saijô ont alors été trouvées sur internet. Cf. url : <http://www.f2.dion.ne.jp/~juni/somemoto.htm>

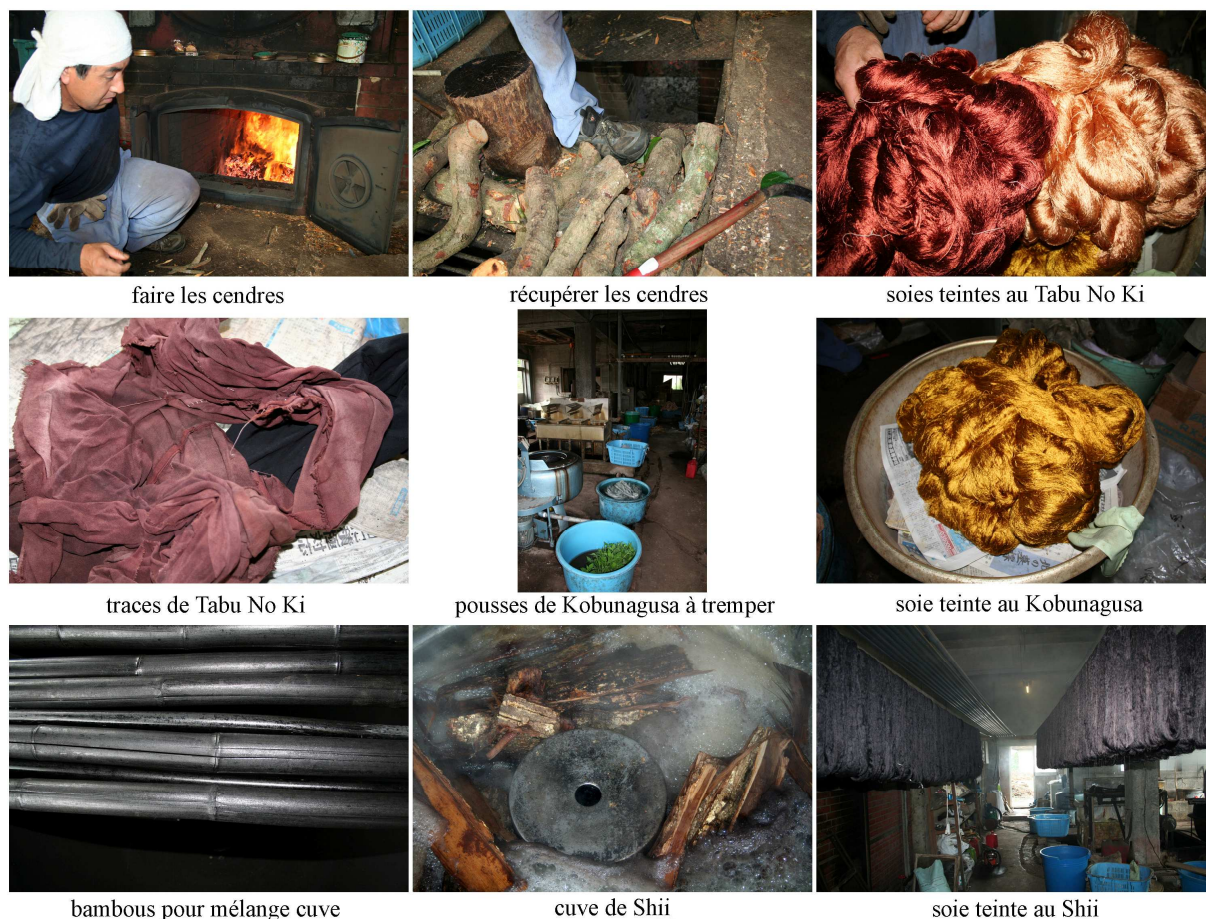


Fig. 32 – Processus de teinture au *tabu no ki* [suite], *kobunagusa* et *shii*

Atelier de Yoshihiro Saijô, Hachijô, 23 juin 2006.

Ainsi, l'on teint avec les jeunes pousses (feuilles) de *kobunagusa* (*Anthraxon hispidus*) et les écorces du *tabu no ki* (*Persea thunbergii*) dans des cuves en cuivre, et, avec les écorces du *shii* (*Pasania edulis*) dans une cuve en fer. Concernant les trois recettes, elles sont similaires dans le sens où elles procèdent toutes à une phase préliminaire de trempage / macération des végétaux dans l'eau avant de procéder à leur ébullition, afin d'en recueillir le jus filtré des décoctions. Pour le *kobunagusa*, se sont donc les jeunes pousses qui sont ici utilisées, et, pour le *tabu no ki* et le *shii*, on utilise les écorces du tronc. Quatre bains de teinture (montés progressivement jusqu'à 70°C environ, compte tenu de la fragilité de la soie) sont nécessaires pour l'obtention des teintes or, rouille et noir ; deux bains suffisent pour l'obtention du gris (avec le *shii* donc). Puis, un bain final au jus de cendre de bois de camélia s'impose pour fixer les couleurs et les raviver (le camélia contient du fer, ce qui oxyde – grise ou noircit – notamment mieux le colorant extrait du *shii*).

Cette observation a pu être complétée au domicile d'une cousine éloignée de Yoshihiro Saijô, madame Kayomi Isezaki (ancienne professeur de tissage sur l'île, aujourd'hui à la retraite), grâce à la présence d'une de ces anciennes élèves parlant anglais, ce qui facilita la compréhension de son témoignage. Ainsi, pour le *kobunagusa*, nommé aussi *kusa* (signifiant « plante ») ou encore *kariasu* (nom de la plante en dialecte de l'île), les plantes sont, selon elle, cueillies et mises à sécher durant une année. Le jaune que l'on obtient est alors nommé *ki iro* (tout simplement, puisque *ki iro* signifie « jaune » en japonais, *iro* étant le suffixe signifiant « couleur ») ; selon elle, la même plante est utilisée en Chine. La soie est donc teinte 4 fois consécutives puis trempée dans la cendre de *tsubaki* (camélia) et la couleur apparaît²¹⁹. Pour le *tabu no ki*, ce sont les écorces (longues, fines et homogènes) qui sont utilisées, bouillies, dont le jus est utilisé 4 fois consécutifs en bain de teinture. Elle précise cependant que le bois utilisé pour la cendre n'est pas si important, quelque soit le colorant. La couleur rouille obtenue est nommée *kaba iro*²²⁰. Et, concernant la teinture au *shii*, ce sont les écorces (drues et épaisses) qui sont mises à bouillir, la soie est alors teinte 4 fois dans le jus pour obtenir du noir et 2 fois pour obtenir du gris argent, nommé *nezumi iro* (signifiant « couleur souris », en japonais)²²¹. Ces compléments d'information permettent de saisir les quelques différences subsistant selon les maîtres teinturiers. Concernant le tissage particulier des textiles de Hachijô, la particularité réside donc dans l'association des trois couleurs et le motif à carreaux. Kayomi Isezaki a accepté pour ma venue de tisser quelques lignes de son étoffe en cours (pour constituer un kimono) afin que je puisse prendre en photos quelques étapes du processus de tissage.

La planche contact ci-après permet de rendre compte du métier à tisser utilisé [traditionnellement utilisé au Japon et à Okinawa, encore aujourd'hui, même à l'université], de la posture (dos courbé, voûté par les années) et de quelques uns des gestes méticuleux et habitués de la tisseuse, ainsi que des fils de soie teints à dominante rouille (*tabu no ki*) et aux ponctuations d'or (*kobunagusa*) et d'argent (*shii*).

²¹⁹ Le *kobunagusa* – et certaines des techniques qui lui sont raccordées – est répertorié dans le livre de Seiju Yamazaki, *Kusaki Zome* (Teinture avec des plantes) *The illustrated book of dye plants*, édition Ooshita Kentarou, Bijutsu Shuppan sha, 2002, (1985), p. 108. [En japonais]

²²⁰ Concernant la teinture au *tabu no ki*, cf. *Ibid.*, p. 148.

²²¹ Concernant la teinture au *shii*, cf. Seiju Yamazaki, *Ibid.*, 2004, (1987), p. 210.



Fig. 33 – Tissage des fils de soie rouilles (*tabu no ki*), ors (*kobunagusa*) et argents (*shii*)

Chambre de Kayomi Isezaki, Hachijô, 23 juin 2006.

Cette rencontre, fort amicale, se termina autour d'un thé, ce qui conclut avec douceur l'intense périple des quatre jours passés sur l'île. En trame de fond de ces enquêtes, qui ont répondu au-delà des questions de départ à la quête menée sur les couleurs végétales de Hachijô, il s'est avéré que l'expérience de terrain a été mise à rude épreuve et mérite donc d'être soulignée comme une exemplification du va-et-vient opératoire entre le « je » de l'immersion et le « elle » de la mise à distance (celle qui enquête et dont les balises du chemin mené correspondent à la volonté de résoudre une question de départ – soit, ici, identifier le *kobunagusa*, la « plante du jaune » qui confère aux étoffes de Hachijô leur si particulière teinte d'or). Ce va-et-vient a donc conduit l'enquêtrice à se trouver parfois au cœur d'une

fiction qu'elle n'aurait pu imaginer et qui, pourtant, s'est mêlée insidieusement, à son retour, au récit de son voyage, sans plus pouvoir s'en défaire²²² :

Ainsi, l'après-midi de mon arrivée, j'ai pris au *hasard* une adresse d'auberge de jeunesse à l'accueil de l'aéroport (en provenance de Tôkyô), à laquelle un taxi me mena en une demi-heure tout au plus. À mon arrivée, je ne sais plus si ce fut le silence de la seule jeune fille présente dans l'immense cuisine commune ou son regard médusé lorsque je lui adressais quelques politesses qui me mit le plus mal à l'aise. Cela dit une atmosphère pesante et peu rassurante s'est installée assez rapidement dans le lieu. C'est au bout de quelques heures à peine que le propriétaire des lieux, souriant, est venu m'inviter à prendre un apéritif dans son appartement, au dessus du lieu de résidence, afin de me souhaiter la bienvenue. Cet accueil inattendu m'a conduite en des lieux d'autant plus déroutants : après m'avoir montré l'ensemble de son installation lumineuse et sonore des plus *hi-tech*, au fil de notre discussion, aidée de quelques mots en anglais et d'un dictionnaire complétant ma maigre connaissance du japonais, mon hôte n'a pas tardé à évoquer un jeu de divination qu'il s'exerçait à employer depuis quelques temps et qui l'avait justement amené jusqu'ici. Le voilà qui, enthousiaste, relate comment, il y a de cela quelques jours à peine, le jeu l'avait prévenu de mon arrivée et que tout ce que je venais de lui dire sur mon parcours concordait : j'étais « la » femme qu'il attendait. Après de nombreux détails croustillants que je passerai ici, des schémas très élaborés de rencontres de planètes et d'éléments favorables, j'ai dû recourir à de nombreuses astuces polies et distancées pour m'extraire du clapier. Il va sans dire que les jours qui suivirent, je dus évincer chaque soir de nouvelles invitations à dîner, et fermer non sans crainte ma porte à double tour.

Le lendemain, les enquêtes commençaient cependant : je décidais, grâce à ma petite carte trouvée à l'aéroport, de me rendre à l'arrêt de bus le plus proche. Je grimpais donc une bien longue côte, sous le soleil matinale, et m'arrêtais là où se trouvait l'arrêt. Je n'ai jamais autant attendu un bus de ma vie : soif, crainte d'être perdue, lecture et relecture à demi hébétée des idéogrammes que je ne parvenais à traduire qu'en partie sur le panneau des horaires, désespoir, ... il n'y eut jamais de bus, et à peine le passage d'un ou deux véhicules je crois. Je continuais donc à pieds, durant de longues heures de grande solitude. Perdue, je décidais sur le chemin de découvrir le *onsen* indiqué sur ma petite carte, afin de m'apaiser ; je descendais donc un

²²² Le synopsis de cette *fiction* – comprise ici comme un rapport particulier entretenu avec le *réel* – ou, devrais-je dire, *auto-fiction* – dans le sens où cette fiction met en jeu le sujet comme acteur multiple et auteur, conscient de sa multiplicité de rôles au sein d'une *réalité* donnée – aurait tout aussi bien pu prendre la fonction de « trame narrative » de cette enquête, mais l'un des objectifs centraux de cette thèse étant de définir des cartographies de couleurs patrimoniales japonaises, cette piste n'a pas été retenue. Ce récit prendra donc la forme d'une citation, au même titre que toute citation présente dans ce mémoire, mais non pas ici comme l'extrait d'un ouvrage écrit par autrui, ni même d'un de *mes* carnets de bord écrit auparavant de l'écriture de la thèse, mais plutôt comme un espace ouvert, où le *je* et le *elle* se confondent habilement, en écho à l'immersion traversée lors de l'enquête, afin de permettre au lecteur de saisir le caractère complexe du « terrain » défini ici comme *ensemble de relations*, et notamment au plus intime de l'enquêteur.

chemin, m'enfonçant dans une nature végétale de plus en plus luxuriante jusqu'à trouver en contrebas quatre japonais en tenue de golfeur, aux abords d'un relief surplombant un cours d'eau, l'un d'eux s'apprêtait à faire un swing. Je continuais cependant, puis, prise d'un éclair de lucidité, rebroussais chemin pour aller à leur rencontre afin de leur demander des indications géographiques : ils avaient disparu. Je fus prise d'une vive émotion lorsque je constatais leur absence (en quelques minutes seulement) alors que leurs voitures étaient toujours là et que, alors que je levais le nez, je pus les observer de l'autre côté de la falaise ! Troublée, je reculai et là j'entendis un mouvement dans les broussailles, en contrebas : j'appelai, insistante, mais déployant nombre d'efforts pour conserver une voix « neutre » (m'essayant à ne laisser ma voix trahir aucune émotion) et concentrée sur la forme polie employée en japonais ; un vieil homme sortit des fourrées, une fau à la main. Il m'indiqua le chemin à suivre pour gagner la route du premier lieu destiné aux enquêtes.

J'arrivais finalement au fameux studio de « Meyu Kôba » où je pus poser quelques questions, prendre des photographies, acheter quelques cartes postales des étoffes et kimonos teints et tissés dans l'atelier, et récolter auprès du maître teinturier du lieu quelques échantillons de tissus et des graines de *kobunagusa* (*Anthraxon hispidus*) que je m'empressais d'envoyer par la poste accompagnée d'un message de victoire à Dominique Cardon. Je rentraï en bus, enfin.

Le lendemain, j'alternais mon chemin entre le bus pris la veille et des marches à pieds, durant lesquelles je croisais quelques bonnes âmes bienveillantes, dont une mémorable grand-mère accompagnée de son chat, vivant dans une petite maison en bord de route, qui s'empressa de me lancer quelques paroles protectrices, inquiète de me voir errer seule en ces chemins arides. Après avoir visité tant bien que mal les quelques lieux prédéfinis, le dernier jour, je finis mon investigation chez Mme Kayomi Isezaki, tisseuse à la retraite, grâce à l'une de ses anciennes élèves, rencontrée par *hasard* chez le maître teinturier Yoshihiro Saijô. C'est là qu'autour d'un thé, j'annonçais mon désir d'aller au *onsen* indiqué sur ma carte. La jeune fille, après un moment de doute, me proposa de m'y accompagner en voiture. Je me retrouvais alors seule, descendant les marches en bois qui menaient vers une cavité creusée à même la roche : gorge d'eau chaude ferrugineuse, surplombant un cours d'eau bouillonnante bleue turquoise, aux remous provoqués par une chute d'eau vertigineuse qui prenait sa source sur les hauteurs, au milieu d'une jungle abondante. Me voilà immergée dans l'eau bienfaisante, contemplative, avec mon appareil photographique, à collecter des images des rebords oxydés, aux teintes rouille, or et vert-de-gris, sur fond noir de roche. Échos, en terme de combinatoire chromatique, aux étoffes observées sur l'île durant ces quelques jours.

C'est là qu'un vieil homme, âgé de quatre-vingt-huit ans (a-t-il si bien insisté sur son âge pour que je m'en souviensse encore), s'est joint à moi dans le *onsen* et n'a pas hésité bien longtemps avant de me questionner sur ma présence sur l'île, après m'avoir saluée. Nous eûmes alors une discussion des plus *inattendues* sur les bois tinctoriaux locaux (qu'il s'avéra connaître très

précisément) desquels il souligna le caractère particulièrement divers et riche en colorant grâce au climat et aux ressources terrestres quasi paradisiaque de « son » île. Durant notre échange, ponctué de mes prises de vue du paysage et des bords de l'eau, une vieille dame s'était jointe à nous et me regardait d'un air suspicieux. Lorsque la discussion s'emplit de silence, je décidais donc de les laisser à leur rituel, visiblement hebdomadaire de fin d'après-midi, et reprenais le chemin de l'auberge de jeunesse afin de préparer mon envol du lendemain matin pour Tôkyô. Combinaison de plongée sous le bras, ce n'est pas sans un regard vague et déjà nostalgique que le propriétaire des lieux me salua avant mon départ pour l'aéroport.

Lorsque le « je » propre à l'immersion lors de l'enquête se mêle au « elle » qui anticipe les données recueillies en vue d'une construction de connaissance, le croisement des deux disciplines – poïétique et ethnologie – est efficient. En effet, le va-et-vient constant entre « construction de connaissance » et « immersion » se combine ici avec l'« acte créateur » : observations, collectes, apprentissages, expérimentations, conceptions, sont autant de « terrains relations » dans lesquels l'engagement participatif du chercheur devance et prolonge la « pensée réflexive » (sous-tendue par une telle démarche) pour l'investir dans une création contemporaine. Le récit, comme témoignage de l'expérience, lors d'une immersion courte, présenté ci-dessus permet donc d'exemplifier ce moment de l'*entrelacs*. Au moment de l'enquête, comme l'imperceptible passage du rôle de l'enquêtrice et de *celle* qui construit déjà une forme de connaissance ou qui est actrice d'une phase d'un processus de création à venir, à celle, « je », qui vit le moment comme une expérience personnelle, libérée de toute quête / anticipation. Entrelacs qui prend, au moment du récit (oral ou écrit) le statut de *fiction*, voire d'*auto-fiction* grâce au souvenir, à la mise à distance mêlée de saillances mémorables et d'empreintes de sensations chaotiques : *elle* se met en *je* / jeu.

Ainsi, si la fiction est une « représentation analogique de la réalité »²²³, une sorte d'émergence, de saillance, elle est aussi ce qui témoigne d'une relation entre deux « entités intramondaines »²²⁴, soit deux *réalités* distinctes, ou plutôt, deux facettes de la *réalité* (considérée comme « unité ensemble » de possibles interprétatifs). Si le récit ci-dessus exemplifie d'une part cette relation entre l'enquêtrice et le terrain sur lequel elle se trouve (si *nous* les considérons comme deux « entités intramondaines »), il met en jeu d'autres types de relations qui s'épanouissent autour d'un point de rencontre : celui, distinct, se faisant entre une « compétence réceptive » (dans le cadre d'une immersion fictionnelle, définie comme

²²³ Cf. Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 17.

²²⁴ *Ibid.*, p. 104.

mode de réception)²²⁵ d'une part, et une « compétence fictionnelle active » (statut qui trouve sa place au sein du processus d'immersion fictionnelle créatrice)²²⁶, d'autre part. Ces deux facettes d'une *même réalité*, conceptualisées par Jean-Marie Schaeffer [au sujet, quant à lui, d'une fiction définie comme telle ; soit, un film cinématographique ou un roman, par exemple], sont ici opérationnelles si elles sont considérées au sein de l'expérience elle-même (soit, dans un temps et un espace donné, qui correspond ici à « quatre jours sur l'île de Hachijô ») et dans le cadre d'une *rencontre* : si ces deux « facettes » se rencontrent, cela conduit l'observateur à être en même temps concepteur, voire réalisateur, et acteur de la *même scène*.

La notion de *fiction* est alors conduite, à ce stade de l'analyse, à être nuancée dans sa définition : si elle correspond ici à un ensemble d'« unités fictionnelles autogènes »²²⁷, sous-tendant une capacité active (celui qui *fictionnalise*, considérant le « processus de mise en fiction »), elle se mêle – au même instant – aux « univers fictionnels allogènes », sous-tendant une capacité réceptive des précédentes unités. Cette définition complète donc celle donnée par Jean-Marie Schaeffer, puisqu'elle ne sépare pas (toujours en prenant comme exemplification le récit précédemment donné) les deux actes, dont le point de rencontre donne ainsi lieu à l'*auto fiction*, terme choisi ici pour ce qu'il sous-tend de ce je nommerai le « feuilletage relationnel ». Considérant que la construction d'une fiction, d'un univers représentationnel, ou même de ce que l'on nomme l'*identité*, ne se fait pas en solitaire, mais correspond à une interaction qui met le sujet en relation avec d'*autres*. Aussi est-il possible de considérer – dans le contexte ici donné – la notion d'*auto fiction* comme la possibilité de concevoir la réception d'enquête comme étant déjà une construction de ce que le terrain sous-tend comme *relations* et donc *transformations* au sein même de l'enquêteur.

Ainsi, si lors du récit il n'est point donné d'hypothèse au sujet des faits racontés [« observations, réalités, fiction ? » là est bien le questionnement qui taraude l'enquêtrice au moment où la rencontre a eu lieu, mais aussi et encore dans le souvenir – réception à longue échéance, dans une mise à distance inévitable], les saillances de la situation d'immersion sont tout de même des *fictions* dès lors qu'elles sont données à lire comme le récit d'une *réalité* vécue par l'auteur. Aussi, par l'expérience même du récit, l'auteur réactive-t-il sa propre

²²⁵ Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 180.

²²⁶ *Ibid.*

²²⁷ *Ibid.*, p. 178.

« immersion fictionnelle » tout en prenant *en même temps* une distance propre à cette *même* immersion. En effet, paradoxalement « fonctionnaliser » permet une mise à distance, une sorte de « désidentification »²²⁸ : le processus d'identification – comme *identité* en construction – cesse d'être activé dès lors que celle, qui était jusque là dans une *immersion* totale [sous-tendant une forme d'induction], « fictionnalise » l'objet de son attention. En effet, se mettre à distance de ce qui est vécu, par le biais d'une fiction de type ludique (soit, le « comme si » propre aux jeux de l'enfance) correspond à prendre du recul (mettre en scène, mettre en jeu) par rapport aux représentations qui jusque là s'entremêlaient aux soi-disant « phénomènes observés » :

Une fiction est donc un jeu avec des représentations, ou encore un usage ludique de l'activité représentationnelle. Or, l'activation ludique des facultés représentationnelles correspond à la définition même de la relation esthétique.²²⁹

En ce sens, « fictionnaliser » correspond à un processus de « mise en fiction » au sein duquel une relation avec *soi* s'instaure et s'articule entre représentations (voire, reconnaissances) – découlant d'expériences passées – et « saillances » (voire, « découvertes ») propres à l'immersion. Ainsi, les photographies prises dans le *onsen* tant recherché dès le début de l'immersion sur l'île de Hachijô [*quête* (née d'un désir personnelle de « se ressourcer ») à côté de l'*enquête* (propre au « elle » qui suit un parcours balisé)] participent à la cartographie chromatique du lieu, conçue *a posteriori* : témoignage chromatique efficient qui n'aurait cependant pas pu être observé en amont des enquêtes de terrain, soit, dès l'arrivée de l'enquêtrice sur l'île. Bien *heureux hasard*, dès lors, de s'être perdue et de n'avoir pu découvrir le lieu aquatique qu'en fin de parcours. En effet, les nuances d'oxydation des pierres sous l'effet de l'eau ferrugineuse²³⁰ produisent un écho chromatique aux trois « domaines de couleurs textiles » (colorant tanniques et mordants de fer) identifiés auparavant sur les lieux : voici ci-après le *onsen* où les prises de vue ont été effectuées, suivies des photographies de différents types d'oxydations de la roche.

²²⁸ Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 325.

²²⁹ *Ibid.*, p. 329.

²³⁰ Photographies d'oxydation présentées page suivante.



Fig. 34

Oxydations : or, cuivre et vert-de-gris



Fig. 35

Noir de roche : reflets d'argent, vert-de-gris et rouille



Fig. 36

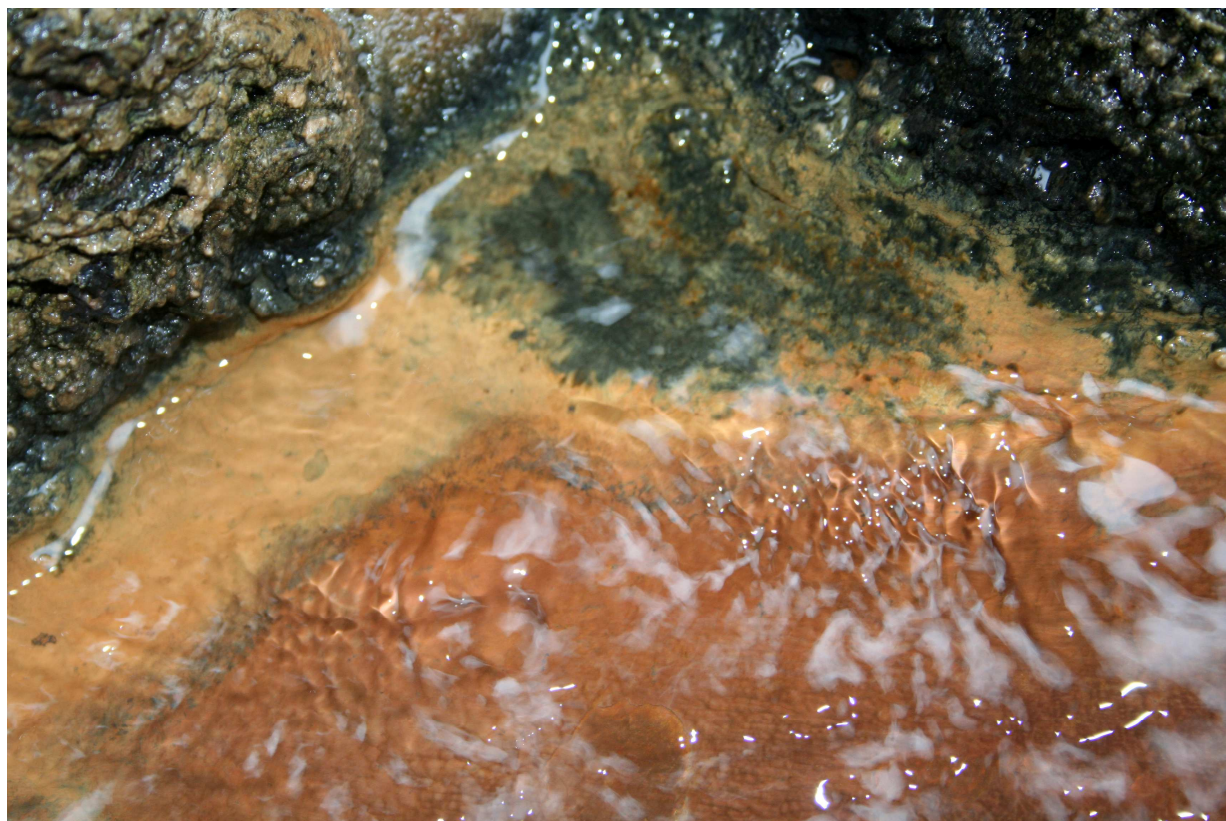


Fig. 37

Ainsi, l'on retrouve les domaines de couleurs métalliques (oxydations humides et lumineuses) propres à Hachijô, au sein des étoffes de soie tissées pour la fabrication de kimonos traditionnels (aux motifs typiques de la petite île), qui continuent d'être *simplement contemporains* :



Fig. 38 – Kimonos de Hachijô jima : Photographies de Yasuko Kosaka

c- Île de Kume : domaine des noirs et des rouges – *l'accompagnement universitaire comme obstacle à l'invention*

Le titre quelque peu provocateur de cette section mérite d'être « contextualisé » : cet « obstacle » est d'abord efficient dans le cadre d'une expérience de terrain et renvoie à l'enseignement universitaire japonais. Il convient ici de préciser la « tension » que peut engendrer une résidence en université japonaise : si l'année précédente l'actuelle « enquêtrice » avait d'avantage le statut d'étudiante, le professeur qui en avait eu la « responsabilité » renfermait des attentes (dans un silence distancié efficient, dont seule une

compréhension de longue haleine et une grande mise à distance permettent de considérer sans trop de heurt) à la hauteur de ce qu'il avait pu investir dans cet échange. Aussi s'était-il fait un devoir de venir sur l'île de Kume avec *moi* et deux de ses étudiantes, afin de baliser les rencontres selon lui nécessaires à l'avancée de *ma* recherche. Cet encadrement a donc en quelque sorte « paralysé » l'énergie créatrice de l'*enquêteuse*, celle-ci ayant alors une autre posture à « tenir » : celle d'une étudiante respectueuse et polie. De cette nouvelle « tension », entre effort diplomatique et volonté d'émancipation, l'« enquêteuse-conceptrice » fut conduite à s'échapper, dès que faire se pouvait, pour prendre quelques photographies du sol particulier des bords de la plage, nommé *kame* – « tortue » – (tandis que le « trio » l'attendait impatient au bord du parking, sans oser venir s'approcher, eux aussi, des abords de l'eau), ou de l'hôtel aux allures psychédéliques (avant de rejoindre les deux étudiantes, faisant chambre commune). De cette structure d'accompagnement découle donc un parcours balisé : obstacle à l'*invention* en tant que « fictionnalisation » et aux *rencontres* avec les interlocuteurs, ceux-ci n'ayant été considérés qu'au terme d'une mise à distance constante, où la posture de l'« enquêteuse » était des plus formelle. Ceci dit, au niveau de la collecte des matériaux et de la compréhension des techniques, ainsi que de la mise en relation avec différents documents, la démarche a été des plus simplifiées et a permis d'obtenir les informations plus rapidement que si l'enquêteuse avait du opérer seule.

Ainsi, de la considération des couleurs oxydées sur l'île de Hachijô découle la compréhension des interactions tinctoriales entre colorants et mordants métalliques. En effet, nombreuses sont les contrées à travers le monde où l'on utilise une plante tannique (teinture végétale du tissu) et de la terre ferrugineuse (tracés ou enduction du tissu teint) pour obtenir des noirs denses (le *bogolan*²³¹ malien ou sénégalais est un bon exemple de l'investissement d'une telle interaction), profonds et complexes du point de vue de la tonalité : chaque plante confère différents principes colorants dont les molécules interagissent différemment avec la lumière, la température, le pH, les mordants et (le cas échéant) l'affinage (au jus de cendre, par exemple). L'île de Kume devait au départ *nous* (soit, Dominique Cardon dont la demande

²³¹ Le *bogolan* est une technique tinctoriale fonctionnant par oxydation : interaction d'une terre ferrugineuse et d'un végétal (feuilles) tannique et photosensible, pour l'obtention de noir. Cf. Pauline Duponchel, *Textile bogolan du Mali*, Musée d'ethnographie, Neuchâtel, Suisse, 2004.

Nota : suite à *ma* rencontre avec cette auteur et avec Kandiora Coulibaly, artiste malien, en Inde (Hyderabad) lors du symposium *Naturally...* en novembre 2006, je me suis rendue au Mali, en décembre 2007 afin de mieux comprendre la technique du *bogolan*, la diversité des plantes tanniques utilisées selon les *terroirs*, mais aussi l'investissement de pratiques de colorations végétales et minérales dans le cadre de créations artistiques.

émanait, et *moi-même*) permettre d'identifier le *gûru* et ses usages, ainsi que d'éclaircir la confusion nominale au sujet de cette plante, nommée selon certains documents *kûru* (qui se révélera, au cours de l'enquête, être une autre plante) ; et d'identifier le *sharinbai* (*a priori* lié à une technique singulière de patine textile). Une fois sur l'île, j'ai aussitôt pu constater la profusion de plantes tinctoriales utilisées, pour une gamme de couleurs très large : les deux photographies (ci-dessous) en témoignent, elles ont été prises au musée du « Kumejima tsumugi Center » [les végétaux à l'origine des teintures présentées sur la photographie de droite sont nommés dans leur ordre d'apparition (de gauche à droite)] :



Fig. 39 – Écheveaux de soie teintés à la boue (*dorozome*), au *tikachi*, au *fukugi*, au *gûru*, à l'*ûji*, au *yûna* : « Kumejima tsumugi Center », Kume, 20 juillet 2006.

Une étoffe cependant s'annonce être particulière à cette île : le « *Kumejima tsumugi* » (*Kumejima* signifiant « île de Kume » ; *tsumugi* signifiant « pongée »²³²). Originaire du milieu du 15^{ème} siècle, au moment de l'importation de techniques textiles chinoises [la sériciculture (ensemble des opérations ayant pour but la production de la soie) et le filage], associées à la méthode de « teinture avec de la boue » (*dorozome*), ont donné l'un des textiles les plus luxueux du Japon : le « *Kumejima tsumugi* », devenu depuis une appellation. Les différentes plantes tinctoriales permettent donc de créer des motifs aux coloris variés, la plupart du temps sur le fond noir obtenu par la technique du *dorozome*. Toutes ces plantes sont locales : le *tikachi* (nom donné à Kume) n'est autre que le *sharinbai* (nom japonais ; *Raphiolepis umbellata*, en latin) pour des nuances beiges rosées claires (deuxième écheveau sur la photo) qui deviennent noires (couleur *koge cha*, une teinture de « thé ») par le mordantage à la boue (*dorozome* ; premier écheveau sur la photo) ; le *fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia picata* Hook.) pour des nuances de jaunes dorés (troisième écheveau sur la photo) ; le

²³² Pongée : tissu léger à armure taffetas (teinture en fil de soie), chaîne et trame en soie grège (fil de soie directement obtenu par la filature de plusieurs cocons assemblés). Cf. *Lexique des fils et des étoffes*, Institut Textile de France, Lyon, 1996.

gûru (nom donné à Kume) se révèle être l'*Okinawa Sarutori ibara* (nom japonais ; *Smilax china*, en latin) pour des nuances brunes rougeoyantes nommées *aka cha* (soit, « thé rouge »), après un mordantage à l'alun (quatrième écheveau sur la photo) ; l'*ûji* (soit, la canne à sucre) fait aussi partie des plantes utilisées, ce qui lors de l'enquête m'avait surprise puisqu'elle avait été « reniée » lors de l'apprentissage de Jun Kataoka, qui l'avait reléguée au rang des « petits teints » (non solide)²³³, soit la nuance verte pâle (cinquième écheveau sur la photo) ; et le *yûna*, pour lequel des croisements de recherches ont du être effectuées pour l'identifier. En effet, le *yûna* est traduit sur l'île, par différents artisans, par « coton tree » (dont le nom latin est l'*Hibiscus tiliaceus*) et dans un article de Dorothy Miller de 1986²³⁴ il est identifié comme étant l'*Hibiscus rosa-sinensis* L. ; ceci dit les informations, récoltées sur place et identifiées par D. Miller, coordonnent selon le mode d'extraction du colorant : bain de teinture fait à partir des cendres de l'arbuste réduites en poudre, suivi d'un mordantage au jus de fèves de soja pour l'obtention d'un gris dit « foncé », nommé *nezumi* (soit, « souris »), plutôt bleuté (cf. dernier écheveau sur la photo de la page précédente). Ces deux espèces d'hibiscus ne sont cependant pas répertoriées dans les ouvrages de Seiju Yamazaki²³⁵, ni même de plante nommée *yûna*. Sur l'île, l'hibiscus a été observé avec des florescence jaunes, celles-ci étant propres aux deux espèces d'hibiscus, trois hypothèses sont donc émises : il est possible que les deux sortes (*Hibiscus tiliaceus* et *Hibiscus rosa-sinensis* L.) soient utilisées, ou qu'il y ait une confusion de la part de Dorothy Miller puisqu'elles sont extrêmement similaires, ou encore que la traduction en anglais (*coton tree*) donnée sur l'île soit erronée du fait de la grande similitude des deux plantes. D'autres plantes tinctoriales complètent les écheveaux observés sur la photographie précédente : le *kurubo* (*Diospyros kaki*) et le *yamamomo* (*Myrica rubra*) utilisés l'un ou l'autre en teinture suivie d'un mordantage à l'alun pour l'obtention d'un jaune et suivie d'un mordantage à la boue pour l'obtention d'un brun verdâtre, nommé *uguisu* (soit, le « rossignol » du Japon). Et, concernant, la spécificité de l'île, à savoir le *dorozome* (soit, « teindre avec de la terre ») qui permet d'obtenir un domaine de couleurs noires, c'est une méthode qui a lieu en octobre / novembre, je n'ai donc pas pu assister au processus tinctorial. En revanche, j'ai pu prendre en photo le lieu de l'opération, quelques photographies exposées sur place et les tisserandes étendant l'étoffe après battage

²³³ Au sujet de la classification des « grands teints » et des « petits teints », cf. le chapitre II.1, b- de cette même partie, pp. 128-136.

²³⁴ Cf. Dorothy Miller, « Kumejima dorozome: the vegetable dye and mud mordanting process of silk tsumugi », *Ars Textrina*, volume 5, Canada, Winnipeg, juin 1986, pp. 131-149.

²³⁵ Cf. Les trois volumes de Seiju Yamazaki, *The illustrated book of dye plants*, Japan, édition Ooshita Kentarou, Bijutsu Shuppan sha, 1996, 2002 et 2004. [En japonais]

(opération post-tinctoriale, correspondant à l'opération de la patine du textile) [« Kumejima Center of Nature and Culture », le 19 juillet 2006] :



bain de terre additionnée de sotetsu rincer le textile et l'étendre au soleil patine du textile

Fig. 40 – Processus de fabrication du « Kumejima tsumugi » [teinture à la boue et patine]

Le mordantage à la boue riche en fer permet donc l'obtention du noir, en immersion des étoffes teintes au préalable avec différentes plantes riches en tanin (notamment le *sharinbai*, identifié comme étant le *Raphilolepsis umbellata*). De plus, il convient de noter qu'il arrive que le *sotetsu* (« palmier fougère », Sagou du Japon ou Sagoutier, *Cycas revoluta*) est parfois additionnée à la boue afin de l'enrichir en fer.



bacs utilisés pour le dorozome



sortie du fer



étendre le textile teint selon la technique du dorozome et patiné

Fig. 41 – Mise en situation du processus de teinture à la boue (*dorozome*)

La réalisation des motifs observables sur les étoffes s'établit grâce à la technique de l'ikat (*kasuri* en japonais et *ichiri* en dialecte okinawaïen) : elle permet de confectionner majoritairement des étoffes où se combinent des motifs aux différentes teintes obtenues par des teintures végétales (dont la plupart ont été énoncées ci-dessus), sur un fond noir (fils de trame) mordancé à la boue et patiné par battage (une centaine de coups – recto verso – sur tissu humide). Voici (ci-dessous) un exemple de fils de soie (teinte aux écorces de *fukugi*), préparés en vue d'un tissage de type *kasuri* (réserves sur fils, combinés ensuite, sur le métier à tisser) :

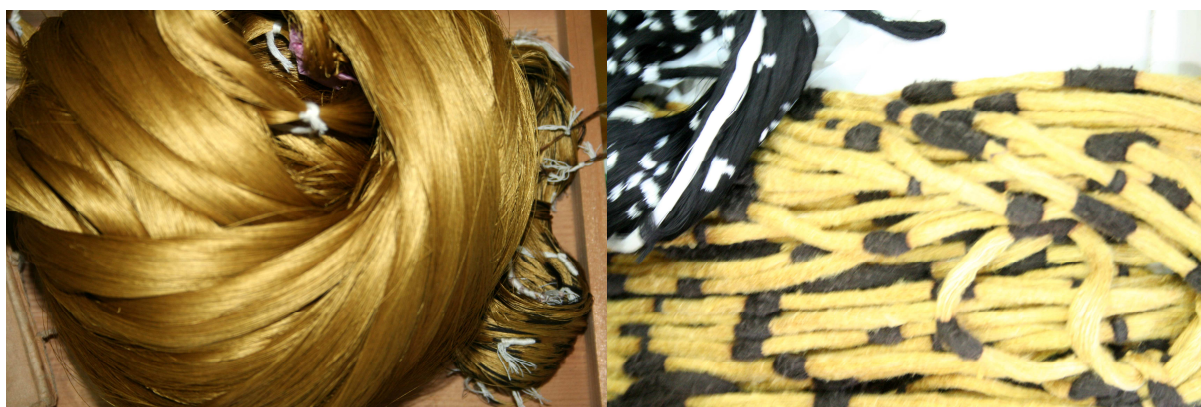


Fig. 42 – Soie teinte au *fukugi* et écheveaux mordancés à la boue (*dorozome*) après avoir effectué la réserve (*kasuri*), pour le tissage du « Kumejima tsumugi » noir et or

Puis, les écheveaux de soie teints au *fukugi* (obtention de tonalités dorées) sont placés sur le métier à tisser, ici comme fils de trame, les fils de chaîne seront les fils « réservés » aux combinaisons noires et blanches ou noires et jaunes :



Fig. 43 – Filage des bobines et métiers à tisser
« Kumejima tsumugi Centre », Kume, 20 juillet 2006.

Le tissage permet la composition de motifs « originaux » (soit, typiques de Hachijô), comme les exemples présentés ci-dessous (étoffes achetées sur place) en témoignent – fils de trame teints au *sharinbai* puis mordancés à la boue (*dorozome*) pour un fond noir :



Fig. 44 – « Kumejima tsumugi » : échantillons

Les motifs « argent » (étoffe de gauche, et en contrepoint sur l'étoffe de droite ci-dessus), sont issus des cendres du bois (tronc) de *yûna* (*Hibiscus tiliaceus*). Les motifs jaunes sont quant à eux issus des feuilles du *fukugi* et les motifs roux des rhizomes du *gûru* [cf. visuels présentés ci-dessous] :



Fig. 45 – Exemples de végétaux employés pour le « Kumejima tsumugi » : *sharinbai* (*Raphilolepis umbellata*), *fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia Spicata*, Hook.) et *gûru* (*Smilax china*).

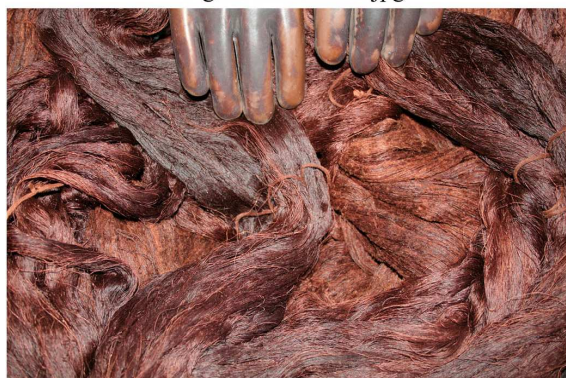
Le *gûru* (*Smilax china*), dont le processus tinctorial a été pris en photo [planche contact ci-dessous] afin de rendre compte du domaine de rouges obtenus, complète la carte de couleurs conçue pour l'île de Kume, à dominante noire (parti pris ici engagé du point de vue de la collecte, axée principalement sur la technique du *dorozome* – échantillons textiles et prises de vue photographiques sur le terrain le jour de l'enquête où la teinture au *gûru* avait lieu) :



01-gurû-macération.jpg



02-gurû-bain.jpg



03-soie-teinte-gurû.jpg



04-cuves-gurû.jpg



05-traces-gurû-.jpg

Fig. 46 – [planche contact] Teinture au *gûru* :
"Kumejima tsumugi Centre",
Kume, 20 juillet 2006.

Le sol rocheux des bords de plage de Kume est nommé *kame* (tortue) : les reflets aux tonalités du bronze sur fond noir rappellent les teintes obtenues avec le *fukugi* (dorés) qui viennent en contrepoint chromatique sur le fond noir des textiles fabriqués sur l'île.

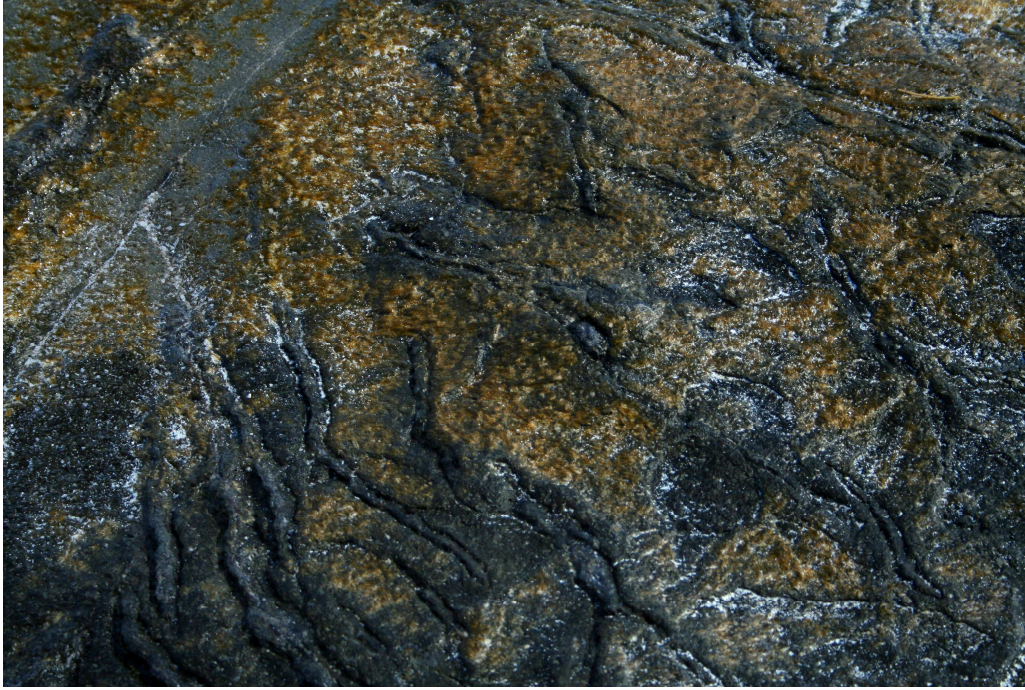


Fig. 47 – Sol de la plage de Kume : *kame* (carapace de tortue)

Cette correspondance de domaines de couleurs se retrouve dans les kimonos fabriqués sous l'appellation de « Kumejima tsumugi » : dominante (fond) noire et motifs rouilles (technique de l'ikat), cuivrés, dorés ; couleurs métalliques qui font écho aux découvertes premières effectuées sur l'île de Hachijō, qui se voient ici devenir contrepoints discrets d'étoffes légèrement patinées, pour des effets humides et un appareil sobre, presque austère.

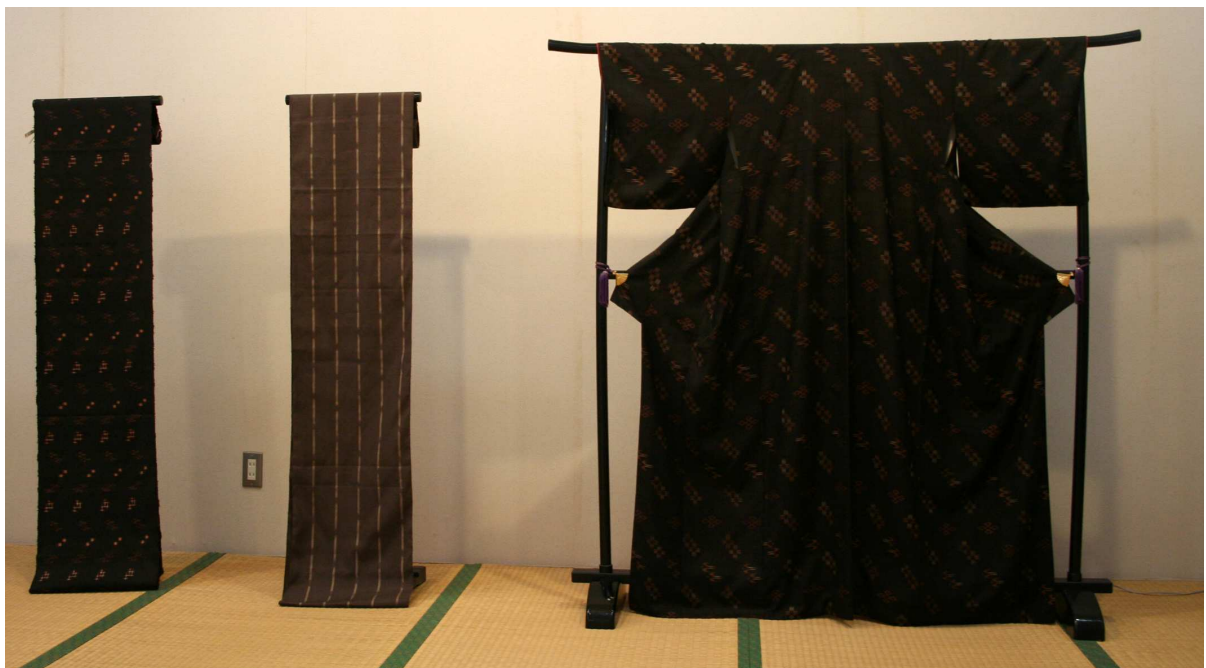


Fig. 48 – Obi et kimono “kumejima tsumugi” : « Kumejima Center of Nature and Culture », 20 juillet 2006.

Le kimono et le *obi* (ceinture) assortis, présentés ci-dessus, sont tissés avec des fils de trame en soie (écheveaux) teinte au *sharinbai*, mordancée à la boue (noir) – *dorozome* – et des fils de chaîne en soie (écheveaux) teinte – selon la technique de l’ikat (*kasuri* en japonais ; technique de teinture sur fils par réserve) – alternativement et selon le protocole correspondant aux motifs souhaités, au *sharinbai* mordancé à la boue (noir), au *gûru* mordancé à l’alun (obtention d’un brun rouge), et, au *fukugi* mordancé à l’alun (obtention d’un bronze doré). L’étoffe tissée est patinée par battage, avant de modeler le kimono ou le *obi*. Cette pratique de la patine amène l’enquêtrice à l’exploration suivante : sur l’île de Miyako, là où la « spécialité textile » est la patine de tissus teints à l’indigo pour la création de kimonos considérés comme patrimoine textile au Japon – certification élaborée et contrôlée, selon le référencement des couleurs « autorisées » et la résistance de la teinture, et, modélisation de la patine (maîtres reconnus et nombres de coups nécessaires à la patine référencés).

d- Île de Miyako : domaine des bleus et des gris – *du rituel codifié de la patine au jeu du hasard et de l’invention dans la teinture*

Cette dernière section correspond à l’exploration de pratiques textiles diverses investissant la teinture à l’indigo sur l’île de Miyako. Elle permet de définir trois « types » de constats factuels, structurant les pratiques et les intentions premières. Telle que, l’institutionnalisation du processus complet, en terme de techniques [les différentes phases sont regroupées au sein d’un même centre : traitement des fibres, filage, travail de réserve, teinture, structuration des fils sur le métier, enduction des fils, tissage, retouches, enduction de l’étoffe, patine, séchage, auxquels s’ajoutent vérification et certification du tissu] pour une conservation de ce savoir-faire particulier à l’île, en terme de *patrimoine textile* japonais. La transmission d’un savoir-faire unique, identitaire de Miyako [la maîtrise de la patine (le *kinuta*) comme technique et connaissance, *tradition* transmise de père en fils, acte du « faire » qui rejoint celui du « rituel » dans sa codification opérationnelle]. Et, l’autonomie du « faire » et l’*invention* [terrains de plantations tinctoriales, expérimentations de différents végétaux et de leurs interactions avec différentes solutions pour l’*invention* de recettes originales, transgression des règles instaurées du point de vue du tissage et de la patine, interactions contextuels (investissement de la cuisine comme laboratoire et recyclage d’une machine à laver pour l’oxygénation de la cuve d’indigo)]. Cette dernière investigation sur le « terrain de la teinture

japonaise » a donc non seulement permis d'établir une saisissante compréhension de la *diversité* mais aussi de considérer la pratique de la teinture comme instauration au sein de laquelle le *hasard* et l'*invention* sont des « paramètres acteurs » (au même titre que les recettes), et de constater en quoi le rôle des femmes dans cette émancipation, du point de vue du *patrimoine* en tant que dogme [lorsque la *conservation* conduit à la sclérose et à l'ennui et que la *transmission* conduit à la perte de sens si ce n'est celui de reproduire le travail autrefois exercé par son père pour une *imitation* se devant d'être des plus « parfaites »], est centrale.

Le point de départ scientifique (de l'ordre de l'anticipation et du « penser pour ») de cette dernière visite était donc au départ d'identifier le *kusu* utilisé sur place au sein d'un processus tinctorial, comme possible similitude avec le *kamala* (*Mallotus philippensis*, en latin), utilisé en Inde pour obtenir une teinte orangée. Ce complément d'information a nécessité des croisements d'enquêtes auprès du professeur Jun Kataoka (université des Ryûkyû), des artisans de Miyako et des ouvrages (cités précédemment) de Seiju Yamazaki sur les plantes tinctoriales. Après ces croisements d'informations, et avant d'aller « sur le terrain », j'ai pu repérer une confusion entre le *kusu no ki* (camphrier, *Cinnamomum Camphora*) et le *kusu no hagashiwa* (*Mallotus philippensis*) : c'est bien le premier qui est utilisé à Miyako, pour lustrer les fibres après la teinture, cette plante ayant les propriétés de parfumer l'étoffe et d'en éloigner les insectes. Cependant, après avoir questionné tous les artisans réputés de l'île, il s'est avéré que cette plante n'est plus utilisée car il semble qu'elle altérerait les tissus. Afin de mener à bien cette étude différents lieux de l'île ont été visités : le Centre de « Miyako *jyôfu* » où tout le processus de création a lieu (filature, teinture, enduction des fils, tissage, patine) et quatre artisans de l'île maîtrisant chacun une technique toute particulière. L'ensemble des investigations (à l'exception de celle chez Mme Mieko Sunagawa) s'est fait grâce au précieux accompagnement de Mlle Minori Aguni (parlant couramment l'anglais), femme autonome et énergique, elle-même investie bénévolement au Centre de « Miyako *Jyôfu* » (par distraction et curiosité pour le savoir-faire de son île).

En effet, le « Miyako *jyôfu* » correspond à cinq disciplines / techniques nécessaires à la conception des kimonos : la filature (*itômi* – faire le fil – et *kuturi* – filage, faire les pelotes), l'ikat (*kasuri* – dessin des motifs et emplacement des réserves sur les fils avant teinture), la teinture (*senshoku*), le tissage (*ori*) et la patine (*kinuta* – frapper, fixer et lustrer). La particularité du « Miyako *jyôfu* » se définit selon ce qui se nomme le *saki zome* (teinture avant un tissage simple) et correspond à quatre types de textiles : de style simple (monochrome),

avec « gros motif original » (*ôgara*), avec « motif original moyen » (*chugara*) et avec « petit motif original » (*shôgara*) ; certain motifs n'ont pas de nom, mais ils sont tous dessinés à partir d'un recueil référentiel datant de 300 ans. Au centre de « Miyako *jyôfu* », seule la teinture à l'indigo est traditionnellement pratiquée, avec des feuilles de *tade ai* (« renouées à indigo », *Poligonum tinctorium* Ait.) ou d'*indo ai* (indigotier, *Indigofera tinctoria* L.), selon la méthode à partir des « coques » de feuilles séchées, nommées *tama ai*. Et, la fibre couramment utilisée est le *chôma* (ramie), filée à la main par des femmes bénévoles. L'enduction des fibres avant tissage se fait avec une pâte à base de colle (amidon), de *funori* (algue), de vinaigre et d'eau ; puis, avec de la graisse de cochon après un premier séchage. Cinq à six mois sont donc nécessaires à la fabrication du pan de tissu destiné à devenir un kimono, il arrive même parfois que le processus dure jusqu'à dix mois. Pour cette « glorieuse » fabrication, fierté de l'île et du Japon, les conditions de travail constatées étaient plus que difficiles : salaires très bas voire bénévolat de femmes au foyer travaillant là par dévouement (soit, pour la conservation du savoir-faire de leur île) et absence d'air conditionné dans l'atelier de tissage pour conserver une certaine souplesse des fibres (grosse chaleur et humidité ambiante nécessaires à la « bonne qualité » du textile) : c'est au prix de longues heures dans une chaleur étouffante, de gestes répétés en cadence et d'une attention des plus consciencieuses, soit d'un véritable *sacrifice*, que l'étoffe luxueuse de Miyako se destine à vêtir les plus hauts dignitaires japonais, pour l'honneur et la survie d'une petite île foisonnante. Pour pouvoir rendre compte du processus de création du « Miyako *jyôfu* », trois planches contacts ont été conçues [présentées dans les pages suivantes].



Fabrication du fil de ramie à la main



Teinture à partir de coques de feuilles d'indigo séchées



Enduction des fils de ramie teints à l'indigo, avant placement dans le métier à tisser

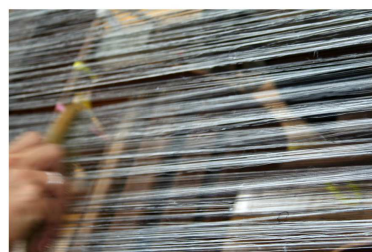


Fig. 49 – [planche contact] Filage de la ramie, teinture à l'indigo des fils réservés (ikat), enduction et peignage des fils teints avant de les placer dans le métier à tisser

Centre de « Miyako jyôfu », Miyako, 16 août 2006.

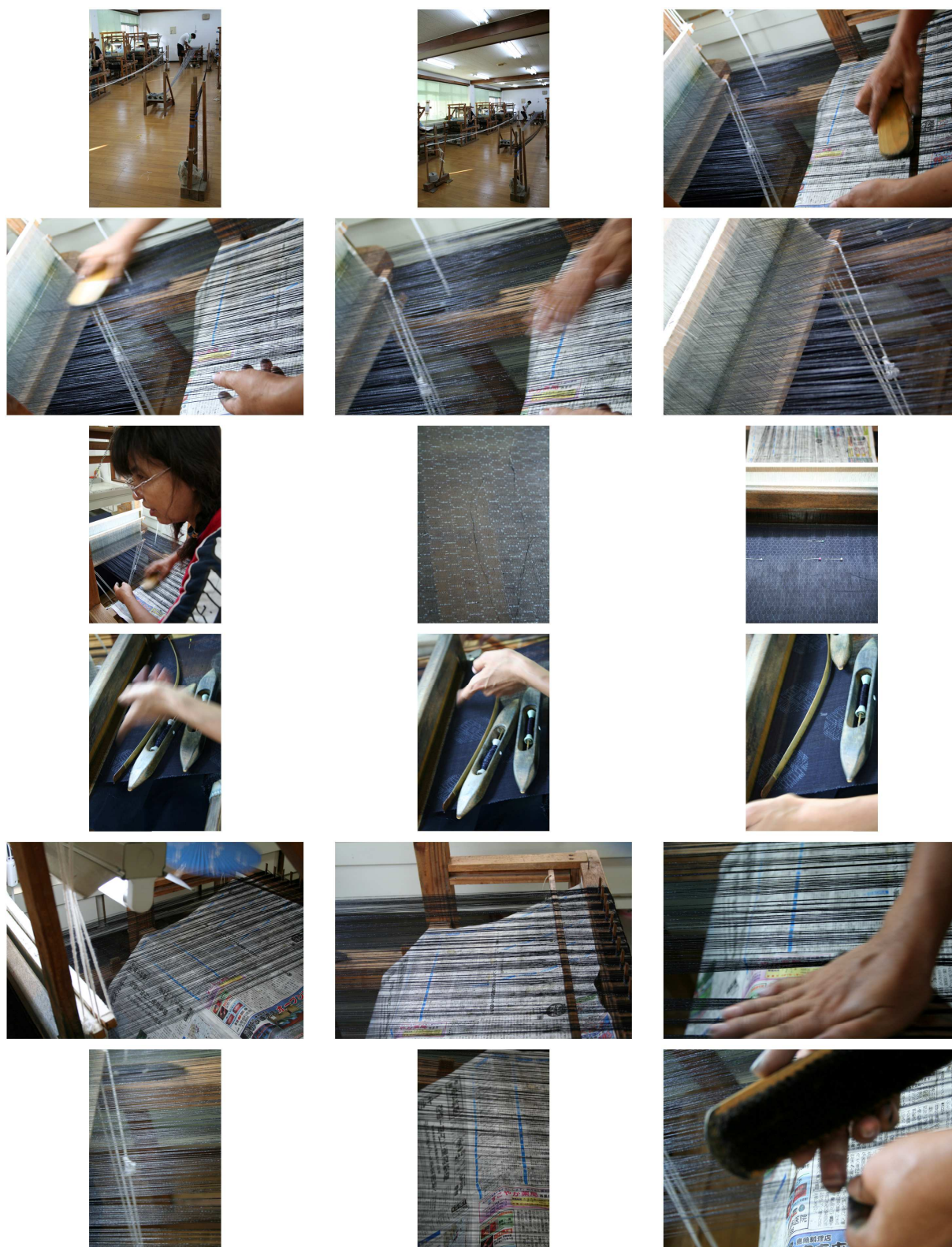


Fig. 50 – [planche contact] Placement des fils teints et enduits dans le métier à tisser, brossage et enduction à la graisse de cochon des fils au fur et à mesure de l'avancée du tissage

Centre de « Miyako *jyôfu* », Miyako, 16 août 2006.

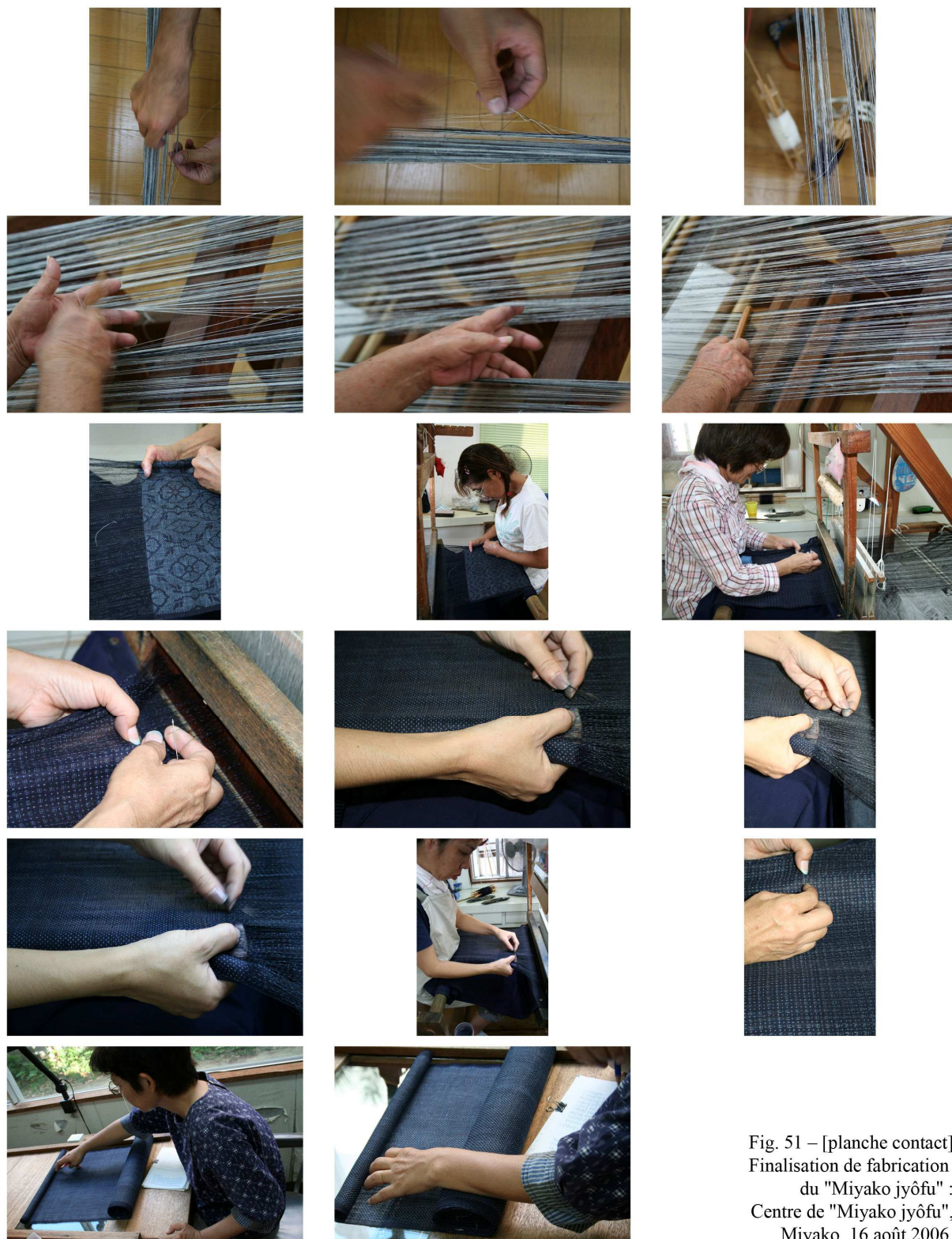


Fig. 51 – [planche contact]
 Finalisation de fabrication
 du "Miyako jyôfu" :
 Centre de "Miyako jyôfu",
 Miyako, 16 août 2006.

Pendant le tissage, il n'est pas rare d'avoir à faire des retouches à l'aiguille, afin d'ajuster l'exactitude des motifs, ce qui rend la tâche des plus longues et méticuleuses. À la fin du processus, un test est mis en place (deux dernières photos ci-dessus) pour apposer l'appellation de « Miyako *jyôfu* », quelques corrections à la main sont alors parfois

nécessaires. Pour mieux comprendre la complexité du processus et plus spécifiquement l'opération de la patine (*kinuta*), la visite suivante a lieu chez monsieur Takeshi Sunagawa, dont le père était, avant lui, un maître de la même technique et la mère tisserande. Au début de l'entretien, il explique comment sont référencés les différents motifs²³⁶ (nominations et classification selon leur taille – « gros » *ôgara*, « moyen » *chugara*, ou « petit » *shôgara*) qui participent [avec la particularité de la fibre de ramie (*chôma*) et de la teinture à l'indigo (recettes et méthodes), du tissage par enduction et de la patine] à ce que l'on nomme le « Miyako *Jyôfu* » ; il montre en particulier quelques uns d'entre eux, tels que : le *kikko* (soit, « carapace de tortue ») et le *metama* (soit, « globe oculaire »), qui font partie des « petits motifs » (*shôgara*).

Fig. 52



²³⁶ Pour rappel, ces motifs sont réalisés grâce à la technique de l'ikat (*kasuri*) : dessin des motifs sur papier et repérage des tracés en vue de la construction à venir par le tissage, réserve des fils avant teinture en différentes étapes – première phase de teinture des fils de chaîne pour l'endroit où apparaîtront les *dessins* (lignes des motifs et de leur combinaison), des parties étant « réservées », et deuxième phase de teinture à l'indigo sur l'ensemble des fils de chaîne, les fils de trame étant uniformément teints à l'indigo.

Puis, Takeshi Sunagawa montre son travail consistant, comme il le dit, « à laver et à battre le tissu » (en l’humidifiant fréquemment) ; il se met en situation afin que nous (Minori Aguni et moi-même) puissions « observer » de quelle manière il procède et de la précision combinée à la force de ses gestes, comptabilisés et notés afin d’atteindre la patine programmée :

Fig. 53



Ainsi, selon le tissu, le nombre de battage n'est pas le même : cela se définit avant de commencer (en tapant trois ou quatre fois dessus pour voir comment il réagit, selon la *nature* de la fibre et la particularité du tissage) et oscille entre 20 000 et 30 000 coups pour chaque pièce (dimensions nécessaires à la fabrication d'un kimono). C'est donc en tapant que les trames se resserrent et donne un aspect chatoyant au tissu, tout l'« art » réside donc à en conserver la rectitude (chaque coup réduit légèrement l'étoffe) et à atteindre la bonne dimension (35 cm, au lieu des 36 cm de départ, avant battage). De plus, il est nécessaire de bien évaluer la brillance exacte à obtenir, selon les critères esthétiques apposés (référentiel et normalisation d'une *tradition*) au « Miyako *jyôfu* ». Il convient aussi de noter que le maillet et la table se font en bois d'*isu no ki* (*Distylium racemosum*) ou *aitu* (en dialecte de l'île), ou en bois de *sharinbai* (*Raphiolepis umbellata*), le choix étant limité à ces trois essences de bois exclusivement : auparavant, ces outils se faisaient en pierre, comme en Chine – dont la technique de base est importée – et c'est donc non seulement d'une volonté de produire un savoir-faire exclusivement propre à Miyako, mais aussi d'expérimentations rigoureuses jusqu'à la définition de modèles, qu'est née en quelque sorte la *charte* d'une telle technique. Cette tâche, effectuée uniquement et *traditionnellement* par des hommes, s'établit en cinq étapes : enduction de graisse de cochon ou de colle (*yagaimo* – à base d'amidon de tubercule) importée de Nago (ville de l'île principale d'Okinawa) ; lavage ; séchage ; humidification ; battage. Fragile, à cause de son enduction et de sa patine, le « Miyako *jyôfu* » se lave à l'eau froide et à la main sinon il réduit et perd de sa qualité. Takeshi Sunagawa précise cependant que les différentes enductions (composées soit à base d'amidon, soit à partir de graisse de cochon) se font avant et pendant le tissage, mais aussi après la fixation de la couleur du tissu teint et tissé (dans un bain de cendres, *tradition* ici), dans un bain de *yabu nikkei* (*Cinnamomum japonicum. ex Nakai*) ou de *matsu no ha* (soit, « feuilles du pin »), lesquelles remplacent le *kusu no ki* (*Cinnamomum Camphora*) qui, selon lui, altérerait trop la couleur. Le motif le plus difficile est le *jujikasuri* qui correspond à de toutes petites croix blanches (emplacements du fil non teints) sur fond bleu très foncé (indigo), d'où la nécessité de faire des retouches fréquentes à l'aiguille²³⁷. Le temps nécessaire à sa fabrication et la complexité du processus de création, ajoutés à la qualité des fibres et des colorants utilisées participent au prix exorbitant d'un tel kimono (environ 3 millions de yens, soit 19 000 euros) et qui fait qu'il n'est vendu qu'au Japon, les habitants de Miyako n'étant pas assez riches pour s'en offrir.

²³⁷ *Jujikasuri* : petit motif en croix obtenu par la technique de l'ikat, nécessitant de nombreuses retouches à l'aiguille ; cf. troisième planche contact des photographies prises au Centre de « Miyako *jyôfu* », p. 197.

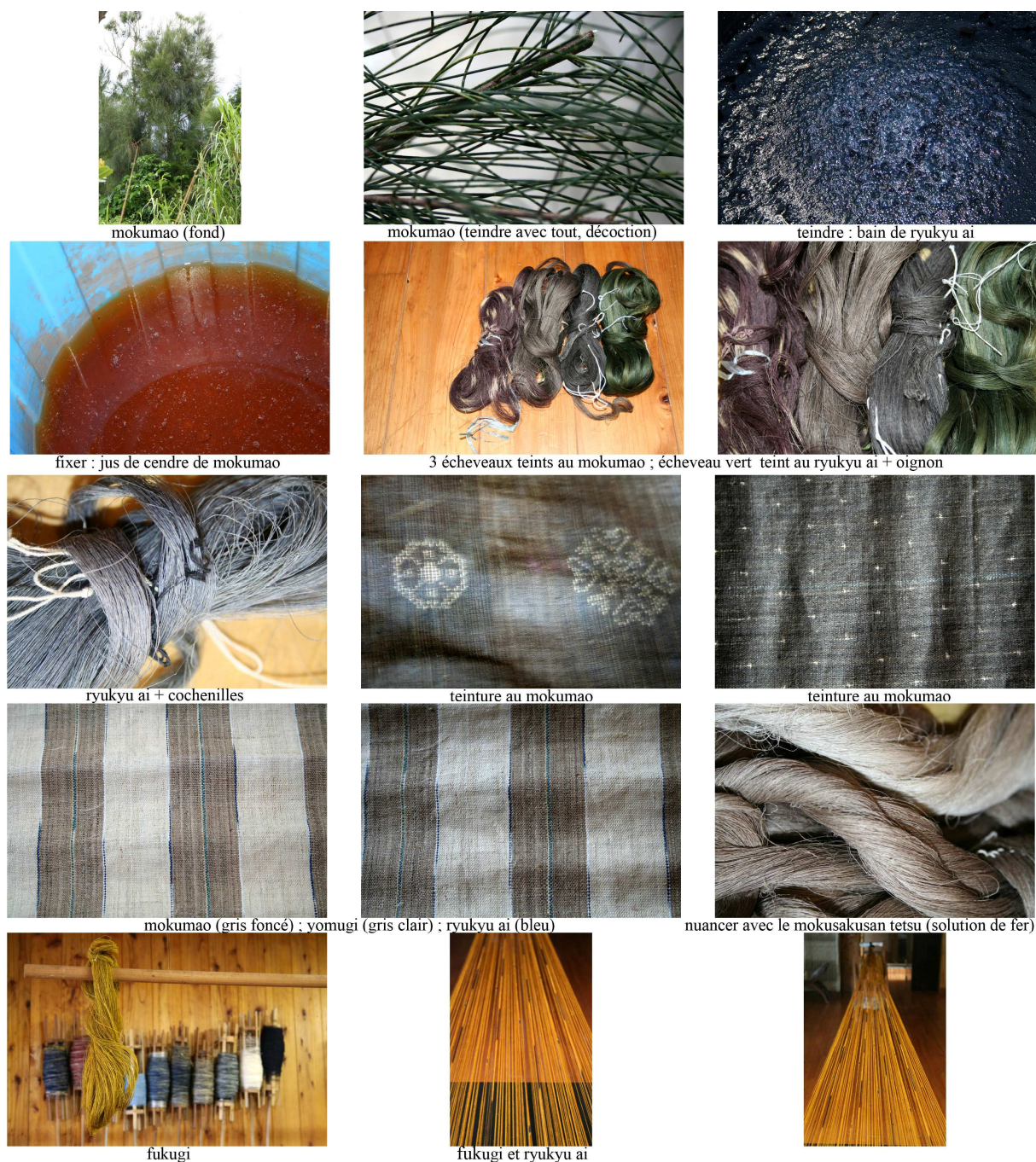
Afin d'enrichir la définition du « patrimoine textile de l'île de Miyako » dans une considération des terroirs et de la diversité des savoir-faire, ne se limitant pas au « Miyako *jyôfu* » (très codifié et ne laissant plus aucune place au *hasard* et à l'*invention*), il semble à présent opportun d'aller à la rencontre de trois autres artisans, trois femmes ayant chacune des spécificités bien particulières liées, au-delà des traditions textiles du lieu, à leurs histoires et implications singulières dans leurs pratiques. La première est Reiko Shinzato, spécialiste de l'ikat, tisserande donc – l'ensemble des textiles sont ici aussi réalisés exclusivement en ramie (*chôma*), herbe qui pousse d'ailleurs, tout près de chez elle (comme le montre une des photographies ci-dessous) –, mais aussi teinturière : elle avoue assez vite son goût prononcé pour les nuances du domaine des gris colorées, les contrastes épurés du blanc et de l'indigo, et les petits motifs ou ponctuations de lignes fines, en écho à son allure sage et discrète, elle-même vêtue ce jour là de gris coloré et de blanc :

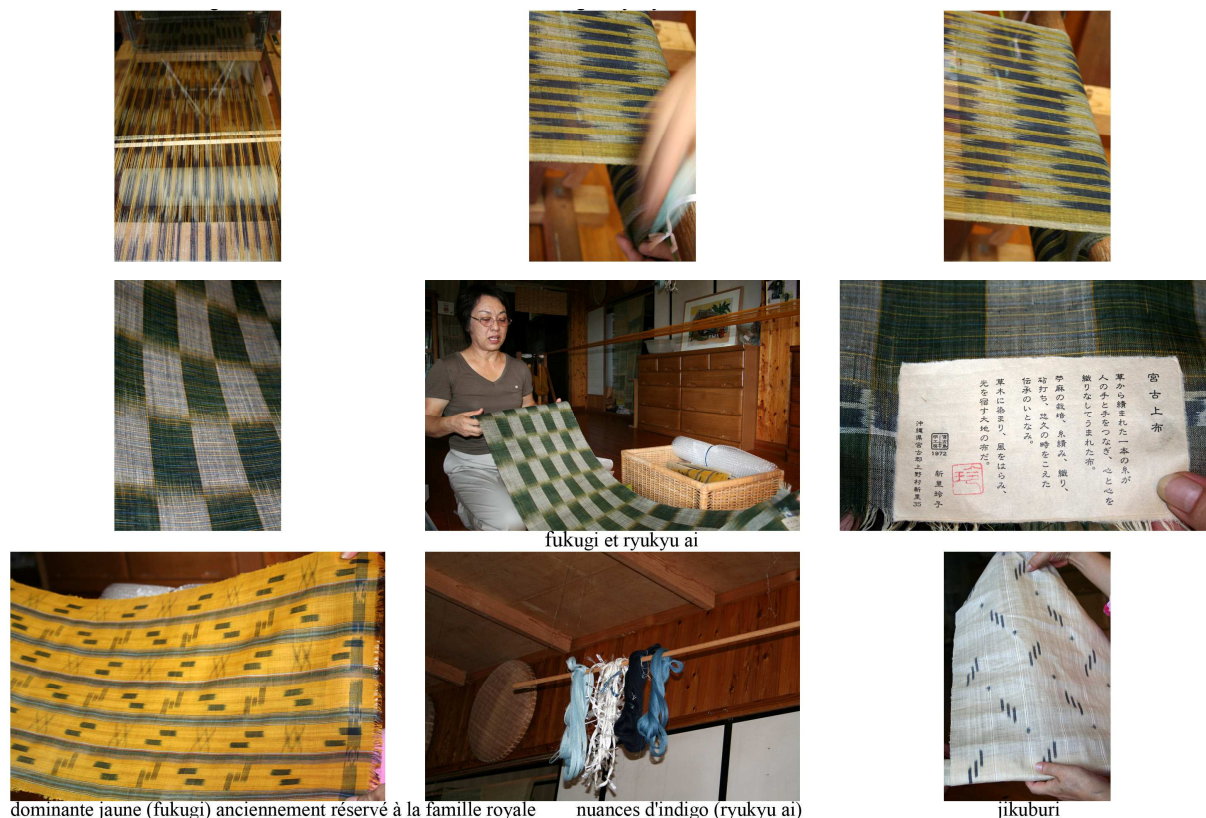


Fig. 54 – R. Shinzato : *yusu no ki*, *getto*, *sôshiju* (plantes tinctoriales) et *jikuburi* (ikat – petits motifs)

Elle *nous* (Minori Aguni et *moi-même*) avoue cependant ce qu'elle nomme son « exception d'amour » pour une couleur saturée, qu'elle ne peut dissocier de son symbole : le « jaune du royaume des Ryûkyû », celui obtenu avec le *fukugi*, teinte dorée presque cuivrée, chatoyante et vive, qui laisse percevoir dans l'œil de *notre* hôte un léger scintillement. Elle *m'accompagne* alors à la compréhension de son « faire » de la couleur en n'hésitant pas à me faire observer quelques végétaux aux alentours de sa maison, qu'elle va jusqu'à cueillir parfois pour *me* permettre de les identifier *a posteriori* (lorsque ni moi ni Minori Aguni ne parvenons sur le moment à les *traduire*) :

Fig. 55 – [planche contact 1/2]





dominante jaune (fukugi) anciennement réservé à la famille royale nuances d'indigo (ryukyu ai)

jikuburi

Fig. 55 – [planche contact 2/2] Gris (*mokumao*), bleus (*Ryûkyû ai*) et « jaune des Ryûkyû » (*fukugi*)
Atelier de Reiko Shinzato, Miyako, 15 août 2006.

Reiko Shinzato, spécialiste de l'ikat, s'est donc révélée être une « amoureuse des gris », qu'elle nuance parcimonieusement avec des mordants : du *mokusakusan tetsu* [solution de cendres de bois de *mokumao* (Pin australien, *Casuarina equisetifolia*) et d'acétate de fer] et du *sakusan alumi* (acétate d'alumine), à différents degrés de mélanges. Les nombreuses plantes qu'elle utilise n'ont donc pas pu toutes être identifiées sur place car elles n'étaient pas répertoriées dans les ouvrages de référence de Seiju Yamazaki, et nul n'a su me dire alors comment les traduire. Ces plantes non identifiées figurent sur les photographies (cf. les deux premières planches contact concernant le travail de Reiko Shinzato) ou ont été cités au cours de l'*entretien* comme source des couleurs observées : le *mokumao* (résineux poussant à Okinawa, Taiwan et Miyako ; teintes de gris, bronze et proche du noir ; identifié *a posteriori* comme étant le « Pin australien », *Casuarina equisetifolia*), le *yomogi* (pour des nuances de brun et de gris clairs ; identifié grâce à la rencontre suivante comme étant l'*Artemisia prinoeps*), le *gettô* (pour des bruns rosés ; identifié *a posteriori* comme étant l'*Alpinia zerumbet*, nommé en français « fleur de mon âme », « larmes de la vierge », « fleur du paradis », ou encore « gingembre coquille »), le *sôshiju* (pour des bruns) et le *susuki* (pour des beiges ; identifié *a posteriori* comme étant l'Eulalie ou « Roseau de Chine », *Miscanthus*

sinensis). Le *mokumao* est le végétal le plus utilisé : comme plante tinctoriale (décoction et ébullition de toutes ses parties) mais aussi comme fixatif (bain venant après teinture), sous la forme de jus de ses cendres. Ce bain transforme inconditionnellement les couleurs ; il participe donc activement au domaine chromatique observé ici, d'où l'importance de parvenir à l'identifier. Elle souligne qu'il lui arrive aussi d'utiliser de l'*awamori* (alcool de riz okinawaïen) pour fixer en fin du processus tinctorial ; le choix du fixatif dépend de la teinte qu'elle souhaite obtenir et c'est son expérience qui lui permet de jouer sur tous les paramètres avec dextérité. La seconde femme visitée, Michiko Nakasone (teinturière et tisserande), a une démarche qui se détache du « mouvement traditionnel » de ses collègues travaillant pour la survivance du « Miyako *kyôfu* ». En effet, elle fait des tissages complexes (et non simples, comme c'est l'une des règles du tissu typique) : son design *moderne* de motifs (elle crée elle-même ses motifs et ne se réfèrent donc pas à des référentiels traditionnels) pour kimono se vend très bien à Tôkyô. Ainsi, elle aussi fait toutes ses créations textiles en fibre de ramie (comme tous les artisans de Miyako), sauf qu'elle ne la patine pas : elle souhaite conserver les particularités matte et sèche de la fibre, qui sont pour elle des qualités ; et, elle désapprouve le battage du tissu qui selon elle l'affine trop. De plus, l'effet brillant conféré par une telle patine est à l'origine importée de Chine ce qui ne correspond pas aux modèles esthétiques japonais pour qui, selon elle, la brillance est vulgaire. Et, elle utilise cependant comme ses confrères insulaires des colorants exclusivement végétaux, pour lesquels, en revanche, elle s'approvisionne quasiment exclusivement à Tôkyô : elle n'utilise donc que très peu des plantes de l'île, comme notamment la garance (*Rubia akane*), qu'elle achète sous forme de racines séchées. Elle participe donc à un autre monde du textile japonais : celui qui est « à la mode » et que les magazines de type « art de vivre » citent à titre d'exemple. Car elle cumule un cadre de vie « paradisiaque » pour des citadins (une petite île où il fait toujours soleil), des techniques de tissage traditionnelles, l'usage de matériaux dit « naturels » (bons pour la peau et non polluants) et l'*invention* de motifs originaux et sobres : une véritable carte postale de l'objet de consommation idéal, éthique, « authentique » et *moderne*. Même si dans le milieu du textile traditionnel, personne n'est dupe d'une telle image, la finesse de son travail est indéniable et ses créations originales, même si cela ne participe pas à ce qui est défini comme « patrimoine textile de Miyako », célèbre au Japon. D'un point de vue de l'*enquête*, pour dresser une cartographie chromatique, il serait donc ambiguë de placer son travail dans la même localité géographique que les autres artisans (le fait qu'elle n'utilise pas les plantes locales évince la notion de *terroir* dans la compréhension de sa pratique), mais c'est pourtant le parti pris qui sera engagé ici pour, au contraire, mettre en relief la diversité de cette île (qui

n'a pas cessé de *m'étonner* par son matriarcat incontestable et le dynamisme ambiant qui y régnait) et de la coexistence indéniable entre des pratiques dites « traditionnelles » et d'autres d'avantage dans « l'ère du temps », comme l'exemplifient [ci-dessous] les échantillons d'étoffes pour kimonos et textiles d'intérieur [« art de vivre »], créées par Michiko Nakasone :

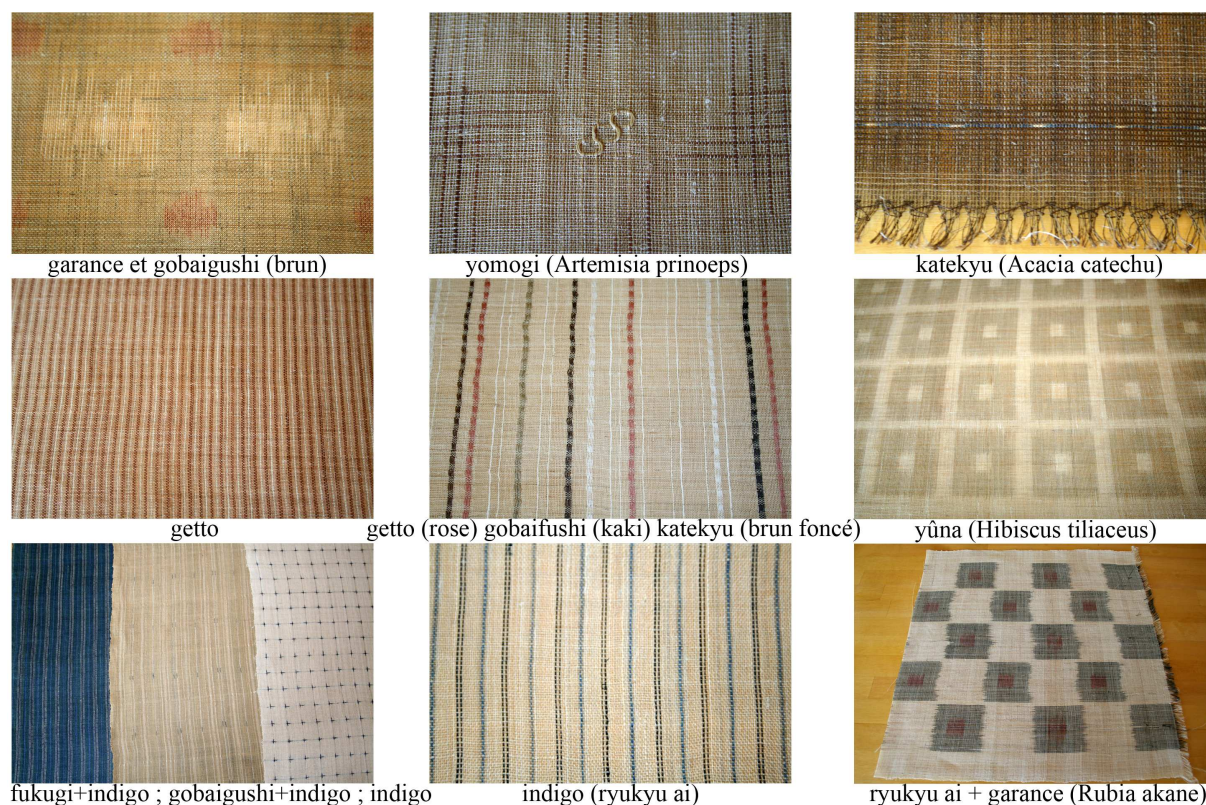


Fig. 56 – Motifs textiles contemporains pour kimonos et « art de vivre » (fibres et colorants végétaux)

Pour obtenir ces tonalités, elle utilise de nombreux végétaux tanniques : le *gobaigushi* (noix de galls du sumac de Chine, *Rhus chinensis*) donnant des nuances de bruns jaunâtres, à nouveau le *gettô* (*Alpinia zerumbet*) pour des nuances de bruns rosés et le *yomogi* (*Artemisia prinopeps*) pour des nuances de brun et de gris clairs. De plus, le brun obtenu par le *katekyu* (*Acacia catechu*), qu'elle nomme *cha iro* (soit, « couleur de thé ») est très utilisé par la jeune femme, comme par beaucoup de teinturières actuelles rencontrées sur l'île principale d'Okinawa (telle que Michiko Uehara). Cette dominance de tonalités de tabac, de beiges et de gris participe au domaine chromatique de l'ombre, qui n'en finit pas d'être « le sommet de la sobriété et de l'élégance » au Japon, « préférence » *traditionnelle* s'il en est²³⁸. De plus, elle utilise aussi le *katekyu* (*Acacia catechu*) pour obtenir des tonalités allant jusqu'au noir, grâce à

²³⁸ Au sujet de la construction d'une forme de « tradition du goût japonais », comme *fiction* esthétique issue d'une « décontextualisation » des symbolisations liées à des usages et des pratiques singulières, cf. « partie transition », chapitre I.1, pp. 256-270.

l'ajout de fer au cours de l'étape de fixation. Au cours de l'entretien, Michiko Nakasone a aussi rajouté que le design de motifs pour kimono doit rester classique mais qu'en revanche il est possible de créer des *obi* (ceintures) aux motifs plus originaux. Ces motifs sont réalisés par la technique de l'ikat (design de motifs préalable à l'étape de teinture et de tissage) et parfois grâce à la broderie, en fin de processus de création (comme l'exemple figurant sur le deuxième échantillon présenté dans la planche contact précédente, teint au *katekyu*). Afin de mieux cerner le *profil* de Michiko Nakasone, il est important de montrer le lieu où elle travaille ainsi que quelques uns de ses gestes au cours de l'opération de tissage :

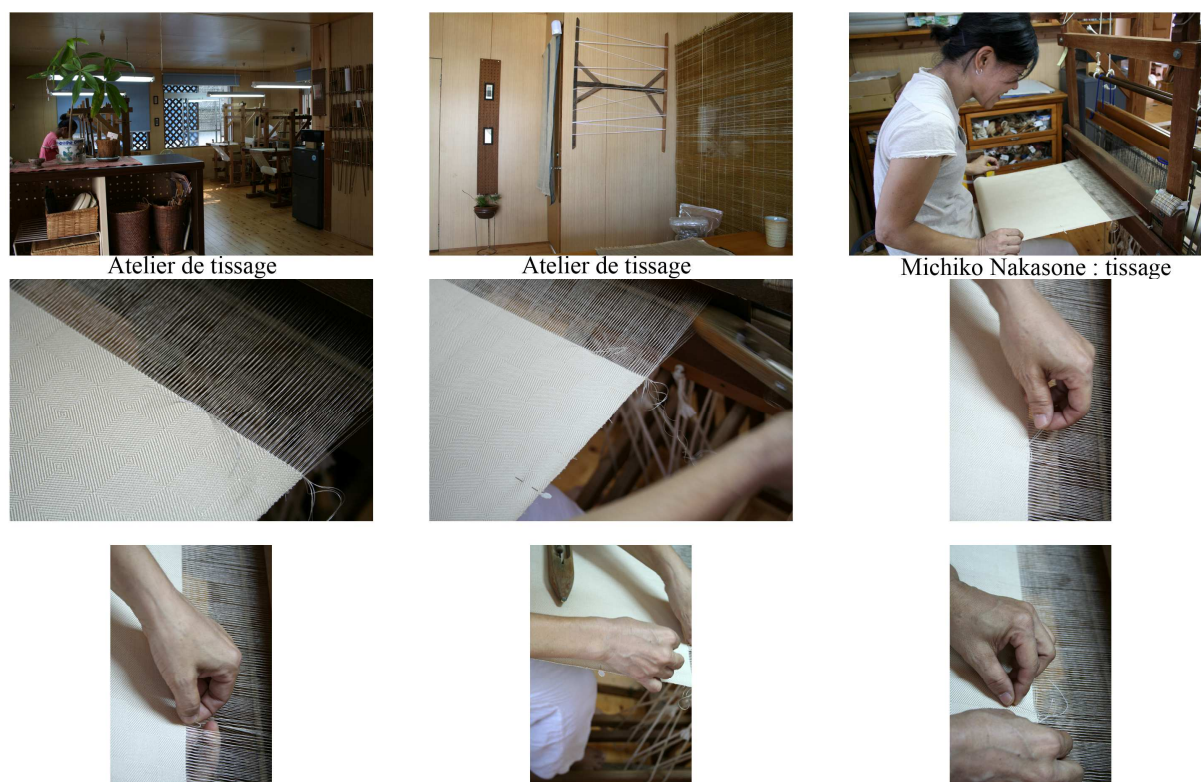


Fig. 57 – « Ombre et lumière », *tissage d'épure*

Les domaines chromatiques des blancs, des bruns et des gris (jouant sur le *paradigme japonais traditionnel* « ombre – lumière »), symboles – qu'il serait alors plus juste de nommer « codes » – d'élégance encore d'actualité au Japon, communiquent les « vertus nationales d'humilité et de finesse » pour bon nombre de consommateurs. Ainsi, quelle ne fut pas *ma* surprise en rencontrant la troisième tisserande et teinturière, au *profil* bien différent : Mieko Sunagawa. Celle-ci joue avec le *hasard* (soit, l'inattendu, l'imprévisible) et s'attache aux couleurs saturées pour des contrastes dynamiques : teindre pour elle c'est comme faire la cuisine, d'ailleurs elle teint dans sa cuisine. Grâce à cette *rencontre* la question de

l'intervention du *hasard* comme « paramètre acteur » de l'instauration tinctoriale a pu être exemplifiée à différents niveaux. Si la teinture et la cuisine sont des pratiques qui permettent toutes deux de mettre en relation des recettes (lieu de la connaissance, de la *mémoire*, voire du *patrimoine*) et l'*invention* (lieu de l'« imagination-crédation », des expérimentations, des détours et des « trouvailles »), et de faire des aller-retour dans son jardin ou potager pour y cueillir ce qui permettra d'obtenir les couleurs / les mets désirés, elles en appellent aussi au *hasard*, voire au *chaos*, auquel ce qui se passe dans la cuve ou le faitout lui-même renvoie : « *x* antérieur à toute idée d'ordre ou de désordre »²³⁹. De ce point de vue, et considérant la matière en mouvement dans la cuve, le *hasard*, qui correspond ici d'avantage au quatrième niveau de définition donné par Clément Rosset, renvoie à « la perte de toute référence »²⁴⁰, certes l'absence de tout référentiel est ici localisé (dans la cuve du teinturier ou le faitout du cuisinier – hors c'est bien là où « tout » se passe), mais (si cette absence n'est cependant pas ignorée), elle permet néanmoins de transformer l'ensemble de l'instauration tinctoriale, ou plutôt d'en comprendre le caractère immaîtrisable, imprévisible, obscur (au même titre que d'en connaître les règles, la *poétique* liée à la connaissance transmise et résultant de l'expérience). Et c'est justement ce *hasard* que Mieko Sunagawa a non seulement constaté dans sa pratique, mais a aussi « laissé s'épandre » (dépassant le *tragique* d'un tel constat) : élargissant ses expérimentations, ouvrant sa liberté de « jouer avec », et permettant à l'*invention* de naître, évinçant le problème de la résistance propre à la « maîtrise des gestes » et aux *traditionnels* enseignements, bref, lui permettant de s'émanciper de tout dogme solidement lié au métier de teinturerie. Liberté qui participe aussi à son engouement à transmettre, confirmé par le nombre d'enfants et de jeunes gens qui viennent chez elle pour *découvrir* la teinture et expérimenter différentes techniques. Lors de *ma* venue (*je* suis venue seule, sachant qu'une de ses stagiaires parlait français), elle n'hésite pas à donner ses recettes dans les détails et même à montrer, en parlant, comment ça se passe dans la casserole (qu'elle utilise pour ses expérimentations tinctoriales). Grâce à cette *rencontre* le processus tinctorial de l'indigo *m'*apparut d'un seul coup beaucoup moins complexe et « mystérieux », alors que je l'avais étudié maintes fois avec mon professeur japonais et observé chez bon nombre d'artisans, mais récoltant toujours dans leurs discours nombre de contradictions ou de zones obscurément confuses. Mieko Sunagawa est un cas particulier dans le monde des artisans textiles japonais, elle n'hésite pas à « tout » raconter de sa pratique, des détails des recettes aux moments d'attente non mesurés, aux températures « variables ». Le fait qu'elle est vécue

²³⁹ Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), p. 72.

²⁴⁰ *Ibid.*, p. 77.

en Afrique pendant quelques temps n'y est sûrement pas pour rien, mais sa simplicité et sa vigueur contrastaient avec la rigueur et la fierté de bon nombre des autres artisans visités et c'est aussi cela qui m'a permise de « véritablement » la *rencontrer*. Une jeune stagiaire présente à l'atelier, Setsuko Takazawa (ayant enseigné le tissage pendant huit ans en Afrique), m'a d'ailleurs précisé l'« originalité » enrichissante de *son* maître : « Elle laisse sa chance aux matériaux et au hasard. Elle ne veut pas contrôler. » Elle confère au matériau tout son potentiel en tant que « paramètre acteur » central dans toute pratique, duquel elle *écoute* patiemment la particularité du « son », du parfum, voire de la saveur, lorsqu'il se transforme au gré du changement de température, mais aussi de son évolution lorsqu'il est encore végétal, enraciné dans la terre qu'elle entretient elle-même [elle cultive elle-même l'indigo – *indo ai* (*Indigofera tinctoria* L.) – nécessaire à sa pratique tinctoriale] :



Champ de Mieko Sunagawa : indo ai (*Indigofera tinctoria* L.)



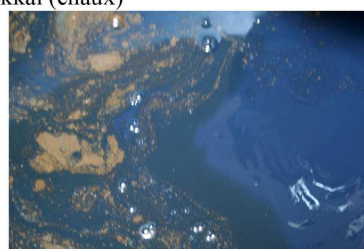
"on ramasse les feuilles quand c'est la floraison"



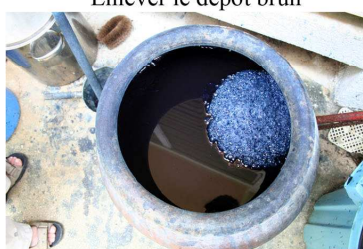
Cuves d'indigo : jus des feuilles d'indo ai macérées + sekkai (chaux)



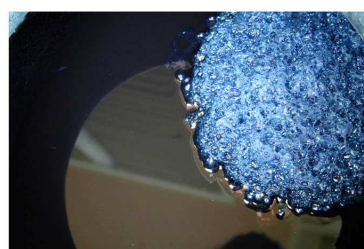
Enlever le dépôt brun



Jus de cendre de mokumao : ph 11,4



Pâte d'indigo récupérée + jus de cendres



Ajouter du miel et un verre d'awamori

Fig. 58 – L'*indo ai* du jardin à la cuve : la teinture à l'indigo selon Mieko Sunagawa

Cour et jardin de Mieko Sunagawa, Miyako, 16 août 2006.

Compréhension du matériau, expérimentations, intervention du *hasard* : la pratique de Mieko Sunagawa, exception japonaise du point de vue de la méthode, exemplifie en quoi le « faire » tinctorial rejoint l'instauration créatrice, mettant ainsi en relation démarches artisanale et artistique, et nourrissant la construction de l'ethno-poïétique comme étude de *poiésis* « en train » au sein d'*ethnos* distinct. Du point de vue de la *poétique* du « faire » comme processus identifié, cette première planche contact permet de voir les différentes phases nécessaires à la teinture à l'indigo selon Mieko Sunagawa : recouvrir les feuilles d'eau et laisser macérer pendant 3 jours ; récupérer le jus et le mélanger avec de la chaux (environ 200 g pour 40 l) pendant 1 h 30 en machine à laver (outil recyclé – *invention* pointée, comme solution *trouvée* en réponse à un problème, de l'ordre de l'exploration opératoire) ; laisser reposer le jus pendant 1 jour en enlevant le dépôt brun en surface régulièrement ; vider l'eau et conserver la pâte (environ 10 l) déposée au fond ; transvaser cette pâte dans un pot en terre (contenant 50 l) et la couvrir d'eau mélangée à du jus de cendre de *mokumao* (*Casuarina equisetifolia*) pour un PH de 11, 4 ; ajouter à ce jus une cuillère à soupe (environ) de miel et un verre d'*awamori* (alcool de riz okinawaïen) ; laisser reposer pendant 10 jours, en remuant le jus matin et soir quotidiennement ; le bain est prêt à servir à la teinture. Mieko Sunagawa explique qu'elle cultive de l'*indo ai* car il donne un « bleu plus profond que le *Ryûkyû ai* » (*Strobilanthes cusia* O. Kuntze / *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine) et qu'il est aussi « plus facile à faire pousser » ; elle s'est approvisionnée en graines à Ishigaki (autre île des Ryûkyû). De plus, pour avoir un bleu foncé, elle recommande une teinture préalable au jaune, avec le *fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia picata* Hook.) : pour 100 g de fibres (ramie), 40 g de *fukugi* et environ 3 l d'eau ; faire bouillir les feuilles avec quelques écorces quelques minutes, par trois fois ; filtrer et laisser refroidir ; mettre les fibres dans le jus et le porter à ébullition, arrêter la cuisson aussitôt et laisser reposer 1 heure environ ; mettre 10% du poids de la fibre en *sakusan alumi* (acétate d'alumine) dans de l'eau et y tremper les fibres, pour fixer la couleur ; rincer les fibres à l'eau claire et les reteindre selon le même procédé (porter à ébullition et stopper aussitôt la cuisson) ; laisser reposer les fibres dans le jus toute une nuit.



Tremper les fibres dans le sakusan alumi



Rincer les fibres à l'eau claire



Fig. 59 – La teinture au *fukugi* selon Mieko Sunagawa

Concernant toutes ses recettes de teinture (hors mis l'indigo au processus particulier), Mieko Sunagawa procède toujours à une fixation après un premier bain de teinture, et non avant comme la plupart des teinturiers, un mordantage préalable permettant de moins « perdre » de couleur. Ainsi, elle fixe toujours ses couleurs avec une solution d'alun entre deux bains de teinture minimum, car pour obtenir des couleurs saturées il n'est pas rare qu'elle procède à plusieurs bains successifs après le mordantage. Par exemple, pour obtenir du vert elle effectue une succession de bains de feuilles de *fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia picata* Hook.) suivis de différents trempages dans une cuve d'*indo ai* (*Indigofera tinctoria* L.), pour l'obtention de domaine des bleus elle utilise donc l'*indo ai*, pour le domaine des jaunes du *fukugi*, pour le brun des écorces de palétuvier (*Rhizophora mucronata*), pour le brun rosé du *gettô* (*Alpinia zerumbet*), pour le domaine des oranges un bain de *fukugi* puis un bain de pelures d'oignons (décoction des pelures recyclées) ou de cochenilles achetées en magasin.



Fig. 60 – Chroma maximum pour colorants « naturels » [ramie patinée]

Comme le montrent ces échantillons, elle procède souvent à une succession de bains de teinture pour une saturation des couleurs maximale, en d'autres termes, elle utilise jusqu'à épuisement les propriétés colorantes des végétaux (et parfois animaux, pour les roses notamment, avec la cochenille mexicaine). L'aspect quasiment à chaque fois brillant des

tissus correspond à la patine qu'elle leur applique, avant le tissage. En effet, concernant la fibre, elle utilise toujours du ramie, achetée chez des grands-mères fileuses de l'île. Et, parce que la ramie est rêche, elle est difficile à tisser et nécessite une enduction [traditionnellement à Miyako, on utilise une colle vendue par une seule personne, qui refuse d'en donner la composition et la recette]. C'est donc cette fameuse « colle » qui était utilisée au centre de « Miyako jyôfu » et à propos de laquelle Takeshi Sunagawa (spécialiste du *kinuta*) avait donné quelques informations complémentaires quant à la composition (algue et amidon de tubercule...). Cette colle fabriquée exclusivement à Miyako, au départ pour faciliter le tissage de la ramie, participe au patrimoine textile singulier de l'île (couleurs brillantes).



Rincer la chôma (ramie) teinte au fukugi (*Garcinia subelliptica*)



Trier les fibres pour le tissage



Fig. 61 – « La femme araignée » : démêler les fibres teintes pour le tissage

Cour de Mieko Sunagawa, Miyako, 16 août 2006.

La particularité de cette planche contact est qu'elle met en relief la « fictionnalisation active » propre à l'« enquêtrice-conceptrice » : mise en relation sur le terrain des gestes de la tisseuse avec ceux de l'araignée. Au cours de l'*observation* des gestes de Mieko Sunagawa, *mon* regard n'a pas tardé à faire des va-et-vient entre la tisserande et l'araignée tropicale tissant allègrement sa toile au-dessus de sa tête. Cette mise en correspondance de la femme araignée est née de la prégnance de l'acte menée par Mieko : c'est par sa relation au matériau, dans une interaction signifiante non contrôlée [gestes quasi mécaniques], que l'acte de création s'instaure, au-delà même de l'objectif premier de l'action, à savoir, celui de tisser une étoffe. Comment trouver un exemple plus parlant que celui-ci pour faire le lien déjà entre la femme tisseuse et la femme chamane ? Le cheminement de *mes* enquêtes semblait au départ se dessiner en fonction de *mon* instinct [considération propre à l'immersion] puis, dans une certaine forme de mise à distance, la mise en relation m'apparut inhérente aux deux démarches [comme objets de ma recherche], en tant qu'instaurations féminines tissant *secrètement* (dans l'ombre, au sein d'un laboratoire, d'un atelier, d'une cuisine ou au fond d'une forêt, aux abords reculés d'une plage) des liens, des structures propices au surgissement.

Et, c'est la plante qui s'est trouvée être le nœud matériel, le croisement, de toutes ces actions : chacune de ces femmes passant leurs journées en lien avec la fibre de ramie, les doigts agiles sur chaque fil, quotidiennement, comme des musiciennes silencieuses et sages : le temps s'est arrêté. Comment ne pas penser à Pénélope, Parque à rebours, qui tisse et détisse sans fin la toile d'un passé sans cesse renouvelé et en même temps figé dans un présent en suspend ? Pourtant, en rencontrant toutes ces femmes, jamais ne *m'*est venue la sensation d'un passé sauvegardé et poussiéreux, tout ce que j'ai pu constater à chaque fois c'était l'engouement, la créativité, le plaisir même de ces créatrices au labeur quotidien : *mémoire* mise en acte par l'*imagination* et le « faire ». Comment par ce rituel quotidien (gestes répétés jour après jour) ne pas rentrer dans une forme de transe ? Comment ces femmes rencontrées – et particulièrement les tisserandes du centre de « Miyako *jyôfu* » – ont-elles toujours cette curiosité et ce don spectaculaire d'être au monde, au présent ? Le *kairos*²⁴¹ n'est-il pas à l'origine ce qui désigne l'ouverture entre les fils de chaîne et les fils de trame dans le métier à tisser ? C'est par là que quelque chose peut arriver, alors que l'on ne l'attendait pas. Cela *me* ramène au souvenir des longues heures passées durant l'enfance à lutter contre le sommeil,

²⁴¹ Cf. Richard Broxton Onians, *Les origines de la pensée européenne, Sur le corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin*, Paris, éditions du Seuil, 1999, pp. 408-409. Et, concernant la notion de *kairos* en relation au tissage et aux formes de chamanisme particulières à certaines îles des Ryûkyû, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

silencieuse à la table des conversations interminables des adultes, dans l'attente que quelque chose se passe et me surprenne. Inlassable, *rien* n'a pourtant jamais *surgit*. Peut-être est-ce justement pour cela que *ma* curiosité ne s'est jamais tarie ? Et pourtant, au gré de ses réflexions, rien ne peut cependant relater avec précision ce qui a bel et bien surgit au premier pas posé sur l'île d'Okinawa : un passé retrouvé ? Un rêve éveillé ? *Rien* de tout cela. Néanmoins, c'est une forme de surgissement et son retour à différents moments de l'immersion qui *m'*ont donnée l'énergie nécessaire à vouloir tout du long défiler sans cesse les trames resserrées de ce que *chacun* des acteurs *rencontrés* « sur le terrain » me donnait comme étant « ce qu'il fallait voir ».

Ainsi, si la seconde section de ce chapitre a permis de sortir des jalons de l'institution pour investir des lieux reculés, méconnus, afin d'identifier des techniques tinctoriales singulières utilisant des végétaux locaux et de constituer une collection de « couleurs matières » liées à des *terroirs*, la section suivante va permettre de mieux *comprendre* de quel système d'interactions il s'agit entre le milieu dit « naturel » et les Japonais, et plus particulièrement, les Japonaises qui « fabriquent le terroir », le construisent en un espace géographique délimité, « font » elles aussi l'histoire. En ce sens, de tels *processus*, ou plutôt *instaurations*, ne pourraient être seulement assimilés à la seule dite « tradition » : « les terroirs sont des espaces vivants et innovants »²⁴². Autrement dit, le « faire » des teinturières, des tisserandes, mais aussi des chamanes, bien qu'il corresponde en partie à des *poétiques* (recettes, gestes répétés, voire rituels, permettant de définir et d'identifier des *processus*) au sein desquelles (comme nous l'avons vu au sein de cette section) des *innovations* (transformation de l'*existant* – poétiques repérées et « patrimoine » institutionnel identifié – par l'introduction de quelque chose de *nouveau*) peuvent être pointées, [le « faire »] est aussi une *instauration* au sein de laquelle des *inventions* (« découvertes » et articulations avec l'imagination) et le *hasard* sont des « paramètres acteurs ». Ainsi, si les *processus* du « faire » sur le terrain du chamanisme sont nommés « rituels » (gestes répétés, cycles), il convient alors d'ouvrir la définition de la notion de *rituel* à l'*instauration* : structure repérable, identifiable comme « chamanisme » dans une mise à distance, qui se révèle au chercheur comme étant aussi et d'abord un « faire en acte » singulier duquel peut surgir le *hasard* – au sens de *casus* – et s'*invente* dans une histoire en construction. C'est donc le va-et-vient (du point de vue de la posture du chercheur)

²⁴² Cf. la définition de la notion de *terroir* conçue par l'Institut de Recherche en Agronomie et l'Institut Nationale des Appellations d'Origine Contrôlée, rendue publique au cours des *Rencontres Internationales Planète Terroirs à l'UNESCO – 2005*, Actes des Rencontres Internationales à l'UNESCO, Paris, le 10 novembre 2005, cf. [Actes en ligne], <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001543/154388f.pdf>, p. 26.

qui permet de « trouver » en chaque savoir-faire des structures (attentif à des *ressemblances*) mais aussi les « richesses de la diversité »²⁴³, attentif à la « mise en œuvre » de celui qu'il [le chercheur] observe, voire *rencontre*.

²⁴³ Cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 45.

Le langage en qui parle l'origine, est essentiellement prophétique. Cela ne signifie pas qu'il dicte les évènements futurs, cela veut dire qu'il ne prend pas appui sur quelque chose qui soit déjà, ni sur une vérité en cours, ni sur le seul langage déjà dit ou vérifié. Il annonce, parce qu'il commence. Il *indique* l'avenir, parce qu'il ne parle pas encore, langage du futur, qui toujours se devance, n'ayant son sens et sa légitimité qu'en avant de soi, c'est-à-dire foncièrement injustifié. Et telle est la sagesse déraisonnable de la Sibylle, laquelle se fait entendre pendant mille ans, parce qu'elle n'est jamais entendue maintenant, et ce langage qui ouvre la durée, qui déchire et qui débute, est sans sourire, sans parure et sans fard, nudité de la parole première.¹

¹ Maurice Blanchot, *Une voix venue d'ailleurs*, Paris, éditions Gallimard, 2002, p. 57.

II.3 Ethnographie de pratiques chamaniques japonaises : de la mise à distance [croyances et rituels] à l'expérience [« fictionnalisation » et instauration]

Cette dernière section du chapitre sur la « recherche des matériaux de l'invention » complète la réflexion portée sur la diversité des pratiques japonaises investissant une certaine forme de relation entre l'homme – et plus particulièrement la femme – et son « milieu naturel »²⁴⁴. Si la section précédente concernait le « faire » de la couleur, du point de vue des relations instauratrices singulières entre des artisans et la *génésis* (plantes utilisées pour la teinture, mais aussi comportement singulier de certaines femmes envers cette « collecte » – remerciant l'arbre pour la ponction de son écorce, par exemple), celle-ci a pour objectif de considérer de plus près les « relations instauratrices » entre des chamanes et la *phusis* (une « nature » vivante, en mouvement, considéré comme le « matériau » du « faire » chamanique) considérant la singularité du « faire » avec de l'*invisible* : est-il ici question de modeler de l'air ?

En effet, si la notion de *génésis* renvoie ici d'une part à l'espèce végétale (la plante – considérant ses caractéristiques matérielles, du point de vue de la chimie et de la pratique tinctoriale) et, d'autre part, au fait qu'elle intègre « maints éléments physico-chimiques de la *phusis* végétale »²⁴⁵, sorte de « structure globale » rejoignant la considération physico-chimique selon laquelle tout élément est présent partout, mais en des quantités variables (de l'infinitésimal à des quantités mesurables)²⁴⁶, elle est d'abord « matériau » qui conduit à la *poiesis* (comme conduite créatrice). Autrement dit, l'étude de la *phusis* dans le cadre des pratiques chamaniques (soit, dans sa relation aux « praticiennes ») permet non seulement de mieux comprendre les relations instauratrices entre les teinturières et la plante tinctoriale (et donc, la matière colorante), mais aussi de considérer la « nature » comme « principe secret de fécondité »²⁴⁷, du point de vue de la culture matérielle. En ce sens, la *phusis* ne serait non pas

²⁴⁴ Cette forme de relation renvoie à la notion de *territoire* comme ensemble d'interactions entre le « milieu naturel » et les humains, au sein d'une localité géographiquement définie, dans leurs savoir-faire « en acte » – d'une histoire « en train de se faire », cf. les *Rencontres Internationales Planète Terroirs à l'UNESCO – 2005*, Actes des Rencontres Internationales à l'UNESCO, Paris, le 10 novembre 2005, cf. [Actes en ligne], <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001543/154388f.pdf>, p. 26.

²⁴⁵ Cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, pp. 45-47.

²⁴⁶ Cette considération est d'ailleurs centrale dans la pratique alchimique, fondée sur la transformation de la matière.

²⁴⁷ Cf. Jean Ehrard, *Matérialisme et naturalisme : les sources occultistes de la pensée de Diderot*, « Communication de M. J. Ehrard au XII^{ème} Congrès de l'Association, le 26 juillet 1960 », Cahiers de l'Association internationale des études françaises, volume 13, Paris, 1961, p. 192.

inerte, fixe et liée à une « permanence »²⁴⁸, mais plutôt en mouvement, « matière » modelable elle aussi, par le « faire » chamanique, le praticien ayant alors pour rôle de mettre en relation le « monde visible » et le « monde de l'invisible ». Aussi du *rituel* comme structure repérable et opératoire, du point de vue de l'anthropologie [sections a- et b-], est-il possible de poser la question de l'*instauration* et donc d'une *poïétique* du chamanisme [sections c- et d-] ? Cette exploration se fera notamment grâce à une mise en tension de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice » dans le cadre d'expériences de terrain : il sera question de considérer d'une part l'enquête ethnographique dans sa construction (en relation à la notion de *fiction*) et, d'autre part, l'articulation efficiente entre le « je » (lieu de l'intime, de l'instinct, mais aussi de l'*invention*) et le « elle » (lieu de la mise à distance, de la construction, voire de la « mise en fiction ») lors de l'immersion – « sur le terrain » – et dans la mise à distance – lors de l'écriture et de la mise en perspective – (grâce notamment à la notion de *traduction*). Enfin, cette étude permettra de compléter la « collecte de matériaux » et la construction des connaissances nécessaires à des conceptions à venir²⁴⁹.

Du point de vue du terrain, du rythme scandé des métiers à tisser animés par les femmes vers le *rituel* opérant dans le cadre d'une démarche chamanistique, de quelle mise en relation est-il question ? À Okinawa ce sont les femmes qui tissent, souvent de mère en fille, et ce sont aussi les femmes qui prient et participent à des cérémonies, comme médiatrices entre le « monde du visible » et le « monde de l'invisible » : *monde* qu'elles définissent parfois comme « habité » par des divinités, des ancêtres, ou simplement par l'énergie intrinsèque à chaque matière minérale, végétale, animale ou humaine. Ce lien qu'elles maintiennent, conservent et rendent vivant, prend forme chaque jour, à nouveau : de nouveaux fils qui se tissent, de nouvelles prières qui se donnent, au quotidien. Pour mieux saisir le rôle de ces femmes, il convient d'abord de définir ce qu'est le chamanisme, selon l'anthropologie actuelle (grâce à l'apport précieux de Michel Perrin²⁵⁰ ainsi que du riche ouvrage de Bertrand Hell²⁵¹ sur le sujet). Puis,

²⁴⁸ René Passeron considère la *phusis* comme une sorte de « nature fixe depuis des millénaires », ce qui renvoie à la compréhension des mouvements et « faire » humains par le biais de systèmes (mythiques ou structuraux, cf. Claude Lévi-Strauss) ou à une sorte d'immanence quasi divine, « universelle », comme point de départ de chaque chose [cf. *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, pp. 45-47], cette compréhension mérite donc d'être complétée ici, considérant le chamanisme comme pratique singulière dans laquelle la *phusis* est le matériau avec lequel le chamane entre en relation.

²⁴⁹ Au sujet d'une pratique de conception investissant les « matériaux » ici collectés, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

²⁵⁰ Cf. Michel Perrin, *Le chamanisme*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Que Sais-je ? », 1995.

²⁵¹ Cf. Bertrand Hell, *Possession et chamanisme, Les maîtres du désordre*, Paris, éditions Flammarion, 1999.

de se rapprocher du Japon et de ses croyances, principalement bouddhiques et *shintô* (signifiant littéralement, « voie des dieux » ou « voie du divin »), mais aussi chamaniques, avec notamment l'apport considérable d'Anne Bouchy²⁵². Ensuite, viendra l'étude de terrain menée à Okinawa, pour construire une connaissance particulière (en tant qu'artiste et chercheur) de telles démarches et pour un parti pris en terme de définition pouvant aller parfois à contre-courant de certaines pensées ethnologiques actuelles à leur sujet. L'ensemble relevant d'un va-et-vient constant, entre les propos recueillis auprès des femmes *rencontrées* et certaines postures anthropologiques au sujet de telles démarches, accompagné d'une réflexion sur la notion opératoire de *traduction* sans laquelle une telle étude n'aurait pu être menée.

a- De la considération du « faire » et de ses représentations : le chamanisme et les pratiques magiques.

En ethnologie, le chamanisme peut se définir en tant que fait social qui concerne la totalité de la société et de ses institutions, à la fois religieux, symbolique, économique et politique. Le chamane se définit donc comme tel en fonction de contextes particuliers ; la limite de cette définition se pose alors en terme d'excès, pouvant mener à considérer toute démarche en lien avec ce qui est dit « sacré » comme étant chamanique. Le chamane, comme le sanctuaire, devenant le symbole ou le véhicule entre le monde des humains et celui des divinités. Par extension et d'un point de vue encore plus global, le chamanisme peut aussi être considéré comme un système créé pour donner sens aux événements et parfois agir sur eux. Mais, cette dernière considération ne fait que nourrir une sclérose objectivante sur tout type de religion, pouvant s'étendre à tout système de pensée – particulièrement lié à la politique – jusqu'à atteindre l'inertie de penser, fatale. Une telle réflexion ne permet donc que de conserver une position lointaine, pour garantir une forme d'objectivité « sereine », sans permettre d'effectuer de va-et-vient, du plus proche au plus loin, et encore moins de s'évertuer (avec toutes les difficultés que cela engendre) à trouver une juste distance entre le terrain et la construction de connaissance qui peut en résulter. De ce point de vue, donc, il n'est pas question ici. Au sens de Mircea Eliade, il y a ainsi, par le chamanisme, une médiation

²⁵² Anne Bouchy : ethnologue, dont les recherches sont centrées depuis 1972 sur le Japon, directrice d'études à l'EFEO et de l'équipe « Anthropologie et histoire de la société japonaise », membre du LISST (centre d'anthropologie sociale), chargée d'enseignement (qu'elle a créé) et de formation à la recherche en ethnologie du Japon à l'Université de Toulouse Le Mirail, auteur de nombreux ouvrages sur le sujet du fait religieux et des cultes oraculaires actuels du nord du Japon.

opérante (par le biais d'une personne, le chamane) entre le monde profane et le monde dit « sacré », soit le monde habituellement invisible aux autres individus. C'est donc une certaine forme de communication qui s'opère entre le chamane et l'« autre monde », qui se peuple alors de différentes entités selon les projections, là encore particulièrement liées au contexte. Ainsi, un chamane peut se mettre volontairement dans un état de réceptivité sur demande, pour faire le lien avec un « patient » qui le visite pour résoudre un problème (maladie, pauvreté, ...), ou recevoir des messages impromptus en terme d'oracle, ou encore procéder à des rituels saisonniers pour favoriser de bonnes récoltes (ou autres nécessités vitales d'une communauté) : il a une fonction sociale primordiale. D'un point de vue étymologique, le mot chamane vient du Toungouse (ethnie – aussi nommée Envenk – du groupe linguistique mongol, disséminé en Sibérie orientale) *çaman*, dérivant de *ça-* signifiant « connaître », qui peut signifier (selon une étymologie) « celui qui sait » ou (selon une autre) « s'agiter, bondir, danser ». Ainsi, le fait de dénommer comme étant chamane nombre de thérapeutes (au sein de diverses sociétés) se définissant au départ comme, par exemple, guérisseur, sorcier ou devin, tend aussi à effacer des particularités qui se déploient avant – et avec – le langage, soit la manière de nommer.

Comment, dans ce cas, faire la différence entre une telle ou telle pratique si les praticiens eux-mêmes emploient le terme de « chamane » par volonté de se faire comprendre par le « non autochtone » ? Dans quelles limites cette dénomination participe-t-elle aussi à la transformation interne de certaines démarches ? C'est le risque de la vulgarisation. Comme celui de ne pas aller à la *rencontre* de la diversité des pratiques, porteuses de sens, tant la volonté de comprendre deviendrait plus rapide que le travail de compréhension (et donc, d'immersion) lui-même. Cependant, il convient de reconnaître que ce terme, même s'il est le sujet de nombreux débats entre ethnologues, a permis de construire une nouvelle connaissance de pratiques jusqu'alors ignorées ou « folklorisées » à outrance. De plus, c'est bien cette dénomination (définie par l'ethnologie) qui a permis de contrecarrer l'abus d'approches « socio psychologiques » faisant un amalgame de fait entre névroses (et autres pathologies) et de telles démarches. Ce qui amène tout de même l'intéressant débat à propos de la manière dont un objet / sujet est défini, en relation aux contextes, notamment social, de ce même objet / sujet et de celui qui l'« observe » (soit, le définit). Démarche au sein de laquelle, de ce fait, celui qui définit l'objet de son attention se trouve lui-même dans un autre microcosme où derrière la parole et la construction de définitions, se jouent des luttes de pouvoirs (il est ici question des courants de pensée qui s'instaurent, s'allient et se combattent au sein de toute

discipline). Pour pallier à cette sombre considération réticulaire, il est donc opportun de définir ce sujet en terme de domaine (construction liée à des pratiques) : le « chamane » (ou chamanisme) en est un, et il englobe bon nombre de particularités en terme de techniques, de fonctions, de croyances, de processus – voire d’instaurations – et de dénominations. Ce parti pris, qui est propre à cette recherche, permettra de considérer du point de vue du « faire » les rencontres « chamanistiques » qui suivront et de ne plus s’étendre trop longuement sur des remises en question de dénomination en terme – ou non – de « chamane », mais de s’appliquer à donner les dénominations propres à chacune des femmes rencontrées (comment elles se nomment elles-mêmes et de quelle manière elles conçoivent leur travail) tout en « recontextualisant » à chaque fois celles-ci dans les recherches ethnologiques actuelles (japonaise, française, néo-zélandaise et autrichienne ; pour des chercheurs rencontrés sur le terrain et lus *a posteriori*). *In fine*, ces rencontres permettront de construire une connaissance particulière du terrain okinawaïen mais aussi de nourrir différentes conceptions, pour construire et définir l’ethno-poïétique.

Pour engager cette étude, il semble alors important de « contextualiser » le chamanisme dans les croyances existantes au Japon, et notamment de mieux définir la relation opérante entre le chamanisme et le bouddhisme, même si elle fut repérée au départ par Sergi Mikhailovich Shirokogoroff²⁵³, comme une « coïncidence historique » en Sibérie : *découverte* du chamanisme en même temps que de la diffusion du bouddhisme. Cette mise en relation, dépouillée de toute considération évolutionniste (amenant à des conclusions en termes de « stade » de développement des religions, comme l’association de pratiques magiques « animistes »), permet néanmoins de soulever les interactions de pensées et de pratiques pour une compréhension singulière du « divin ». Car, ce qui intéresse cette recherche, c’est d’avantage la diversité et la particularité des pratiques qu’une considération de sa forme, considérant l’origine de celles-ci. Or, le « terrain » étudié ici – soit, Okinawa et les îles des Ryūkyū – concerne un peuple métissé (comme tout à chacun) de nombreuses populations et donc de croyances diverses qui viennent enrichir encore les analyses des collectes. D’où la nécessité de mieux définir les religions et croyances propres au Japon, et plus particulièrement à Okinawa. Enfin, les notions de « transe », d’« extase » ou de « possession » qui structurent souvent les analyses anthropologiques au sujet du chamanisme, ne seront pas investies dans le

²⁵³ Sergi Mikhailovich Shirokogoroff est un anthropologue russe, à la démarche historiciste, qui appartient à l’école fonctionnaliste ; il est aussi spécialiste des chamanismes sibériens. Il a notamment introduit la notion d’*ethnos* (1923) pour redéfinir les notions de « culture » et d’identité ethnique.

cadre des enquêtes de terrain du point de vue du « repérage » et du conditionnement des « découvertes » qui pourront y être faites, même si la notion de « transe » sera questionnée *a posteriori* dans sa relation à la notion de *rituel*.

Aussi, du point de vue du « faire », convient-il de préciser la relation du chamanisme à la notion de *magie* dans le sens où celle-ci a pu être considérée par Marcel Mauss comme un acte incluant des techniques et des gestes créateurs, et d'une certaine forme de répétition : « la série des gestes de l'artisan est aussi uniformément réglée que la série des gestes du magicien »²⁵⁴, dans une certaine acception du *rite* comme *répétition*. Le système qu'est le *rituel* pouvant néanmoins aussi être considéré, au plus proche de la pratique, comme une *instauration*. Ainsi, si la magie et le chamanisme sont à considérer comme des actes « en train », soit le « faire » [dans une mise en relation de la *mémoire* (des gestes et des règles) et de l'*imagination* (adaptation aux demandes du *patient* ou au *problème* singulier qui survient)], la religion et les croyances sont quant à elles d'avantage liées aux représentations et à la *praxis* (pouvoir de la parole et socialisation) : même si ces deux domaines sont intimement liés (la magie « provoque » des croyances, la religion est fondée sur un « faire » interprété, écrit, puis sacralisé – le texte d'un passé mythique pour prophétiser un futur « universel »), ils n'ont ni les mêmes objectifs, ni le même statut. De ce fait, il est alors possible de « contextualiser » à nouveau la notion de *rituel* : lieu de la *répétition* et de l'*habitus* lorsqu'il est activé dans le cadre d'une cérémonie (liée aux cycles) et considéré comme structure régulatrice, pour une mise à distance d'avantage sociologique. Et lieu propice au surgissement [au *kairos*²⁵⁵] et à l'*invention* [dans son interrelation avec le *hasard* et la « découverte »] lorsqu'il est considéré d'un point de vue ethno-poïétique.

De ce fait, même si la magie / les pratiques chamaniques et la religion / les croyances procèdent toutes deux à entretenir des relations avec le « divin » / le « monde de l'invisible » par le biais de *rituels*, il importe de bien les définir. Pour ce faire, il convient ici d'en référer à nouveau à l'ouvrage de Marcel Mauss²⁵⁶, lequel définit d'avantage la magie comme « capacité à manipuler, contraindre ou rendre propices des forces immanentes » ; et, la religion, comme « attachée à la métaphysique et à la transcendance, dont le souci d'un au-delà

²⁵⁴ Cf. Marcel Mauss, *Esquisse d'une théorie générale de la magie* (1902), (in) *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), p. 12.

²⁵⁵ La notion de *kairos* (comme événement prédéterminé par les connaissances et figure du surgissement) sera développée en relation à une pratique plastique : cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

²⁵⁶ Pour la compréhension des définitions données pour la *magie* et la *religion*, cf. Marcel Mauss, *op.cit.*, pp. 3-141.

meilleur l'emporte sur toute autre considération ». Ainsi, deux postulats se dégagent de ces acceptions : celui de la compréhension d'un présent qui se (ré) *invente* à chaque fois et celui de la nécessité d'une *projection* d'un futur hypothétiquement meilleur. Tous les deux participent à structurer les considérations du « divin » et à maintenir une certaine forme de relation avec le monde des vivants : les processus d'acceptation de la mort et de la condition humaine y étant sous-jacents. Ainsi, ce que Marcel Mauss souligne c'est aussi, et surtout, le fait que les « techniques, elles aussi, sont créatrices »²⁵⁷ et que, là encore, il peut y avoir un amalgame entre les *rites* et les *techniques* au sein desquels les gestes efficaces leur donnent tout pouvoir de création : pourtant cette « confusion », dont parle Marcel Mauss, est aussi le nœud d'une mise en relation. Lorsque, par exemple, les gestes répétés pendant des heures amènent non seulement celles [les tisseuses] qui les font dans une forme d'état second (pour ne pas dire « transe »), mais aussi celle [l'« enquêtrice »] qui les observe et les entend [le rythme des métiers à tisser obsédant inspire et], conduisant son esprit vers « autre chose ». Et c'est cet « autre chose » qui permet le surgissement de l'*invention* : contexte propice à la *création*, composé par les obsessionnelles saccades des pieds et des mains sur le métier en bois. C'est ce dont parle, il *me* semble, Marcel Mauss lorsqu'il cite la magie comme côtoyant, secondant chaque technique et chaque art, entièrement pris en son sein. Il est donc non plus question ici de croyance, de foi ou de tradition, mais bel et bien d'*intention*. En effet, ce qui caractérise le contexte de l'investigation ethnographique (et donc son analyse *a posteriori*) au sujet des tisserandes actant sur la petite île dite « sacrée » (par les okinawaïens) de Kudaka, c'est qu'elle a succédé (chronologiquement) l'entretien effectué avec une femme chamane, quelques heures plus tôt. Le contexte de l'« observation » était alors (pour ce cas-ci) celui du chamanisme ; ce qui a potentiellement permis de saisir cette immanence, et de mettre en relation les pratiques chamaniques et tisserandes.

Et, du point de vue de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice », les *rencontres*, la volonté de *comprendre* les relations singulières entretenues entre les femmes et les végétaux et l'objectif de collecter des « matériaux » potentiellement utiles à une conception à venir, tout ceci a participé à la mise en relation des deux types de pratiques. Dès lors, si la répétition des gestes relie les tisserandes et les chamanes et structure leurs pratiques (de l'ordre de la technique et de la *mémoire*), nourries par l'expérience, subsiste néanmoins une dimension magique, dont l'efficacité toute spéciale dépasse ou côtoie l'efficacité première de la machine. Autrement dit,

²⁵⁷ Marcel Mauss, *Esquisse d'une théorie générale de la magie* (1902), (in) *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), p. 11.

mener une étude sur des pratiques dites « traditionnelles » dans le cadre d'une « culture matérielle » (autour du « faire »), permet de mettre en relation la dimension magique et la pratique du tissage. Et, du point de vue de leur structuration, les recettes / les lois transmises par les ancêtres, constituent alors ce qui permet une organisation sociale familiale, et non plus individuelle, pour une structuration endémique qui fonctionne en interne. De ce fait, tout en considérant ces données dans le cadre des enquêtes ethnographiques, et pour permettre un certain regard sur cette « dimension magique », de quelle volonté s'agit-il lorsque l'« enquêtrice-conceptrice » décidera de ne pas en savoir trop quant à ce qu'elle « observera » ? Autrement dit, en quoi l'opacité et sa considération peuvent-ils permettre de mieux *comprendre* la singularité du « terrain » (comme ensemble de relations), soit, de la *rencontre* (comme nœud opératoire, à la fois propice à l'*invention* à venir, « découverte » d'*altérité*, activation de l'*imagination* dans sa relation à une « mémoire sourde », lointaine « reconnaissance » ou identification à venir...) ? C'est justement la notion de *traduction* qui permettra de définir cette complexité, et notamment grâce à l'apport d'Antoine Vitez, en ce qui concerne la part d'« opacité » dans tout objet « qui se donne » à être *traduit*, qu'il aborde en faisant référence à Goethe : « faire œuvre de clarté et rester obscur à soi-même »²⁵⁸. Car dans la volonté de *comprendre*, comme désir insatiable, subsiste un pan inaccessible qu'au lieu de refouler il convient d'exposer comme l'endroit où réside ce qui est encore intraduisible, en considérant l'*autre* (observé) dans le *je* – le « soi-même » – au cours de l'expérience même de cette *rencontre*. En effet, ce qui fait que la magie est efficace ce n'est pas tant l'obscurantisme ou la croyance sans borne qu'elle pourrait réveiller, mais bel et bien la gageure ultime de considérer ce qui est considéré comme complexe, au-delà (ou à côté) des connaissances et analyses que cela peut nourrir auparavant ou par la suite, et qu'il arrive même parfois que trop avoir de ces connaissances peut mener jusqu'à ne plus « voir » du tout ce qui se passe (soit, de ne considérer l'« objet de sa réflexion » qu'au travers d'une structure, d'une représentation, d'une synthèse en sommes). Cette complexité du *regard* dans le cadre d'une enquête ethnographique complète la mise en tension relationnel entre le *je* et le *elle*, l'*enquêtrice* et le supposé « autre », la *conceptrice* et le « terrain de ses jeux » : de quelle « juste distance » est-il alors possible dans ce contexte ?

²⁵⁸ Antoine Vitez, *Le devoir de traduire*, Montpellier, éditions Climats et Maison Antoine Vitez, 1996, p. 10.

b- De la structuration des « relations au divin » au Japon, de ses croyances et de ses rituels : le shintô, les techniques oraculaires et le chamanisme

La pensée structurale invite à la mise à distance, s'évertue d'avantage à repérer des similitudes entre différents praticiens, de considérer le « faire » selon sa *poétique* (repérage des règles et construction d'un processus opératoire), voire de mettre en relation les « structures » identifiées avec d'autres systèmes *a posteriori* (pour la construction parfois d'un patrimoine institutionnalisé), plutôt que de considérer le praticien dans sa pratique, dans le dit *rituel* en train de se faire, soit « de se mettre à la place »²⁵⁹ de celui qui acte (pour la compréhension d'instaurations singulières). Aussi la section présente propose-t-elle de considérer les « poétiques structurantes » collectées et identifiées par différents anthropologues sur le terrain des relations entre l'homme et le « divin » : depuis les représentations et les croyances (considérations de la religion shintô et du bouddhisme) existantes au Japon jusqu'aux techniques d'ascèse, pour une première compréhension du *chamanisme*, du point de vue du processus (phases, cycles, méthodes). Cette approche permettra par ailleurs de considérer de quelle manière la « pensée mythique » peut conduire parfois les chercheurs [examinés ici] à définir la notion de *tradition* comme objet d'un passé révolu (de l'ordre des représentations), utile cependant à prévoir l'avenir (oracles, prophéties), [voire, dans d'autres contextes, à transformer le présent (innovations)²⁶⁰], évinçant l'acte « en train de se faire » sans lequel il ne pourrait être possible de considérer la *tradition* comme mise en relation entre *mémoire* et *imagination* (actualisation et coexistence, pour la construction « en train » de l'histoire).

Ainsi, pour mieux comprendre les démarches envers le « divin » au Japon, il convient de « contextualiser » (histoire et anthropologie) et de définir les mouvements religieux, le fonctionnement des croyances et le mode de conception du monde en tant que système opérant. Notamment dans la relation entre l'élément maritime et le « divin », puisque le terrain qui intéresse cette recherche est insulaire et se particularise souvent dans un rapport entretenu (une relation « en acte ») entre les femmes (prêtresses) et la mer. Ainsi, dans le shintô, il y a d'innombrables « dieux » (qu'il est préférable de nommer « divinités », afin

²⁵⁹ Au sujet de la posture du « poéticien » et de la nécessité de « se mettre à la place du créateur », et de la relation entre poétique et anthropologie (l'exemple de Claude Lévi-Strauss et de son étude de la musique du point de vue du compositeur), cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 41 et pp. 62-64.

²⁶⁰ Une réflexion sera plus largement portée au sujet de la prospective dans sa relation aux représentations et à l'*innovation* (conception de tendances et scénarii de la modernité...), cf. la deuxième partie cette thèse, pp. 305-474.

d'être plus proche de la conception du divin au Japon, « dieu » étant d'avantage lié à une figure de domination omnisciente, ce qui n'est pas le cas ici) qui sont parfois représentés par des totems en pierre dans de petits autels disséminés dans les villes et les campagnes (elles symbolisent alors parfois les *divinités de croisement*, figures protectrices du cheminement des passants), ou opèrent un pouvoir de protection sur chaque lieu de culte, particulièrement lié à une divinité et donc à un pouvoir spécifique. Le premier (ou plutôt la première, puisque c'est une divinité féminine) est Ametarasu, ancêtre divin de lignée impériale ; et la divinité qui est vénérée dans le plus grand nombre de sanctuaires (lieux de culte du shintô) est Hachiman. Dès le 8^{ème} siècle, les sanctuaires shintô ont opéré une fusion avec le bouddhisme, par la création du temple Miroku-ji (*ji* signifiant « temple », comme étant le lieu de culte du bouddhisme), face bouddhique de l'ensemble « shintô bouddhique » qu'il constitua à partir de cette date. Puis, au milieu du 9^{ème} siècle, le « sanctuaire partagé » d'Usa fut construit et nommé Iwashimizu Hachiman, où sont vénérées les mêmes divinités que celles d'Usa Hachiman. Il fut classé premier des sept sanctuaires les plus célèbres de la région de Kyôto et décrété « dieu protecteur de la cité de Heian » (Kyôto était alors la capitale du Japon). Au 13^{ème} siècle, des prêtres de ce sanctuaire utilisèrent comme l'occasion rêvée de faire de la propagande pour leur divinité Hachiman, proclamant que l'échec des deux invasions mongoles au large de baie de Hakata (suite à une tempête détruisant la flottille) fut causé par le « vent des dieux » (*kamikaze* ou *shinpû*) favorable au Japon. Ils composèrent alors le *Hachiman gudô kin* (Enseignement élémentaire de Hachiman) qui reprend une grande partie du contenu du « Recueil des oracles » du sanctuaire Hachiman d'Usa et qui relate les relations opérant entre l'impératrice, les diverses divinités et les dieux de la mer. Ce recueil fondamental utilise donc des éléments bouddhiques, comme l'assimilation de l'impératrice Amaterasu au buddha Amida, en tant que manifestation terrestre, ou l'identification du dragon mythique lui donnant le joyau au roi dragon qui apparaît dans le *Sûtra du Lotus* ; pour une mise en relation des deux formes de religions, le shintô comme religion japonaise première et le bouddhisme comme religion importée. Cette mise en relation factuelle caractérise le début d'un fonctionnement religieux métissé qui n'a cessé par la suite de se nourrir en interne et de produire deux *effets* : les Japonais ont des croyances dont ils définissent parfois difficilement l'origine et cumule des *traditions* shintô et bouddhiques selon l'évènement ou le cycle ritualisé au cours de leur vie. De ce fait, la plupart des Japonais n'ont guère le sentiment d'appartenir à une religion particulière et participe à ces *rites* d'avantage par habitude et volonté d'insertion sociale que par foi ou intérêt personnel.

Cependant, le shintô participe à une conception du monde particulière, liée à une certaine philosophie, qui est censée caractériser les fondements de pensée de « tout à chacun », Japonais. Ces fondements ou préceptes pourraient alors se définir comme une certaine « sensibilité envers les choses éternelles », une conscience des « valeurs ultimes », le « sentiment du beau »²⁶¹ : vision du monde structurante, à l'intérieur de laquelle les relations interpersonnelles se trouvent contrôlées. Selon cette théorie, promulguée comme valeur nationale et de fait politique, ce sont ces éléments que les Japonais sont supposés avoir en commun et qui les différencient des autres peuples. La « religion du Japon » s'oppose ainsi aux autres religions du monde, en premier lieu au christianisme, et est définie comme une « tradition spirituelle particulière » où le terme « religion » n'apparaît pas. En ce sens, dans les années 1980, le philosophe Umehara Takeshi expose que l'« archétype » de la religion des Japonais est repérable dans l'animisme des peuples chasseurs-cueilleurs de l'époque Jômon (3^{ème} siècle avant J.-C.). Il argumente alors sa théorie selon laquelle la culture religieuse japonaise, ayant pour fondements de base le respect de la nature et l'entretien des forêts, en accord avec une conception égalitaire des êtres vivants (humains, animaux, végétaux, minéraux, eau, air, etc.) tous « porteurs » d'un caractère divin, est intrinsèque à la culture japonaise globale et peut servir de « phare » à l'*avenir* de l'humanité. Le sociologue Kurita Isamu voit, quant à lui, dans le sentiment d'union avec une « nature représentée » dans les termes de l'esthétique et de la poésie japonaises, le point central d'une spiritualité en relation avec la *tradition* d'un « shintô archaïque » (*koshintô*), précurseur du shintô nationaliste.

L'idée d'une religion primitive japonaise, présente dès la plus haute Antiquité et considérée comme supérieure aux autres systèmes religieux, possède donc une très longue histoire et encore une longue vie. Ces considérations sont les héritières d'une partie du shintô d'État qui plaçait en son centre le concept d'« essence nationale ». En effet, la première théorie sur la « religion japonaise » apparaît quand le shintô d'État s'établit systématiquement (première moitié du 20^{ème} siècle) sous le joug du philosophe et universitaire Inoue Tetsujirô qui argumente sur la relation inébranlable et nécessaire entre la « morale nationale » et la religion : pour une fusion opératoire entre politique et religions, dont l'origine « mythique » se substitue à l'histoire des faits, évincés lorsqu'ils ne sont pas fédérateurs [un peuple qui a la

²⁶¹ Susumu Shimazono, « Inoue Tetsujirô (1855-1944) et la théorie d'une "religion japonaise" » (*in*) sous la direction de Jean-Pierre Berthon, Anne Bouchy et Pierre F. Souyri, *Identités, marges, médiations, Regards croisés sur la société japonaise, Actes des trois tables rondes franco-japonaises 1997-1998*, « Études Thématiques », n°10, Paris, École française d'Extrême Orient, 2001, p. 74.

« foi » en un empereur héritier des dieux est d'avantage manipulable]. Il convient de préciser qu'il fut le disciple, dès huit ans, d'un savant confucéen, et qu'il étudia l'histoire, l'arithmétique, la géographie, la philosophie occidentale, la littérature chinoise et japonaise, ainsi que le bouddhisme du « grand véhicule ». Cette personnalité, des plus érudites, a aussi pu bénéficier d'une « ouverture » internationale (sommes toute limitée), puisqu'il a continué sa formation universitaire, donné des cours de shintô et enseigné le japonais à l'École des langues orientales de Berlin. C'est ainsi que son approche contribue à l'ancrage de l'idée que la considération de la « réalité comme phénomène » (*genshō soku jitsuzai*), comme doctrine qui sous-tend une unité entre l'homme et l'univers, est « inhérente » aux Japonais (enseignements scolaires et volonté politique nationale participant à ce fait). Au sein de cette démarche, il s'interroge sur le devenir des multiples religions qui, selon lui, s'opposent et conduisent à la décadence. Selon lui le shintô « populaire » (dans le sens où il est pratiqué par *tradition* et *habitude*) ne correspond qu'à des superstitions alors qu'en tant que « religion ancestrale » japonaise, il possède une force considérable. Il remet donc en question le fait que nombre d'intellectuels japonais considèrent le shintô plus comme une philosophie que comme une religion : cette posture contribuant à une baisse de son influence sur le peuple. Inoue Tetsujiro remet aussi en question le bouddhisme, pourtant enraciné dans la société japonaise de manière enrichissante, dont il souligne le pessimisme fondamental dans « son ascétisme, sa négation des désirs humains et sa conduite des hommes vers la ruine et la mort »²⁶². Ces constats, d'un point de vue sociologique, se vérifient au plus près des Japonais, d'autant plus parce que la notion de *groupe* (comme structure des pensées et des actes) prend le pas sur celle d'*individu* dès les premiers enseignements scolaires (comme système d'éducation et de modélisation de la pensée), dans une volonté politique astreignante, voire totalitaire. Ceci dit, sa démarche participe allègrement au mouvement idéologique sous-jacent au Japon contemporain, pour un retour du shintô ancien ayant pour objectif de renforcer l'« esprit ethnique » du pays, promulguant la perpétuation d'une conception « religieuse » traditionaliste et non individualiste de la morale sociale. Cette volonté, comme expression d'une « identité japonaise supérieure », participe à la « pensée nationale » actuelle, en tant que source de bon nombre de processus d'identifications fédératrices et communes.

Pourtant, du point de vue des anthropologues japonais, l'intérêt se porte plutôt sur la diversité des croyances et les systèmes de relations envers le divin, par le biais d'enquêtes sur le

²⁶² Susumu Shimazono, *op.cit.*, p. 76.

« terrain », dans leur propre pays. Actrice de cette mouvance Anne Bouchy a travaillé au Japon de 1972 à 1988, pour une première immersion et la mise en relation des deux aires culturelles (France et Japon), qui possédaient déjà un point commun au sein de la discipline : elles participaient d'une même marginalité. Elle se mit alors à participer à de nombreuses « enquêtes de terrain collectives » (méthode anthropologique encore d'actualité au Japon), sous la direction de l'anthropologue Gorai Shigeru, professeur à l'université Ôtani de Kyôto, et à des collaborations qui s'établirent avec les chercheurs japonais. Cette expérience ethnologique complexe lui a donc permis d'observer de l'intérieur le fonctionnement de groupes japonais observant d'autres groupes de ce même pays et de noter que l'anthropologie en Europe comme au Japon avait pour objet des sociétés elles-mêmes productrices d'un savoir réflexif. Dans un va-et-vient, au premier abord géographique et institutionnel, la longue immersion japonaise suivie d'une activité de recherche et d'enseignement en France lui ont permis d'évaluer plus justement l'importance et les difficultés du « retour », et plus encore du « va-et-vient » au sens méthodologique du terme :

Une double exigence est posée : témoigner en France des manières de faire des sciences sociales au Japon et de leurs résultats ; faire connaître au Japon l'avancée des recherches européennes, à l'intérieur, et aussi hors des études japonaises.²⁶³

L'ethnologie au Japon peut être considérée comme une « ethnologie de soi » puisqu'elle est l'héritière des études, monographies et compilations entreprises en grand nombre dès le début du 20^{ème} siècle par les folkloristes japonais, eux-mêmes bénéficiaires d'une longue tradition réflexive (histoire écrite, archivage en nombre, valorisation politique de la *tradition* et muséographie). Un tel contexte, en tant que chercheur non japonais, permet aussi de poser plus particulièrement la question des possibilités de convergence des ethnologies de *soi* et de *l'autre*, lorsque ce dernier est aussi un « proche ». Ainsi, ce sont les rencontres, l'insertion dans les réseaux universitaires et locaux, et les préoccupations intellectuelles des chercheurs japonais qui ont amené l'orientation même des recherches d'Anne Bouchy vers le « fait religieux » et notamment l'un de ses courants, le *shugendô*, qu'elle traduit par la « voie de l'acquisition des pouvoirs par l'ascèse », pratiqué dans les montagnes. Son approche est primordiale et mérite donc d'être citée, notamment dans le sens où elle participe à une reconsidération de la notion du religieux au Japon et de la particularité de certaines démarches envers le divin, dans une société où le shintô (aux potentiels philosophique et éthique certains)

²⁶³ Anne Bouchy, *De l'ethnologie au Japon : par qui, où, comment ?*, « Ateliers », n°30, Ethnologies japonaises, 2006, [mis en ligne le 8 juin 2007, consulté le 09 septembre 2008], url : <http://ateliers.revues.org/document78.html>

est promulgué comme « la » tradition religieuse japonaise première [contrôlant sévèrement les pratiques chamaniques féminines telles que celles exercées par les *fugeki* (巫覡 : « danse extatique – fonction visionnaire »), prophétesses dont les pratiques elles-mêmes ont nourri la construction du shintô comme religion²⁶⁴], et s'est vue réappropriée de manière totalitaire par les pouvoirs politiques.

Ainsi, selon Anne Bouchy, le *shugendô* est une sorte de fusion des croyances autochtones envers les divinités des montagnes et d'éléments du bouddhisme et du taoïsme venus de Chine, qui s'est perpétué jusqu'à nos jours alors qu'il a été mis à mal au 19^{ème} siècle par la politique gouvernementale de séparation des différents cultes. Elle souligne donc l'importance de bien définir ces pratiques afin de valoriser leur diversité ; dans ce contexte, il est aisé de comprendre son intransigeance quant à l'utilisation du terme de « chamanisme », qui fut (il est important de la rappeler) défini au départ par les anthropologues suite à la découverte des *çaman* de Sibérie : dans ce sens, ce terme ne peut être valable que pour ce peuple et non utilisé pour toutes les autres pratiques du monde, même si elles sont similaires. Selon cette catégorie entrent, de fait, une majorité de femmes et quelques hommes reconnaissant vénérer une divinité protectrice qui leur est personnellement attachée et pratiquent des rites de possession oraculaire à la demande. Selon les lieux et les époques, différentes dénominations ont en réalité été données et c'est dans les années 1960, sous l'influence de Mircea Eliade, que les spécialistes japonais de l'oracle entraient dans la catégorie des « chamanes », comme bon nombre de praticiens à travers le monde. Aussi, afin de compléter la posture souvent universalisante de Mircea Eliade, convient-il d'en référer à l'ethnologue Roberte Hamayon²⁶⁵ qui définit le chamanisme sibérien comme un système symbolique reposant sur des relations d'alliance et d'échange avec la « surnature », assumées par le chamane, partenaire privilégié dans les relations avec les entités dites « surnaturelles ». Dans ce contexte, la pratique est alors envisagée dans son rapport avec le groupe social vivant d'une économie de chasse, pour lequel un chamane assure la « gestion de l'aléatoire ».

C'est pourquoi, selon Anne Bouchy, l'utilisation de ce terme générique conduit à des simplifications internes « dangereuses » pour la recherche, en ce sens, elle souligne la définition minimale japonaise du mot « chamane » :

²⁶⁴ Cf. Seiichi Iwao, Teizō Iyanaga, *Dictionnaire historique du Japon, Volume 1*, Paris, Maisonneuve & Larose, 2002, pp. 579-582.

²⁶⁵ Cf. Roberte Hamayon, *La chasse à l'âme, Esquisse d'une théorie du chamanisme sibérien*, Mémoire de la société d'ethnologie 1, Société d'ethnologie, Nanterre, Université Paris 10, 1990.

[...] spécialiste religieux qui entre directement en contact avec les diverses entités spirituelles (dieux, âmes, esprits) au cours d'un rite durant lequel il entre dans un état de conscience altéré par rapport à la conscience ordinaire, dit « transe » (terme anglais), qui peut s'établir sur le mode de l'« extase » (terme anglais, défini comme « sortie de l'âme hors du corps » – *dakkon*) ou celui de la « possession » (terme anglais défini comme « descente et fixation de l'âme / esprit » – *hyô.rei*).²⁶⁶

Pour donner cette définition actuelle du « chamanisme » selon l'anthropologie japonaise, elle fait référence aux anthropologues Hitoshi Miyake et Komei Sasaki, ce dernier établissant, au sein de sa structure, trois stades de possession selon le critère du degré décroissant d'emprise de l'entité sur le « moi » de la personne alors dénommée : « médium » (*reibai*) qui se caractérise par l'état d'incorporation (*hyô.nyû*) de l'entité, « prophète » (*yogensha*) caractérisé par l'état de fixation (*hyôchaku*), ou « voyant » (*kenja*) défini par l'état de perception (*hyôkan*). Dans ce cadre, le terme de « chamane » correspond donc à tous les spécialistes religieux japonais pratiquant des techniques de possession oraculaire. Au premier abord, deux termes génériques depuis l'Antiquité japonaise ressortent des études sur de telles pratiques, identifiées alors comme chamaniques : *fujô* (femmes transmettant les oracles des divinités) et *fugeki* (femmes et hommes transmettant des oracles), correspondant à une lecture chinoise ; sachant que *miko* (signifiant, « enfant, fille de divinité ») et *kannagi* correspondent à la lecture japonaise ancienne des mêmes idéogrammes. À ces deux entités prédéfinies s'ajoute alors une troisième quelque peu différente : la « spécialiste de la possession » ou *gyôja* (pratiquant de l'ascèse), dont les chercheurs font un très large usage, vers une autre forme de généralisation qui nécessite une nouvelle catégorisation grâce à l'observation des méthodes et des codifications (vêtements). Anne Bouchy propose donc de réfléchir sur le type d'échange, la structure sociale, le symbolisme et l'idéologie sous-tendant la fonction particulière des termes vernaculaires en japonais pour désigner le *chamane*. Pour ce faire elle établit une première « carte » des différentes praticiennes en les localisant géographiquement : *miko* (utilisée de manière générale dans l'archipel japonaise), *itako* (au Nord du Japon), *dai* (à l'Ouest), *yuta*²⁶⁷ (à Okinawa), etc. Cette différenciation terminologique permet de distinguer de quel spécialiste il s'agit, en fonction des différents domaines d'action, et témoigne de l'ampleur, de

²⁶⁶ Anne Bouchy, « Les montagnes seront-elles désertées par les dieux ? L'altérité et les processus de construction d'identité chez les spécialistes du contact direct avec les dieux et les esprits au Japon », (in) sous la direction de Jean-Pierre Berthon, Anne Bouchy, Pierre F. Souyri, *Identités, marges, médiations, Regards croisés sur la société japonaise, Actes des trois tables rondes franco-japonaises 1997-1998*, « Études Thématiques », n°10, Paris, École Française d'Extrême Orient, 2001, pp. 88-89.

²⁶⁷ Dans son article, Anne Bouchy fait l'erreur de nommer ces femmes « *uta* » alors qu'elles se nomment effectivement « *yuta* » (entre autres terminologies, abordées dans les pages qui suivront). Cf. Anne Bouchy, *op.cit.*, p. 89.

l'ancienneté et de l'ancrage territorial des phénomènes désignés. Elle trace donc des similarités reconnues auprès des *fugeki*, vivant tous, selon elle, dans une certaine forme de marginalité : situation sociale « marginale » par rapport à la famille (mort, rupture, tromperie, abandon, ...) ou sociale au sens large (échec lors des études, pauvreté, ...), handicaps physiques (cécité, ...) souvent accidentels, maladie. Elle rapporte alors que certains parlent d'« auto mise à l'écart » due à une capacité de voyance apparue dès l'enfance et conduisant à un désintérêt pour le *monde* (il s'agit ici d'une considération du *monde* de son point de vue social) et un repli sur *soi-même* ; des positions irrecevables pour *soi* et pour les *autres*, des statuts « hors normes », transgressifs [du point de vue de la structure sociale]. La situation semble être alors ressentie comme déstructurante, source de désordres : l'état premier du futur spécialiste est « hors norme » et « hors lieu », démunie de toute référence positive à l'espace social et l'espace géographique dans lesquels il n'a plus sa place, ou n'en trouve pas de satisfaisante. Par ces constats, elle fait ici état d'une considération du statut des *fugeki* en relation avec la société dans laquelle ils vivent et considère ainsi qu'il [leur statut] découlerait d'un phénomène de cause à effet.

De plus, Anne Bouchy continue de définir en détails le processus de « devenir une *fugeki* » et entre alors elle-même dans une considération globalisante des hommes et des femmes ayant pour rôle de transmettre des oracles au Japon. Puis, elle catégorise son approche en expliquant la suite du processus qui mène à devenir un *gyôja* (pratiquant de l'ascèse) et le fait que chez tous il y a dès lors une prise de conscience d'impossibilité de construire une *identité* « normale » et qu'apparaissent alors des troubles psychiques (prostration, violence) qui seront expliqués plus tard comme signe du « destin » des spécialistes de la possession : de ce point de vue (analyse anthropologique investissant des méthodes sociologiques), elle participe à la mise en relation entre névrose et pratique chamanique. L'environnement socioculturel et l'attitude de l'individu concerné sont donc, à cette phase, toujours selon elle, déterminants : arrivée sur un lieu de pratiques religieuses et rencontre avec une personne qui lui fera envisager son état transitoire. Cette *rencontre*, qui précède son rite, introduit la possibilité d'interférences établies sur le mode personnel entre l'ordre social et l'ordre symbolique : les autres « spécialistes » lui déclarent alors qu'il est dépossédé de ce qu'il est réellement et peut-être investi, « possédé », par une puissance étrangère (âme d'un mort ou d'un animal, divinité) dont il faut parvenir à connaître le nom, la nature et les revendications. L'instauration d'un rapport particulier et personnalisé à l'espace et à une dimension ou un ordre différent, celui du « monde autre » (*takai*), se met donc en place : le futur spécialiste des

oracles quitte son statut de marginalisé passif et va devoir acquérir volontairement une autre *forme d'altérité* pour devenir *gyôja*. Cette démarche consiste alors à gagner la montagne pour pratiquer l'ascèse de la cascade (marche, retraite dans les grottes et entrée sous la cascade). Les montagnes étant considérées depuis l'Antiquité comme le séjour des dieux, des esprits, des âmes des morts et l'espace où viennent ceux qui cherchent à entrer directement en contact avec eux. Les techniques d'ascèse élaborées par les *gyôja*, nommées parfois *yamabushi* (soit, « celui qui couche dans les montagnes »), dans les temples ou les sanctuaires des montagnes, correspondent alors au « courant religieux » (dénomination donnée par Anne Bouchy) appelé *shugendô* – « voie (de l'acquisition) des pouvoirs par l'ascèse » – qui se caractérise comme étant composé de tous les éléments de la religion japonaise : religion ancienne, cultes populaires, shintô, bouddhisme, taoïsme. L'*altérité*, au préalable refoulée par les proches et donc la société, trouve alors un nom, « pratiquant de l'ascèse », dans le contact avec la montagne et la cascade qui sert de pouvoir : le *gyôja* est craint et impressionne. Selon Anne Bouchy, leur « seconde identité » est alors réellement légitimée socialement par le « descellement de la bouche », soit le premier oracle obtenu en état de possession provoquée ; événement qui a lieu dans la montagne, sous une cascade. Il est à l'origine d'une double connaissance : celle du nom de la divinité protectrice et du type de rapport entretenu avec elle. Le *shugendô* est donc fondé sur le culte des divinités des montagnes associées à des entités bouddhiques, et repose sur une idéologie et la pratique du contact direct avec les entités définies ; leur pérennité a pour centre de gravité la montagne, seuil du « monde autre », dans lequel l'*ikoma* (cascades définies comme « portes » symboliques, lieux de passage) permet d'« entrer » et où les *gyôga* expérimentent la « descente ». L'approche d'Anne Bouchy est donc aussi sociologique, d'un point de vue de l'analyse de ses données, et insiste sur le caractère pathologique (certes, souvent ou majoritairement nommé comme tel de la part de ses interlocuteurs au cours des enquêtes) des praticiens, ce qui transmet une sorte de validation des démarches observées comme résultantes d'exclusion sociale.

Ce sont précisément ces dernières remarques, liées au processus réflexif ici exposé, qui ne correspondent pas aux conclusions qui ont pu être établies suite aux enquêtes effectuées à Okinawa. Certes, le lieu est différent – Osaka est une ville très « moderne » et supposée plus difficile à vivre que les îles des Ryûkyû (dont l'image de « petit paradis » continue de circuler dans les médias japonais) – et la démarche d'ascèse observée par Anne Bouchy revêt des règles particulières ; mais, pourtant, son analyse se donne d'avantage comme une structure stable qui laisse peu de place aux particularités et aux mouvements (mêmes historiques). Car,

même si Osaka est une ville plus « moderne » qu'une île des Ryûkyû, sous-tendant une vie et des pressions sociales différentes, et que le deuxième lieu (terrain de *mon* investigation) n'appartient au Japon que depuis un peu plus d'un siècle, les pratiques observées sont très proches du point de vue de la démarche et du rôle qui lui sont assignés. Dans ce sens, il *me* semble quasi impossible que le processus défini dans son analyse, sous formes d'étapes (initiatiques) préétablies, soit identique pour chaque *gyôja* et encore moins pour chaque *fugeki*, qui se définit comme étant l'ensemble des hommes et des femmes transmettant des oracles au Japon, ce qui rassemble un nombre conséquent de personnes. Si son analyse se vérifiait, la conclusion de telles démarches ne seraient pas loin du dogme sectaire. Je me permets donc d'établir ici une hypothèse, en soulignant le fait qu'Anne Bouchy est une anthropologue exerçant sa profession et ses enquêtes de terrain depuis une trentaine d'années, alors que je n'ai effectué qu'un an puis deux mois d'immersion et d'enquêtes sur le terrain. Je fais donc le constat que la systématisation de ses collectes et de ses entretiens dans le cadre de son étude des pratiques de type « chamanique » conduit ses analyses à une certaine forme d'appauvrissement des faits prétendument « observés », pour une construction d'avantage de l'ordre de la « pensée mythique » que d'une « compréhension de la diversité ». Et, je pose cette question : la « richesse du divers » ne pourrait-elle s'observer que dans une « juste distance » qui justement nécessiterait de sortir aussi du milieu universitaire (ce qu'elle fait peu visiblement) et de ne pas systématiser les enquêtes de terrain, ou plutôt d'éviter de transformer trop vite ses *rencontres* en schèmes structuralistes ?

c- De la structure propice au surgissement et du mode d'entrée en communication avec les dieux : possession ou chamanisme ?

En effet, ce que j'ai rencontré sur le « terrain » (avec quelques rencontres, deux entretiens et une cérémonie), au contact de ces « praticiennes », n'entre pas dans les structures repérées par Anne Bouchy : ces femmes, par exemple, ne se confrontaient pas à une exclusion familiale première ni à un problème d'acceptation sociale, mais bénéficiaient au contraire d'une véritable reconnaissance de leur rôle, sujet qui d'ailleurs n'a jamais été soulevé comme un problème. De plus, les règles existantes au devenir de telles formes de pratiques évoluent, se construisent avec l'histoire : l'exemple des *noro* ou *nuru* (signifiant, « prier – femme », selon les idéogrammes chinois et la lecture okinawaïenne) sur l'île de Kudaka est exemplifiant. Ces femmes (unique à chaque renouvellement, tous les douze ans) étaient élues au cours des

siècles en tant que prêtresse « reine », dans une lignée familiale exigeant de naître sur le sol de Kudaka (de parents nés aussi là) et de se marier avec un homme de même « patrie », à l'exception possible d'épouser un descendant princier du royaume des Ryûkyû. Ces femmes, ayant pour la plupart hérité de leurs dons par leur mère, sont initiées lors de l'*izaihô*, cérémonie ayant lieu à Kudaka pendant l'année du cheval, sur cinq jours, pour leur insertion dans le groupe religieux par la *noro* aînée ; la dernière eut lieu en 1978 pour l'ultime fois, les règles ancestrales nécessaires pour devenir *noro* ne pouvant plus être respectées. Cette cérémonie, ayant été filmée, a pu être visionnée et permettre de déterminer certaines formes de *rites* comme l'application d'un rond rouge sur le front puis sur les joues (à droite, puis à gauche) et l'ornementation des cheveux avec des papiers rouges, jaunes et blancs des futures prêtresses vêtues de longues robes blanches. Le rouge est alors « symbole de pouvoir comme couleur du sang et du soleil », selon Hideko Oshiro²⁶⁸ qui m'a accompagnée lors de ma visite comme guide et traductrice.

Aujourd'hui, certaines règles ne pouvant plus s'appliquer, les *noro* « n'existent plus », mais des femmes, nommées *kaminchu* (signifiant, « dieu – personne », dans le langage okinawaïen), correspondant à la *shinniyo* japonaise (signifiant, « dieu – femme », dans le langage japonais), se proclament « chamanes » et continuent aujourd'hui à prier pour la protection de l'île et notamment des pêcheurs, en faisant appel aux dieux de la mer, et à « produire » des oracles. Ainsi, au lieu d'*observer* ici une « rupture » (liée à un contexte historique certes, mais conception d'avantage de l'ordre de la représentation), il est ici possible de considérer l'adaptation de ces praticiennes et donc de l'*invention* de leurs nouvelles règles en interne, et avec elle [l'*invention*], de nouveaux noms. Ainsi, ces femmes, nommées « prêtresses » par les l'anthropologie japonaise actuelle, en accord avec la volonté de ne plus nommer « chamane » toute pratique envers le divin, ont aussi des pouvoirs oraculaires : elles « reçoivent parfois »²⁶⁹, dans une pratique liée au *hasard* [le *sors* (du latin *fors*)²⁷⁰, dans sa relation au *destin*], des messages leur annonçant des événements futurs, notamment des catastrophes climatiques (tels que les typhons, fréquents sur l'île). Cette fonction oraculaire s'ajoute donc à celle de la prière, cette dernière ayant pour rôle non seulement de « se mettre » dans un état

²⁶⁸Hideko Oshiro est chargée de la « sauvegarde du patrimoine culturel de Kudaka » au bureau du village de Chinen (côte portuaire d'Okinawa permettant d'accéder à la petite île dite « sacrée » de Kudaka).

²⁶⁹Cette acception fut récoltée lors d'un entretien avec l'une d'entre elles (*kaminchu*), Nae san, effectué sur l'île de Kudaka, le 13 avril 2005. La section e- de ce même chapitre développera plus en détails les conditions de cet entretien et questionnera ainsi la relation entre la *traduction* « en acte » et l'*invention*, cf. pp. 241-247.

²⁷⁰Cf. Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 73-74.

propice à recevoir le message [du « divin », du « monde invisible », des « ancêtres », etc. selon les protagonistes *rencontrés*], par une forme de *rituel* (du point de vue de la répétition et de l'« état méditatif » auquel il conduit alors) comme « structure propice au surgissement », mais aussi de protéger l'île et ses habitants d'un *accident* potentiel – dans une volonté, sinon de maîtriser le *hasard*, en tout cas de « jouer » avec lui.

Ainsi, du point de vue du « mode d'entrée en communication avec les dieux », ou plutôt de la nécessité de « se mettre en état » à recevoir des messages, il existe là encore des systèmes qui ont pu être repérés par Anne Bouchy : elle définit comme « maîtres de la possession » les *yuta* (et non *uta* comme elle le dit) exerçant à Okinawa et les *dai* exerçant à Osaka. Donc, elle n'emploie pas le terme de « chamane », d'une part pour conserver la particularité nominale, et donc effective de ces praticiennes, et aussi en accord avec la différenciation établie par Georges Condominas²⁷¹ à ce sujet, comme le modèle encore actuel au sujet de la définition du chamanisme, notamment en anthropologie japonaise. Ce modèle est donc basé sur les « mouvements opérants » entre la personne et le divin, ainsi, le « chamane » est considéré comme le médium d'un culte de possession lorsqu'il « monte » vers les esprits, tandis que le « possédé » est celui « dans » lequel les esprits descendent. Selon cette définition, le chamanisme serait alors une méthode (entre autres) de communication avec le « surnaturel », qu'il prétend « contrôler ». La volonté d'entrer ou non en communication semble donc, selon cette définition, présente à chaque fois pour le chamane, alors qu'un « possédé » l'est plus souvent contre sa volonté. Cette conception du « chamane » permet donc de remettre en question la dénomination accordée par l'anthropologie actuelle au sujet des « prêtresses » opérant sur certaines îles des Ryûkyû, puisqu'elles sont censées « recevoir » la visite des esprits de manière *inopinée* – soit, contre leur volonté, par *hasard*. Pourtant leurs *rituels*, dans le cadre de leurs prières quotidiennes ou de cérémonies, témoignent d'une toute autre démarche puisqu'elles « se mettent » dans un état proche de la *transe* pour justement entrer en contact avec le « divin ».

Cette démarche a pu notamment être observée lors de la « cérémonie du riz », sur l'île de Kume, le 20 juillet 2006 : diffusion de chants scandés aux rythmes répétitifs (sur un lecteur radiocassette), en buvant de multiples verres d'*awamori* (alcool de riz okinawaïen), qu'elles transvasent et se donnent, selon un rythme précis, tout au long de la journée, en changeant

²⁷¹ Cf. Georges Condominas, *Chamanisme et possession en Asie du Sud-est et dans le monde insulindien*, Paris, ASEMI, 1973.

plusieurs fois de lieux symboliques (maison du culte des ancêtres, plage en direction de l'est, etc.). Participant à la progression lente de cette *transe* (semi hébétude), baignée par les effluves d'alcool dès 10 heures du matin, *mon* état était pour le moins loin d'être « sobre » tandis, qu'ingurgitant à la suite de nombreux verres, *leur* état les conduisait se balancer légèrement et de plus en plus à parler de manière inaudible, enchaînant les gestes du « passage » (des verres de main en main, du corps d'un lieu à un autre, de l'esprit d'un « monde » à un « autre »).



Fig. 62 – Cérémonie du riz, maison du culte des ancêtres

Japon, île de Kume, le 20 juillet 2006.

Cette *rencontre* permet donc de remettre en question la notion même de « descente » (comme prise de possession du corps par les esprits) ou de « montée » vers les esprits, soit la structuration d'un tel « mouvement » : par ce *rituel* leur démarche se rapproche en effet d'avantage à des transes de montée vers les esprits opérées par les chamanes toungouses, ceux-ci étant accompagnés par des chants et les rythmes du tambour. Selon cette similitude factuelle, il est aussi possible de remettre en question la nomination des « prêtresses » comme « chamanes », dans le sens où les *shinniyo* (soit, « dieu – femme »), nommées aussi *kaminchu* (soit, « dieu – personne », en dialecte okinawaïen) ne se contentent pas de prier mais entrent

en communication avec les « dieux » lors de *rituels* spécifiques, comme systèmes symboliques certes, mais aussi comme « structures propices au surgissement ». À ces deux fonctions s'ajoute aussi celle de l'oraculaire, pour des pouvoirs particuliers dont bénéficient parfois les dites « prêtresses ». D'ailleurs, l'entretien effectué auprès de Nae san [sur l'île de Kudaka, le 13 avril 2005] témoigne de cette faculté, puisque celle-ci détermina son rôle comme répondant à deux fonctions principales : prier quotidiennement pour la protection de l'île et sa survivance (prier pour que la pêche soit bonne, pour que le riz pousse, pour que la pluie vienne...), et recevoir des messages « divins » au sujet du futur proche, concernant notamment les risques de catastrophes dites « naturelles ». Ainsi, cette remise en question est effective en fonction de la définition posée par Georges Condominas et reprise par l'anthropologie actuelle japonaise à ce sujet. Ceci dit, pourquoi séparer de manière aussi radicale, et du coup se donnant comme objective, un mouvement directionnel (« monter » ou « descendre ») dans une « communication » si particulière ? Cette classification amène déjà une manière tronquée d'observer ces pratiques, dans le fait même de centrer le débat autour de la « communication » : une fois de plus la pensée structurale évince une possible compréhension du « faire ». Ainsi, il *me* semble plus opportun de définir ces pratiques selon une étymologie mettant en relation différentes définitions selon les terrains et une « contextualisation » historique et géographique, d'avantage centrée sur le « faire » que sur ses méthodes. Soit, collecter les noms que se donnent les praticiennes elles-mêmes, pour mieux tracer les relations opérantes entre ces diverses formes de dit « chamanisme », oraculaires ou de l'ordre de la prière (qui n'est cependant jamais une fonction unique chez les femmes rencontrées), fonctions de fait entremêlées et particulières à chacune, même si les *rites* conservent leurs règles, dans la forme.

Dans ce sens, si *çaman* signifie soit « celui qui sait » soit « celui qui bondit, s'agite, danse », selon l'une ou l'autre étymologie établie, il semble opportun d'identifier les pratiques observées selon leur nominations données en interne, pour être au plus proche en termes d'analyse. Ainsi, la *yuta* (signifiant, « secouer ») est une chamane qui exerce à Okinawa (soit, sur l'île principale mais aussi parfois sur les petites îles alentours, comme Kume par exemple), pour soigner et conseiller les personnes en difficulté, entrant en contact avec les ancêtres (et donc supposée « remuer » lors de cette entrée en communication, par une forme de possession – ce qui n'a cependant pas été repéré lors de mon entretien avec une *yuta*). Son rôle est primordiale non seulement en tant que lien symbolique opérant entre les vivants et les morts, mais aussi en tant que fonction de maintien de la cohésion sociale comme oscillation

permanente et dynamique entre « tradition » et modernité. La *yuta* est donc une sorte de médium, principalement une femme, douée de visions des ancêtres accompagnant ou entrant en interaction dans la vie du « patient » ; lors de ses « entretiens », elle revêt toujours une longue robe blanche, couleur à laquelle elle assigne le pouvoir supplémentaire, symbolique, lui permettant d'« entrer dans son rôle ».

d- Poïétique d'une enquête ethnographique et « fictionnalisation » d'une *rencontre*

Ma *rencontre* avec la *yuta*, madame Inamine demeurant à Ginowan, s'est faite par l'entrecroisement de différentes coïncidences et rencontres [une des définitions du hasard, comme *casus*, puisque « les référentiels de cette rencontre sont imprévisibles »²⁷², mais qui cependant répond à une nécessité] qu'il semble opportun de raconter ici brièvement : témoignages, exemplifications, ce texte se donne comme une possibilité poïétique de l'enquête ethnographique. Autrement dit, il propose de considérer aussi l'enquête comme une *instauration* [« contextualisation » du terrain et de la posture de l'« enquêtrice », définition des « paramètres-acteurs », voire des « matériaux », pointer les *rencontres* (liées au hasard, le *casus*) comme surgissement propice à l'*invention* au sens de « découverte » et repérage de quelques phases propre à la *conception*] qui tendra, au paroxysme de la mise en tension de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice », à la construction d'une fiction.

La première année de ma résidence à Okinawa j'habitais dans un campus universitaire ; le premier jour de mon installation en ces lieux je fis la connaissance d'une jeune Néozélandaise nommée Shula Webb, chercheur en anthropologie, qui m'annonça qu'elle travaillait sur le sujet du chamanisme okinawaïen. Cette première *rencontre*, dans l'escalier du *kaikan* (soit, la « maison internationale »), est significative car elle marque la première coïncidence de « bonne augure » de mon choix quant au lieu de mes investigations : le chamanisme était un sujet qui m'intéressait depuis de nombreuses années sans jamais avoir été « officiellement » l'objet d'aucune de mes études, ainsi cette « découverte » a d'autant plus nourri mon désir de mener une année de recherche à Okinawa. Durant cette même année

²⁷² Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), p. 75.

j'eus de nombreux échanges au sujet du chamanisme okinawaïen avec Shula, mais aussi avec Isabelle Prochaska, doctorante autrichienne du département d'Études Est Asiatiques, de l'Université de Vienne, travaillant avec le professeur Nakamine, du département d'anthropologie de l'Université des Ryûkyû. Tous ces échanges, ainsi que mes visites des places dites « sacrées » d'Okinawa (nommées *utaki*) et mes lectures, m'ont permis de cheminer dans ma réflexion sur ce sujet. Cette première année ne se solda cependant pas par une rencontre avec une *yuta* mais par un entretien avec une *kaminchu* sur l'île de Kudaka, dont je ferai un rapport plus détaillé dans les pages qui suivront. C'est donc lors de mon deuxième séjour à Okinawa que cela se fit : après une semaine à Tôkyô, puis une autre sur l'île de Hachijô pour y effectuer mes enquêtes sur les techniques textiles, je revenais sur « les lieux de mon immersion » préalable. Cette fois-ci je logeais chez un architecte Allemand, en colocation : j'arrivai le soir, accompagnée du professeur Jun Kataoka ; l'on me présenta alors mon autre colocataire, Aureus Solito, un cinéaste Philippin, désormais célèbre. Je lui demandai l'objet de son séjour et il répondit aussitôt son désarroi quant à sa quête : il était là pour réaliser un documentaire sur le chamanisme Okinawaïen, pour une mise en relation avec le chamanisme de l'île de Palawan (dont ses ancêtres étaient originaires) ; mais tous ses contacts s'étaient soldés par un échec, pour n'avoir pu rencontrer aucun de ces praticiens, alors qu'il devait bientôt repartir. Cette *rencontre* – liée au hasard, au sens de *casus* – a immédiatement motivé mon désir de l'aider et donc de « trouver » – lié à l'*invention*, au sens de « découverte » – puis de rencontrer une *yuta* en sa compagnie. Entre les diverses enquêtes de terrain sur les techniques textiles et l'organisation d'une nouvelle exposition, je démarchais activement pour mettre en place cette entrevue. Celle-ci eu donc lieu à mon retour de l'île de Miyako, le matin de mon départ pour Tôkyô, *in extremis*, alors qu'Aureus revenait tout juste de différents voyages pour remporter divers prix cinématographiques. Nous nous sommes donc rendus chez la *yuta*, accompagnés de Daniel (Suisse multilingue travaillant pour la télévision japonaise), afin de pouvoir *traduire* nos échanges avec madame Inamine, le 17 août 2006.

Il est donc ici possible de repérer différents niveaux fictionnels qui s'entrecroisent : la succession des *rencontres* qui m'avait menée là, les fonctions de réalisateur et de traducteur / animateur de mes deux acolytes, et, les croyances mêlées des histoires familiales de chacun. Consciente de ces différentes *fictions*, mais aussi des attentes que chacun pouvait avoir quant à cet entretien (je connaissais assez bien les deux personnes avec qui nous avons beaucoup échangé au sujet du chamanisme, de nos cheminements personnels ainsi que de nos

croyances), je me suis donc conditionnée « contre toute attente » à être (sur place) dans le rôle de l'*observateur*. « Neutre » (ou en tout cas, discrète) tant que faire se pouvait, après avoir été dans le rôle de celle qui met en relation les « acteurs » d'une telle scène (puisque j'avais provoqué la *rencontre* de l'ensemble des « personnages » au final).



Fig. 63 – Aureau Solito et Daniel Lopez à Shuri, 12 août 2006 - *Yuta* Inamine chez elle, 17 août 2006

Un tel rôle [celui du « scénariste »] me permettait d'être dans une certaine forme de mise à distance par rapport à tout ce qui pouvait se passer et donc une prise de notes « sereine » des mots échangés entre chacun. Je saisisais les motivations personnelles derrière les questions de mes deux compagnons, et, chaque fois que c'était le cas, soupçonnais la *yuta* d'y répondre dans le sens de leurs attentes. Ce soupçon, qui se révélait être une forme première de scepticisme, me permit néanmoins d'être attentive à chaque remarque. La première partie de cet entretien correspond donc à un témoignage, que *je* vais résumer ici, soit, l'histoire personnelle de madame Inamine qui nous expliqua comment elle devint *yuta* – cela commença par une première vision qu'elle eut alors qu'elle était enfant (environ 7 ans) : pendant la nuit, sa voisine lui apparut en rêve, au milieu du jardin, l'appelant à sa rencontre ; le lendemain matin, celle-ci était morte. Elle raconte comment, de nombreuses fois par la suite, elle fit des rêves prémonitoires et se mit à prier, quotidiennement, pour rentrer en contact de plus en plus consciemment avec ce qui lui « parlait » (soit une divinité ou une personne décédée – sachant qu'à Okinawa, un ancêtre mort devient une divinité au bout d'un certain nombre d'années, fluctuant selon les îles et les croyances les plus locales), le plus souvent sous formes d'images. Aujourd'hui, devenue *yuta* (grâce à un apprentissage et à l'expérience

de ces « visions ») elle revêt sa robe blanche pour entrer en relation avec l'ancêtre proche du « patient » qui la visite.

C'est ce geste symbolique qui nous permet d'entrer dans la seconde partie de l'entretien : l'échange avec Aureau au sujet de ses troubles, dont il fit témoignage, et des ancêtres auxquels elle les relia. Ainsi, elle définit avec précision différentes images qu'elle pouvait percevoir en regardant dans la direction de son « patient », et telle fut sa première « vision » : lui sous une porte décorée de fleurs, dont elle donna les couleurs. Ce fut le déclencheur, Aureau interloqué répondit que cette image correspondait à une photographie qui ne le quittait pas et qu'il avait justement dans son ordinateur, qu'il s'empressa d'ouvrir : une photo de lui sur le perron du domicile de sa mère. Puis, la *yuta* continua son travail avec lui, elle détailla des personnages, qu'elle pouvait voir à ses côtés pendant la séance : identifiés par le « patient » comme étant ses ancêtres. La discussion évoluait : elle décrivant les vêtements ou des traits singuliers des personnages, lui acquiesçant et les identifiant comme étant son grand-père chamane mort depuis peu, son oncle berger... *Je* gardais mon calme, notant ce qui se passait, Daniel traduisant les échanges en anglais. L'apothéose de leur conversation vint lorsque la *yuta* montra une photographie d'elle, dans son costume de praticienne, devant la *sefa utaki* (une des places dite « sacrée » prépondérante à Okinawa) : Aureau filme la photographie en gros plan, de plus en plus proche, puis s'arrête dans un spasme ; il dit avoir vu une forme étrange dans le fond et la décrit. Elle sourit et lui dit qu'il a vu la divinité du lieu, et que s'il en est capable, il est certainement lui aussi chamane, de par son grand-père ; elle lui conseille donc de retourner sur l'île de Palawan pour y suivre son destin et y exercer lui aussi son rôle, que son ancêtre l'y appelle. Dans ce trouble, je me mets à pleurer, elle me regarde et me donne un conseil familial qui *me* saisit : elle a « touché » juste. Désormais humble et troublée devant la suite des événements, je continue mon travail d'observation jusqu'à ce que l'on se quitte : elle m'embrasse les larmes aux yeux et me demande de revenir, une prochaine fois, avec ma mère.

Cet entretien, résultant de la volonté de mener une enquête, est significatif de la manière dont le travail d'observation est complexe au sujet de la notion de distance : il y a là un passage entre différentes postures (du plus lointain au plus proche, dans un cheminement volontaire ou « malgré soi ») qui s'opère en quelques heures et participe à l'élaboration d'une analyse particulière de l'objet d'étude. Cette histoire pourrait prendre la forme d'un scénario, d'un roman, en tant que « fictionnalisation » d'une « réalité » observée, ou d'une enquête

ethnographique comme phase de perception du divers. Le rôle de la *yuta*, qui en règle générale favorise la pérennité du lien avec les ancêtres, est ici donné à voir dans tout son foisonnement : elle ne se contente pas de conseiller son « patient » de prier ses ancêtres (participant au culte traditionnellement perpétué dans toutes les familles okinawaiennes et japonaises encore aujourd'hui), elle décèle aussi les « failles » ou les dons héréditaires du « patient » (sans même qu'il n'est eut à mot dire...) pour l'amener à faire des choix afin de favoriser le retour d'un certain équilibre psychique intimement lié à une forme de rupture familiale. Ce n'est qu'après avoir rencontré la *yuta* Inamine que la question du « chamanisme », comme domaine de techniques, m'est apparu bien plus complexe et en même temps bien plus proche de « ma réalité » (soit lorsque ce qui est définit comme l'*autre* – étrange – devient l'un des « soi ») que je ne le pensais. En effet, je pense que c'est à ce niveau ultime de l'immersion okinawaienne, que j'ai commencé à véritablement *me* considérer *moi-même* comme *autre*, ce qui m'a permis aussi de dépasser complètement la phase vécue à la fin de mon premier séjour, submergée par un *sentiment d'altérité*, et qui m'avait valu de longs mois de réflexion afin de sortir d'une certaine forme de rejet critique et obtus au sujet de ce que je nommais alors « le Japon ». Cette mise en péril de *soi*, m'a permise de penser *autrement* mes approches précédentes et de mieux saisir les interactions opérant entre l'observateur – *moi* – et le terrain – *autre* – et même ce qui les complétaient : relation entre le « je » et le « elle », au niveau des postures mais aussi au niveau de la relation au dit « terrain », qui tout compte fait se construit avec *ma* présence sur les lieux, d'où la possibilité de le définir non seulement comme « ensemble de relations » mais aussi dans ce qu'il est « en train », une *instauration*.

e- La « traduction en acte » et le jeu du « je et elle » dans le cadre d'une enquête ethnographique : instauration et mise en perspectives

Si la démarche vers ces praticiennes est née d'intrigue, elle s'est construite par des rencontres et la compréhension à chaque fois particulière d'une histoire humaine et personnelle. La *traduction* simultanée aux entretiens est dans ce sens une prétention à la *fidélité*, pour une interprétation déjà de ce qui est dit. Elle est conditionnée par la volonté de comprendre de l'interprète (dans le cas qui vient d'être traité, il s'agit de Daniel, personnage tiers à la rencontre), puis, par celle de l'observateur lors de l'immersion [dans un va-et-vient constant entre *je* qui ressens (au caractère parfois empathique) et travaille avec l'instinct (où le jeu du

hasard prend toute sa place) et *elle* qui interprète déjà]. Même si « elle » (au sens de la *traduction* donnée dans le texte, c'est-à-dire comprenant le travail de traduction, et de la personne qui traduit ; soit, d'une signification double du « elle ») témoigne, « elle » est déjà « création », dans son caractère équivoque et ambivalent d'une certaine mise en tension entre les différents paradigmes langagiers et interprétatifs. À ceci s'ajoute le fait que celui qui traduit est, dans sa pensée même, dominé par sa langue maternelle : le traducteur produit dans la matière flexible de la langue de nouvelles formes. Ce constat se vérifie aussi au cours de l'immersion longue dans un lieu étranger, lorsque la musique de la langue maternelle manque avec nostalgie, la traduction, si juste soit-elle, ne peut alors pas remplacer l'impact sonore du mot connu et entendu depuis toujours, et participe à la difficulté rencontrée parfois avec l'*altérité*.

Pour mieux comprendre la complexité du travail de traduction et de sa relation avec la notion de création, l'exemple de l'entretien effectué auprès de Nae san, *kaminchu*, est utile. Cet interview, effectué sur l'île de Kudaka le 13 avril 2005, permet de mettre en tension les différents niveaux de la traduction comme discipline. La problématique première de ce travail de *traduction* est que j'ai rencontré quelques difficultés à obtenir des réponses au questionnaire que j'avais établi avant ma venue, et ceci était dû à différents paramètres : complexité à se faire comprendre au travers de questions qui manquaient d'un certain pragmatisme au départ et d'une certaine forme de transformation et de multiples interprétations (questionnaire rédigé en français, traduit à l'oral en anglais, puis en japonais par mon accompagnatrice) de mes questions au cours de l'interview. De plus, quelques termes étaient intraduisibles sur le moment de l'échange, ce qui a créé une sorte de surgissement de sens en dehors du langage et a permis une forme de possibilité de saisir « à quel niveau agit la logique du symbolique »²⁷³ et d'en présumer la force. Ce sont la gestualité du langage, les regards, les intonations, la musicalité des mots et leur flux qui donnaient, dans ces moments particuliers, le sens à ce qui était dit. Il m'a semblé que je n'avais jamais aussi bien compris le japonais que lors de cet entretien là et que le visage de cette « prêtresse » est resté incrusté dans ma mémoire comme jamais auparavant : la neige de ses cheveux, la douceur de ses traits, la lenteur de ses gestes, la lumière de ses yeux. Toutes ces caractéristiques ont participé à une première forme de compréhension de ce qu'elle disait, notamment parce que son désir de se faire comprendre était serein, que ses silences se donnaient aussi à traduire, et que mon

²⁷³ Bertrand Hell, *Possession et chamanisme, Les maîtres du désordre*, Paris, éditions Flammarion, 1999, p. 68.

anxiété due à la difficulté du langage avait disparu. C'est donc dans le croisement de différents niveaux de compréhension et de *traduction* que l'entretien s'est construit : autour du *je* [de l'invention et du hasard], où l'immédiateté des idées est d'ordre *a priori* subjective mais donne à voir, par la suite, de nouvelles articulations : construction en train de se faire, nécessitant une mise à distance, voire une mise en perspective.

Ainsi, au niveau du *elle*, l'objectif d'un tel entretien était d'établir une enquête (sur un mode ethnographique) afin de mieux définir la « pratique magique » particulière à une *kaminchu* – voici donc la « collecte » effectuée (synthèse des réponses données par la chamane) : au sujet de la manière dont Nae san est devenue *kaminchu*, il s'agit là d'une part de l'hérité familiale, dans le cadre d'une tradition matriarcale, au même titre que les tisserandes. Cette hérité se complète par une compréhension de la « nature » (*shizen*) de laquelle chacun fait partie, comme élément. Nae san souligne l'importance de prier, ou plutôt de méditer, quotidiennement, pour d'une part se rendre réceptive (aux messages pouvant potentiellement être envoyés) et encline à une « bonne énergie », dans la prise de conscience d'être « comme une pierre ou un arbre », et, d'autre part, à envoyer de « bons messages » de protection vers le dieu de la mer. La prière comme système symbolique de communication avec les éléments est aussi significative dans la démarche de nombreuses teinturières : *je* me souviens de Michiko Uehara me précisant l'importance de prendre le temps de faire une prière de remerciement envers le végétal dont elle venait de prélever une écorce ou des feuilles nécessaires à la teinture.

À ce stade du récit concernant l'expérience de terrain, il convient de préciser que la mise en relation entre les pratiques chamanique et tisserande (l'une définie comme « magique » et l'autre comme « artisanale ») s'est aussi construite par la succession des événements : entretien avec Nae san suivi de la visite des femmes tisserandes, pour une observation sur le terrain fonctionnant alors, selon ce point de vue (chronologique), sur un mode paradigmatique. Ainsi, par association, « je » me suis mise à regarder autrement l'acte du tissage et « elle » s'est mise à penser d'une autre manière les pratiques rituelles, dites « sacrées » : à ce niveau, pour une des premières *rencontre* entre les deux postures définies en amont (le *je* de l'immersion, de celle qui *invente*, et, le *elle* de la mise à distance, de celle qui construit)

Ainsi, si Nae san est devenue « chamane » (comme elle le dit en anglais, *shaman*) très jeune et selon elle ce n'est pas seulement un don, c'est aussi un apprentissage (poétiques repérées)

que « chacun pourrait développer ». À cet instant, lorsqu'elle souligne cette caractéristique, la chamane installe entre elle et « je » une forme de complicité : « complicité » qui fut par la suite considérée par « elle » comme ce qui se définit en anthropologie selon « l'*autre* est un autre *moi* », là où la *rencontre* est cependant repérée comme annonciatrice d'une « découverte » à venir.

Nae san se définit alors comme « messenger » dans le sens où elle reçoit les « messages envoyés par le vent, la mer ou le soleil » [comme véhicules potentiels permettant la communication avec une certaine forme de divin], qu'elle se doit de « renvoyer » par la suite. Ainsi, selon elle, « chacun peut devenir un messenger de la *nature* ». Elle précise toutefois que l'île de Kudaka est un lieu propice pour ce type de pratique – tout comme le sont d'autres places dites « sacrées » à Okinawa (notamment la forêt de *sefa utaki*, le jardin du château de Shuri où est déposé du sable dit « sacré » provenant de l'île de Kudaka, etc.) – par l'« énergie qui s'y déploie » mais aussi parce qu'elles y sont *reconnues* par les autochtones. Et c'est bien cette *reconnaissance* qui permet aux chamanes d'épanouir leur pratique et d'ainsi en transmettre les règles, ou du moins une *mémoire*, aux plus jeunes.

De ce constat opératoire il semble intéressant d'ouvrir la notion de *relation* entre « là bas » et « ici », pour une compréhension nouvelle de pratiques ici associées au passé, et pour cause : ce sont les représentations qui figent le « faire ». Aussi est-il intéressant d'ouvrir une brèche, en notant que la notion de transmission de mémoires et de savoir-faire de la « magie » (et, notamment, de mère en fille) se retrouve notamment dans *La sorcière* dont Jules Michelet fait le récit, pour une mise en relation pertinente à bien des niveaux :

Celle-ci n'a d'amis que ses songes, ne cause qu'avec ses bêtes ou l'arbre de la forêt.

Ils lui parlent ; nous savons de quoi. Ils réveillent en elle les choses que lui disaient sa mère, sa grand-mère, choses antiques, qui, pendant des siècles, ont passés de femme en femme. C'est l'innocent souvenir des vieux esprits de la contrée, touchante religion de famille [...].

Cette femme, toute innocente, elle a pourtant, nous l'avons dit un secret qu'elle ne dit jamais à l'église. Elle enferme dans son cœur le souvenir, la compassion des pauvres anciens dieux tombés à l'état d'esprits.²⁷⁴

²⁷⁴ Jules Michelet, *La sorcière*, Paris, éditions Garnier Flammarion, 1966, pp. 62-65.

Celle-ci dont parle Jules Michelet, est la jeune femme décrite dans certaines chansons issues du Moyen Age, résidant dans son petit foyer, à filer au coin du feu, seule dans l'attente du retour de son époux : l'isolement est alors ce qui caractérise une pratique figée dans des représentations, laissée au rang de l'obscurantisme – lieu des croyances qui figent la pensée. Ceci dit, l'élément feu et l'acte de filer sont ici aussi mis en relation, faisant écho aux *rencontres* effectuées à Okinawa : les *traditions* en acte, au sein des foyers (autel dédié au « dieu du feu » dans les cuisines, prié par la mère pour qu'il protège sa famille). Ainsi, l'image stéréotypée d'une époque européenne révolue correspond toutefois à une histoire : celle qui a participé à créer autour de la femme silencieuse – voire, *absente*, insaisissable – tout un univers fantasmagorique mêlé de croyances et d'incompréhensions face à un être solitaire et secret (contrastant avec celle travaillant aux champs) ; univers qui ne pourrait être transformé sans une « recontextualisation » actuelle et une mise en relation avec des pratiques contemporaines (même si elles se produisent « ailleurs »). Cet être qui s'est vue nommée « fée » ou « sorcière », selon le potentiel de peur ou de charme qu'elle pouvait évoquer à ses compatriotes, participait aussi à des cultes agraires, envers des déesses telle que Déméter ou Cybèle. L'ethnologue Margaret Murray, l'une des premières à avoir investi ce domaine, a fait des descriptions de sabbat effectuée au cours des procès de sorcellerie et des retranscriptions de *rituels* d'un culte organisé, qu'elle lie à une forme de religion païenne préchrétienne de la fertilité, ayant survécu partout en Europe. Dans l'édition de 1957 de l'*Encyclopaedia Britannica*, elle écrit le chapitre sur la sorcellerie où elle précise que la signification du terme « sorcière » (*witch*, en anglais) est liée à celle du mot « savoir » (*wit*), laquelle peut s'ajouter à l'analyse du mot *wizard* (étymologiquement, « celui qui sait »), qui se traduit par le « sorcier » et qui tire son origine du bas anglais *wys/wis* signifiant « le sage ». Ce terme trouve aussi des similitudes avec la langue allemande, *wissen*, verbe de modalité signifiant « savoir ».

Ce que l'étymologie apporte ici c'est donc la possibilité de mieux saisir la relation entre le « savoir », dans sa relation à la *mémoire* (transmission de mère en fille), et le « faire », dans sa relation à l'*imagination* (dans le cadre de telles pratiques), tous deux participant à la construction d'une *connaissance* rare et précieuse, sans cesse en mouvement, en perpétuelle transformation : lieu des « découvertes », il est aisé de considérer l'ampleur que de telles pratiques peuvent conférer comme *pouvoir*. De ce point de vue, il convient de préciser que depuis le Moyen Age, en *Occident*, ces pratiques se sont perpétuées, notamment sous la forme de ce qui est aujourd'hui nommé « néo-paganisme », celui-ci ayant été particulièrement diffusé par les milieux féministes américains dans les années 1970. Époque durant laquelle, il

convient de le rappeler, les bureaux de style sont nées, sous l'impulsion de femmes engagées et motivées à changer le monde « moderne », celui de la consommation, et donc à prendre une certaine forme de pouvoir (ce qui sous-tend le risque toujours d'une « diabolisation » de ces mêmes femmes). Ainsi, le « néo-paganisme » s'est progressivement transformé et diversifié, acquérant même une dimension écologiste (extension politique d'une relation respectueuse envers la « nature », dans la compréhension de l'environnement comme écosystème) : il regroupe aujourd'hui de nombreuses tendances hétérogènes dont les divergences sur le plan politique sont souvent notoires. Aujourd'hui, il existe donc une forme de « néo-paganisme de gauche » (écologiste ou de tendance alter mondialiste) et une autre forme de droite, voire d'extrême droite. Souligner ces mouvements permet de « recontextualiser » et de démystifier ce qui peut être défini comme « chamanique » ou « magique », pour une compréhension plus juste du rôle et du pouvoir féminin au sein d'une société, du plus local au plus global, et des relations qui se jouent aussi au niveau politique. L'exemple des femmes Kabyles, comme « gardiennes »²⁷⁵ d'une langue, de rites et de traditions, permet de compléter l'argumentation selon laquelle le *rite* et la transmission de certaines *traditions* (en terme de techniques particulières) peuvent aussi être le vecteur d'une certaine forme de liberté (et donc de pouvoir) chez la femme. Selon ce parti pris, le sujet est vaste et les mises en relations sont multiples et participent même à reconsidérer la notion de *patrimoine* comme « objet vivant » et complexe, sous-tendant des enjeux et des questionnements sans cesse renouvelés. À ce sujet, il convient de renvoyer le lecteur à la thèse de doctorat en arts plastiques, actuellement en cours, d'Olfa Ben Abdessalem : « La poïétique du klim : poésie et tissage berbère »²⁷⁶, avec un corpus de « pratiques secrètes » de tissage et des *rituels* qui l'accompagnent dans le cadre d'une intimité féminine, et, d'un travail sur la mise en relation entre la notion de « patrimoine artisanal » et celle de « création artistique contemporaine ». Cette recherche participe à la reconsidération de la notion de *patrimoine*, au sens où la notion de *tradition* est remise en question (décloisonnée du postulat « passéiste ») et mise en relation avec des pratiques actuelles, du point de vue de la technique mais aussi du concept. C'est donc au niveau de ce nœud épistémologique que la poïétique est indispensable, pour une approche complémentaire – à celles historique et ethnologique – au sujet de pratiques singulières.

²⁷⁵ Cf. Makilam, *Signes et rituels magiques des femmes Kabyles*, Aix-en-Provence, Edisud, 1999.

²⁷⁶ Cf. Olfa Ben Abdessalem, *La poïétique du klim : poésie et tissage berbère*, thèse de doctorat en arts plastiques, sous la direction de Guy Lecerf et la cotutelle de Mohsen Zerai, Toulouse, UTM & Gabès (Tunisie), ISAM, [en cours].

À partir de l'étude de l'ensemble de ces pratiques, investissant la notion d'*ethno-poïésis*²⁷⁷, il est donc non seulement possible de considérer la part d'*invention* en leur sein (s'ajoutant aux règles qui les structurent) mais aussi d'en concevoir leur modélisation du point de vue de leur instauration. Ainsi, la question de la partie suivante correspond non seulement à la possibilité de la modélisation du « faire » (nécessaire à sa communication, voire à sa « mise en relation sociale »), mais aussi à démontrer en quoi les pratiques dites « traditionnelles » sont coexistantes au « faire » industriel. Ce dernier sera donc traité selon sa modélisation, non seulement actuelle mais aussi du point de vue de sa construction historique²⁷⁸, pour permettre au lecteur d'engager la lecture de la « deuxième partie » de cette thèse du point de vue de cette « coexistence » (entre le dit *traditionnel* et le dit *moderne*). Transition donc, qui permettra par la suite d'engager à son tour une étude des « poétiques de l'ingénierie et du marketing », celles-ci étant essentiellement centrées sur les représentations : elles engagent une certaine forme de traduction de la *modernité* (en tant que construction), en investissant dans leurs conceptions des « lieux images » – synthèses « décontextualisées » de leur instauration.

²⁷⁷ *Ethno-poïésis* : de «peuple» *ethnos* et «action de faire» *poïésis*, soit, des pratiques singulières « en train de se faire » par des peuples *identifiés* ; sous-tend la rencontre de «faire» (techniques, savoirs, etc., en tant que poétiques repérées) issus de peuples [ou de deux individus issus de peuples] différents, matérialisée par une création. Pour une définition de l'ethno-poïétique au regard de l'instauration d'une installation investissant des pratiques (liées à des savoir-faire) issues de cultures différentes, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

²⁷⁸ Cf. la partie suivante, chapitre II.1 [concernant la dite « construction historique » d'un « langage typologique »] et II.2 [concernant la modélisation japonaise actuelle du dit « faire » industriel, du point de vue de la représentation], pp. 280-304.

PARTIE TRANSITION

Coexistence de la *tradition* et de la *modernité* au Japon
Terrains modélisés par deux théoriciens de la couleur

Introduction à la « partie transition »

À la relative sûreté de la mémoire s'oppose ainsi une incertitude constitutive de l'imagination : celle-ci s'en tenant à l'autre alors que la mémoire est capable d'aller à une re-présentation du passé, donc à une réactualisation de l'autre en tant que celui-ci même.²⁷⁹

Le constat – au sein de la *modernité* – d'une considération de la *tradition* (liée à la construction d'un *patrimoine* et à la *mémoire*, du point de vue de sa transmission) comme passéiste et « obstacle » à l'*imagination* – et donc, à la *création* – conduit la réflexion à considérer le « faire » actuel en comprenant les terrains de la dite « tradition » et de la dite « modernité » comme coexistantes d'une même contemporanéité. Autrement dit, le constat d'une assimilation conceptuelle d'une forme de « rupture » historique conduit l'étude ici engagée à prouver que non seulement « il y a » coexistence (grâce à une étude des pratiques) mais, qu'en ce sens, l'idée de « rupture » nécessite d'être remplacée par la notion de *relation*. En effet, sous couvert d'une certaine forme de « lecture historique » (du point de vue d'une pensée évolutionniste, voire progressiste, s'appuyant sur une supposée « chronologie des faits »), c'est d'une « décontextualisation » historique qu'il s'agit lorsque les pratiques dites « traditionnelles » sont considérées du point de vue de leurs représentations et que leurs processus d'instaurations sont définis comme « archaïques ». Or, considérer l'articulation opératoire entre *mémoire* et *imagination* du point de vue du « faire » [de la couleur] permet de comprendre que des pratiques qui investissent des techniques *traditionnelles* (*poétiques* identifiées – recettes, règles, processus) n'en évince pas pour autant l'*invention* (jeu du *hasard* et des « découvertes »).

Aussi, à partir de ces postulats de départ, cette partie a-t-elle pour objectif premier de définir en quoi une « décontextualisation » historique, liée à une considération des « objets » indépendamment du processus de leur instauration, conduit, par leurs « mises en relation sociales » et les usages répétés (investissant la notion d'*habitus*²⁸⁰) qui en sont faits, à

²⁷⁹ Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 93.

²⁸⁰ La notion d'*habitus*, définie par la sociologie (Émile Durkheim) puis par l'ethnologie (Marcel Mauss), dans le cadre d'une discipline en construction, est l'un des principes fondamentaux de la conception de « l'homme total » ; soit, une sorte de « connecteur » des composantes physiologiques, psychologiques et sociétales de l'individu, conduisant à une compréhension

transformer des symbolisations (construction en acte) en des « codes » (lieu des représentations et des croyances). La première section du premier chapitre qui suit permettra donc de considérer en quoi la notion de *tradition* du point de vue des représentations peut être « re-contextualisée » grâce à une approche historique combinée à une compréhension des *poiésis* qui construisent cette histoire (soit, non par une prise en compte, dans son acception mythique, de l'évènement ou de la figure du héros, mais plutôt comme construction elle-même « en train », faisant intervenir différents « matériaux » et paramètres). Autrement dit, il est question ici d'une opération réflexive du même ordre que celle engagée précédemment au sujet de la notion de *rituel* : si celui-ci est considéré (dans une forme de mise à distance) du point de vue de sa poétique (gestes codifiés, règles, cycles) et de son « rôle » (social ou religieux) uniquement, il semble faire obstacle au *hasard* et conduit à une considération partielle de son existence, soit, devient « représentation ». Or, si celui-ci est compris aussi du point de vue de son *instauration* (dans une forme d'*immersion* – « se mettre à la place de », comme engagement à la fois ethnologique et poétique), alors il investit la notion d'*invention* et conduit à la compréhension de sa construction comme « faire en acte ».

Cette partie va donc permettre d'une part de considérer les couleurs dites *traditionnelles* (sous-tendant des pratiques artisanales) et d'autre part les couleurs dites *modernes* (sous-tendant des pratiques innovantes, investissant des techniques « nouvelles »), du point de vue de leurs modélisations, afin de mieux comprendre ce qui se joue sur ce « terrain » [celui de l'organisation des couleurs « pour » de la construction de connaissance et/ou des utilisations à *venir* – en tant qu'outils matériels et conceptuels]. Concernant les premières, l'objectif sera d'abord de montrer en quoi, grâce à l'histoire des *poiésis* et de leurs usages, il est possible de dénouer les représentations qui s'entremêlent au niveau de la compréhension de la notion de *tradition* – l'assimilant non plus à une sorte de « vecteur d'*identité* », mais à un acte « en train » – pour, ensuite, questionner la possibilité de modéliser les couleurs du point de vue de leur *instauration* (des pratiques jusqu'à leur réception, liées au langage) par la mise en relation des notions de « domaine de couleurs »²⁸¹ et de « couleurs matières »²⁸². Et,

des hommes dans leur interrelation au sein d'une *société*, définie selon ce qu'il est possible de repérer comme commun ou similaire dans leurs comportements.

²⁸¹ La notion de « domaine de couleurs » permet de considérer la couleur, non seulement comme phénomène (selon sa tonalité, sa luminosité et sa saturation), mais aussi selon ses variations (liées à la particularité et aux fluctuations du matériau / du support, de la lumière, de l'hydrométrie, ...). Par exemple, le « domaine des rouges » comprendra une grande variété de rouges et pourra même s'étendre, selon le contexte, jusqu'aux orangés et aux rosés, puisqu'ils sont composés en partie de rouge, du point de vue pigmentaire. Un domaine se définit donc particulièrement selon des objectifs prédéfinis et la particularité de l'objet étudié. Et permet de considérer – dès sa nomination – la couleur comme matière sujette à des variations causées par de multiples paramètres (éclairage, effets de matières, regard, etc.) mais aussi comme objet complexe nécessitant d'être « contextualisé ». Dans le cas étudié ici, la « couleur » est en interrelation avec le « faire » (identification de

concernant les deuxièmes [soit, les couleurs dites *modernes*], l'objectif sera d'abord de considérer la construction de « langages typologiques » (la sémantique comme modèle actuel dominant, liée au pouvoir du discours et de ses énoncés performatifs²⁸³) dans sa relation à la couleur, à partir des notions opératoires de combinaison et de « couleur image »²⁸⁴.

Autrement dit, au Japon (comme « terrain » [au sens large] d'exploration investi pour une compréhension opératoire de la *modernité*), de quelles modélisations est-il question lorsque la couleur est dite « artificielle » ou « naturelle » (du point de vue des représentations) ? Et, de quelles constructions de ces représentations s'agit-il lorsque le langage se fonde sur une compréhension de type phénoménologique (la couleur « perçue ») ou lorsqu'il est davantage lié à la technique (la couleur « en train de se faire ») ?

En effet, définir les notions de « couleur matière » et de « couleur image » renvoie aussi [du point de vue de la réception notamment] à se poser la question de ce à quoi renvoient les couleurs dites « naturelles » et « artificielles » [lieu des représentations] et comment elles participent à la construction de *fictions*. Aussi l'étude des travaux des théoriciens japonais Sachio Yoshioka et Shigenobu Kobayashi permettra-t-elle de comprendre de quelle manière leurs objectifs [dans le cadre d'un « terrain » donné (lié à la posture des théoriciens, sous-tendant des professions, des connaissances, des rôles et des objectifs particuliers) et de l'*immersion* (voire de l'*induction*) qu'il sous-tend] participent à définir la couleur différemment, comptes tenus des enjeux et des domaines référentiels qui les constituent. Pour le premier, le principal niveau d'interprétation correspond à des techniques artisanales et pose ainsi la question du « comment créer des correspondances chromatiques, du point de vue d'une culture matérielle particulière (ici, le « terrain de la teinture au Japon ») et comment définir des domaines signifiants ? » Pour le second, le niveau d'interprétation correspond davantage à une méthodologie de projet en arts appliqués, mais à un niveau industriel – investissant des considérations marketing –, et pose la question du « comment structurer le

la plante dont le colorant est extrait, techniques et fabrication, *nature* du support) et le langage (nomination des domaines en fonction du « faire » et des symbolisations de l'ordre de l'usage).

²⁸² « Couleur matière » : notion qui sous-tend la compréhension de la couleur comme indissociable de son origine matérielle (végétale, animale, minérale, ...), du processus d'extraction du colorant / du pigment – savoir-faire tinctorial / pictural – et du « support » – type de texture, mode de tissage, nature de la fibre, etc.

²⁸³ Cf. John Langshaw Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970, (1962).

²⁸⁴ La notion de « couleur image » renvoie directement au travail de modélisation du théoricien japonais Shigenobu Kobayashi, lequel la définit en anglais, soit « color image » : modélisation axée sur la sémantique marketing et le terrain de l'industrie, mettant en relation des couleurs « de synthèse » (coloris uniformes et simplifiés, qui renvoient particulièrement à la compréhension des couleurs du point de vue de l'imprimerie – quadrichromie –, le « faire » industriel de la couleur) et des représentations culturelles.

travail du coloriste (travaillant pour le design ou l'architecture d'intérieur, par exemple) et quels "outils couleurs" est-il possible de créer pour la mise en place de processus d'identification ? »

Ainsi, la première démarche compose des domaines (liés à la production de systèmes de références) de « couleurs matières » (échantillons) issues de la dite « nature » (colorants complexes d'origine végétale, animale ou minérale). Tandis que la seconde modélise un paysage de « couleurs images » par la mise en relation des dites « couleurs artificielles » (du point de vue de la représentation) ou couleurs « de synthèse » (du point de vue du « faire » de telles couleurs – la quadrichromie) et du langage. Les deux terrains et leurs modélisations sont alors coexistants d'une *même modernité*, et posent tous les deux la question de la collection (soit, l'opération de collectes sur le « terrain de la culture matérielle » pour le premier, et l'identification de représentations sur le « terrain des re-productions industrielles », pour le second) de la couleur (sous-tendant une *compréhension* des « pratiques-usages » sur un « terrain » spécifique) et du « comment la structurer » (engageant une « mise en relation »).

L'articulation entre ces deux « terrains » peut alors s'effectuer grâce à l'histoire des « faire » et des usages (lieu des symbolisations), considérée comme *mémoires* en train de se construire [au moment même où *je* « suis en train » d'écrire]. Cette histoire est aussi celle de la construction de systèmes de mise en relation, et donc de « terrains » identifiés pour que cette mise en relation soit possible : « terrain » des « couleurs matières » (notion liée au « faire », à des processus et à des techniques, engageant des expérimentations et des savoirs) et « terrain » des « couleurs images » (notion liée à la mise en relation sociale, à des usages et à des représentations, engageant des structures de signifiante et des processus d'identification), non pas comme séparés, engageant une « rupture », mais plutôt questionnant la possibilité d'un « passage » (au-delà de leur coexistence). C'est là où la notion de « couleur culture »²⁸⁵ est opératoire (comme possible matérialisation de ce « passage »²⁸⁶ ; soit, comme « troisième terme ») puisqu'elle est directement liée à l'histoire (voire, au *patrimoine*) dans sa construction (voire, dans sa *transmission*) : mise en relation du « faire » et des usages « en

²⁸⁵ La notion de « couleur culture » est directement liée à l'histoire des *poésis* de la couleur dans leur articulation aux symbolisations ; cette notion opératoire n'aurait pu être définie sans l'apport du précieux ouvrage de John Gage : *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008.

Et, le chapitre 1.2 de la troisième partie complètera la définition de la notion de « couleur culture », notamment par une étude du travail de « géographie de la couleur » conçue par Jean-Philippe Lenclos, cf. pp. 499-518.

²⁸⁶ La notion de « couleur culture » sera particulièrement développée dans son caractère opératoire de matérialisation du « passage » entre deux « terrains » *a priori* séparés, grâce à l'apport de l'histoire qui se construit, dans la première section du chapitre I de cette partie, soit dans les pages qui suivent.

acte » produisant des systèmes de symbolisation et de notation. Aussi l'ensemble de ces trois notions permet-il non seulement de mieux comprendre les sociétés du point de vue de l'*homo faber* (instaurations) et de ses processus de « fictionnalisation », mais aussi de proposer une *traduction* de l'homme dans sa relation à la matière et à l'*autre*, selon la volonté de ne pas « trahir » la diversité de ses usages (et des modélisations qui les accompagnent) et la complexité de ses regards (et de leur relation au langage).

CHAPITRE I

Modélisation

~

Patrimonialisation des couleurs japonaises du point de vue de la culture matérielle et de ses usages

I.1 Construction d'une *tradition* : histoire contextuelle aux « faire » et à leurs usages, et de leur transmission par les symboles

Au préalable, il conviendra de définir la notion de *tradition* avant de conduire une étude sur sa construction, grâce notamment à l'histoire des « faire » et de leurs usages (lieu d'échanges), pour comprendre en quoi la considération des couleurs du point de vue des représentations correspond à une « perception » synthétique (comme objet d'étude possible pour la sémiologie) de ce qu'elles *sont* dans le cadre des relations entre le matériau et l'homme (comme objet « en train de se faire »). L'objectif ici sera donc celui de définir le passage opératoire entre le « faire » de la couleur et sa mise en relation (notamment sociale) par les usages et le langage, grâce d'une part à l'apport historique de John Gage et d'autre part à l'étude du « terrain » japonais en prenant l'exemple du shintô. En effet, cet exemple est opératoire dans le sens où, comme la partie précédente²⁸⁷ a permis de le comprendre, le shintô comme « terrain » soulève des tensions (conduisant à la structuration d'un système symbolique donné) entre volonté politique de conservation et d'affirmation identitaire (nationaliste), représentation dominante de la dite « pensée japonaise » (dans sa relation particulière à la « nature »), structure de cohésion sociale et, en son sein, passage des symbolisations aux codifications dans le cadre de *rituels*. Aussi la notion de *rituel* permettra-t-elle de matérialiser ce « passage » (dans la « mise en relation » sociale, pour ces usagers, mais aussi du « monde visible » et du « monde invisible », pour ces praticiens ou ses « spectateurs-acteurs ») entre « acte en train de se faire » (dans le cadre duquel le *hasard* n'est pas évincé) et « système codifié » (règles préétablies, cycles), transformant les connaissances (en tant que

²⁸⁷ Au sujet du shintô, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.3, b-, pp. 223-232.

construction, sous-tendant la notion de *transmission*) en croyances (lieu des représentations et de la « mise à distance ») et les symboles en codes, conduisant à une forme de « mise à distance » – au sens large – du « faire ». À partir du postulat ici énoncé de « passage », il sera alors possible de considérer les noms (particulièrement, des couleurs) comme d’abord système symbolique (comme mise en relation entre le « faire » et son appropriation, vers une forme d’appartenance), puis comme synthèse d’objets complexes ; « mot » méritant donc d’être « contextualisé » selon l’objet duquel il est « né » (d’où la nécessité de l’apport d’une histoire de ses constructions).

Ainsi, le mot *tradition* vient du latin *traditio*, *tradere*, de *trans* « à travers » et *dare* « donner », « faire passer à un autre, remettre », soit, sous-tendant les notions opératoires de « passage » et de *transmission* d’une mémoire [de savoir-faire, d’objets, de connaissances]. La *tradition* correspond donc d’une part à une mémoire collective (sous-tendant des choix et une domination, une prégnance, d’un objet plutôt que d’un autre) mais aussi à des pratiques (notamment symboliques) particulières, dans la construction de cette « mémoire » (comme *patrimoine*). C’est ainsi que par la pratique (lieu du « faire ») cette *mémoire* est mise en relation, voire en tension (selon les règles qui en constituent le processus), avec l’*imagination* : ainsi, plus une *tradition* est soumise à des représentations, par le biais de sa transmission par le langage, plus elle devient elle-même représentation, vidée de sa matérialité et de l’objet (dans sa fabrication et sa composition) même dont elle est la mémoire. De cette « dématérialisation » naît la considération de la *tradition* comme appartenant au passé, *mémoire* figée dans un « autre » temps qui ne pourrait être actualisée que par l’*imagination* (laquelle renvoie à un « autre » espace – du point de vue d’une forme de mise à distance) : *tradition* alors seulement définie par la poétique, comme ensemble des règles qui la constituent.

De ce point de vue, si cette « actualisation » ne se fait que par et dans le langage, elle ne peut correspondre qu’à une re-présentation à l’infini d’une *réalité* supposée ; poétique (en tant que « règles du jeu ») et imitation (comme reproduction à l’identique d’un ou de plusieurs des traits « caractéristiques » de l’objet dont il est question, voire de son clonage) structurant l’ensemble des constructions d’*identités* (comme modèles) que cette « actualisation » engage. C’est ainsi que la répétition entre en jeu et avec elle l’habitude, transformant les *traditions* en « coutumes » (comme objet d’étude privilégié de la sociologie), mémorisées dans leur synthèse (effaçant le caractère interprétatif de tout transfert d’information, de toute

transmission justement, soit ne donnant pas au « récepteur » la possibilité d'en considérer son processus d'instauration). Ainsi, elles se donnent à lire ou à entendre comme un mythe dont le devoir est, selon les règles instaurées, de le reproduire à son tour ; soit, de le jouer en *imitant* l'un des « personnages » identifié comme le « modèle » dont il serait « de bon ton » de s'inspirer pour participer « à nouveau » à l'actualisation de cette *mémoire*, pour la conserver. Ce passage, dont il vient d'être question, témoigne de la nécessité de considérer à la fois l'objet « fait » et « en train de se faire », dans un aller-retour opératoire, pour pouvoir en comprendre le sens à la fois dans sa réception et dans sa construction, soit de ne point considérer cet objet (lors de sa « réception ») simplement comme signe mais aussi comme symbole (né par la construction « en train »). D'où la nécessité de l'apport à la fois de l'histoire et de la poïétique dans toute volonté de *comprendre* un objet aussi particulier que la *tradition* (comme ensemble de « savoir-faire »).

De plus, il convient de noter que le langage (compris ici comme lieu d'échange) lui-même non seulement transforme la « réalité », soit l'objet « perçu », mais est aussi dans certains cas « performatif »²⁸⁸, en ce sens qu'il construit à son tour l'objet de son discours, voire le « fait » se réaliser. Pour le considérer de ce point de vue, il convient de l'étudier en partant de son usage « en situation » : dans le cadre notamment du *rituel*, du point de vue de son rôle social (comme structure de cohésion), et plus particulièrement de celui du mariage, lorsque le maire déclare au jeune couple « *je vous déclare mari et femme* », il ne se limite pas à constater cette union, il la réalise par le fait même de prononcer cette phrase. Autrement dit, par le verbe l'action s'accomplit, il « fait ». Aussi, considérant cette dimension du langage, est-il possible de comprendre que les énoncés sont non seulement des constatations, mais aussi, dans certains contextes, des « performances ». De cette notion de « performance » il est alors possible de considérer la complexité du langage, en le mettant en situation : l'énoncé dans sa relation aux conditions de son émergence. De ce point de vue, le langage est à la fois « structure », au sein de laquelle le surgissement est possible, et « construction », là où le symbole naît.

À partir de ce postulat, il est davantage possible de considérer l'articulation entre le « faire » et le « dire », et même d'en concevoir le « passage » (de l'un à l'autre) comme « terrain » propice à des *rencontres* là où « il se passe quelque chose », où un objet prend forme :

²⁸⁸ Au sujet de la dimension performative du langage, cf. John Langshaw Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970, (1962).

Ainsi les valeurs d'une culture ne sont-elles pas des faits, ni même des visions du monde immanentes aux conduites collectives, aux rituels et aux mythes, ou des schèmes que l'on construirait et formulerait à loisir de l'extérieur : ce sont des exigences que forment dans leurs actes, et pour qu'elles se réalisent, les acteurs de ces actions. De même l'identité de telle culture se forme justement en ce point où se conjoignent les pratiques de ces acteurs et leurs discours de ces pratiques.²⁸⁹

À ce point de jonction [*rencontre* entre les pratiques et les discours], l'auteur définit le lieu propice à la formation de l'*identité*, autrement dit il émet l'hypothèse que l'objet qui se créerait d'une telle rencontre serait justement une synthèse ou une sorte d'« épure » de laquelle l'essence deviendrait forme (avec ses contours, ses couleurs, etc.). Autrement dit, selon cette hypothèse, il serait possible de lier le « faire » à la matière (chair et eau modelables, muscles), le « dire » à l'ossature, comme structure, et leur « rencontre » (ici l'*identité*) à la moelle, substantifique, centrale et protégée. Cette comparaison n'est ici pas anodine : si la *rencontre* est considérée dans une « mise à distance » (construction théorique à partir de la pensée et d'un corpus bibliographique seuls, soit, uniquement du point de vue du langage), et non du point de vue du « faire » et de l'*expérience*, alors la représentation domine le discours qui en est fait. Duquel la notion d'*identité* véhicule à nouveau moult croyances et notamment celle qui la lie à une « nature » originelle, elle-même structurée par une universalité « pure » et lumineuse, autrement dit « divine ». Or, cette conception de l'*identité* évince sa construction et avec elle les relations qui la transforme, indéfiniment, et qui amène le chercheur à s'appuyer sur l'exigence d'à chaque fois « contextualiser » l'objet de son étude. En effet, cette considération rejoint l'idée de l'existence d'une *identité* (soit, un présupposé *moi* intime), « secrète », qui se cacherait derrière une *identité* visible (soit, un présupposé *moi* social). Cette acception de l'*identité* correspond à ce que Clément Rosset définit comme une « illusion »²⁹⁰ (qui tient son origine dans le romantisme), fantasmagorie d'un « moi intime » qui se cacherait derrière un « moi sociale » et qui renvoie directement à ce que Rousseau définit comme la « véritable nature » (le « sauvage ») de l'homme opposée à ce qu'il serait par et dans la « culture ». Acception qui, conduite à son paroxysme, amène son objet d'étude à la sociologie : l'individu comme une sorte d'« animal social », soit, l'homme comme indissociable de sa vie en groupe / en société. Ainsi, si du point de vue de la littérature ou de la sociologie, l'*identité* se trouve être tour à tour une « épure romantisée » ou un personnage

²⁸⁹ Pierre Campion, « La notion de fiction dans l'anthropologie. Francis Affergan et la question de l'événement », (*in*) *Frontières de la fiction*, Colloque en ligne sur le site fabula.org, Fabula, janvier-juin 2000, [document PDF en ligne, p. 3.]

²⁹⁰ Cf. Clément Rosset, *Loin de moi, Étude sur l'identité*, Paris, éditions de Minuit, 1999.

identifiable selon des caractéristiques communes à lui et à d'autres, l'anthropologie (et notamment, la pensée de Jean Laplantine²⁹¹ et de Claude Lévi-Strauss²⁹²), la philosophie de Clément Rosset et la poïétique (en tant qu'étude des instaurations nécessitant de « se mettre à la place » de celui qui fait, par le « faire » *soi-même*²⁹³) posent tous la question de différents niveaux de relations. Cela nous amène donc à « faire l'expérience » de cette *rencontre* opératoire entre « faire » et « dire » les pratiques, vers une meilleure compréhension du « passage » de l'un à l'autre, spécifiquement dans le cadre du *rituel* (structure propice au surgissement).

En effet, si je considère le *rituel* du point de vue de son instauration, non seulement d'un point de vue historique, mais aussi en participant *moi-même* à son instauration, alors je peux « faire l'expérience » de la *rencontre* [entre « faire » et « dire » les pratiques] pour considérer par la suite de quelle manière le surgissement devient *identité*, et, les symbolisations « en acte » deviennent des croyances, des codes indissociables de ces dernières ; bref, définir de telles constructions dans leur contexte. En effet, si je participe au *rituel* il m'est alors non seulement possible de saisir que le « sacré » ne s'oppose pas au « profane », mais davantage qu'il n'est point nécessaire d'en faire des *invariants* pour en considérer leur *relation*. Je m'explique, avec l'aide notamment de la notion structurale de *mana* (qui rejoint la notion de *hasard* dans la quatrième définition qu'en donne Clément Rosset²⁹⁴, comme « degré zéro » de signification)²⁹⁵. Repérée dans le travail de Marcel Mauss, celle-ci est en effet opératoire dans l'étude du *rituel*, du point de vue de la connaissance (liée à la *compréhension*), dans sa construction mêlant l'*expérience* du « faire » et sa *transmission a posteriori* par le langage, et, du point de vue de son instauration, par le « faire » et le langage dans sa dimension performative. Aussi est-il possible, à la fois de repérer la nécessité du « faire » et du « dire »

²⁹¹ Pour la compréhension de l'*identité* comme représentation, cf. François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999.

²⁹² Pour la compréhension de l'*identité* comme structure théorique du discontinu, sorte de « foyer virtuel » nécessitant d'être mis en relation (étude contextuelle) et de faire appel à l'expérience, cf. Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975).

²⁹³ Au sujet de la poïétique, comme anthropologie de la création, et de la construction de ses concepts fondamentaux, cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996.

²⁹⁴ Au sujet de « la perte de toute référence » et du quatrième niveau de l'idée de hasard, dans « l'absence de tout référentiel », cf. Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 75-78.

²⁹⁵ En effet, lorsque le *mana* est repéré se pose le risque de le considérer comme une « source » (pour son *observateur*), un lieu propice à l'interprétation maximale, potentiel propre à y déceler la « signifiante » même, dans une sorte de « dévoilement », aux dépens d'une « absence de signification » dont l'opacité complexifie la compréhension par la seule pensée (laquelle nécessiterait l'apport de l'*expérience* et des « découvertes » qu'elle engage).

dans toute instauration, mais aussi de définir le lieu du passage entre les deux, grâce à la notion de *transmission*, au sein de l'articulation entre *mémoire* et *imagination* :

Les performances réalisées par l'imagination apparaissent en effet sous un jour très différent selon qu'on attend d'elle essentiellement une évocation, la plus précise possible, des perceptions et sensations de la vie quotidienne, ou au contraire une suggestion d'images sans rapport direct avec celles offertes par la perception du réel.²⁹⁶

Aussi l'*imagination* peut-elle se définir de deux manières : selon « ce qu'elle est capable de conserver de la perception »²⁹⁷, comme l'amointrissement d'une *mémoire*, une sorte de « synthèse » ; ou bien selon son « pouvoir de suggestion d'images libres et émancipées par rapport au réel, étrangères au lot d'images offertes à la perception ordinaire »²⁹⁸, dans sa dimension *inventive*. Ainsi, par l'expérience, il est possible de considérer l'*imagination* comme créatrice, dans le sens où les « représentations » (images) qu'elle produit ne « représentent rien de déjà connu, c'est-à-dire ne re-présentent rien »²⁹⁹, laissant alors la place à la nouveauté. Et c'est à cet endroit qu'il est alors possible de considérer à nouveau la *tradition* comme non seulement actualisation d'une *mémoire* mais aussi comme faisant appel à l'*invention* ; considération qui n'aurait pas pu voir le jour sans s'être « mise *soi-même* à la place » de *celui / celle* qui fait. C'est alors la poïétique qui permet d'articuler l'ensemble de ces considérations : si *je* suis non seulement « spectatrice-actrice » mais aussi conceptrice du *rituel* alors celui-ci peut être non seulement considéré comme « performance » mais aussi compris comme *instauration*, faisant non seulement appel au *hasard* (l'inattendu, le *casus*) et à l'*invention* (comme « découverte » mais aussi comme « imagination-crédation », dans ce qu'elle instaure de « nouveau »). Mais aussi, aux « pratiques relationnelles », dans ce que le rituel permet comme « mises en relation », d'ordre social notamment.

Ainsi, si la « tradition » au Japon est identifiée d'un point de vue global comme la conservation (issue d'une volonté politique nationale – institutionnalisation d'un *patrimoine*) des sanctuaires shintô et temples bouddhiques, soit d'espaces dit « sacrés » composés des lieux de culte et de jardins. Ce n'est alors que par l'expérience (immersion) qu'il est possible de comprendre que ces lieux, au-delà (ou en deçà) de leur acception au rang d'une

²⁹⁶ Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 94.

²⁹⁷ *Ibid.*

²⁹⁸ *Ibid.*, p. 95.

²⁹⁹ *Ibid.*

représentation de ce que serait la *tradition* comme « vecteur d'identité », sont avant tout des espaces de circulations, où le « dedans » et le « dehors » ne sont pas séparés. L'observation de l'architecture des temples aux espaces « vides » et aux portes de papier, coulissantes, ouvertes à la modularité, dans laquelle le jardin n'est qu'une continuité – ou l'inverse – du plancher permet de comprendre cette idée. De ces espaces dits « sacrés », il serait paradoxal de construire une « pensée de la différence », voire même un *dialogisme*. En effet, il n'est point ici question de *discours* ni d'une quelconque interaction entre un *discours* et un « autre », mais plutôt de la compréhension de constructions diverses, par des acteurs « en train » dans un contexte singulier. Autrement dit, si la religion permet de « relier », de « rejoindre » (selon l'acception étymologique, *religio* venant de *religare*), elle renvoie à la « mise en relation » (soit, entre l'« humain » et le supposé « divin », soit, entre les individus pour une certaine forme de cohésion sociale, structurée par la notion de *croyance*). Et, si elle permet de « recueillir », de « re-collecter » (acception étymologique selon laquelle *religio* vient de *ligere*, « cueillir, ramasser »), elle signifie alors « revenir sur ce que l'on fait » ou « ressaisir par la pensée / la réflexion ». En d'autres termes, elle engage une forme d'« éternel retour », celui d'une « re-naissance, d'une répétition d'origine »³⁰⁰ (qui fait « couleur locale »³⁰¹) et rejoint la pensée mythique (accompagnée de ses représentations) comme sclérose à la *rencontre*. Aussi quand bien même la religion aurait-elle comme fondement de « mettre en relation », elle ne produit que des *lectures* de cette *relation*. Soit, elle re-présente et correspond à une imagination qui ne pourrait être qu'une synthèse, un amoindrissement de la *mémoire*, celle-ci étant retranscrite, donnée à lire comme une « réalité » appartenant à un « autre espace / temps » qui fait figure d'évènement mythique, faisant obstacle à [ou nécessitant] la « contextualisation » et la « mise en acte ». Il n'est donc question que de « mise en scène » (sociale), incluant des règles et des codes, lorsque la religion est objet d'étude, en revanche, lorsque le *rituel* est considéré dans son action et sa relation à la fiction³⁰², il est possible d'en considérer les parcours et les actes d'instauration, dans lesquelles les croyances re-deviennent des symboles, voire des « aventures intimes ».

³⁰⁰ Hubert Damisch, *L'origine de la perspective*, Paris, « Champs », Flammarion, 1993, (1987), p. 88.

³⁰¹ La notion de « couleur locale » renvoie ici directement à la notion d'*identité* et à l'acception d'une chose figée, immuable, « là » de tout temps : figure mythique dont la construction et toute trace de son instauration aurait été effacée, lui conférant par là même une valeur « sacrée », outil politique par excellence et affaire d'institution (qui en érige les règles), elle sous-tend des luttes de pouvoir. Cf. *Ibid.*, pp. 98-99. Et, pour une définition des « couleurs locales » élaborée en fonction de différentes études de cas, cf. particulièrement la troisième partie de cette thèse, chapitre I.2., pp. 499-518.

³⁰² Au sujet du *rituel* dans son action et sa relation à la fiction, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.3, d- et e-, pp. 237-247.

De même concernant la couleur : si l'on considère la manière dont l'expérience permet de la considérer comme matériau (modelable), alors il est possible de considérer la teinte à la fois comme « accident »³⁰³ (liée à l'intuition et au *hasard* comme paramètres plastiques) et comme relevant de l'expérience commune (liée à la connaissance et à sa *transmission*). À partir de ce postulat, si l'« accident » renvoie à l'idée de surgissement (à la fois inattendu et concordant avec un « autre » objet), il est possible de se poser la question du « comment nommer une couleur ? », soit, comment « la » [dans la « perception » que l'on en a (liée à l'interprétation et au jeu des relations entre usages), « faire » et discours : « acteurs en acte » et producteurs de systèmes de références] réduire à une *synthèse* (un « mot » comme *signifié* élu parmi d'« autres ») ? Cette question soulève toute la complexité de la compréhension de la couleur et la grande nécessité de la « contextualisation », sans laquelle une telle synthèse (le mot choisi pour la couleur) serait comprise comme à la fois *signifié* et *signifiant*, soit, à la fois comme « signe » et comme « l'objet » auquel il renvoie. Autrement dit, un tel passage conduit à une forme de « dématérialisation » de l'objet dont il est question ici [la couleur] ainsi que d'une transformation, soit, d'un « vocabulaire abstrait très réduit [...] ». Il est clair que ce vocabulaire restreint a, la plupart du temps, un grand effet sur notre perception des couleurs »³⁰⁴. Cela rejoint la compréhension performative du langage : « comment *je* nomme la couleur » renvoie non seulement à « comment *je* [sous entendant ici un *nous* collectif, dans le cadre d'un dialogue] la vois » mais aussi transforme la manière dont *nous* la voyons alors. Aussi, par le langage (comme « mise en relation »), les couleurs sont-elles inévitablement « simplifiées ». Autrement dit, la représentation que l'on se fait de la couleur est simplifiée par la manière même dont *nous* la nommons. Aussi est-il possible de déceler la relation intime et opératoire entre la « perception des couleurs » (soit, la manière dont « l'on voit les couleurs » est aussi affaire d'interprétation) et le vocabulaire qui lui correspond :

[...] la symbolisation est essentiellement une fonction linguistique, la terminologie des couleurs disponible joue un rôle décisif dans la création de tout langage relatif aux symboles de la couleur. Étant très vague, cette terminologie pose de véritables problèmes pour le lecteur de textes historiques et pour les personnes de langues différentes.³⁰⁵

³⁰³ John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008, p. 9.

³⁰⁴ *Ibid.*, p. 79.

³⁰⁵ *Ibid.*, pp. 79-80.

Ce qui est pointé ici c'est non seulement la dimension performative du langage [dans sa relation à la notion de *création*], mais aussi la nécessité d'une « contextualisation » historique de la formation de ce langage sans laquelle il ne serait possible de comprendre la complexité de l'objet auquel il renvoie, non seulement dans son instauration mais aussi dans la formation du système symbolique qui découle de la *rencontre* entre le « faire » et le « dire ». Aussi, John Gage articule-t-il sa réflexion autour de la relation opératoire entre la « perception » et le langage. Il constate que « l'œil voit bien plus de *facies* (nuances) que le langage »³⁰⁶, ou plutôt qu'il y a un manque de mots pour nommer les couleurs dans le langage commun. « Manque » qui mincit cependant lorsque la couleur est un matériau ou un outil dans certaines professions, lorsque l'individu « travaille avec » la couleur, par exemple. Il existe alors un vaste lexique, dont la variabilité des nominations correspond à la *diversité* des « terrains », voire même, une réduction de ce langage selon les contextes (fluctuations nominales selon les usages, histoires, cultures, etc.), qui ne découle jamais d'un prétendu amoindrissement de la perception...

Or, face à cette infinie variété des couleurs dans la réalité, les Romains prennent conscience de l'insuffisance des termes de la couleur que leur offre leur langue. Ce trait n'est, d'ailleurs, pas propre au latin : aucun lexique d'aucune langue ne pourrait couvrir avec précision la dénotation dans sa diversité et son infinité, les langues délimitent des unités pertinentes de la couleur, unités significatives bénéficiant d'une expression lexicale, d'un lexème orthonymique usuel. Grâce aux unités lexicales, on fait ressortir les zones chromatiques les plus importantes et on établit, par le biais du lexique, des unités chromatiques distinctives discrètes capables d'entrer dans un système d'opposition.³⁰⁷

Aussi la diversité (voire l'infinité) des couleurs ne peut-elle trouver, dans aucune langue que ce soit, tous les noms pour les définir, soit, les concevoir. Nommer ces couleurs nécessite donc de définir des « zones », des domaines, au sein desquelles des « unités », des localités, seront pointées pour créer un langage commun, un lieu d'échange à leur sujet. De ce fait, étudier la couleur nécessite d'abord un travail de « contextualisation » et d'une définition en amont d'un « terrain » sur et dans lequel elle est partie prenante [« actrice »] puis d'en considérer les constructions à la fois matérielle et conceptuelle. Prenons donc un exemple, et notamment la « spécificité » accordée au grec par rapport au latin, par John Gage : celui-ci

³⁰⁶ John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008, p. 80.

³⁰⁷ Michèle Fruyt, « La lexicalisation et la conceptualisation de la couleur dans les textes techniques et scientifiques latins », (in) Claude Thomasset, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, « Cultures et civilisations médiévales », 2006, p. 15.

relate qu'en latin il n'existe qu'un terme (*rufus*) pour désigner de « nombreuses couleurs allant du pourpre à l'or »³⁰⁸, tandis qu'en grec quatre termes existent pour désigner le même champ lexical. Certes, son constat est opératoire du point de vue de la variabilité des mots dans leur relation aux couleurs, mais il n'est pas question ici de hiérarchiser les données ici énoncées ou d'émettre l'hypothèse d'une moindre « perception » des couleurs chez les Romains (dans une forme de comparatisme). Dès lors, si la nomination est intimement liée aux usages, il est davantage opératoire de « contextualiser » le vocabulaire spécifique ici pointé : si le latin ne possède qu'un seul mot pour les couleurs allant de l'*or* au *pourpre* alors est-il possible d'émettre une hypothèse, grâce à l'articulation d'une connaissance historique et de l'expérience pratique, soit en faisant appel aux connaissances issues d'une « culture matérielle » de la couleur. En effet, l'unicité d'un tel mot pour une telle diversité chromatique pourrait être justement née du fait que l'or et le pourpre, en tant que « couleurs matières », appartiennent toutes les deux (comme *nous* l'avons vu précédemment pour le pourpre³⁰⁹) au champ symbolique du luxe, toutes deux précieuses et onéreuses. Ce symbole qui les caractérise est alors directement lié à leur processus d'instauration en tant que matériaux. « *Pourpre* », issue d'un petit coquillage nécessitant non seulement la pêche de moult mollusques pour obtenir une petite surface de matière colorante, mais, qui plus est, une technique longue et fastidieuse pour en extraire le colorant (qui n'apparaîtra qu'au contact de l'oxygène, telle une « révélation ») et teindre du même coup les étoffes. « *Or* », qui nécessite de longues heures de recherche dans les cours d'eau, pour être découvert sous forme d'alluvions ou de pépites minuscules, pour ensuite se « révéler » être inoxydable et ductile (nulle transformation ne peut le rompre). Cet exemple permet de montrer en quoi toute « observation » (en tant que système d'interprétation) ainsi que l'objet de son étude doivent être « contextualisés », grâce à l'apport de différentes disciplines. Et qu'une réflexion sur « un mot de couleur » (matérialisation de la relation entre le « faire » et le « dire) ne peut être que tronquée (soit, propre à l'immersion) si n'est pas mis en place un système d'aller-retour entre différents « terrains », pourtant coexistants à la construction de la couleur et du mot qui la désigne.

³⁰⁸ Michèle Fruyt, « La lexicalisation et la conceptualisation de la couleur dans les textes techniques et scientifiques latins », (in) Claude Thomasset, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, « Cultures et civilisations médiévales », 2006, p. 80.

³⁰⁹ Au sujet de la pourpre et de sa relation au luxe, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1, d-, pp. 149-152.

De ce point de vue, et grâce à ce qui vient d'être développé, il est alors possible à présent de mieux définir le « passage » des symboles aux codes, soit, des « couleurs cultures » (considération des « couleurs matières » dans leur transmission, au sein d'un contexte particulier) aux « couleurs images » (lieu unique de représentations – soit, des représentations qui se « re-présentent » à l'infini). Ainsi, les « codes couleurs » considérées dans le shintô (nommées « couleurs liturgiques » dans le catholicisme) correspondent certes à des « représentations-couleurs » ou « couleur image »³¹⁰, dans ce qu'elles conditionnent de leur réception et structurent, « donnent » les règles (dans une forme de mise à distance), mais elles font aussi le lien avec les « couleurs matières » (au sens de la culture matérielle) puisqu'elles participent au *rituel*, certes codifié, mais aussi qui « fait sens » :

Le rituel fait sens car il est d'emblée vécu comme une création ou l'exécution d'un faire et qu'à chaque fois, un autre épisode semble lui conférer un caractère inaugural et inédit.³¹¹

De la compréhension du *rituel* shintô comme acte « en train de se faire », il est alors possible de considérer les couleurs comme « actrices » de ce jeu ouvert, non seulement en tant que codes (régulatrices) mais aussi comme symboles, puis comme matériaux. Ainsi, dans l'enseignement shintô (lieu de la *transmission* par le langage et de son institutionnalisation), des « codes couleurs » sont établis. Ils le sont, non selon une classification hiérarchisée comme cela se repère dans la religion musulmane par exemple (idée d'étapes initiatiques pour atteindre la « couleur suprême », le blanc), mais plutôt comme mise en correspondance avec les points cardinaux et des préceptes spirituels (comme états et mouvements) : « le noir et le violet sont liés au nord, à l'origine et au paradis (espace et temps en interrelation, sous forme de boucle) ; le bleu / vert est lié à l'est, à la vie et à la création ; le rouge est lié au sud, à l'harmonie et à l'expansion ; le blanc est lié à l'ouest, à l'intégration et à la propulsion ; et, le jaune est lié au centre, au créateur et à l'unité. » Cette acception correspond donc à un système de correspondances établi pour une utilisation elle aussi codifiée, liée au *religieux* : par le langage et l'habitude, s'opère une perte de sens, et correspond non pas au « faire » comme instauration, mais au « faire » de la machine, l'homme comme « animal social » (gestes codifiés, mémorisés, répétés). Mais c'est aussi une certaine forme de « mise à distance » (face à une liste de correspondances telle que celle présentée ci-dessus) qui conduit à conclure que ces couleurs sont des « codes », celles-ci nécessitent donc un rapprochement.

³¹⁰ La notion de « couleur image » sera développée dans le cadre du travail de modélisation de Shigenobu Kobayashi, dans cette même partie, chapitre II.2, pp. 290-304.

³¹¹ Francis Affergan, *La Pluralité des mondes, Vers une autre anthropologie*, Paris, Albin Michel, 1997, p. 131.

En effet, les couleurs ici énoncées correspondent aussi à des matériaux, desquels elles sont intrinsèquement liées. Par exemple, le noir est aussi celui du carbone, bois des cloisons du sanctuaire brûlé pour sa protection, dont l'acte en lui-même est parfois *ritualisé* : véritable performance³¹² du prêtre shintoïste opérant à la flamme sous les yeux médusés du public. Risquant à chaque instant sa brûlure mais aussi « conquérant », prouvant son habileté à jouer avec le feu « sacré », il s'en remet au *hasard* (ou au *destin*, au fond le sens qui pourrait y être accordé n'est qu'histoire de croyance, mais parle du *même* objet) en même temps qu'il déploie l'apanage de ses connaissances et de sa capacité à *s'inventer* à chaque fois que le vent ramène vers lui la flamme menaçante. Le bois, brûlé par le feu, meurt et renaît « à nouveau » pour l'arrivée du printemps, le noir est alors symbole d'une « origine », non seulement représentée chaque année, mais aussi, dans son sens premier, *naissance*. Aussi, est-il possible de considérer des passages entre les « couleurs matières » et les « codes couleurs », par leurs usages, lieu des symbolisations [acte de] : il n'est donc pas tout à fait possible de catégoriser ces « codes couleurs » en dehors d'une approche matérielle, c'est donc en partant du « faire » qu'il est possible de comprendre de telles codifications, au paravent symboles (si considérées dans un contexte historique et technique, du point de vue des usages). La codification est donc une continuité de ces usages, ou plus précisément une synthèse, outil de communication immédiate (donc simplifiée). Ainsi, la mise en relation avec le langage est multiple, selon à quel niveau la couleur est utilisée, comprise, voire uniquement « perçue » et donc interprétée.

Aussi la *tradition* est-elle « vecteur d'identité » lorsque ne sont prises en considération que les symbolisations « décontextualisées » du « faire » et de son histoire ; soit, lorsque la couleur n'est plus que représentation. C'est pourquoi au sujet de la construction d'une forme de « tradition du goût japonais », comme modèle esthétique composée de représentations (résultantes d'une « décontextualisation » de symbolisations liées à des usages, et de pratiques liées à des savoir-faire particuliers), il est possible d'observer, dans différentes contrées japonaises, au sujet des vêtements des femmes, une dominance de tonalités de tabac, de beiges et de gris, participant au « domaine chromatique de l'ombre », qui n'en finit pas d'être « le sommet de la sobriété et de l'élégance » au Japon, « préférence » véhiculée largement par les représentations et l'histoire dont elles ont été extraites. En effet, cette prétendue « préférence » correspond à la construction d'un système de références qui vient d'une

³¹² Ce rituel est nommé *dattan*, il se produit au temple bouddhique Todai-ji, dans l'ancienne cité impériale de Nara (Japon), la première quinzaine de mars, tous les soirs, pour préparer l'arrivée du printemps (le feu dans son rôle « purificateur », matériel et symbolique).

époque (*mythifiée* comme l'« époque du bon goût » au Japon) à laquelle d'une part il n'y avait pas d'électricité (et incitait donc à vivre dans des intérieurs baignés de pénombre, aux modulations chaudes de la flamme de la bougie) mais d'autre part, la femme restait à l'intérieur du foyer. Cette époque, dont parle Junichirô Tanizaki³¹³, ou plutôt dont il fait l'objet d'une « romantisation », proche d'un plaidoyer véhiculant une « valeur esthétique de l'ombre dans la civilisation japonaise », a vu son obscurité effacée par l'ère Meiji (1868-1912) et la révolution industrielle sous influence occidentale. Le plus notable événement étant l'irruption de la fée électricité dans les foyers sombres de l'archipel ; et, l'auteur d'exprimer sa nostalgie du canon de la beauté nippone pré Meiji : la femme maigre et livide, terrée au fond de sa demeure, le visage blafard aux lèvres bleuies et aux dents noircies, qui soulignent par contraste le diaphane d'un épiderme que l'on se refuse à voir jaune. Junichirô semble ici se désoler de la disparition d'un Japon qu'il n'a lui-même qu'à peine connu, d'une esthétique appartenant au passé. Pourtant son livre est aussi un recueil précieux détaillant nombre de matériaux, laqués, patinés par l'usage. Et renvoie si l'on « contextualise » son écrit à des pratiques, telles que celle de se peindre les dents en noir (solution de fer et d'une infusion de feuilles de thé – tanniques –), nommée *oha-guro* (soit, « dent – noire »). Celle-ci apparut au 16^{ème} siècle chez les samouraïs, le noir étant alors symbole de dignité et de stabilité, en lien avec la dévotion engagée envers un seul maître jusqu'à la mort. Le choix du noir découle ici de la connaissance issue de la pratique de la teinture : du fait qu'il est impossible de changer le noir en une autre couleur, le noir étant l'obscurité maximale pouvant être obtenue (par la teinture ou la peinture d'ailleurs). Puis, cette pratique fut reprise et majoritairement utilisée par les jeunes femmes pendant la période Édo (1603-1867), pour un contraste avec la peau blanchie à la poudre de riz (les dents apparaissant jaunes sinon), puis reprise plus tard par les femmes mariées, comme signe de subordination à leur mari (comme code social). Aussi, à nouveau, cet exemple permet-il de considérer le passage des « couleurs matières » aux « codes couleurs ».

Pour finir, le récit de Junichirô Tanizaki au sujet de la patine permet de noter une compréhension de la couleur dans son usage et donc dans sa réappropriation, dans son *invention* au quotidien, lieu de « pratiques communes » et d'« expériences particulières », dans leur articulation au niveau de l'utilisateur : « [...] utilisations des ritualisations quotidiennes,

³¹³ Cf. Junichirô Tanizaki, *Éloge de l'ombre*, traduction par René Sieffert, Paris, Publications Orientalistes de France, 1977.

réemplois et fonctionnements de la mémoire à travers les "autorités" qui rendent possibles (ou permettent) les pratiques quotidiennes. »³¹⁴

Là où Michel de Certeau pointerait une sorte de détournement des règles, d'une consommation de masse avec laquelle l'utilisateur, dans l'intimité de son habitat, aurait la liberté de jouer, d'*inventer* la manière dont il pourrait investir l'objet manufacturé, Junichirô Tanizaki (par son récit) souligne le geste déjà dans sa potentialité de transformer et donc de faire vivre encore l'objet comme matériau (modelable). Grâce au *hasard* du « faire » combiné à une forme de « mise à distance », ici liée à une « re-découverte » d'un objet familier à présent différent, « nouveau » de par sa transformation : soit, la patine de la main, de l'eau, des tâches, de l'usure du temps, ou que sais-je encore. Ainsi, si les demeures « traditionnelles japonaises », faites de bois, sont brûlées afin de protéger le matériau des intempéries, cette pratique leur confère du même coup une teinte sombre, sans adjonction de colorant. De cela découle une symbolisation : selon la *tradition* shintô, les sanctuaires doivent aussi conserver leurs couleurs d'origine afin que l'esprit du croyant puisse « sentir l'histoire du lieu » et « penser avec inspiration »³¹⁵, ainsi, voir les couleurs patinées par le temps c'est aussi pouvoir observer le temps qui s'est écoulé. Concernant les textiles, la teinture *traditionnelle* sans mordant ou tanin témoigne davantage d'une non nécessité d'avoir des couleurs qui résistent bien (à la lumière du soleil et au lavage) que d'une véritable volonté de patine. Cependant, du fait de ces pratiques, les vêtements se patinaient toutefois assez rapidement à l'usage (transpiration, lavage) : « jusqu'à la fin du 19^{ème} siècle, les kimonos étaient portés dans la maison, donc à l'abri du soleil et de l'air, les couleurs restaient ainsi conservées et ne nécessitaient pas de si bien résister qu'aujourd'hui »³¹⁶. De cette histoire est donc restée une « préférence » (du point de vue d'un système collectif de références construit) des Japonais pour les couleurs « passées, grisées, lavées », « effacées, estompées » par le temps. Les couleurs saturées et vives étant davantage réservées aux usages ponctuels : événements, festivals (port traditionnel du *yukata* – soit « kimono d'été » – aux motifs contrastés et aux couleurs saturées, notamment pour les jeunes femmes), utilisations commerciales (enseignes, signalisations, emballages de nourriture ou boissons sucrées, objets à utilisation ponctuelle) ; associées à la fête, au plaisir et à la légèreté, lieu d'une certaine forme de liberté sociale, encadrée cependant en un « espace temps » localisé et signifiant, codifié.

³¹⁴ Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990, p. XLI.

³¹⁵ Ces données sont entre guillemets car elles correspondent à des propos recueillis auprès du professeur Jun Kataoka, professeur à l'Université des Ryûkyû, Okinawa (Japon), 2005.

³¹⁶ *Ibid.*

Après avoir considéré différentes études de cas au sujet des « passages » des « couleurs matières » aux « couleurs images », il est temps à présent d'observer de quelle modélisation il est possible de faire œuvre du point de vue de la culture matérielle, lieu de la mise en relation entre « couleurs matières » (et leur instauration, liée à des techniques) et au langage, grâce à la construction de domaines³¹⁷.

³¹⁷ Au sujet de la modélisation des « couleurs images » liée à la mise en relation de couleurs comme représentations à un langage typologique, cf. le chapitre II.2 de cette même partie, cf. pp. 290-304.

I.2 Sachio Yoshioka : analyse domaniale des « couleurs matières » mettant en relation des techniques (le « faire » artisanal) et des usages culturels (le langage)

Sachio Yoshioka³¹⁸ a une double posture : maître teinturier et historien, il a écrit le *Dictionnaire des couleurs du Japon*³¹⁹, ouvrage qui permet de comprendre la couleur du point de vue de sa fabrication, non seulement dans son interaction avec le support, mais indissociable de celui-ci. Sa volonté d'organiser ces couleurs témoigne d'une mise en relation de ses connaissances historiques et matérielles : objets artisanaux considérés au travers de l'histoire dans leur fabrication (recettes et savoir-faire) et leurs usages (lieu des symbolisations). Aussi construit-il des domaines de « couleurs matières » collectées, organisées grâce à la connaissance de leur origine matérielle et de leurs usages, et les nomme (vocabulaire lui-même en grande partie lié à matière) selon un système d'idéogrammes (d'origine chinoise) lui-même construit grâce à une compréhension des couleurs à la fois dans leurs usages et dans leur fabrication. Ses classements sont donc liés à des techniques particulières et à des usages culturels. Il compose donc des domaines (liés à la production de systèmes de références) de « couleurs matières » (échantillons) issues de la dite « nature » (colorants complexes d'origine végétale), offrant ainsi une collection de couleurs indissociables de leur histoire et de la « nature » du matériau : jeu des transparences des tissus teints, voire combinaisons, il explore la couleur, expérimente, conduisant le lecteur de son ouvrage à considérer la diversité opératoire d'une telle conception. En effet, par la création de domaines et le jeu des combinaisons, il permet au lecteur de considérer l'infinité des couleurs existantes « derrière » celles proposées (rappelons la matérialité d'une couleur d'origine végétale, comme colorant complexe) et ainsi d'*imaginer* le « hors champs », l'étendue des possibles, vers une volonté d'expérimenter *soi-même* les recettes ici proposées (la partie précédente ayant permis de montrer en quoi la part d'*invention* est indissociable de la pratique de la teinture).

Et, pour mieux comprendre un tel objet d'étude, il convient de savoir que du point de vue de l'histoire des usages (correspondant ici à une poétique), la notion de *nuance* est une caractéristique fondamentale du point de vue de l'« esthétique traditionnelle japonaise ».

³¹⁸ Sachio Yoshioka est le fils de Tsuneo Yoshioka, chercheur en « histoire et techniques des couleurs » et enseignant à l'Université d'Osaka, dans laquelle Jun Kataoka (professeur à l'Université des Ryūkyū) a étudié sous sa direction (ils ont notamment effectué une collaboration pour une mission en Amérique du Sud, à la recherche du *murex trunculus* et de ses usages).

³¹⁹ Cf. Sachio Yoshioka, *Nihon no Iro Disho* (soit, le « Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikōsha, 2004, (2000).

comme règle appliquée en peinture comme dans le textile : nuances de gris (dilutions subtiles d'encre de Chine sur le papier), nuances de rouges (avec une tonalité légèrement jaune), nuances de noirs (une grande gamme de noirs légèrement colorés), etc. Du point de vue de la pratique de la teinture, ce sont donc les nuances qui font la richesse d'une teinte, obtenue en plusieurs étapes : obtenir un noir par une succession de bains rouges ou jaunes, puis de nombreux bains d'indigo pour un noir profond, témoigne de la « maîtrise de l'art de la teinture », comme processus complexe nécessitant l'apport de connaissances (poétiques).

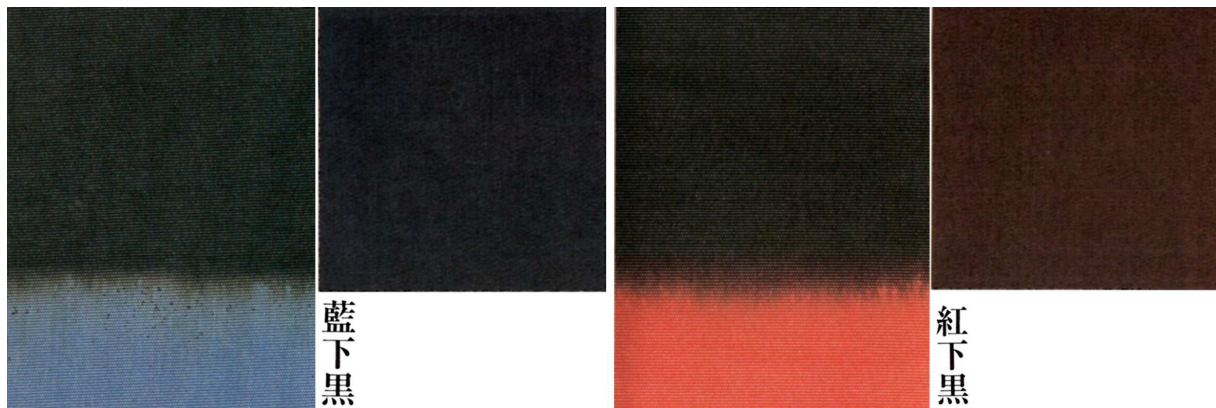


Fig. 64 – « Ai shita kuro » & « Beni shita kuro »³²⁰

Cet exemple montre deux procédés traditionnels japonais pour obtenir le noir : l'un par la succession simple de bains d'indigo, nommé *ai shita kuro* (soit, « indigo – sous – noir ») ; l'autre par succession de bains d'indigo après un premier bain au carthame, nommé *beni shita kuro* (soit, « carthame – sous – noir »). Ainsi, jusqu'au 8^{ème} siècle, la « première » couleur – soit celle qui était portée par l'élite, la famille impériale – était alors le domaine des noirs (couleur profonde et « finale », obtenue grâce à de très nombreux bains de teinture, véhiculant les symboles d'honneur et de stabilité) et des violets (obtenu avec de très nombreux coquillages à pourpre, et donc au bout d'un très long et méticuleux processus, symbole de luxe). Système de hiérarchisation sociale construit, dès lors, grâce à la connaissance des pratiques tinctoriales, instauratrices des couleurs portées (le vêtement comme interface sociale et vecteur privilégié de représentations). Puis, à partir de ce même siècle, une nouvelle classification hiérarchisante fut mise en place selon le modèle chinois (en relation aux préceptes bouddhiques) pour déterminer des « couleurs emblèmes », le plus souvent, des

³²⁰ Visuels issus de l'ouvrage de Sachio Yoshioka, *Nihon no Iro Disho* (soit, le « Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 2004, (2000), pp. 250-251.

kimonos. Ils étaient portés en fonction des rangs sociaux, selon cet ordre (à partir de la plus « élitiste » jusqu'à la moins « estimée ») :

- jaune : lié à la couleur de l'or, métal le plus « pur » ;
- rouge : le cinabre, précieux mais aussi toxique, nécessitant une manipulation précautionneuse, il est le rouge le plus proche de la couleur du sang « frais » et a conduit à de nombreuses constructions mythiques, couleur d'élite « par excellence » ;
- vert, bleu, noir ou violet : couleurs obtenues par la fermentation – l'indigo – ou la putréfaction – le murex –, pratiques définies alors comme « impures ».

Ces couleurs dans les vêtements en conféraient alors à celui qui les portait le pouvoir symbolique, puis, codifiées, devenaient un signe de reconnaissance sociale. Aussi la manière de porter le kimono et les règles qui y sont liées permettent-elles de définir des systèmes combinatoires de couleurs : les femmes de la cour impériale portent douze kimonos de différentes couleurs superposées, telles des enveloppes, selon la technique nommée *jūni hitoe* (soit, « douze kimonos »). Des manches de longueurs successivement plus courtes permettent de mettre en valeur la composition générale du vêtement et d'en appréhender toute la subtilité. Cette manière de coordonner les couleurs correspond à une conception des couleurs « par couches » et fait écho à la règle fondamentale d'obtention des couleurs végétales en teinture : les plantes ne libérant pas leurs colorants dans les mêmes conditions, il est nécessaire de procéder à différents bains (une cuve par plante) successifs pour l'obtention de la couleur désirée au final. De plus, pour mieux comprendre la relation opératoire entre couleur et combinatoire par la superposition, il serait intéressant de noter quelques relations entre l'étymologie du mot « couleur » en français et en japonais. D'abord, en français, « couleur » vient du latin *col-or*, dont l'étymologie du radical *col* est difficile :

[...] il s'agirait peut-être d'une racine « envelopper, cacher » attestée dans le verbe sanskrit *vrnôti* « recouvrir, cacher », et un substantif *kelôs* « enveloppe extérieure » correspondrait à *sk. varnah* « enveloppe, couleur ». Le sens ancien serait donc l'« enveloppe », l'« ensemble extérieur d'une chose ». De même en grec le nom de la couleur, *χρῶμα*, est-il bâti sur le nom de la peau, *χρῶς*, la couleur étant conçue comme la surface du corps humain, son « enveloppe ». De même que lat. *color*, gr. *χρῶμα* connaît aussi une spécialisation pour le teint

de l'homme, la carnation, ce qui doit résulter d'une évolution sémantique parallèle dans les deux langues et être dû à une même raison cognitive.³²¹

Donc, en français le mot « couleur » renvoie à l'« enveloppe », à ce qui « cache », et en japonais, le mot « *iro* » soit l'idéogramme (d'origine chinoise) 色 (pouvant aussi être lu *shiki* ou *shoku* selon le contexte), signifie à la fois « couleur », « sorte » et « plaisir » ; ils renvoient donc tous les deux à l'*artifice* : ce qui « cache », lieu des apparences ; et, le « plaisir » à la fois dans sa « luxure » et sa « sensualité » – *kooshoku* 好色, idéogramme complexe, composé par l'idéogramme signifiant la « femme » *on'na* 女 (soit, 好 *suki* signifiant « aimer, apprécier ») et l'idéogramme signifiant la « couleur » *iro* 色 -. Le mot « *iro* » renvoie par ailleurs à l'« imitation » : *kowairo* 声色 signifiant « imitation de la voix », *kowa* 声 signifiant « voix ». Ainsi, la compréhension de la couleur (dans le vêtement) par superpositions est non seulement liée à une compréhension tinctoriale (par bains successifs) mais aussi à une « imitation », et particulièrement celle de la « nature » observée (sorte de *mimèsis* naturaliste), selon des conceptions saisonnières. Observation des gradations des teintes successives des fleurs de cerisier (du blanc vers le rose), pour le *sakura no kasane* (soit, « gradation des fleurs de cerisier »), des feuilles d'érable automnale (rouges brunies et orangés), pour le *hazekoyo no kasane* (soit, « gradation des feuilles d'érables »), etc. : système de références construit (par la « découverte » et la collecte de combinaisons dans la dite « nature ») pour la création de combinaisons de couleurs, comme en témoigne l'exemple qui suit.



Fig. 65 – « Prunier rouge en fleur » (*Kôbai*)³²²

³²¹ Michèle Fruyt, « La lexicalisation et la conceptualisation de la couleur dans les textes techniques et scientifiques latins », (in) Claude Thomasset, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, « Cultures et civilisations médiévales », 2006, pp. 20-21.

Ce système de classement des couleurs se nomme *kasane no iro* (soit, « couche de couleurs »), il fut conceptualisé au 11^{ème} siècle et correspond à coordonner / superposer des couleurs, il ne s'applique pas seulement au textile, mais aussi au papier (*origami*) et aux intérieurs ; comme système combinatoire, outil à la conception. Sachio Yoshioka, en tant que théoricien de la couleur et universitaire, a repris ce concept pour une mise en correspondance (opérateur pour la constitution de son *Dictionnaire des couleurs du Japon*) de « couleurs matières » (échantillons de tissus teints), soit, avec des végétaux dont elles sont issues (processus d'instauration), soit, auxquelles elles font références d'un point de vue chromatique (système de représentations). L'exemple présenté ci-dessus correspond à la deuxième catégorie : « observation » des coordonnées de couleurs sur une branche de prunier en fleur en hiver, « contretypage » de la couleur dominante pour l'imiter par la teinture (soit, trouver le végétal et le processus tinctorial adéquats pour obtenir la teinte localisée), et reproduction de la combinaison observée (comme système de référence) pour la création d'un ensemble de kimonos à porter superposés. Dans sa démarche, il met en relation les mouvements chromatiques paysagers liés aux saisons et la création textile, ayant comme parti pris de réintroduire des matériaux anciens japonais pour la conception de nouveaux schèmes de couleurs. Sa double posture (universitaire et théoricien, et, maître teinturier et créateur d'installations textile) lui permet de concevoir une telle mise en relation [des combinaisons de couleur et de l'espace architectural], pour le réinvestir ensuite dans le cadre d'une création (installation). Il questionne donc les notions de « couleur matière » et de « couleur culture » du point de vue de la technique et des systèmes de références symboliques – et de ses variations à travers l'histoire – japonais, dans le cadre de différents processus de création.

Grâce à son double profil (artiste et chercheur) il permet au lecteur de considérer le *patrimoine* textile japonais d'une manière plus complexe, grâce au travail de modélisation. Pour ce faire, il définit des domaines de couleur en fonction des schèmes de « couleurs matières » dites *traditionnelles*, à différents niveaux référentiels (paysages et artisanat) : flore japonaise dominante, estampes, blasons, tapisseries, céramiques, créations textiles traditionnelles (selon des techniques référencées), etc. En vue de ces différents « terrains » d'usages, de techniques tinctoriales et picturales (végétales, animales et minérales) et de systèmes de références matérielles, inhérentes à la langue japonaise en termes de nomination des couleurs, il détermine huit domaines de couleurs.

³²² Visuels issus de l'ouvrage de Sachio Yoshioka, *Nihon no Iro Dicho* (soit, le « Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 2004, (2000), pp. 64-65.

Ils apparaissent selon cet ordre³²³ ; les domaines de couleur seront nommés par le biais d'idéogrammes, ici transcrits en *romaji* (lettres latines) pour en permettre la lecture, et traduits en français pour leur compréhension (les terminologies empruntées pour nommer les couleurs repérées dans chacun des domaines sont quant à elle liées au « langage courant français » afin de permettre au lecteur de se *représenter* au mieux la diversité de leur composition) :

- 赤 aka(i) « rouge » (comprenant des rouges, oranges, roses, bruns chauds – de type « caramel clair » ou « chocolat » –, beiges rosés et orangés ; le domaine le plus large avec le domaine des « thés ») ;
- 紫 murasaki « violet » (comprenant des pourpres, mauves, violets et quelques roses) ;
- 青 ao(i) « bleu » / « vert » (comprenant des bleus pâles, voire « cendrés », à marines, en passant par des turquoises, « bleu canard » ou « céladon ») ;
- 緑 midori « vert » / « verdure » (verts des végétaux, de l'« herbe tendre » au « vert sapin », verts brunâtres, verts du céladon, « verts de gris » et du sulfate de cuivre) ;
- 黄 ki « jaune » (comprenant des jaunes pâles, beigeasses, vifs, « souffres », orangés et verdâtres, mais aussi des oranges – cœur du tournesol et des fleurs de pissenlit –, des kakis, des bruns) ;
- 茶 cha « thé » (comprenant des bruns aux différentes tonalités – jaune, vert, grège, rose, orange – jusqu'au gris à peine coloré et à la couleur du mastic) ;
- 黒・白 kuro(i) / shiro(i) « noir » et « blanc », selon l'interrelation de l'ombre et de la lumière et le vaste lexique des noms existant dans le langage japonais pour dire « blanc » et « noir » (comprenant une gradation de gris, parfois colorés – ardoise, verdâtre, « tourterelle », huître, etc. – ; et des blancs et des noirs plus ou moins colorés – bruns, rouges, bleus, verts) ;
- 金・銀 kin / gin « or » et « argent » (couleurs des métaux précieux ; ors, des plus cuivrés aux plus blanchis, argents, des presque blancs au noircissement).

Ainsi, le fait d'ouvrir chaque « domaine de couleurs » défini, correspondant dans le livre à chaque chapitre, par une photographie d'un paysage semble à première vue contradictoire avec le propos de son étude. Pourtant, par ce faire, Sachio Yoshioka engage une double posture : engager une représentation commune de la couleur (système référentiel) pour permettre au lecteur / usager de définir lui-même le domaine dont il va être question, et offrir

³²³ Cf. Sachio Yoshioka, *Nihon no Iro Disho* (soit, le « Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 2004, (2000), sommaire.

aux regards la possibilité déjà d'entrevoir la complexité de la couleur, dans sa diversité. Et donc la difficulté et la nécessité à la fois de la définir en tant que domaine, puis comme localités matérielles. Pour mieux *vous* permettre de *vous* représenter cette démarche, en voici une description :

- « rouge », photographies d'un coucher de soleil et d'un feu (aux variations multiples d'orangés, de bruns, de jaunes) ;
- « violet », photographies d'un champ d'iris et tapisserie du 8ème siècle teinte aux coquillages à pourpre (par celle-ci il permet déjà au lecteur de considérer le violet pouvant s'étendre jusqu'au rouge) ;
- « bleu », photographies d'un paysage composé d'un ciel bleu, d'un horizon bleu de montagnes et d'un lac reflétant le ciel, et de l'écume en surface d'une cuve d'indigo (il permet par cette association de concevoir la matérialité du bleu qui, dans la représentation commune renvoie à l'immatériel) ;
- « vert », photographies d'une plantation de bambous et de jeunes pousses d'herbe tendre (il permet ici au lecteur de comprendre que le vert s'étend du presque jaune / acide au presque noir et rouge – ombres du bambou) ;
- « jaune », photographies d'un champs de myosotis et gros plan sur du pollen et les pétales fragiles d'une fleur (variations du jaune allant vers le presque blanc ou le orange) ;
- « thé », photographies en gros plan sur de la fibre de bois (brun chaud tirant vers le orange) et d'une terre labourée (brun presque gris) ;
- « noir et blanc », photographies d'une ancienne estampe à l'encre de chine (dilutions / gradations de gris au noir, dans des transparences) sur papier jauni, et d'un shôji à contre-jour (contraste fort de noir dense – presque vert – et de blanc du papier éclatant, avec quelques ombres bleutées) ;
- « or et argent », photographie d'une marqueterie du 12ème siècle aux motifs réalisés avec des collages de feuilles d'or et d'argent sur fond cuivré (comprendre la diversité des teintes du métal, dans ses oxydations et ses brillances).

Aussi, en engageant des représentations empruntées à la connaissance commune, Sachio Yoshioka donne-t-il une « clef » pour entrer dans l'univers des couleurs du point de vue de la culture matérielle, il crée une sorte de passage. De plus, chaque photographie permet, à chaque fois, de rendre compte des variations de tonalités à l'intérieur même d'une « même couleur », son choix photographique est donc directement en relation avec sa démarche. Par

un modèle « commun », il permet au lecteur d'ouvrir / de préparer son regard à ce qui va suivre : des domaines de couleurs larges puisque créés grâce à une pratique de teinturier, par la connaissance de l'incommensurable palette que l'on peut obtenir avec des colorants végétaux (complexes), et, du même coup, redonner à la couleur sa dimension d'infinité.

Puis, l'ouvrage donne à voir le « terrain » qui lui a permis cependant de faire des choix : sélection, collection d'objets artisanaux dits « traditionnels » au travers de l'histoire du Japon (tissus, costumes, meubles, estampes...). Et, au sein des domaines déterminés et nommés, différents échantillons de tissus teints sont combinés aux photographies des plantes originaires de telles couleurs, des techniques d'extraction et parfois d'un objet où l'on peut voir la couleur végétale citée. Aussi, par sa compréhension de la couleur du point de vue du « faire » non seulement *traditionnel*, mais aussi et surtout du « faire » avec des colorants végétaux ou animaux (colorant complexe), Sachio Yoshioka permet-il de redéfinir la notion de *domaine* dans sa relation au « terrain » de son emploi. Du coup, par exemple, le domaine des rouges comprend aussi des beiges ou des bruns (exemple de la cochenille), la compréhension du « domaine de couleurs » ne peut alors dans ce cas-ci pas se définir du point de vue d'une tonalité commune (soit, le ton dans sa variabilité en terme de quantité, comme par exemple un « domaine des rouges » s'étendrait d'un rose pâle à un rouge presque noir ou du orange, soit étant composé de toutes les couleurs pouvant être perçues comme contenant du rouge...). Par sa démarche, concentrée sur la teinture végétale, il pose donc non seulement la question du « domaine » mais aussi de la *perception* de la couleur comme certes liée à l'interprétation, mais surtout résultante de pratiques et d'usages (par la teinture à la cochenille le domaine des rouges s'étend à un brun duquel aucun « rouge » ne semble témoigner de sa présence). Et, il va même plus loin encore lorsqu'il considère les couleurs par couches et donc par transparence (par exemple, un tulle rose sur un tulle vert, pour un gris coloré), incluant par ce faire dans un domaine une couleur « inattendue » (soit, n'ayant pas de tonalité commune aux autres couleurs présentes dans le domaine assigné). Toutes ces notations, *a priori* paradoxales ou contradictoires, découlent en réalité d'expérimentations et d'une compréhension de la couleur comme « couleur matière ».

Cette méthodologie correspond donc à une culture matérielle et permet de rendre visible la poétique, dans le sens où le processus d'obtention des couleurs est compris dans la modélisation elle-même. Dans ce sens, le travail de Sachio Yoshioka ne correspond pas à une modélisation de la couleur comme phénomène dont l'espace de référence serait celui de la

colorimétrie (appliqué aux domaines de la science et de l'industrie, comme chez Shigenobu Kobayashi, comme *nous* le verrons dans le chapitre suivant), selon la tridimensionnalité clarté / tonalité / saturation, mais plutôt à une considération des couleurs comme domaines indissociables d'usages spécifiques (artisanats traditionnels, sous-tendant des techniques). De ce fait, sa classification chromatique est organisée grâce à l'acceptation de « couleurs dominantes » (liées à des usages et donc à un *patrimoine*), à la prise en compte des paramètres intrinsèques aux matières (matités, brillances, granulométrie), à la connaissance (savoir-faire, observations, conceptions) des particularités des processus (techniques, sources des colorants / modes d'inspiration ou de référencement) et au pouvoir communicant de la *transmission* des usages (liés à des traditions, des règles de l'ordre de la poétique et des symbolisations). Les nominations correspondent elles aussi à ces cinq paramètres mis en relation.

Aussi la relation de la couleur au langage ici étudiée du point de vue du « passage » entre le « faire » et le « dire » de la couleur *nous* a-t-elle permis de comprendre que non seulement une synthèse s'opère par la nomination mais que cette nomination transforme à son tour la compréhension des couleurs. À partir de ce postulat, différentes mises en relations entre couleur et langage sont possible, et avec elles des jeux s'instaurent, jusqu'à des prises de pouvoir. Ainsi, si la *tradition*, comme *nous* avons pu le voir, correspond à des savoir-faire, elle est aussi « véhicule d'identité » lorsque la manière dont elle est transmise synthétise ces savoir-faire pour n'en donner que les représentations : la *tradition* est une structure et se présente sous différentes formes selon les « terrains ». En ce sens, les *traditions* tour à tour construisent, représentent, voire illustrent l'histoire des peuples : de ces représentations il est alors question majoritairement de langage. L'objectif du chapitre suivant est alors de montrer en quoi le fait de combiner des couleurs à des signifiés conduit à construire des « langages typologiques », desquels des processus d'identification sont possibles.

CHAPITRE II

Modélisation

~

Typage des couleurs japonaises du point de vue de l'industrie et de ses représentations culturelles

II.1 Combinaisons de couleurs et signifiés : construction d'un langage typologique

Si une *tradition* est, du point de vue de la sociologie, une coutume ou une habitude, mémorisée et transmise de génération en génération, elle nécessite de faire appel à des systèmes écrits. Les processus qui construisent ces systèmes sont alors régis par des règles, et correspondent à des poétiques : des histoires sont ainsi bâties pour une ritualisation de la pensée autour d'une manière de faire et de ses accessoires, désormais fortement relayées par la publicité et les lois. De ce constat, il est alors possible de considérer la *tradition* non plus comme uniquement liée à la *transmission* d'un savoir-faire passé, mais aussi comme étant *moderne* dans le sens où elle correspondrait à des poétiques adaptées à un « nouveau » terrain, celui de l'industrie. Si le chapitre précédent *nous* a permis de comprendre d'une part la coexistence opératoire entre des « faire » dits *traditionnels* et des « faire » dits *modernes*, et d'autre part l'articulation du « faire » et du « langage » à différentes niveaux (y compris la notion de « passage » de l'un à l'autre), celui-ci aura pour objectif de questionner la construction même d'un langage qui s'appuie sur les couleurs du point de vue de leurs représentations, autrement dit nécessitant davantage d'axer la réflexion sur le « dire » de la couleur en tant que signifiant. De cette mise en relation, il sera alors possible de construire des combinaisons, puis des systèmes. Afin de mieux saisir cette construction, il convient à nouveau de voir, à différents temps de l'histoire, comment de telles mises en relation sont devenues opératoires, en relation aux « terrains » desquels et pour lesquels elles ont été élaborées. Autrement dit, quels types de passages historiques peuvent-il être repérés afin de mieux comprendre ce qu'est un « langage typologique » au sujet de la couleur, celui-ci renvoyant non seulement au « typage » (soit, isoler une teinte plutôt qu'une autre) mais aussi

à sa mise en relation avec un signifié, soit, actant d'une construction sémiologique. Pour commencer cette étude, il convient d'observer la relation de la couleur au corps, de laquelle il émane l'une des premières mises en relation [couleur – signifié] :

Le substantif *color*, hyperonyme de la classe des couleurs, est précisément le terme usuel pour la couleur de la peau et le teint de l'être humain, le verbe dénomiatif bâti sur lui, *colorârî* (Cic.)³²⁴ signifiant « se colorer, bronzer ». *Color* au sens de « teint » est bien attesté chez Cicéron et c'était probablement là le sens le plus usuel dans la langue courante non technique.³²⁵

Aussi l'étymologie permet-elle une première compréhension de la relation entre le corps humain et la couleur (de *color*, en latin), puisque le terme (selon sa racine) choisi alors permet de donner des indices quant à la manière dont l'objet était perçu lors de sa nomination. Du fait, le choix d'un substantif en « -or » correspondait à la « perception » de la couleur comme appartenant aux « phénomènes naturels sur lesquels l'homme n'a pas de prise [qui] relèvent de la température, de l'humidité ou souvent des états maladifs de l'être humain »³²⁶, « *color* » appartient quant à lui à la même famille de substantifs que « douleur » ou « chaleur ». À partir de ce constat, il convient de saisir la dimension utilitaire de la couleur, et notamment dans la médecine : à partir d'abord de l'observation des changements d'états du corps et de leur signifiante du point de vue d'une potentielle affection, soit par exemple le rougissement (fièvre) et le bleuissement (mauvaise circulation sanguine), dans une première lecture. Selon cet objectif [celui de déceler une maladie], la couleur devient un « signe » : elle est l'indice d'un « autre phénomène », du point de vue de la pensée scientifique, et notamment médicale.

La notation de couleur, pour la langue médicale, est un symptôme³²⁷, comme on le voit dans les deux passages suivants de Celse, 3, 24, I : [...] « La couleur révèle cette maladie, surtout la couleur des yeux, dans lesquels ce qui devrait être blanc est jaune » [...] « Après avoir découvert la blessure, il faut examiner la couleur : si elle est livide ou pâle ou bigarrée ou noire, cela signifie que la blessure est mauvaise » [...] Une tumeur sera appelée *cancer ater* (Caton ;

³²⁴ [Ici cité Cicéron par M. Fruyt : « Tandis que je me promène au soleil, il se produit, de manière naturelle, que je bronze ». Le verbe *se colorare* ou *colorari*, par métaphore, a un emploi dans le vocabulaire de la rhétorique, par ex. pour l'éloquence : « l'éloquence se colore » en bonne part également : « je sens qu'au contact de ses écrits, mon style prend en quelque sorte de la couleur » : « un discours pour ainsi dire coloré par une certaine urbanité ».] Cf. Michèle Fruyt, « La lexicalisation et la conceptualisation de la couleur dans les textes techniques et scientifiques latins », (in) Claude Thomasset, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, « Cultures et civilisations médiévales », 2006, p. 19.

³²⁵ Michèle Fruyt, *op.cit.*, p. 19.

³²⁶ *Ibid.*, p. 20.

³²⁷ [Au sujet de la couleur comme symptôme dans les textes médicaux grecs, voir L. Villard, 2002], cf. *Ibid.*, p. 32.

Celse) litt. « tumeur sombre » dans une lexie qui fige comme une unité lexicale un syntagme nominal constitué d'un substantif et d'un adjectif de couleur.³²⁸

Aussi la médecine met-elle en relation des couleurs du corps avec des « états », observant par exemple la couleur de l'urine en tant que symptôme (dans ses différentes variations de rouge notamment, nommé *flavus* ou *rubeus* pour définir au mieux la gravité d'une maladie, dans la médecine antique³²⁹). Cette mise en correspondance est aussi valable, à la même époque, en agriculture, domaine dans lequel notamment la couleur des olives était un indice efficace pour en déterminer la maturité :

[...] pour distinguer l'olive mûre et l'olive non encore mûre, Caton dans le *De agricultura* emploie deux lexies complexes en opposition binaire : *oliva nigra* « l'olive noire » pour celle qui est mûre et *oliva alba* « l'olive blanche » pour celle qui n'est pas mûre. La couleur est utilisée comme indice de maturité. [...] lorsque Caton parle de l'olive verte en saumure, comme plat à consommer dans le vocabulaire technique de la cuisine, il emploie le terme *uiridis* « vert ».³³⁰

Aussi, dans un objectif utilitaire, la couleur s'est-elle vue associée à un signifié d'état : c'est le premier typage associé au langage. Proche de la pensée de la couleur comme « indice pathologique », Johann Wolfgang von Goethe la définit quant à lui comme expression et « souffrance de la lumière »³³¹. Il est alors le premier à concevoir des combinaisons de couleurs mises en relation avec des signifiés. En 1810, il élabore un cercle chromatique, permettant de concevoir les couleurs dans leur progression de l'une à l'autre (sur le modèle de l'arc-en-ciel), d'un point de vue picturale (par mélanges des couleurs dites « primaires » pour l'obtention des couleurs dites « secondaires »). Son cercle chromatique permet alors d'observer les « passages » de l'une à l'autre couleur isolée, ce qui lui permettra par la suite de mettre en relation chaque teinte (isolation des couleurs, du point de vue de la différenciation de leur tonalité, et des passages de l'une à l'autre – soit, à saturation égale, du point de vue pigmentaire) avec des signifiés [*invention* d'une correspondance intimement liée à sa pratique de la poésie].

³²⁸ Michèle Fruyt, « La lexicalisation et la conceptualisation de la couleur dans les textes techniques et scientifiques latins », (in) Claude Thomasset, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, « Cultures et civilisations médiévales », 2006, p. 32.

³²⁹ Cf. John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008, p. 80.

³³⁰ Michèle Fruyt, *op.cit.*, p. 33.

³³¹ Cf. Johann Wolfgang (von), *Traité des couleurs*, Paris, Triades, 2000, (1808-1810).

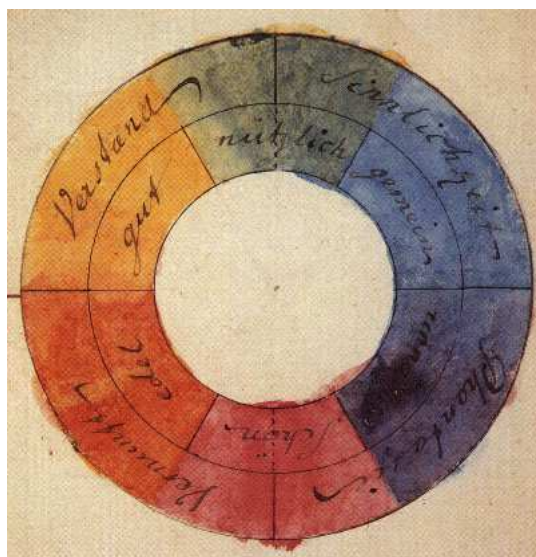


Fig. 66 – J. W. von Goethe, *Farbenkreis* [« cercle chromatique »], aquarelle sur papier, 1810

Il nomme ainsi le secteur allant du jaune au rouge le côté positif (« *Plusseite* »³³²) de son cercle chromatique, et le secteur allant du rouge au bleu son côté négatif (« *Minusseite* »). Il y ajoute les connotations suivantes : le jaune est mis en relation avec « effet, lumière, clarté, force, chaleur, proximité, élan », le bleu avec « dépouillement, ombre, obscurité, faiblesse, éloignement, attirance ». Son objectif est alors de mettre en relation des couleurs isolées à des effets « sensuels-moraux », soit, dans leur correspondance à des humeurs, comme « contenus conscients de qualités sensuelles » dont l'interprétation rejoint à la fois les domaines de la psychologie et de la cognition. Aussi construit-il son analyse sur une opposition binaire : les couleurs du côté positif « évoquent une atmosphère d'activité, de vie, d'effort », le jaune est « prestigieux et noble » et procure une « impression chaude et agréable » ; les couleurs du côté négatif « déterminent un sentiment d'inquiétude, de faiblesse et de nostalgie », le bleu lui-même « nous donne une sensation de froid ». Ainsi, non seulement il met en correspondance des couleurs avec des émotions présumées, mais il le modélise, comme notamment avec le *Temperamentrose* (soit, le « pinnule de tempérament »), qu'il conçoit avec le poète Friedrich Schiller [ci-après].

³³² Pour l'ensemble des citations au sujet de la théorisation des couleurs de Goethe, cf. le site internet présentant les différents systèmes de couleurs conçus à travers l'histoire : <http://www.colorsystm.com/grundlagen/aaf.htm>



Fig. 67 – J. W. von Goethe, F. Schiller, *Die Temperamentrose*, 1799³³³

La mise en correspondance entre « combinaisons de couleurs » et profils « psycho sensitifs », et leur construction grâce à un modèle, conduit à ce que l'on peut définir comme les premières représentations sociales et culturelles, du point de vue de la modélisation de la couleur. À ce niveau, il serait à présent intéressant de noter l'apparition des classements de combinaisons de couleurs, quelques années plus tard, avec Michel-Eugène Chevreul, quant à lui chimiste, qui a écrit *De la loi du contraste simultané des couleurs et de l'assortiment des objets colorés*³³⁴, en 1839. C'est en étant nommé (en 1824) directeur de la Manufacture des Gobelins, qu'il s'intéressa à la construction d'une nouvelle compréhension de la couleur grâce à la connaissance de la teinture. Étant chargé de surveiller les processus d'extraction des colorants au sein des cuves de teinture, il constata que la chimie n'était pas suffisante pour comprendre la couleur et fit donc appel à l'optique : hypothèse qu'il émit en observant l'influence des teintes les unes sur les autres de par leur simple proximité (qui donna naissance à la « loi du contraste simultané » – comprenant que la perception d'une couleur découle d'une combinaison entre la couleur matérielle et l'environnement dans lequel elle est observée³³⁵). Néanmoins, par l'observation de ses modélisations et analyses, il est possible d'émettre l'hypothèse que ses conclusions découlent d'une certaine forme de mise à distance. En effet,

³³³ Johann Wolfgang von Goethe et Friedrich Schiller, *Die Temperamentrose* ; visuel extrait de John Gage, *Colour and Culture*, Londres, Thames & Hudson, 1993, p. 194.

³³⁴ Cf. Michel-Eugène Chevreul, *De la loi du contraste simultané des couleurs et de l'assortiment des objets colorés considéré d'après cette loi dans ses rapports avec la peinture, les tapisseries des Gobelins, les tapisseries de Beauvais pour meubles, les tapis, la mosaïque, les vitraux colorés, l'impression des étoffes, l'imprimerie, l'enluminure, la décoration des édifices, l'habillement et l'horticulture*, 1839.

³³⁵ Selon la « loi du contraste simultané », une couleur donne à une couleur avoisinante une *nuance* complémentaire dans le ton. Il s'ensuit que les complémentaires opposées s'éclairent mutuellement et que les couleurs non complémentaires paraissent "salies", comme lorsqu'un jaune placé près d'un vert prend une nuance violette, par exemple.

il ne serait certainement pas parvenu à une telle conclusion s'il n'avait pas été chargé de « surveiller les processus tinctoriaux » (l'œil attentif aux fibres sorties de la cuve, tour à tour mises à la lumière du jour ou de l'atelier, considérée seule ou étendue / posée à côté d'autres fibres...), mais plutôt de teindre lui-même (l'œil dans la cuve et les vapeurs). En plus de sa posture liée au contexte particulier qui l'a amené à concevoir « la loi du contraste simultané des couleurs », il est aussi intéressant de noter son objectif, soit, celui d'organiser les couleurs dont il avait besoin pour la teinture des écheveaux de laine. Les « couleurs-matières » desquelles il a isolé des *tons* (ce qui permet de dire si c'est un « rouge », un « orange », etc.) et des *nuances* (définies selon lui, par la modification d'une couleur grâce à l'adjonction d'une autre – par des bains successifs dans différentes solutions de matière colorante ou encore une fois, selon la « loi du contraste des couleurs simultanées »), considérant alors la couleur à la fois d'un point de vue optique (« couleur lumière ») que d'un point de vue tinctorial (« couleur matière »).

En effet, le classement de Michel-Eugène Chevreul est établi avec des laines teintées de colorants végétaux. Ce sont donc les possibilités chromatiques obtenues par la teinture végétale qui déterminent les limites mais aussi les variations considérées dans son étude et modèle. Il les organise en relation avec des considérations optiques, soit, prenant en compte l'axe de la *luminosité* (ou *clarté* : du blanc au noir – « clair – obscur »), en plus de ceux de la *saturation*³³⁶ et de la *tonalité* (selon le *ton* ou la *teinte* : ce qui permet de dire si c'est un « rouge », un « bleu », etc.), en s'inspirant des conceptions de Newton. Le « *Hue circle* » (« cercle des *tons* », ici synonyme de *teinte*, définit ci-dessus) associé au « *Geometrical weighting* » : méthode géométrique modélisée permettant de définir la « *chromaticity* » (à la fois la *hue* « tonalité » et la *value* « saturation ») dans sa relation à la lumière, soit, la *weight* « luminosité ». L'ensemble est combiné pour la conception d'un modèle tridimensionnel.

C'est donc à partir d'écheveaux de laine teints que Chevreul va effectuer des combinaisons de couleurs et les classer. En voici, ci-après, les premières étapes.

³³⁶ La « saturation » correspond ici à la « densité visuelle » de la couleur, sachant qu'elle ne se limite pas en teinture au degré de concentration colorant dans la matière. Puisqu'en teinture végétale, il existe une « limite » d'absorption du colorant par la fibre, qui à tout moment peut passer d'une couleur « vive » à une couleur « plombée », voire « cramée », comme lorsque l'on laisse une confiture trop longtemps sur le feu et qu'elle caramélise un peu trop, brunissant une teinte qui était jusque là « rouge vif » de la groseille, par exemple.

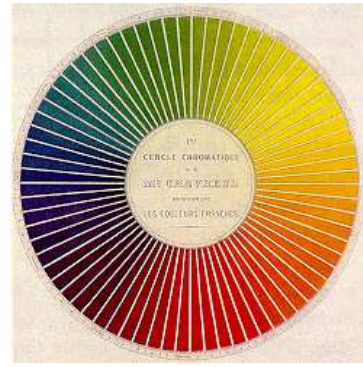
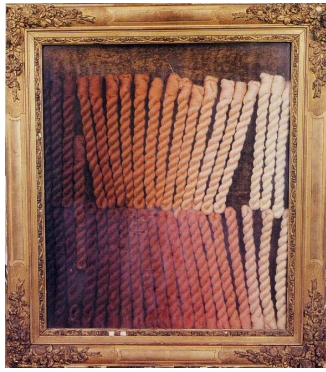


Fig. 68 – Brins de laine teints à la garance. Fig. 69 – « Cercle chromatique : les couleurs franches »³³⁷

L'exemple ci-dessus nous permet de considérer (à gauche) l'organisation des brins de laine d'une part selon leur *ton* (soit, « l'abscisse » du cadre, *ton* rouge-brun en bas et *ton* orange en haut). Et, d'autre part, à la fois selon leur *luminosité* (le pôle du noir étant remplacé par la couleur à *saturation* maximum – dans le sens ici de « vivacité », soit la vivacité maximum possible d'obtenir avec x plante ou tel mélange de x plantes) et leur *saturation* (« l'ordonnée » du cadre, du plus « coloré » / « vivace » au presque blanc – *luminosité* –). Le cercle chromatique (ci-dessus, à droite) permet quant à lui de montrer la progression des couleurs les unes aux autres du point de vue de leur *tonalité* (« passages » par mélange de l'une à l'autre, rejoignant la modélisation de Goethe), ici elles sont toutes à *saturation* maximale (degré de densité maximum de colorant acceptable dans le support pour une « vivacité » maximale), d'où le terme de « couleurs franches ». Pour combiner les trois axes, comme système de classement des couleurs, Chevreul conçoit alors un hémisphère, soit un système d'organisation en trois dimensions (permettant d'observer en même temps les axes de la *saturation*, de la *tonalité* et de la *luminosité*) :

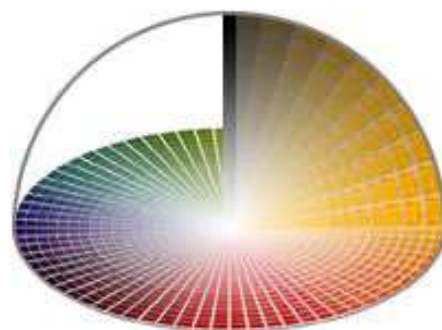
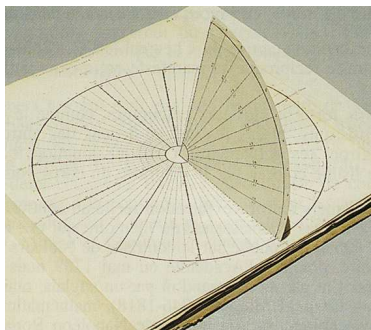


Fig. 70 – « Hémisphère des couleurs », 1839³³⁸ Fig. 71 – Modélisation du système avec les couleurs³³⁹

³³⁷ Michel-Eugène Chevreul, *De la loi du contraste simultané des couleurs et de l'assortiment des objets colorés considéré d'après cette loi dans ses rapports avec la peinture, les tapisseries des Gobelins, les tapisseries de Beauvais pour meubles, les tapis, la mosaïque, les vitraux colorés, l'impression des étoffes, l'imprimerie, l'enluminure, la décoration des édifices, l'habillement et l'horticulture*, 1839.

Ainsi, le classement en trois dimensions permet d'organiser la couleur teinte selon trois axes. Les axes de *tonalité* et de *saturation* sont davantage liés à ce qui se passe « dans la cuve de teinture » – soit, quelle plante, combien de temps, quelle densité de colorant, etc. L'axe de *luminosité* correspond quant à lui à une « observation » des couleurs teintes « en dehors de la cuve » – soit, lorsque la fibre teinte est observée à l'ombre ou la lumière... Cette posture permet de valider la relation entre « faire » de la couleur et « voir » la couleur. Ainsi, la constitution de ses modélisations s'adresse à différents « arts et métiers » de l'époque, puisque son objectif premier était d'offrir à des professionnels des outils pour non seulement classer les couleurs avec lesquelles ils travaillent, mais aussi les organiser (et donc composer leur réalisation) et nourrir leur regard « sur » la couleur, pour une appropriation de ses méthodes comme « poésie du faire avec la couleur ».

Pour en finir avec l'ensemble des *inventions* de modèles et de systèmes pour la compréhension d'une construction d'un « langage typologique de la couleur », il convient à présent d'observer les théories formulées par Johannes Itten, puis par Joseph Albers, notamment au sein du Bauhaus. Le second succéda au premier, dont il avait suivi les cours. Par leur enseignement, les travaux d'Itten ont permis d'engager des médiations sur la couleur en tant que paramètre plastique ainsi qu'une variété de combinaisons davantage destinée aux artistes peintres.

Les recherches de Johannes Itten (années 1910~20), qui ont donné naissance à la publication de *l'Art de la couleur*³⁴⁰, étaient davantage centrées sur la hiérarchisation des couleurs dites « pures » et « impures », d'une part. Il convient de préciser que les méthodes de conception et d'enseignement d'Itten étaient influencées largement par ses croyances religieuses – zoroastriennes³⁴¹. Et sur la conception d'« harmonies » (en référence aux travaux de Michel-Eugène Chevreul), d'autre part. Selon le point de vue de l'« analogie » des couleurs pour l'obtention d'une « harmonie colorée » (proche de ce que l'on nomme aujourd'hui « camaïeu »). Ou encore selon leur « complémentarité », selon le cercle chromatique emprunté à Goethe (faces à faces de chaque « couleur primaire » avec une « couleur secondaire », soit, violet – jaune ; orange – bleu ; vert – rouge). Ce qui *nous* amène à sa

³³⁸ Michel-Eugène Chevreul, *op.cit.*

³³⁹ Visuel extrait de l'url : <http://www.handprint.com/HP/WCL/chevreul.html> [© 2008 Bruce MacEvoy]

³⁴⁰ Johannes Itten, *Art de la couleur*, Paris, Dessain et Tolra, 1986.

³⁴¹ Le zoroastrisme est aussi nommé mazdéisme : globalement, les préceptes sont fondées sur une conception dualiste du monde, le « bien » et le « mal » étant en lutte perpétuel en chacun ; chacun, grâce à son libre arbitre, devant s'essayer à ne penser, dire et agir que selon le « bien ».

hiérarchisation des modèles combinatoires. Le contraste des « couleurs complémentaires » (1). Le « contraste de quantité » (2) qui s'effectue par rapport à une codification musicale qui repose sur une sorte de « rapport idéal » (toujours dans une quête de « l'harmonie ») de l'ordre $\frac{1}{4}$. Contraste qui témoigne d'une recherche de « relations harmonieuses » qui résident toujours, selon lui, dans l'utilisation de « couleurs primitives » (rouge, jaune, bleu) et de « couleurs complémentaires ». Toujours dans sa « recherche d'harmonie », le « contraste de qualité » (3) permet par ailleurs de définir un « degré de pureté » des couleurs. Cependant, il a aussi conçu l'ensemble des différents types de contrastes (encore enseignés aujourd'hui comme les « lois » fondamentales de la couleur) qu'il modélise et critique (voire « diabolise ») parfois cependant, les mettant en relation avec des signifiés selon un système binaire (il les représente pour conseiller ensuite de ne point les utiliser – toujours en relation à sa pensée dogmatique). Ainsi, le « contraste clair / obscur » (4) repose sur l'axe unique de la luminosité – lumière / ombre, pour une acception du gris comme une sorte de « vampire » qui aspirerait la force de toutes les autres couleurs (le gris en peinture peut être obtenu par le mélange de « toutes » les couleurs). Le contraste « chaud / froid » (5) inclue une modulation, pour une conception des couleurs appartenant soit aux « couleurs chaudes » soit aux « couleurs froides » (point de vue binaire appliqué aux couleurs). Le contraste des « couleurs en soi » (6) : en déterminant trois couleurs les plus « pures », soit, les couleurs dites « primaires » rouge, bleu et jaune – pour un « effet fort en contraste », qui se réduira, selon lui, plus l'on s'écartera de ces trois couleurs. Et le « contraste simultané » (7) : combinaisons des couleurs complémentaires – empruntées à Miche-Eugène Chevreul, cependant si ce dernier définissait un « contraste » du point de vue d'une œuvre réalisée, pour Itten c'est l'œuvre qui justifie le contraste. Pour modéliser ces systèmes, Itten conçoit des *gammes* : combinatoires construites pour l'obtention d'une « harmonie » et *invention* de règles (soit, les sept contrastes ci-dessus définis) pour y parvenir, sur le modèle de l'enseignement musical académique.

Quant à Joseph Albers, son successeur au Bauhaus, il reprendra ces lois et centrera quant à lui davantage son étude sur la libération de la couleur de la forme, il procédera à une sorte de « dématérialisation » de la couleur en quelque sorte (alors qu'il en a une expérience par sa pratique de la peinture). Ne considérant pas la matière, il en viendra à conclure que le noir est une absence de lumière, ce qui, lorsque l'on regarde le travail de Pierre Soulages par exemple, ne peut que *nous* permettre de considérer ce qu'une telle dématérialisation peut engager comme construction de théories simplifiantes : il rejoint ici les sciences cognitives et la définition accordée à la dite « perception » des couleurs, du point de vue de la physique –

colorimétrie et linguistique. Cependant, l'intérêt du travail d'Albers c'est de procéder à un apprentissage expérimental³⁴² (la pratique devant précéder la théorie), soit, il enseigne à ces étudiants la nécessité d'expérimenter eux-mêmes les « lois » enseignés auparavant par Itten. En effet, si pour le premier, les lois et les règles sont établies, pour le second, les couleurs relèvent d'un « domaine relatif » : ce n'est alors, selon lui, que par l'expérimentation qu'il est possible de diminuer le nombre de variables (moins de textures possibles) et de comprendre les couleurs comme « phénomènes ». Par ce faire, il travaille sur les variantes, non sur la variété, et permet de comprendre le processus qui conduit à synthétiser les couleurs, soit, de les « décontextualiser » du matériau desquelles elles sont « observables », dans leur relation à la lumière. Il met donc en relation la « réalité physique » et la « réalité psychologique » des couleurs, en modélisant différentes possibilités d'obtenir des « effets visuels » par des superpositions (conception de schèmes de couleurs sous forme de carrés superposés, investissant la loi des contrastes d'Itten). Comme par exemple, un carré rouge sur un carré plus large brun, donnera la « sensation visuelle » d'une « saillance » (il donne l'impression de se décoller, d'être « mis en avant ») du rouge par rapport à son fond, ce dernier donnant une « impression de profondeur ».

Ainsi, à partir de la couleur comprise comme « phénomène » et en vue de ces différentes mises en relation entre « couleurs » typées / isolées et « signifiés » d'états médical / psycho sensible, comme construction d'un « langage typologique », il est à présent temps d'engager une étude sur une modélisation actuelle. Celle-ci japonaise, réemployant les différents systèmes précédemment observés pour construire des « color image » : couleurs issues de l'industrie, organisées (combinaisons) et mises en relation à des signifiés, pour la construction de représentations culturelles adaptées au marché de la couleur industrielle.

³⁴² Cf. Joseph Albers, *L'interaction des couleurs*, [New Haven, Yale University Press, 1963], traduit en français, Paris, Hachette, 1974.

II.2 Shigenobu Kobayashi : le « Color Image », des représentations culturelles pour des processus d'identification

Shigenobu Kobayashi reprend les théories précédemment définies (combinatoires, mise en relation des couleurs isolées à des signifiés d'ordre « psycho sensibles », notion d'« harmonie ») pour concevoir des systèmes de combinatoires, comme outils destinés aux publicistes et designers d'aujourd'hui. Son travail est donc l'exemplification d'une appropriation de modes de pensée la couleur pour un « nouveau terrain » celui de la dite *modernité* : celle qui correspond aux « nouveaux faire », soit, les techniques industrielles (en série, investissant l'impression, soit le modèle de la quadrichromie – noir, cyan, magenta et jaune). Par la constitution d'une collection de couleurs normées, il formule des organisations combinant le modèle de classification en trois dimensions (luminosité, tonalité et saturation) et la mise en relation des teintes avec des signifiés. L'ensemble organisationnel dont il fait « modèle » permet construire des représentations culturelles liées à l'industrie, soit dites *modernes*. Les couleurs qu'il utilise sont donc « décontextualisées » de leur matériau et sont typées en fonction de ce que l'impression en série produit. Il construit ainsi un référentiel qui représente une « diversité » donnant l'illusion d'un choix, au sein des combinaisons répertoriées. Sa modélisation évince ainsi le *hasard* et la possibilité à l'utilisateur de concevoir la diversité « hors champs » aux couleurs qu'il propose. Sa démarche sous-tend les acceptions du marketing dans la manière de typer ces « color image » : en fonction de groupes socioculturels prédéfinis, il fournit des combinaisons « adaptées », soit opératoires dans leur mise en relation avec le langage typologique (signifiés définis en fonction des profils socioculturels). Ainsi, par sa modélisation, il construit une sorte de répertoire des « couleurs représentations », intimement lié à la notion d'*identité* : il y a une forme de résistance identitaire dans la construction de Shigenobu Kobayashi, et, notamment lorsqu'il met en relation des « color image » avec des pays. *Voyons* à présent plus en détails le fonctionnement de telles modélisations et en quoi elles construisent des représentations vectrices d'identification.

Le travail de Shigenobu Kobayashi (né en 1925) consiste donc à fournir des manuels aux coloristes, en termes de combinaisons chromatiques renvoyant à des représentations sociales. Il met en place des modèles « psychosociologiques » qu'il organise en prenant comme espace de référence la tri dimension optique : espace réticulaire qui l'amène à classer les couleurs

selon les catégories de luminosité, de saturation et de tonalité. Sa méthodologie révèle une volonté de mondialiser son modèle qui se donne à voir comme un outil « universel », en écho aux nuanciers de couleurs (tel que le Pantone pour l'imprimerie, servant au contre typage pour des colorations répertoriées et normalisées ; pour une production en série³⁴³) : il n'utilise lui-même que des couleurs issues de l'imprimerie, typées et référencées, soit des couleurs de « synthèse » dans le sens où elles sont des couleurs « décontextualisées » du matériau et du « faire » en tant qu'instauration³⁴⁴. Sa méthodologie est donc une référence internationale tant dans le domaine des finances qu'en matière de communication. En parallèle, et dans cette veine, il a créé en 1966 le « Nippon Color and Design Research Institute », dont l'objectif central est d'amener une méthode de compréhension et de classifications des couleurs selon des représentations sociales « universelles ». Il fait ainsi écho au « Japan Standard Color Association » fondé, avec le soutien du Ministère de l'Éducation, des Sciences et de la Culture japonais, par Sanzo Wada, en 1941. Celui-ci ayant été institué pour répondre à une volonté de standardiser les couleurs au Japon, dans un mouvement identitaire nationale et en réponse aux nouvelles demandes instaurées par l'industrie. Ainsi, en 1984, des couleurs ont été standardisées et modélisées à leur tour pour l'horticulture et les végétaux, à la demande du Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche japonais ; et, en 1997, l'institut publiait le « *Japanese Standard Color Chart of Garden Plants* ». Ainsi, le « Japan Standard Color Association » a publié de nombreuses chartes, en accord avec les pouvoirs politiques institués, afin de modéliser des « couleurs représentations » adaptées à différents secteurs d'activité (du paysagisme à l'automobile) : véritables outils à volonté identitaire, ces chartes offrent des combinaison pour la standardisation des usages.

Dans cette veine, Shigenobu Kobayashi, standardise les échanges au sein de la culture de marché, grâce à l'apport d'une approche de type marketing (en mettant ces couleurs standardisées avec des signifiés issus de groupes « socioculturels » prédéfinis). Ainsi, il opère une normalisation de la conception de « territorialités de couleurs » et de leur mises en réseaux, en créant des combinaisons utiles à une globalisation des usages (à l'international pourquoi pas). En effet, ses modèles sont avant tout des outils : ses trois livres *A book of colors*³⁴⁵, *Colour image scale*³⁴⁶ et *Colorist*³⁴⁷ affirment des constantes de perception et

³⁴³ Au sujet des nuanciers comme systèmes de références pour l'industrie, cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre I.2, pp. 331-350.

³⁴⁴ Au sujet du passage des couleurs dites « complexes » aux couleurs dites « de synthèse », et de ce que cela implique du point de vue des usages et de la compréhension des couleurs, cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 314-330.

³⁴⁵ Shigenobu Kobayashi, *A Book of Colors*, Tôkyô, New York, Kodansha International, 1987.

³⁴⁶ Shigenobu Kobayashi, *Color Image Scale*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1990.

d'utilisation de combinaisons de couleurs. Le premier ouvrage propose des combinaisons (duos ou trios de coloris, sous forme de carrés associés) « harmonieuses » (inspirés des « lois » formulées par Itten), catégorisés selon les champs sémantiques qui leur sont attribués, comme par exemple : *energetic, breezy, sweet, etc.* Trois critères sont donc instaurés et mis en relation : la couleur normée, leur combinaison et le signifié ; puis, organisés, selon les axes « clair-obscur » (correspondant à l'« axe de la clarté » conçu en fonction de la *saturation* dans sa relation à la *luminosité*, tel que Chevreul l'a modélisé, à partir des premiers modèles conçus par Newton) et « chaud-froid » (correspondant à l'un des contrastes défini par Itten) :

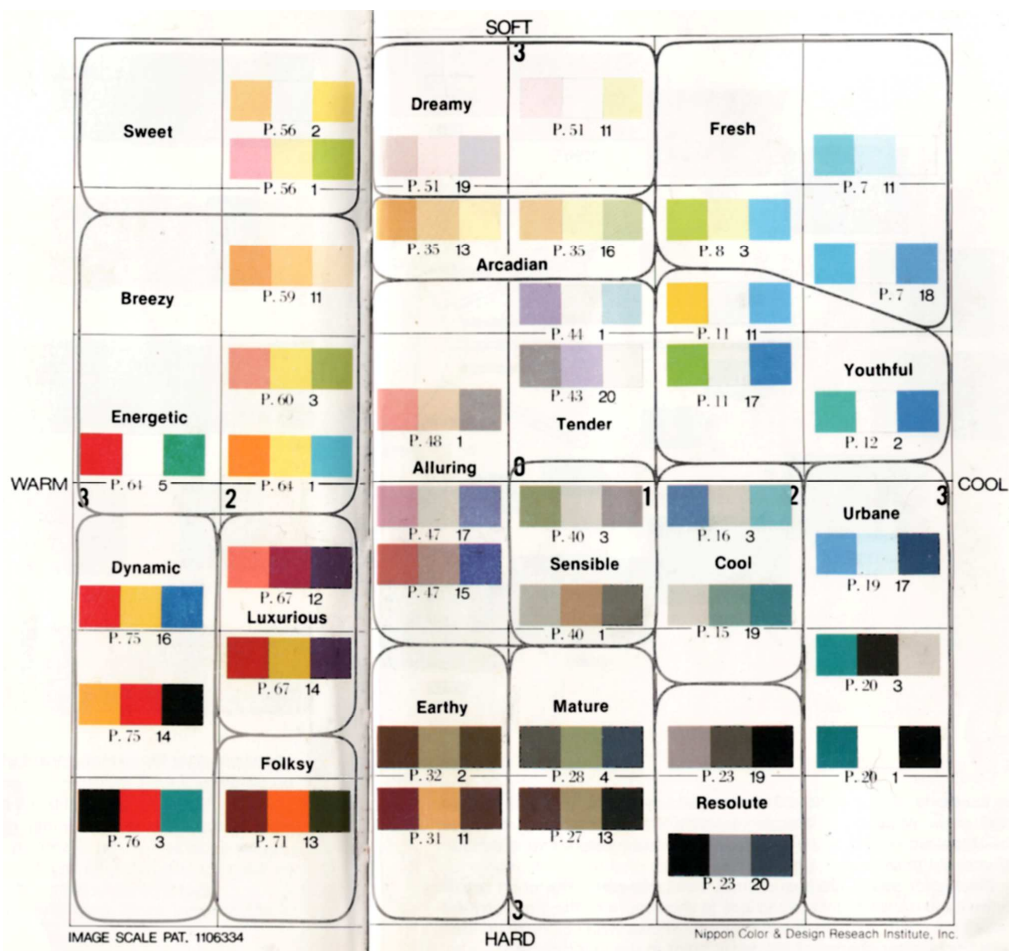


Fig. 72 – “The Color Image Scale”³⁴⁸

Avec « The Color Image Scale », il crée un outil de communication où deux types de cartes [soit, deux systèmes organisationnels] se combinent. La première étant syntaxique, elle organise les coloris selon l'axe de la clarté (*soft – hard*) et celui de la tonalité (*warm – cool*).

³⁴⁷ Shigenobu Kobayashi, *Colorist, A Practical Handbook for Personal and Professional Use*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1998.

³⁴⁸ “The Color Image Scale”: visuel extrait de Shigenobu Kobayashi, *A book of Colors*, pp. 78-79.

La deuxième étant sémantique, puisqu'elle met en relation le « clair » au « doux » (*soft*) et le « sombre » au « dur » (*hard*), le ton rouge au « chaud » (*warm*) et le ton bleu au « froid » (*cool*). Cette double combinaison / mise en correspondance en une même structure permet une utilisation stratégique des couleurs. Chaque coloris ayant une signification attribuée au départ, le classement combinatoire permet d'anticiper les usages à venir. Pour que cette normalisation soit efficiente, les textures ne sont pas prises en compte, en ceci sa méthodologie est proche de celui de Goethe ou de Newton, et rejoint la pensée d'Albers, dans sa compréhension des couleurs comme « phénomènes » : par sa modélisation les couleurs sont dématérialisées et participent à la construction de systèmes codifiés utiles au design management. Dans ce sens, *A book of colors* est un outil visuel, un espace de référence réticulaire commun, qui évince l'expérimentation. Compte tenu de ses limites, ce modèle est globalise les usages chromatiques : les combinaisons colorées signifient les usages communs (« représentations couleurs » collectées sur le terrain des productions industrielles) et formalise le travail du coloriste. Du point de vue de la construction d'un langage typologique, ses nominations sont révélatrices d'une volonté d'assimiler les couleurs à des états « psycho sociologiques » et à des « ambiances » (typologies chromatiques) identifiables par le designer, les « combinaisons types » qu'il propose étant, selon lui, les plus révélatrices de certaines émotions ou « sensations psychologiques ». Cependant, les représentations culturelles étant les seules à être utilisées pour définir le contenu de ses localités de couleurs, les paramètres de l'affect et de la sensation pouvant être provoquée par les « effet de matières » ne sont pas pris en compte. Les combinatoires sont homogènes, sans introduction de motifs ou de textures, son projet se veut global, en totale immersion dans une société dite « de consommation », structurée par une production normée et standardisée. Il est significatif d'un type de méthode associée à des objectifs marketing : les usagers deviennent les représentants d'une culture globale présumée. Dans le « Color Image Scale »³⁴⁹ (second ouvrage à son actif) le modèle se complexifie par la superposition de trois grilles. Une est composée de toutes les combinaisons (duos et trios, composés de carrés de couleurs supposées créer une « harmonie » de référence) présentes dans son « nuancier » (tous organisés selon différents profils « psychosociologiques », tels que « *sensible* » ou « *tender* », sectorisés sous forme de catalogue)³⁵⁰. Une autre correspond aux combinatoires de couleurs (combinaisons associées), et la dernière étant liée aux représentations sociales (champs sémantiques, signifiés

³⁴⁹ Shigenobu Kobayashi, *Color Image Scale*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1990.

³⁵⁰ Le « nuancier » correspond ici à l'ensemble des combinaisons de couleurs proposées dans son premier ouvrage. Cf. Shigenobu Kobayashi, *A Book of Colors*, Tôkyô, New York, Kodansha International, 1987.

combinés). Ce second ouvrage, syntaxique et sémantique, est similaire à un cahier de tendances³⁵¹, en ceci qu'il prend en compte l'usage social de la couleur, en plus de la considération de ses présupposés *effets* psychologiques ou physiologiques sur l'individu (combinant ici les théories de Goethe, d'Itten et des méthodes issues du « socio marketing »³⁵²). Ainsi, l'ensemble des concepts investis par son approche offre le potentiel d'une possibilité de « percevoir » les couleurs quelque soit la « forme » matérielle, culturelle ou sociale qu'elles prennent, puisqu'elles en sont isolées. De ce fait, et aussi grâce à son analyse domaniale, le « Color Image Scale » est un véritable outil marketing : les couleurs regroupées en domaines deviennent des possibilités d'associations chromatiques dans la décoration ou la mode, comme des cartes modulables simplifiant le travail de designer. Ainsi, son troisième ouvrage, *Colorist*³⁵³, offre à nouveau un système de classification, mais celui-ci est complété par une dimension sociale de l'usage de la couleur : il offre un nouveau type de modèle permettant de rationaliser ses premières conceptualisations. Ainsi, dans *Colorist*, Kobayashi établit une mise en correspondances des coloris (soit, des carrés de couleurs uniformes, isolés selon leur tonalité) avec des champs référentiels diversifiés en rapport aux anciens modèles précédemment présentés :



Fig. 73 – “Combining Artificial and Natural Colors”³⁵⁴

³⁵¹ Au sujet des cahiers de tendances et de leur conception, cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 351-474.

³⁵² Au sujet des méthodes « socio marketing », cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre II.1, pp. 358-409.

³⁵³ Shigenobu Kobayashi, *Colorist, A Practical Handbook for Personal and Professional Use*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1998.

³⁵⁴ “Combining Artificial and Natural Colors”: visuel extrait de Shigenobu Kobayashi, *Colorist*, p. 97.

Aussi Kobayashi met-il en place une nouvelle démarche. Il collecte des images issues de différents lieux, pour ensuite les contretyper en isolant des tons, selon leur « saillance » (en référence à la théorie définie par Albers). Puis, il met en relation ces images avec des lieux japonais, allemands ou suisses (jardins, maisons traditionnelles), eux-mêmes « vecteur d'identité ». Celles-ci mettent non seulement en scène des couleurs standardisées (selon la charte paysagiste ou architecturale nationale), mais sont aussi localisées pour la mise en relation d'un premier repérage avec différents espaces de ponction. Aussi, par cette modélisation, Kobayashi témoigne-t-il d'un circuit représentationnel dont il est difficile de « sortir » : repérer des « couleurs saillantes » en amont d'une collecte conduit à ne trouver « sur le terrain » que des « couleurs saillantes » (lorsque le modèle modélise le regard...) et correspond davantage à une analyse quantitative que qualitative de la couleur. La mise en relation qu'il propose est donc une « représentation » dans le sens où elle « simule » l'opération de contre typage³⁵⁵ et met en situation des couleurs identifiées et combinées en amont. De plus, la particularité de son approche dans l'exemple présenté ici [visuel présenté en page précédente] est de combiner des couleurs dites « naturelles » et « artificielles » qui, selon sa définition, correspondent aux couleurs de végétaux, florescences et minéraux (sols de terre, graviers, etc.) d'une part, et aux couleurs industrielles (impressions de banderoles ou d'objets de toutes sortes et bâtiments) d'autre part. Aussi par cette combinaison complète-t-il son « nuancier » des « couleurs images » en représentant une opposition née de l'apparition des colorants de synthèse³⁵⁶. Or, son approche n'offre pas une compréhension de la matérialité des couleurs [engageant la notion de « couleur matière » liée à des matériaux mais aussi à des processus d'instauration, des contextes variables de leur compréhension, etc.] mais plutôt ce que le « terrain » de leur ponction véhicule comme représentations, ou « lieux communs ». Par exemple, une couleur dite « naturelle » serait plutôt « grisée », « brune », « intermédiaire » aux couleurs dites « primaires » et « secondaires », et obscurcies. Il évince alors une bonne partie des couleurs de l'existant, telles que celles des poissons tropicaux, par exemple. Et, toujours selon son approche, une couleur dite « artificielle » serait davantage « pure » (en écho à la théorisation d'Itten), soit, « saturée » et « lumineuse » à la fois, « vive ». De plus, il complète sa gamme des « couleurs naturelles » par un glossaire de visuels de feuilles et d'arbres aux tonalités changeantes selon les saisons³⁵⁷, pour donner lieu à de

³⁵⁵ Au sujet du contre typage de « couleurs matières », singulières à des localités géographiques, et de leur mise en relation avec des couleurs issues de l'industrie (nuanciers), cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre I.2, pp. 499-518.

³⁵⁶ Au sujet du passage des colorants végétaux « complexes » au colorants industriels « de synthèse », cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre I, pp. 314-350.

³⁵⁷ Cf. Shigenobu Kobayashi, *Colorist, A Practical Handbook for Personal and Professional Use*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1998, pp. 68-69.

nouvelles combinatoires de coloris. Ceux-ci sont cette fois associés à des périodes climatiques. Par ce faire, Kobayashi fictionnalise l'« harmonie naturelle » comme modèle de composition chromatique. Il semble alors toujours très inspiré par les théories de Johannes Itten du point de vue de la modélisation. Mais pas uniquement, puisqu'il fait aussi appel à l'enseignement japonais de la couleur dans sa *mimèsis* avec la dite « nature » combinée avec une poétique fondée sur les combinatoires³⁵⁸. Ce que met en relief le travail de modélisation de Kobayashi, c'est qu'aujourd'hui il y a un déplacement de champs de références, mais pas véritablement de changement de système d'interprétation : la couleur dite « artificielle » est celle qui résulte de tout processus de coloration industrielle, et plus particulièrement, numérique. Autrement dit, selon ce mode d'interprétation, plus il y a d'intermédiaires entre la matière et la couleur, plus cette couleur est dite « artificielle ». Ainsi, si le travail de modélisation de Kobayashi semble permettre de définir des « couleurs images » issues de différents « terrains » (définis comme « naturel » ou « artificiel »), offrant la possibilité d'identifier celles-ci ou celles-là comme en étant extraites, il ne fait que donner des représentations des « terrains » eux-mêmes. De ce fait, cette conception actualise la « mise en fiction » paradigmatique entre les dits « naturel » et « artificiel », en donnant les schèmes chromatiques correspondants, pour une globalisation des représentations. Ainsi, lorsque Shigenobu Kobayashi présente des visuels de végétaux observés selon différentes saisons, il complète ses prélèvements pas des considérations sémantiques qui complète la notion de « culture japonaise » du point de vue des représentations : il définit les tonalités d'hiver comme signifiantes d'« austérité » et de « simplicité »³⁵⁹, adjectifs décrivant, selon lui, différentes sensations [qu'il donne comme des clefs marketing potentiellement adaptables au marché japonais] incluant : « vieux, rustique, mûre, silencieux, chic, délicat, subtil et profond ». Et, du point de vue des collectes effectuées pour la construction de représentations culturelles, les « contextes » visuels ou « images types » correspondent à des relevés photographiques faits dans de grandes villes, majoritairement extraites de pays au fort pouvoir d'achat (vitrines, rues, bâtiments) ; des visuels de peintures extraites du mouvement japonais *ukiyo-e*, d'un thème global repéré dans la peinture occidentale à travers l'histoire de l'art³⁶⁰ et d'objets artisanaux (céramiques japonaises) ; des photographie de jardins et de flores. Les couleurs sont donc appréhendées en

³⁵⁸ Au sujet des combinatoires de couleurs en relation avec la *mimèsis* de la « nature », cf. cette même partie, chapitre I.2., pp. 271-279.

³⁵⁹ Shigenobu Kobayashi, *op.cit.*, p. 68. [En anglais dans le texte]

³⁶⁰ Par exemple, le classement de peintures traitant de la figure féminine (indépendamment de l'histoire ou du style, on y trouve Klee, Picasso, Klimt, Duchamp, etc.), à l'échelle de vignettes, selon leur dominance chromatique [rouges/jaunes - *warm / cool* - bleus/verts] et leur luminosité globale (pâle - *soft / hard* - sombre), pour des associations sémantiques liées à des *effets* « psycho sociologiques ». Cf. Shigenobu Kobayashi, *Colorist, A Practical Handbook for Personal and Professional Use*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1998, pp. 62-63.

tant que « territoires », à travers des combinatoires et une modélisation par « images » signifiantes (construction de typologies). Dans le sens où chaque élément visuel (indépendamment du lieu de sa ponction) devient une « vignette », une sorte de « carte à jouer », organisée selon les mêmes paramètres sémantiques déterminés dès son premier ouvrage. Il n’y a pas d’adaptation du modèle au « terrain » interrogé, mais un modèle calqué de la même manière sur l’ensemble des territoires, devenus des exemplifications du fonctionnement de son modèle. En ce sens, cette méthode conduit à la fois à construire un langage commun et à modéliser les significances chromatiques indépendamment des contextes historique, géographique et culturel. La modélisation de Kobayashi donne donc à voir les « saillances » du monde et donne des clefs à volonté « universelles » au coloriste. Cependant, il ne considère pas la subjectivité des significances qu’il accorde aux teintes, ce qui limite pourtant considérablement son étude (par exemple, selon lui, le violet associé au mauve et au gris est « gracieux », ce qui pour nous une telle combinaison signifierait davantage le « désuet »...). Aussi sa démarche se veut-elle globalisante et répond aux exigences industrielles. Son étude sur le packaging alimentaire japonais est alors un bon exemple de cette double posture. À la fois collection de signes propres à des usages (au sein de la culture de marché – « expérience commune ») repérés en un temps donné sur l’archipel (échantillonnage effectué en 1986 au Japon) et mise en correspondances de différents niveaux de significances en corrélation à son modèle classificatoire initialement conçue (« couleurs images » et styles de consommation).

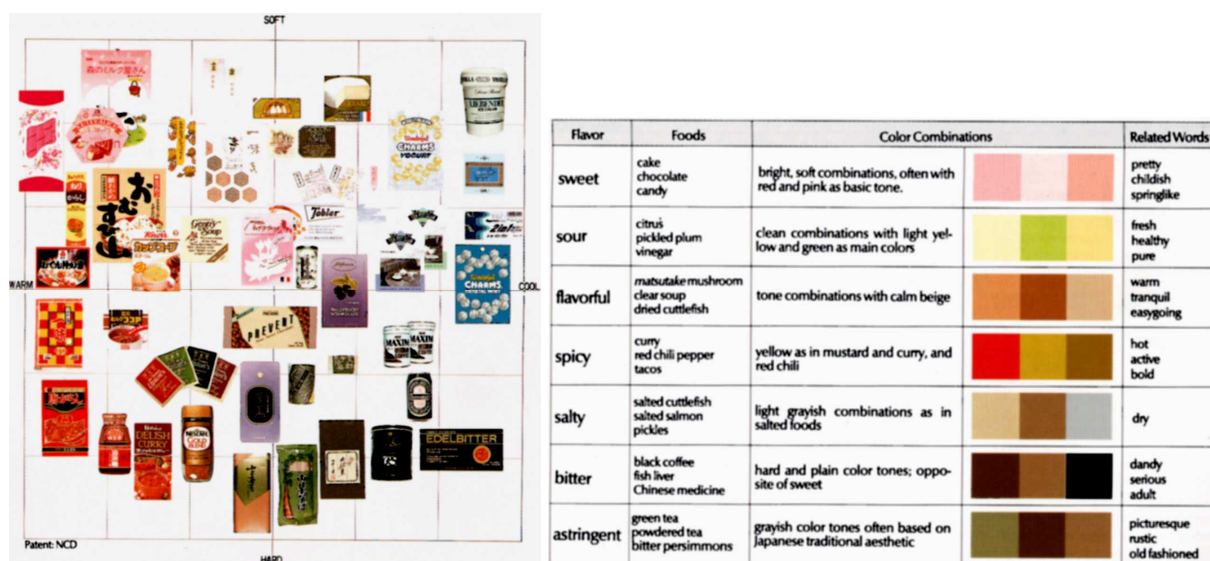


Fig. 74 – “Image Scale for Food Packaging” & “Food Image and Color”³⁶¹

³⁶¹ Visuels extraits de Shigenobu Kobayashi, *Colorist*, pp. 150-151.

La particularité de cet exemple permet non seulement de mettre en relief les correspondances opératoires entre couleurs, champs sémantiques et paramètres particuliers aux secteurs concernés. Ici, à partir de la collecte de packaging alimentaires japonais, les saveurs génériques attribuées aux aliments sont mises en correspondance avec des schèmes de couleurs et des signifiés d'états « psycho sociologiques ». Par exemple, « sucré – chocolat – lumineux – roses – joli ». Mais aussi (en tant qu'étude de cas), il permet de compléter les cartographies des « couleurs importées » définies en amont des enquêtes de « terrain » effectuées au Japon³⁶², comme « couleurs images » issues des packaging, des mangas et des clichés effectués par les magazines dans des quartiers branchés à Tôkyô. Ce modèle est donc un bon outil pour la culture de marché et, complété par un système plus réticulaire, il permet de mettre en image des moments précis de la consommation (modes de production et usages), à la fois comme « saillances » identifiées et système modal propre à une époque. Cependant, dans ces schèmes l'espace sémantique l'emporte sur le visuel, les familles de couleurs sont « brouillées » par les signes qui leur sont attribuées [limites à sa méthode de coloriste]. En ce sens, Kobayashi a en quelque sorte reconstitué un modèle synthétique où un seul « lieu » (la culture de marché) est cartographié, il ne prend en compte ni la pluralité des espaces chromatiques ni leurs variations au sein d'un *même* « terrain ». Ses photographies sont elles-mêmes « synthétiques » : aucune texture, aucun jeu d'ombre et de lumière, pas de « gros plan », toute « rupture » est effacé, l'objet est « lissé », « neutralisé ». Dans sa méthode, la dimension marketing l'emporte donc toujours sur ses impératifs dits « artistiques ». Il dit pourtant « développer la pluralité des expressions », parle de « rapport aux autres », ... Son objectif central est de trouver ce qui va permettre de « cibler » le maximum de clients potentiels, autrement dit de modéliser un objet qui serait « universel » dans sa communication, afin de vendre sa méthode à tout usager désireux de concevoir des objets pareillement signifiant pour n'importe quel type d'usager, à l'international, indifféremment des diversités culturels. De ce fait, sa modélisation prétend fournir un système qui fonctionne avec tout à chacun, en mettant en relation des schèmes de couleurs avec des représentations issues de l'industrie, soit, des « lieux communs » : toute société industrialisée (ayant le « pouvoir d'achat », la cible globale potentielle) pouvant user de ce même « langage ». Ainsi, par exemple, il reprend le modèle du « goût japonais » pour les « couleurs de l'ombre »³⁶³ : il

³⁶² Au sujet des cartographies de couleurs importées du Japon conçues avant de partir au Japon, à la fois comme carte de « couleurs images » associées à la culture japonaise [processus d'identification] et « simulation de cahier de tendances », cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 482-498.

³⁶³ Au sujet des « couleurs de l'ombre » comme représentations issues d'une construction à la fois historique et matérielle, cf. cette même partie, chapitre I.1, pp. 256-270.

isole des tons de gris colorés et de bruns, qu’il combine pour les mettre en relation avec un signifié [renvoyant à ce lieu commun] dans la construction d’une gamme nommée « *Sensible* »³⁶⁴. Il modélise ainsi une représentation communément acquise par une société pour en faire un référent « simple d’utilisation » et conduisant tout usager à associer immédiatement les tonalités de l’ombre à un caractère « sensible » ; synthèse et « décontextualisation » opératoires pour toute production en série. De ce fait, Shigenobu Kobayashi témoigne d’une forme de « résistance identitaire », typique d’une démarche globalisante, au sein de laquelle seules les représentations définissent la *diversité*. Celle-ci étant alors synthétisée à des « saillances » repérées puis sectorisées en groupes pour les définir du point de vue de leur appartenance. « Saillances », comme lieux communs à plusieurs « entités », ou en ce qu’elles sont différentes à d’autres « saillances » repérées. Par exemple, un « groupe » (socio culturel) ou une localité (une région, un pays, voire un continent) est combiné à des lieux / saillances / signifiés identifiés. Une telle démarche participe à conduire l’usager à confondre la couleur comme signe avec un seul type de signifiant : devenue « représentation de », chaque teinte est un « type » identifié. De plus, cette modélisation efface toute subtilité de variations chromatiques, et conduit à « percevoir » les couleurs de manière synthétique et à simplifier la diversité observée à des « saillances types », les processus d’identification prenant le pas sur la « découverte », l’*invention* nécessaire à toute démarche créatrice (y compris le travail de coloriste). Pour compléter l’étude de Shigenobu Kobayashi, et pour en explorer le potentiel, un questionnaire reprenant ses combinatoires de couleurs a été donné à de jeunes japonaises, dans le cadre d’une étude de marché pour un bureau de style. En voici, ci-dessous, quelques exemples :

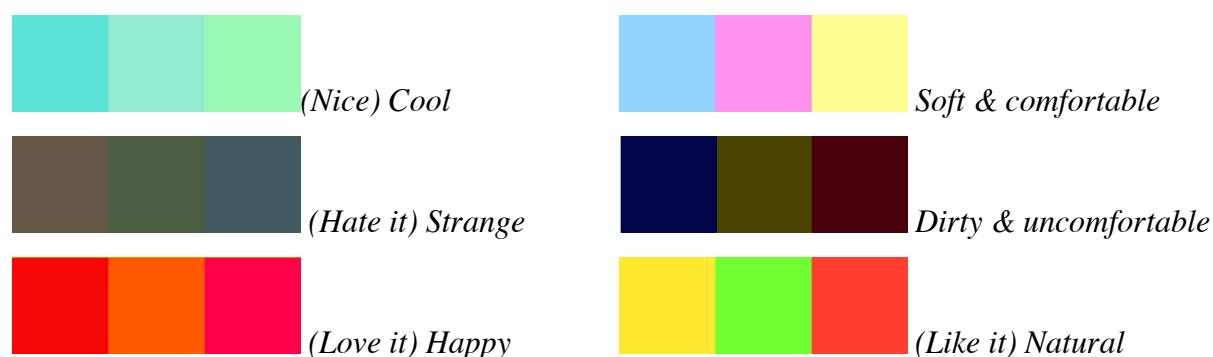


Fig. 75 – Combinatoires de couleurs et signifiés d’états “psycho sociologiques” au Japon

³⁶⁴ Cf. Shigenobu Kobayashi, *A book of Colors*, Kodansha International, Tôkyô, New-York, 1987, pp.38-41.

Cette étude, destinée à fournir des clefs de lecture et de compréhension de la couleur dans plusieurs pays d'Asie, pour une grande marque de vêtements de sport³⁶⁵, ne fait qu'actualiser l'approche du théoricien puisqu'elle en reprend le modèle. Ainsi, au terme de ce questionnaire adressé à plusieurs japonaises d'une vingtaine d'années, et dans la lignée du travail de coloriste dans le milieu de la mode (dont la méthodologie marketing rejoint celle de Shigenobu Kobayashi), des champs sémantiques ont été définis en fonction des « domaines de couleurs principaux ». À savoir, onze au total³⁶⁶, comprenant les couleurs dites « primaires » et « secondaires », ainsi que le noir, le blanc, le rose et le brun. Suite à ces questionnaires, des champs sémantiques ont été relevés :

- « jaune » comme « fleurs » ;
- « orange » comme « soleil, mandarine » ;
- « bleu » comme « ciel, mer, cruauté » ;
- « vert » comme « bambous, herbe, mousse » ;
- « rouge » comme « passion, feu, feuilles d'érable en automne » ;
- « brun » comme « bois, terre, thé » ;
- « rose » comme « la rose, fleurs de cerisier » ;
- « noir » comme « encre, obscurité, ombre » ;
- « violet » comme « hortensia, iris, période Heian, shintô » ;
- « gris » comme « cendre, temps nuageux, argent [le matériau], souris » ;
- « blanc » comme « riz, papier, écume, lumière, pur ».

Ainsi, si cette analyse permet de donner le « climat » d'un moment d'une société, elle participe à dessiner les contours d'un paysage culturel fictif (composé de représentations), comme il s'en dessine de nombreux au quotidien, dans les bureaux de style. Que ce soit pour définir de « grands » mouvements de tendances (prétendument « anticipatoires ») ou pour une opération de consulting particulier, l'approche ne dépasse jamais le stade du questionnaire et d'une analyse en interne, seules méthodes grâce auxquelles la conception de gammes de couleurs est établie (quelques dominantes et contrepoints chromatiques, des « couleurs

³⁶⁵ Étude menée en free-lance en juillet 2008, en collaboration avec Céline Caumon, maître de conférence en arts appliqués à l'Université de Toulouse Le Mirail, pour le bureau de style Nelly Rodi©.

³⁶⁶ Au sujet des onze couleurs définies comme « couleurs fondamentales », des sociétés dites « avancées », cf. la « thèse universaliste » de Berlin & Kay selon laquelle il y aurait « onze termes fondamentaux de couleur » dans les langues parvenues au terme d'une « évolution » définie en sept stades : 1. *blanc et noir* ; 2. *rouge* ; 3. *jaune ou vert* ; 4. *jaune et vert* ; 5. *bleu* ; 6. *brun* ; 7. *gris, rose, violet, orange*. cf. Brent Berlin, Paul Kay, *Basic Colors Terms, Their Universality and Evolution*, Berkeley, Los Angeles, University of California, 1969.

phares » et des « couleurs à éviter », idem pour les matières), soit en constituent la poétique globale³⁶⁷.

Pour compléter une telle approche, et notamment la conception de Berlin & Kay comme modèle universalisant les usages (du point de vue du langage), il convient de saisir les jalons étymologiques de la nomination des couleurs au Japon. Utilisant des noms identiques ou similaires que ceux employés en Chine (mêmes idéogrammes au départ), les Japonais nomment presque toujours les couleurs en fonction de référents (matières ou objets de cette couleur), et ont quelques noms importés de la langue anglaise (modèle américain). Les noms des couleurs principales (importées de Chine) sont donc composés d'un idéogramme unique en terme de coloris suivi du « i » lorsque la couleur est « adjectif », soit pour les nominations de couleurs [sept idéogrammes spécifiant les couleurs « fondamentales », isolées / dans leur abstraction, dématérialisées] : bleu 青い *aoi* ; rouge 赤い *akai* ; vert 緑 *midori* ; noir 黒い *kuroi* ; blanc 白い *shiroi*. Avec une particularité pour le jaune 黄色い *ki iroi* [色 : « iro » signifiant « couleur », bien que « ki » soit aussi un idéogramme uniquement utilisé pour la couleur jaune, il nécessite l'ajout de l'idéogramme « iro » pour être un adjectif (ajout de « i »)] et le brun 褐色 *kasshoku* [色 : « shoku » étant une autre lecture de l'idéogramme signifiant « couleur »]. Le violet ou « pourpre », bien que faisant partie des « couleurs principales japonaises », se nomme quant à lui 紫 *murasaki*, il n'est quant à lui pas importé de Chine, son nom est issu du nom du bois tinctorial qui en donne la couleur (de la famille de l'orcanette), qui fut si populaire à l'époque Heian. Les couleurs « orange » et « rose » sont quant à elle importées de l'anglais [américain] et leur nom le signifie : ils sont écrits en katagana (syllabaire japonais pour écrire les mots importés d'autres langues) オレンジ, de l'anglais « orange », prononcé « olan'dji » ; et ピンク « pin'ku », de l'anglais « pink ». Sachant que le « rose » peut aussi se dire 桜色 *sakura iro* (« fleur de cerisier couleur ») ou 桃色 *momoiro* (« pêche couleur »), ces deux termes étant cependant moins employés. Et, pour finir, le gris se nomme quant à lui 鼠 *nezumi* (« souris », soit « gris sombre ») ou 灰色 *hai iro* (« cendre couleur », soit « gris cendré »), il n'a donc pas d'idéogramme assigné spécifiquement (mais emprunte l'idéogramme de la « souris » ou de la « cendre », associé à l'idéogramme de la « couleur »), et se définit donc selon une nuance plus claire ou plus foncé en faisant référence à la cendre ou au pelage de l'animal. Ainsi, la compréhension des

³⁶⁷ Au sujet de la conception de tendances investissant des poétiques de l'ingénierie et du marketing, cf. la deuxième partie de cette thèse, chapitre II., pp. 351-474.

couleurs au Japon implique un point de vue culturel matériel souvent intrinsèque à la « perception » des couleurs et des usages qui dépassent la notion de « champ sémantique ». De plus, l'écriture, dans sa codification (idéogrammes ou katagana), permet à l'utilisateur de savoir immédiatement d'où vient le nom de la couleur qu'il emploie. Compte tenu de ces dernières considérations, il est possible de saisir, sous forme de tableau, un résumé des « couleurs représentations », prenant en compte des combinaisons chromatiques, des mises en correspondance contextuelles et le passage de modèles esthétiques dits *traditionnelles* à des usages actuels.

Combinatoires de couleurs	Tradition	Actualité
<p data-bbox="268 772 654 862">Couleurs de l'ombre (connotent la patine et l'opacité)</p>  <p data-bbox="220 1093 702 1182">Nuances de gris (connotent le « calme » et le « silence »)</p> 	<p data-bbox="750 884 1002 974">Cf. Éloge de l'ombre // période Heian</p> <p data-bbox="774 1227 978 1317">Cf. Estampes, dilutions d'encre</p>	 <p data-bbox="1053 1041 1356 1075">Métro, Tôkyô, juin 2006.</p>  <p data-bbox="1053 1377 1356 1411">Métro, Tôkyô, juin 2006.</p>
<p data-bbox="215 1467 710 1713">Combinaisons chromatiques liées à l'environnement (du « <i>mimèsis</i> de la nature » au « <i>mimèsis</i> des artefacts industriels ») et superposition</p> 	 <p data-bbox="774 1792 981 1881">Jûnihitoe kimono impérial</p>	 <p data-bbox="1037 1792 1372 1881">Jeune fille du quartier de Harajuku, Tôkyô (<i>Fruits</i>)³⁶⁸</p>

Fig. 76 – Combinatoires de couleurs et espaces de références communs au Japon

³⁶⁸ Visuel extrait de : Aoki Shoichi, *Fruits, Fashion pictures book*, Paris, éditions Phaidon, 2001.

Ainsi, ce qu'il faut retenir du travail de Shigenobu Kobayashi c'est la méthodologie qu'il met en place comme exemplification des méthodes de coloriste dans le design de mode ou la communication, du point de vue de la catégorisation (typage), de la classification et de la mise en correspondance entre des combinaisons de couleurs et des signifiés de type « psycho sensible ». Ses combinaisons sont des « saillances » permettant de créer des séries reproductibles et signifiantes, au premier degré sémantique (classements « chaud / froid » ou « dur / doux »). Ses modélisations, en tant qu'outils, permettent de créer des combinaisons modulables et adaptables, mais excluent de manière radicale les « couleurs matières », la complexité des champs symboliques et les techniques. Autrement dit, non seulement Kobayashi construit des représentations culturelles en associant des couleurs typées à des *signifiés d'états* (de type « psycho sensible »), mais il n'utilise que des couleurs « dématérialisées », considérés indépendamment du matériau ou de la forme (soit, rejoignant ici Joseph Albers), et, « décontextualisées », en ceci que sa modélisation ne permet pas de les comprendre dans leurs variations et leur instauration. Ainsi, il n'utilise que des couleurs standardisées par l'industrie (soit, le « faire en série ») et il ne travaille qu'avec des représentations (soit, uniquement de l'ordre du langage), mais en aucun cas du côté du « faire » et de l'expérimental (comme le suggérait en revanche, Joseph Albers). Sa modélisation fait donc obstacle au *hasard* dans le sens où rien ne peut « surgir » d'une telle compréhension de la couleur : combinaisons de « couleurs de synthèse » et langage typologique pour la construction de « codes couleurs » utiles à toute conception se voulant « universelle », soit, « adaptée » [à la fois en tant que construction d'un « langage commun » et représentation d'« expériences communes », propices à des processus d'identification fédérateurs autour de mêmes objets] à l'ensemble des individus, considérant ce en quoi ils sont *similaires*.

Et, considérant que la mise en relation de la couleur avec le langage soit multiple, selon à quel niveau l'on comprend cette couleur, pour Kobayashi, la nomination est uniquement liée à des usages *a posteriori* du « faire industriel ». Le lieu des représentations comme « terrain » unique à ses ponctions, dans un désintéret total pour les techniques et les processus d'obtention de la couleur. Il procède, par ce faire, à une classification et une transformation des couleurs en outils factuels pour une utilisation à venir (dans le design industriel, par exemple). Ainsi, l'ensemble des modélisations observées dans cette partie ont, faut-il le leur concéder, des points communs : non seulement elles permettent de « mettre en mémoire » différents « terrains » de la couleur, mais de plus, elle sont « fécondes » dans le sens où, en

tant qu'outils, elles offrent des modèles et des structures de type « penser-classer » utiles à la conception. La particularité du travail de modélisation de Kobayashi est alors au niveau de sa méthode : celle-ci combine une poétique de classification (soit, des systèmes conjoints à des méthodes) à l'utilisation de « couleurs de synthèses » typés et signifiantes (représentations) pour des conceptions à venir sur ce même « terrain » : celui de l'industrie et de la « culture de marché ». Aussi est-il temps à présent d'explorer ce « terrain » de plus près : comment s'est-il construit ? Quelles sont les règles, les poétiques qui le régissent ? De quels processus de création, de quels matériaux et de quels *poiésis* est-il question ? Enfin, de quelle manière les usages (ceux des consommateurs) et les objectifs (le « penser pour ») de telles productions sont-ils devenus à la fois *mémoire* et *imagination* nécessaires à la conception ?

DEUXIÈME PARTIE

**À la recherche des matériaux de l'invention dans les poétiques de
l'ingénierie et du marketing : entre innovation et conception de tendances**

Introduction à la deuxième partie

La partie précédente *nous* a non seulement permis de comprendre les « passages » opératoires entre « faire » et « dire » la couleur, et la coexistence des savoir-faire dits *traditionnels* et *modernes*, mais aussi que l'ensemble de leurs modélisations (comme savoir-faire particuliers aux quelques théoriciens dont *nous* avons pu rendre compte parfois de leur indéniable ingéniosité) sont des « arts de la mémoire »³⁶⁹ et sont « féconds », en ceci qu'en tant que systèmes (modèles et mises en relation des savoirs), ils combinent des lieux de références et modélisent des méthodes qui permettent de concevoir. De ce fait, les modélisations [à la fois] synthétisent et construisent l'« expérience commune » que sont les pratiques vécues (liées à la *mémoire*), que Diderot et d'Alembert nomment les « arts et métiers », en mettant en avant leur poétique (soit, les systèmes, les règles et les normes qui les régissent). Aussi les modèles issus de l'« expérience commune », tel le modèle médical dans lequel la couleur est celle du corps et devient signe / symptôme, sont-ils bâtis sur un modèle sémiotique :

[...] le modèle sémiotique est également en usage dans l'art de déterminer, par l'observation des couleurs, le caractère des hommes ou de présager des événements futurs, comme ceux liés au temps qu'il fera (les couleurs du soleil à l'horizon).³⁷⁰

Les espaces de modélisation sont ainsi construits en relation à cette « expérience commune » pour constituer des modèles de type « penser-classer » (en terme de méthode structurante, voire synthétisante) : la couleur est mise en relation avec des formes et des noms pour produire des localités faciles à mémoriser, et donc, faciles à « faire sienne »³⁷¹. Autrement dit,

³⁶⁹ Si les modélisations peuvent être comprises comme des « arts de la mémoire », c'est en ce qu'elles sont aussi des systèmes qui permettent d'observer des connaissances (symbolisées par des « images en acte » ou des « images fondamentales », tel le cercle de Goethe, impliquant des « passages », des combinaisons) dans leur relation à des *loci*, soit, différents « lieux de la mémoire » (des « lieux communs » qui se succèdent, par exemple les couleurs dites « primaires », « secondaires »...) auxquels elles correspondent : les « images » et les *loci* associés facilite la mémorisation, et, en ce sens, font des systèmes de véritables outils de *transmission*. Au sujet de la modélisation des couleurs comme « art de la mémoire », cf. Guy Lecerf, « Modéliser : art de la mémoire, travail d'aveugle ? », (in) *Ordre et production des savoirs dans l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert*, Kairos n°18, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2001, pp. 143-170. Au sujet de l'« art de la mémoire », cf. Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966).

³⁷⁰ Guy Lecerf, *op.cit.*, p.145.

³⁷¹ Cette idée renvoie directement à la notion de « couleur focale » soulevée par la pensée de Berlin & Kay à visée universalisante, laquelle n'aurait pu voir le jour sans l'*invention* des couleurs dites « artificielles », soit les couleurs de

la modélisation combine des synthèses issues d'une complexité : par exemple, des « saillances » (couleurs dominantes repérées en un lieu) sont identifiées et associées à différents types de signes pour construire une « expérience commune ». Ainsi, comme *nous* l'avons constaté avec Kobayashi, les couleurs localisées et mises en relation avec des signifiés sont non seulement facilement mémorisables, mais peuvent ainsi constituer un « langage commun ». Ce processus répond à un objectif, celui de « stabiliser les couleurs » : la perception des couleurs étant confuse (en en considérant sa multiplicité, sa variabilité, voire son infinité) et subjective (liée à l'interprétation), elle nécessite d'être liée à une « perception claire » (soit, une forme ou un signifié) pour construire des modèles vecteurs et acteurs d'une « expérience commune ». En ce sens, la modélisation permet de mettre en relation la *mémoire* et l'*imagination* : un système de représentations mémorise [et transmet] des lieux imaginaires construits et combinés, aux dépens cependant d'une *mémoire* « réelle », soit liée à une histoire, à un contexte et à des savoir-faire (lieu des connaissances et du « faire »). Autrement dit, d'un point de vue global, si la « matière » (comme *chaos*, complexe et informelle) nécessite d'être structurée (par l'*invention* notamment de fictions que sont les mythes, voire les archétypes), elle est aussi, par la présence de l'homme, « matériau », modelable. Aussi, en vue de l'ensemble des matériaux (dans leurs relations aux hommes, par le « faire » et le « savoir »), des « saillances » (lieux communs repérés) peuvent-elles être ponctionnées. Décontextualisées de la relation opératoire entre l'homme et la matière, ces « saillances » (que l'on pourrait aussi nommer « couleurs locales ») nécessitent alors d'être mises en relation avec de « nouveaux » savoir-faire et langages pour « faire image ». Soit, pour représenter « à nouveau » quelque chose à l'homme (compris ici comme « futur usager ») d'extérieur à leur présence même, autrement dit, pour « faire sens ». Construire des systèmes de mises en relation entre des « couleurs locales » et des signifiés [constituant des « couleurs images »] permet alors de les faire entrer dans le « langage commun » aussi rapidement qu'elles [les « couleurs images »] sont facilement mémorisables. D'un lieu imaginaire construit, comme une « vision du monde » potentielle, les images acquièrent alors un pouvoir (inférant d'une certaine forme de sacralité, liée à une mise à distance et à ce en quoi elles peuvent sembler virtuelles) grâce à l'intervention de la *mémoire*. Décontextualisées, mises en suspend, elles mettent en mouvement l'*imagination* de celui qui les regardent et les mémorisent d'un même mouvement. Couleurs de synthèses et représentations combinées en des systèmes (mémorisables) donnent à « voir », structurent le regard sur la complexité, effacent le *chaos* et évincent le *hasard*.

synthèse. À ce sujet, cf. Serge Tornay, *Voir et nommer les couleurs*, Nanterre, Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative, 1978, pp. XXXII-XXXIX.

De ce fait, celui qui produit de tels systèmes a le pouvoir de « re-crée » le monde : décontextualisés de leur histoire, les mythes re-présentent des lieux qui n'existent que dans l'imagination. Modéliser [de tels espaces] conduit ainsi à modeler la psyché humaine, celle-ci étant d'avantage capable de mémoriser une série de correspondances et d'associations unifiées par un système, que de se saisir d'une complexité chaotique, informelle, nécessitant d'être structurée. Sur le dit « terrain de la modernité », celui du « faire » industriel et de la consommation de produits en série, modéliser et construire des systèmes de références appropriés répond à cette même nécessité. Synthétiser une « expérience commune » à l'aide de représentations (des images et des mythes qui les constituent), de « couleurs locales » (voire, « de synthèse ») et d'un langage typologique. Concevoir des tendances correspond à ce « savoir-faire » : construire des lieux imaginaires en combinant des représentations (liées à la production en série), des couleurs produites par l'industrie et un langage signifiant, pour fournir au monde industriel les systèmes de références nécessaires à la réactualisation de leurs productions. Aussi la conception de tendances procède-t-elle à un système d'aller-retour entre l'*identification* des offres disponibles sur le « terrain de l'industrie » (sous-tendant l'investissement de nouvelles technologies) et l'*invention* de « nouveaux modèles » (conservant le même système de modélisation – lié à une « poétique de substitution »). Ainsi, elle consiste à proposer de nouvelles « couleurs locales » combinées à des « images » à la place d'autres, à mettre celles-ci en relation avec de « nouveaux » mots (soit, des néologismes, voire des anglicismes – en accord avec une démarche à l'international)³⁷², et à structurer l'ensemble par de « nouveaux » mythes (modélisation d'histoires et de représentations, actrices d'une fiction).

De ce fait, l'organisation de la psyché humaine, au moyen d'une *imagination* « prête à consommer », conduit à la re-présentation infinie de *mêmes* systèmes fondateurs d'une « expérience commune » qui nécessitent l'apport de cycles pour être assimilés. Ritualiser le monde de la consommation afin qu'il *ressemble* au « monde », avec ses saisons, ses morts et ses naissances, mais aussi, *inventer* – soit ici, au sens de [se *substituer* à] – un « nouveau » langage commun, avec ses mythes, ses codes et ses croyances, pour permettre au

³⁷² Au sujet des stratégies marketing empruntées pour la conception de tendances, engageant des langages construits pour l'international, pour « dire la nouveauté », cf. le chapitre II.2, a-, pp. 331-336. Et, au sujet des « énoncés performatifs » comme lieu de *rencontre* entre « dire » et « faire », cf. la « partie transition » de cette thèse, chapitre I.1, pp. 256-270. Au sujet de la dimension performative du langage, cf. John Langshaw Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970, (1962).

consommateur de « donner du sens » à ses achats. La mnémotechnique rationnelle insiste alors sur le principe de l'ordre et confond peu à peu le problème de la *mémoire* avec celui de la *méthode*. En effet, au sein de la conception de tendances c'est d'une véritable « poétique de substitution » dont il est question, celle-ci conduisant à confondre *mémoire* et *imagination*, dans le sens où la *mémoire* (comme transmission de connaissances) est celle d'une *synthèse*. Celle-là même qui va conduire aux *mêmes* méthodes pour modéliser « à nouveau » de « nouvelles » couleurs et formes, soit, d'autres types de *synthèses* : « saillances » de couleurs combinées et mises en relation avec un langage typologique (signifiés d'états « psycho sensibles » définis et combinés pour la construction de groupes dits « socio culturels »). Au sein de ce processus, c'est donc un regard sur la « mémoire d'une *synthèse* [des savoir-faire et des usages] » qui va nourrir l'*imagination* du concepteur, dont l'objectif sera de « prévoir » et de « prédire » [dans le sens ici de « donner les représentations de » et de concevoir les « énoncés performatifs » adéquats] ce que seront les productions et consommations à venir. Une telle démarche, du point de vue de l'éthique, correspond à une pensée universalisante (soit, définir ce qu'il y a de commun entre les hommes, mais aussi entre les cultures, au détriment incontestable de leurs variabilités et de leurs particularités), écho « idéal » à la nécessité industrielle de vendre au plus grand nombre. Concevoir l'homme dans ce qu'il a de prétendument « universel », le re-présenter et ainsi transformer l'homme lui-même, pour une globalisation effective dans un monde où le capital est moteur, non du point de vue de ce qu'il peut sous-tendre comme échange, mais plutôt de ce qu'il engage comme pouvoir. En ces termes, cela correspond à offrir au « monde de la consommation » une « structure harmonique » (représentations opératoires dans le cadre d'un système), avec comme objectif celui de parvenir à une « connaissance universelle en combinant des images significatives de la réalité »³⁷³. Typifier des « saillances » pour identifier des complexités dans ce qu'elles ont de « commun » (soit, de similaire), mener une opération de combinaisons, écrire la *mémoire* des représentations de *notre* temps, voilà la démarche globale de la conception de tendances.

Ainsi, afin de comprendre le processus d'une telle conception et de définir en quoi elle produit des lieux propices à des identifications, il convient d'en analyser d'une part les matériaux (couleurs, images, mots) et les savoir-faire (liés au « terrain » de l'industrie) et, d'autre part, la poétique globale (posture, règles, méthodes, modèles), vers la considération de la réception de leurs productions. Pour poser cette question : de quels types de processus

³⁷³ Cf. Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966), p. 406-407.

d'identifications est-il question ? Pour ce faire, la notion de *synthèse* est opératoire à deux niveaux : « substitut matériel » du point de vue de la couleur [notion de « couleur locale », « saillances », produites pas l'industrie : identifiées et combinées] et « substitut conceptuel » du point de vue de la compréhension de la *diversité* [structuration de la société en groupes « socio culturels » et repérages d'*identités*, grâce à une méthodologie marketing³⁷⁴ : notion d'*exotisme* et construction de fictions³⁷⁵]. Ces deux niveaux de *synthèse* sont alors mis en relation selon le principe précédemment expliqué, soit, en faisant concorder des combinaisons de couleurs avec des images et des mots, tous « acteurs » d'une *même fiction* : des mythes identifiés et « actualisés » semblent ainsi suffire à structurer une fiction opératoire³⁷⁶. Ainsi, pour instaurer la *fiction* d'une « expérience commune » et représenter le « nouveau » à chaque saison, le processus de conception de tendances investit la posture propre aux méthodes marketing et prospectiviste : le « nous » est opératoire et régit l'ensemble des « faire », dès le début de la conception. Cette posture engage le « passage » de la *poïésis* à la *praxis*³⁷⁷ : grâce à l'apport du langage, la *praxis* répond à l'objectif de « fabriquer ensemble » quelque chose d'une « action commune », le « concepteur » n'étant alors plus un sujet individuel mais collectif. En vue d'un tel « terrain », *socialisé* dès le début du processus de conception, la posture engagée ici ne sera pas celle de l'*immersion* [comme cela fut le cas pour le « terrain de la teinture au Japon », pour un va-et-vient opératoire entre « je » et « elle »³⁷⁸]. Ce parti pris correspond à une volonté de « mise à distance » tout au long de cette exploration (même si celle-ci s'est instaurée en partie grâce à des journées d'étude sur les lieux et des interviews³⁷⁹ donnés auprès de différents « acteurs » – en bureaux de style³⁸⁰,

³⁷⁴ L'exploration de la « méthodologie marketing », comme « terrain », se fera grâce à la définition de leur posture (le « nous ») et de ce qu'elle engage, de leur méthode en relation aux notions de *traduction* (interprétations et identifications des individus et des objets conçus comme « actants ») et d'*identité* (postulats et méthodes de segmentation d'une « culture de marché »), ainsi que des modèles qu'ils produisent (modélisations humaines, outils et fictions), cf. le chapitre II.1 suivant, pp. 314-330.

³⁷⁵ La notion d'*exotisme* telle qu'elle est définie sur le « terrain » de la conception de tendances, ainsi que la localisation des couleurs, des images et des mots « acteurs » d'une telle construction fictionnelle, pour des identifications à venir, seront abordés dans le chapitre II.3, a- et b- de cette partie, cf. 439-465.

³⁷⁶ Au sujet de la « fictionnalisation » opérée au sein de la conception de tendances, comme construction d'espaces de référence (composés d'*identités*) propices à des processus d'identification, et la considération des limites opératoires d'une telle méthode, cf. le chapitre II.3, pp. 436-474.

³⁷⁷ La *praxis* désigne ici spécifiquement des activités codifiées, la manière générique de penser la transformation d'un milieu en prenant en compte les rapports sociaux, ceux-ci étant indissociables du processus nécessaire à cette transformation. Cf. le chapitre II.2, a-, pp. 410-435

³⁷⁸ Cf. la première partie de cette thèse.

³⁷⁹ Les différents entretiens (Carlin International, Trend Union, Peclers, Nelly Rodi ; Yohji Yamamoto) qui ont été donnés ainsi que les « journées d'étude » (chez Trend Union) ont été particulièrement axés sur le marché « Asie » (Japon, Chine du Nord et du Sud, Taiwan, Hongkong, Corée du Sud, etc. – une poétique globale-*isante* étudiée auprès de Peclers notamment) et sur un repérage / décryptage, au sein de différents types de cahiers de tendances, des conceptions véhiculant des représentations de l'*Orient*, de l'*Asie*, du *Japon*, cf. Annexes 3, 4 et 5. Pour la localisation et une brève historique des bureaux de style principaux (parisiens), ainsi que la poétique globale et les implantations en Asie de chacun, cf. l'Annexe 2. Et, pour compléter l'observation des relations franco-japonaises et des représentations véhiculées au sein de la mode en France au sujet du Japon, cf. l'entretien donné auprès des deux attachées de presse de Yohji Yamamoto, à Paris, en Annexe 6.

mais aussi en « haute couture »), *moi-même* ne pouvant échapper à la dite « culture de marché » (soit, la majeure partie de la planète, à partir du moment où la télévision est présente et les images sont dans les rues...), étant plus ou moins immergée (phases de *séduction* opératoires nécessitant une certaine forme de « résistance ») dans les représentations véhiculées par les tendances.

Enfin, pour contextualiser une telle approche [de lieux mythiques construits] et pour mieux définir la notion de *synthèse*, le [chapitre I.1] donnera une brève historique contextuelle au « passage » du colorant complexe (végétal et animal) au colorant synthétique (isolant une molécule), en pointant les mutations au sein du « faire » de la couleur (« découvertes », *invention*, expérimentations, imitations, *innovation*) et ce que cela implique comme transformations du point de vue du « voir » la couleur (comme « saisissement » et appropriation du « réel », particulièrement dans sa relation aux nominations). Puis, le [chapitre I.2] permettra de définir ce que la « mise en commun de l'expérience », sur le terrain du design industriel, sous-tend comme construction d'espaces de références (les nuanciers et les modèles issus de l'impression et du numérique) et modélisation d'un système utile à toute poétique de l'*innovation* (soit, en vue d'un système modélisé, l'objectif premier régissant le processus de conception étant d'y introduire du « nouveau »³⁸¹) pour la production en série.

À ce niveau, le travail de conception de tendances correspond à *représenter* la « nouveauté », en écho aux innovations technologiques, en faisant appel à l'*imagination*. Dans le sens où les « représentations » (*images*) qu'elle produit sont des « doubles fantasmagoriques »³⁸², des « substituts d'originaux » [ou *synthèses du divers*] qui se remplacent les uns aux autres, de saison en saison, comme des « réalités » re-présentées, synthétisées. L'efficacité de cette « substitution » et la rapidité de son « renouvellement » sont alors rendues possibles grâce à la reproductibilité technique des *images*. En effet, comme *nous* avons pu le voir précédemment, l'« expérience commune » est faite de lieux signifiants (combinaisons de *synthèses* matérielles et conceptuelles) structurés par un récit [mythique]. Or, si ce récit est constitué de « saillances » (couleurs, images, mots) et que celles-ci sont reproduites en série et diffusées le

³⁸⁰ Le bureau de style est le lieu où les tendances sont conçues ; pour une brève historique contextuelle à leur création, considérant les premiers objectifs d'alors et la construction d'un mythe autour de lieux communs de références, cf. le chapitre II.3, a-, pp. 439-452. Et au sujet de la réception des représentations structurées par des mythes – soit, les conceptions de tendances dans leur relation au langage considérées au niveau de leur réception, cf. le chapitre II.2, b-, pp. 424-435.

³⁸¹ Une « poétique de l'innovation » sous-tend l'introduction de « nouveau » comme objectif central dans l'ensemble d'un processus. « Innover » : « introduire dans une chose établie quelque chose de nouveau, d'encore inconnu : changer, innover une mode, ... », cf. *Dictionnaire le Petit Robert*, Paris, éditions Dictionnaires Le Robert, 2001.

³⁸² Cf. Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, pp. 72-78.

plus largement possible, qu'arrive-t-il ? Elles deviennent rapidement à leur tour une « réalité mythique » commune à tout à chacun les ayant vues. Le *mythe*³⁸³, dans sa relation à la *mimèsis*, suscite un plaisir dû à une « reconnaissance » (correspondant à une activité de l'imagination) des paradigmes représentés sous la forme d'une action stylisée. Et le *mythe*, en tant que *sunthesis*, fait résulter une sorte de « plaisir tragique » de la compréhension de l'enchaînement sémantique de l'action. Cette double définition du mythe nous permettra de considérer la réception des productions issues des bureaux de style. Non seulement comme lieu d'une certaine forme de plaisir (nécessitant une « pratique de la séduction », voire de la persuasion, pour une rhétorique opératoire) et d'activation de l'*imagination* (faisant appel à la « reconnaissance » – *mimèsis*)³⁸⁴, elle [la réception] permettra aussi de poser la question de l'*invention* : en tant que processus d'identifications construits, les productions transformées par les *tendances* ne sont-elles que « manipulations » ?³⁸⁵

³⁸³ Le mythe est ici défini [dans sa relation à la poétique et à la *mimèsis*] selon les deux acceptions identifiées par Aristote : « combinaison de faits » (*sunthesis tôn pragmatôn*) et/ou « représentation d'action » (*praxeôs mimèsis*). Cf. Sophie Klimis, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote, Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, éditions Ousia, 1997.

³⁸⁴ Au sujet de la réception des représentations structurées par des mythes – soit, les conceptions de tendances dans leur relation au langage considérées au niveau de leur réception, cf. le chapitre II.2, b-, pp. 424-435.

³⁸⁵ Au sujet de la compréhension de la réception comme acte, le « récepteur acteur » permet d'ouvrir le débat sur la possibilité inventive motivée par de telles productions « mythiques », celles-ci ayant été jusqu'alors considérées du point de vue de ce en quoi elles manipulent la *modernité* ; cf. le chapitre II.3, c-, pp. 465-474.

CHAPITRE I

L'ingénierie

Des « découvertes » scientifiques à l'innovation industrielle

~

Construction d'espaces de référence pour la modernité

I.1 Mutation et substituts : du colorant végétal complexe à sa simplification, le colorant de synthèse

Avant le milieu du 19^{ème} siècle, faire des couleurs était lié à la cueillette, à l'agriculture, voire à la pêche : techniques d'acquisition des précieuses matières colorantes. Ainsi, les processus complexes de transformation des végétaux ou des animaux en substances colorantes sont nés à la fois de connaissances (aussi diverses que le « terrain » de leur naissance le nécessitait, soit, en botanique, en agronomie, en médecine, ou en alchimie), de la curiosité humaine, d'*inventions*, d'expérimentations, et du *hasard*. La connaissance de la terre, cultivée et nourricière, au quotidien, mais aussi la nécessité de recycler les déchets du jardin et les excréments des bestiaux ou des membres de la famille, la vie au milieu des champs, des bois, près de la mer, dans le désert ou dans une cité, tout cela fut contextuel à de telles « découvertes ». À tout cela s'ajoute certainement le désir de reproduire les couleurs perçues dans la « nature », mais pas seulement, il n'est ici bien sûr question que d'hypothèses, mais une *imagination* fertile et nourrie de quelques connaissances, non seulement historiques mais aussi diverses qu'une vie le permet, peut *nous* permettre de transcrire une hypothétique *mémoire*³⁸⁶ d'un temps où le « faire » des couleurs, dans tous les corps de métier ou tout usage particulier le nécessitant, correspondait à expérimenter, chercher, *inventer*, copier, ...

³⁸⁶ N'étant ici qu'au stade introductif de cette partie, il est intéressant de constater que l'auteur de cette brève histoire contextuelle aux pratiques tinctoriales végétales et animales, pour rendre compte d'une mutation, d'un « passage » des colorants complexes aux synthétiques, se trouve *elle-même* en train d'user d'une certaine forme de « poésie de substitution », la conduisant à confondre *mémoire* et *imagination* : n'en serions-nous pas déjà, à ce stade de la réflexion, en train d'explorer le processus de conception de tendances, en se mettant *soi-même* à la place de l'un des concepteurs, usant du « nous » et projetant des images ?

autant de démarches nécessaires à s'approprier des couleurs que peu ou pas de modèle ne l'édicte encore.

a- Contexte et *hasard* propices à l'*invention* : des « découvertes » pour « faire » de la couleur

La complexité de telles techniques peut tout aussi bien résulter d'un *hasard* combiné à des connaissances en médecine et d'une certaine propension à l'expérimentation ; l'exemple du « jaune indien » peut nous donner un indice pertinent pour argumenter cette idée : utilisé en Europe (importé d'Inde par les Anglais) par les aquarellistes du 17^{ème} au 19^{ème} siècle, ce jaune était obtenu en nourrissant des bovidés de feuilles de manguiers, celles-ci ayant la propriété de stimuler la production de la bile, l'urine produite était alors fortement colorée, ce qui conduisit (*allez* savoir comment et pourquoi ce fut arrivé la première fois) un ou plusieurs homme(s) à la recueillir et à la faire bouillir jusqu'à l'obtention de sédiments « d'un beau jaune recouvert d'une pellicule verdâtre. »³⁸⁷ Faire de la couleur avec des fleurs, des mollusques, des insectes ou des écorces ne peut être dissocié de pratiques culturelles singulières et aussi diverses qu'il y a de contrées, voire de génies. Il est toujours troublant d'observer à quel point l'homme est capable de tant d'*inventions*, chaque parcelle de ce qui fait *notre* monde aujourd'hui est née d'une *invention*, chacune résultant d'une histoire et d'un contexte particuliers ; n'est-ce pas fabuleux, mais aussi, troublant ? Ce qui *m'*amène à dire cela c'est la notion de *substitut* : remplacer une chose par une autre n'est-il pas déjà une forme d'*invention* ? Effectivement, le geste peut, selon le contexte, correspondre d'avantage à de la logique ou bien à une certaine forme de capacité d'adaptation, voire à une forme d'habitude si le geste fut déjà répété à différentes reprises, mais tout de même, pour remplacer un objet par un autre, faut-il encore l'*inventer* cet « autre ». L'histoire du premier pigment dit « de synthèse » exemplifie assez bien cette idée :

Un autre domaine où l'Égypte innove est celui des pigments de synthèse. Forte de sa maîtrise des arts du feu (faut-il rappeler que c'est en Égypte qu'est inventé le verre ?), ses artisans mettent au point dès le III^e millénaire la fabrication d'un silicate double de cuivre et de

³⁸⁷ Martine Jaoul, *Des teintures et des couleurs*, Paris, Musée national des Arts et traditions populaires, 1988, p. 37.

calcium qui pallie la carence en minéraux bleus localement disponibles. Ce matériau sert aussi bien à réaliser des objets massifs que des pigments pour peintures et encres.³⁸⁸

C'est donc ici le besoin de reproduire une couleur, perçue dans l'environnement, mais absente des matériaux disponibles aux alentours pour en « faire » quelque chose, qui a conduit les Egyptiens à *inventer*³⁸⁹ une technique permettant de l'obtenir. À ce stade, l'*invention* est directement liée aux techniques et aux besoins propres à l'*homo faber*, mais pas encore à la notion de productivité, celle-ci sous-tendue par l'acte d'*innovation*. De plus, en ces temps ci, la technique, comme *transformation*, était d'avantage liée à des « savoirs alchimiques » (liés à une expérience d'avantage individuelle ou en petit comité, pour des « découvertes » résultantes autant du *hasard* que de la connaissance issue de l'expérience et donnant lieu à des « trouvailles » parfois restées dans l'ombre et tombées dans l'oubli avec la mort de son inventeur) qu'à des « connaissances en chimie » (dans une « mise en commun » des savoirs et une volonté de signifier, par des formules ou des symboles, les composés « découverts » ou identifiés, soit, des connaissances liées à la *transmission* et à la modélisation). De tout temps et en tout endroit il y a des *inventions*, des « découvertes », l'avantage des Egyptiens est qu'ils ont non seulement trouver le moyen de conserver leurs corps, mais aussi créé le moyen d'écrire quelques fragments de la *mémoire* de leur histoire, ce qui *nous* permet de trouver aujourd'hui encore des traces de leurs *inventions*.

Il y a aussi des époques et des lieux plus ou moins propices aux *inventions* ; et, les méthodes et les connaissances se déplacent, se remplacent, s'effacent ou se transmettent, ce qui complexifierait l'ambition de contextualiser chacune d'entre elles. Au Moyen Age par exemple, le lapis-lazuli était le « bleu majeur » (soit, majoritairement utilisé en tant que pigment), l'extraction de la précieuse poudre nécessitait un long processus, combinant différents éléments et surtout ayant donné lieu à diverses *inventions* de recettes (dont l'origine – mais y en a-t-il vraiment une seule ? – des nombreuses variantes retrouvées n'a pu être identifiée), rédigées à la suite de moult expérimentations effectuées par des physiciens et des

³⁸⁸ Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, collection « Découvertes », n° 383, série « Techniques », 1999, p. 23.

³⁸⁹ « Si l'on connaît sur le sol d'Égypte ancienne la présence de nombreuses plantes tinctoriales, on ne possède que très peu de preuves de leur emploi. [...] On a identifié parmi les graines abandonnées dans la tombe de Toutankhamon des graines de carthame. [...] Pline l'Ancien rapporte dans son *Histoire naturelle* que les teinturiers égyptiens utilisaient l'indigo, le kermès, l'orseille, l'orcanette, le nerprun, le jus de mûre, le carthame et des tanins. D'après lui, ils auraient inventé le mordantage, ce traitement des fibres qui permet de fixer plus solidement le colorant sur le tissu. » Cf. *Ibid.*, p. 25.

alchimistes de l'époque. Les techniques de chauffage et « les procédés d'extraction, (*distillatio* des solides et des liquides *per descendum* ou *per ascendum*), trouvent de nouveaux produits, comme les acides minéraux, acide du sel marin (chlorhydrique), esprit de vitriol (sulfurique), eau régale, ou bien l'alcool (âme du vin). »³⁹⁰ Ces *inventions* joueront un rôle capital dans le développement [*a posteriori*] de la chimie et, en particulier, de la chimie des matériaux. Jusqu'à la fin du 17^{ème} siècle les alchimistes continueront d'effectuer des « découvertes » dans le domaine des matières colorantes et des mordants, comme par exemple le chlorure d'étain utile à l'obtention de carmins, proches de ceux obtenus avec le kermès (insecte³⁹¹). En plus de l'importance de l'alchimie dans l'apport des connaissances nécessaires à la fabrication des couleurs (soit, de l'extraction des colorants à leur stabilisation dans les fibres – par des mordants ou non –, ou bien, de la stabilisation des composés pigmentaires à leur combinaison avec d'autres – par des liants), la médecine tint un rôle majeur. En effet, les colorants (« couleur dans » le support / teinture) et les pigments (« couleur sur » le support / peinture) « sont aussi recherchés pour leurs vertus médicinales souvent liées à leur pouvoir colorant. Les ocres sont astringentes, la garance³⁹² soigne la jaunisse, l'orpiment³⁹³ arrête la chute des cheveux, l'hématite³⁹⁴ est renommée pour ses vertus hémostatiques et le blanc de plomb (céruse) fait aussi partie de la pharmacopée. »³⁹⁵ Témoin de cette intime relation entre le « savoir-faire » de la couleur et le « savoir-faire » de la médecine (et de la pharmacopée), le *Livre des simples médecines*³⁹⁶ est consacré aux vertus médicinales des plantes, des animaux et des minéraux : « échantillons de produits minéraux et organiques réputés pour leur propriétés thérapeutiques mais aussi pour l'emploi en peinture. »³⁹⁷

De plus la nomination des couleurs renvoie non seulement aux matériaux employés, mais aussi aux différentes pratiques et disciplines qui se croisent autour du « faire » de la couleur, qui est aussi le lieu de nombreuses *inventions* nominales, signifiant parfois la particularité de la démarche singulière de son *inventeur* et de sa posture :

³⁹⁰ Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, collection « Découvertes », n° 383, série « Techniques », 1999, p. 57.

³⁹¹ Au sujet du kermès, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1, p. 118-163.

³⁹² Pour rappel, les racines de la garance (*Rubia tinctorum* L., famille des Rubiacées) fournissent le seul rouge tinctorial végétal (d'autres rouges sont fournis par les animaux).

³⁹³ L'orpiment est un sulfure d'arsenic, il est « jaune d'or ».

³⁹⁴ L'hématite est un pigment rouge.

³⁹⁵ Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, collection « Découvertes », n° 383, série « Techniques », 1999, p. 32.

³⁹⁶ Matthaeus Platearius, *Livre des simples médecines*, milieu du 15^{ème} siècle, manuscrit français 12322 de la Bibliothèque nationale de Paris.

³⁹⁷ Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, p. 53.

Aux temps de l'alchimie, quelques-unes [nominations] sont, il est vrai, volontairement obscures. La plupart des noms en usage reposaient sur les analogies les plus éloignées. Ainsi l'on disait : huile de vitriol, beurre d'antimoine, foie de soufre, crème de tartre³⁹⁸, sucre de Saturne, et le chimiste Dumas, membre de l'Académie française, de s'exclamer : " Les chimistes semblaient avoir emprunté le langage des cuisinières ! " Le nombre des appellations n'a fait que se multiplier ; on donne à la même substance jusqu'à cinq ou six noms différents. C'est ainsi que le sulfate de potassium, un mordant pour la teinture, était appelé *arcanum duplicatum*, sel de *duobus*, tartre vitriolé, sel polychreste de Glazer ou vitriol de potasse.³⁹⁹

Ainsi, non seulement il y avait une diversité chromatique aussi large qu'il y avait de matières colorantes, de recettes, de praticiens, etc., mais, les nominations elles-mêmes témoignaient de la diversité même des expérimentations : combien d'alchimistes ont pensé trouver le « sulfate de potassium » ? Certainement au moins autant que le composé ait pu avoir de noms ; et, derrière cette variété de noms pour le *même* composé, c'est aussi le témoignage d'une diversité de « parcours », d'explorations, permettant d'élaborer différentes recettes pour obtenir une drogue ou un pigment similaire. Les alchimistes cherchent et découvrent « leur » propre chimie, ils expérimentent, s'engagent dans une véritable quête de la matière et de ses transformations. Ensuite, l'emploi de « noms obscurs » témoigne aussi certainement d'une volonté d'alors de conserver leur recette plus ou moins secrète.

b- Mise en commun des savoirs et *transmission* : poétiques du métier de teinturerie

Dès lors, certes dans une volonté de « mise en commun des savoirs », mais aussi selon celle de progresser dans de telles recherches en lien avec l'arrivée de l'industrie de la teinture (soit, au début du 18^{ème} siècle), les alchimistes sont remplacés par des « savants » en chimie qui vont ériger un système autour d'une « nouvelle » nomenclature destinée à « désigner avec le moins d'ambiguïté possible corps simples et corps composés »⁴⁰⁰, nomenclature symbolique

³⁹⁸ La « crème de tartre » a cependant conservé son nom : sous-produit de la fabrication du vin, elle est vendue en pharmacie et en droguerie. Elle est employée dans les recettes culinaires (surtout pour les pâtisseries) comme agent levant, pour stabiliser les blancs d'œufs battus, ou encore pour empêcher la cristallisation du sucre en confiserie ; et, en teinture végétale, pour conserver la douceur des fibres mordancées à l'alun ou à l'étain. Autres noms : tartrate acide de potassium, tartrate mono potassique, potassium bi tartrate, potassium hydrogéné tartrate.

³⁹⁹ Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, p. 134.

⁴⁰⁰ *Ibid.*, p. 135.

donnant à la fois le nom permettant d'identifier les éléments et l'indice de leur nombre (c'est la naissance des formules, telles que SO₃ pour l'acide sulfurique, par exemple). Néanmoins, les noms, avant l'industrialisation des savoir-faire, donne aussi des indices quant au lieu de la fabrication de la couleur, comme la « laque d'Espagne » (laque rouge de kermès, du 13^{ème} au 16^{ème} siècle) ou l'« outremer de Venise » (bleu de lapis lazuli, du 14^{ème} au 18^{ème} siècle), par exemple. Le vocabulaire lié au lieu d'origine géographique de la couleur va donc varier selon les époques et pourra ainsi témoigner des mouvements d'importations fluctuants et donner avec eux la composition matérielle (liée à des savoir-faire) de la couleur ; même si, de siècle en siècle, certains noms restent toujours d'usage malgré la cessation d'une importation, voire même le changement de la composition de la couleur, et vont ainsi renvoyer à une origine ancienne et non plus d'actualité (mais conservant le nom, devenu un signifiant indissociable, à forces d'usages et de temps, de la « couleur-matière ») : le « blanc d'Espagne » par exemple, correspondait au Moyen Age à un « blanc de plomb », alors qu'aujourd'hui il correspond à un « blanc de craie ». Avec les noms, ce sont les usages qui se transforment : le vocabulaire de la couleur est un indice précieux des mutations qui s'opèrent au sein d'une culture et de l'homme dans sa relation au monde. Aussi, au 19^{ème} siècle, les noms de couleurs s'*inventent*-ils et ne correspondent plus au matériau dont la couleur est issue, ce qui compte c'est que le nom soit signifiant, représente une prétendue « origine prestigieuse » ou qu'il renvoie à « une très ancienne coutume » imaginaire : tels que, « Blanc de Roi, rose Pompadour, jaune impérial, bleu Marie-Louise... »⁴⁰¹

Et, les importations de couleurs découlent elles aussi de « découvertes », celles-ci effectuées par des explorateurs ou des militaires, desquels la *transmission* de « savoir-faire » découverts de l'autre côté du globe va motiver de nouveaux usages puis de « nouvelles » volontés de fabrication locales de « ses » propres couleurs, pour de « nouvelles découvertes », selon une certaine forme d'imitation : « la fabrication du bleu égyptien en Gaule romaine en est une parfaite illustration. Après une période d'importation de bleu de Pouzzoles, on voit apparaître en Gaule dès le II^e siècle des fabrications locales qui semblent être le fait non de verriers, mais d'artisans bronziers. »⁴⁰² Ces « découvertes » à travers le monde et au plus local ont réveillé des tensions liées au pouvoir, la teinture, en tant que métier, avait donc ses codes, ses règles et ses modèles, comme *nous* avons pu le voir précédemment⁴⁰³ pour le Japon. En France,

⁴⁰¹ Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, p. 137.

⁴⁰² *Ibid.*, p. 33.

⁴⁰³ Cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1, pp. 118-163.

maintes spécialités subdivisaient le travail de la teinture (en termes de corporations), un maître teinturier n'usant en général que d'une seule matière colorante : un classement (véritable précurseur dans le domaine des normes) fut établi en fonction des différentes capacités tinctoriales de chacune, en 1667, par Colbert (ministre des Finances sous Louis XIV), pour définir deux grandes familles, liées à des corporations : le « Grand Teint » et le « Petit Teint »⁴⁰⁴. Sa volonté, par l'émission d'une ordonnance, était alors d'édicter un nouveau tarif douanier :

[...] véritable tarif de combat contre les produits (en particulier textiles) hollandais et anglais. Les entrepreneurs ne seront pas en reste. Bien qu'innovant eux-mêmes, ils ne négligeront pas ce que nous appelons la vieille technologie [soit, les techniques et ce qu'elles sous-tendent de particularismes et de diversité] et pratiqueront quand ils le pourront un espionnage des plus actifs.⁴⁰⁵

L'objectif de Colbert est alors de garantir la « qualité des produits français, ainsi que d'empêcher qu'aucune des deux corporations n'empiète sur les prérogatives de l'autre. »⁴⁰⁶ Un tel objectif est alors édité par le roi de France, dans le but de maîtriser les corps de métiers liés à la teinture (la notion d'« arts et métiers » n'arrivera qu'au 18^{ème} siècle, avec l'arrivée de la « chimie des couleurs » et l'encyclopédie de Diderot et d'Alembert, pour une *transmission* des savoir-faire), par la création de statuts, d'ordonnances et de règlements : on oblige alors certains corps de métier, tel ceux de la confection, à n'utiliser pour leur teinture que des Pastels français, une liste de végétaux tinctoriaux ainsi que des lieux de leur provenance est éditée. Et, il est interdit aux maîtres teinturiers du « Grand Teint » d'utiliser des matières colorantes classées dans le « Petit Teint », sous peine de payer une amende. Cette édicition participe à protéger les producteurs français de pastel et à garantir la qualité des étoffes teintes, selon la résistance des couleurs (plus ou moins fugaces ou solides).

Ainsi, le métier de la teinture nécessitait non seulement des connaissances (recettes, matériel, gestes) mais aussi et surtout une longue expérience en la matière mêlée d'un goût prononcé pour l'expérimentation. En effet, selon différents paramètres (le lieu de provenance, la période

⁴⁰⁴ Au sujet de ce à quoi correspondent (du point de vue des matières colorantes) les « Grand Teint » et « Petit Teint », cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1, b-, p. 128-136.

⁴⁰⁵ Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, p. 138.

⁴⁰⁶ *Ibid.*, p. 138.

de récolte, le mode de conservation, ...) une plante (sous forme de feuilles, d'écorces séchées ou de poudre) n'offre jamais la même concentration de principes tinctoriaux : il est donc impossible de reproduire la *même* couleur d'une fois sur l'autre selon la même recette, cependant des invariants peuvent aider à élaborer des recettes structurales. C'est ainsi qu'avec le début de l'industrialisation de la teinture (18^{ème} siècle), la chimie des couleurs amorce la classification des végétaux et des animaux tinctoriaux selon leur nécessité ou non d'être fixés à l'aide d'une étape de mordantage du tissu, telles que : les « couleurs substantives » signifient que les fibres liées au colorant donnent un composé stable, et, les « couleurs adjectives » signifient que les fibres mordancées liées au colorant donnent un composé stable. Cette nomenclature fait écho aux débuts des colorants de synthèse (19^{ème} siècle) soit, en relation à l'isolation d'une molécule (colorante) au sein des molécules complexes colorantes que contiennent les végétaux et les animaux, pour conduire, avec l'avancée des connaissances en chimie de la couleur jusqu'à aujourd'hui, à définir que les « couleurs substantives » comportent : les *caroténoïdes* (domaines des oranges ; l'ensemble des colorants qui les constituent font partie de la famille des « petits teints », car ils résistent mal à la lumière, au lavage et aux frottements) ; les plantes contenant du tanin ; et, le pastel et l'indigo (faisant partie des « Grand Teint »). Et, les « couleurs adjectives » comportent : pour les « Grand Teint », la garance (rouge végétal), les rouges obtenus par les animaux (« rouge écarlate », « cramoisi », « vermillon » issus d'insectes tels que la cochenille – importée du Mexique – et le *kermès* – quant à lui récolté dans les garrigues), le jaune de la gaude, du chardon ou du genêt des teinturiers, et, des plantes vertes dont le principe colorant est la *lutéoline* ; pour les « Petits Teints », on trouve les autres *flavonoïdes* (colorant jaune, du latin *flavus*, signifiant « jaune ») et les *anthocyanes* (fleurs bleues, au sens large, sinon, roses, violettes, ... ; elles donnent du vert dans un milieu alcalin, du violet dans un milieu basique et du jaune en milieu acide). Ainsi, les couleurs adjectives ou substantives sont déterminées selon le procédé de teinture qui est mis en place, soit, selon s'il est nécessaire ou non d'utiliser un mordant : en « Grand Teint », on a donc toujours besoin de mordant pour le rouge et le jaune, mais pas pour le bleu.

En vue des classifications, il faut saisir que la teinture en tant que métier fut le lieu de nombreuses luttes de pouvoir, et ce, dès le Moyen Age : les couleurs étaient alors emblématiques et donc particulièrement liées au pouvoir politique et aux castes, les gens « du peuple » ne pouvant se vêtir que des couleurs que Colbert classera plus tard dans les « Petits Teints », n'ayant d'une part pas les moyens de s'acheter les étoffes aux couleurs vives et

chatoyantes, ils teignaient aussi parfois leurs vêtements eux-mêmes avec les végétaux récoltés dans les bois et les landes alentours, dans lesquels ils trouvaient aussi bien des fleurs, des lichens et des écorces (« Petit Teint », instables et fugaces), que de la garance sauvage ou de la gaude (« Grand Teint »), mais dont ils ne pouvaient stabiliser les couleurs, n'ayant point accès à la connaissance du métier (« trouvailles » secrètes d'alchimistes conservées dans l'ombre des alcôves seigneuriales), usant ainsi de mordants peu efficaces pour de tels végétaux, tel que le vinaigre ou l'urine fermentée. Aussi les couleurs du peuple étaient-elles issues de la cueillette et d'expérimentations diverses pour l'obtention de teintes ternes, grisées, brunies, « incertaines » (non « franches ») puis, délavées, modifiées et affadies par le lavage, la transpiration et le soleil. Mais, au 16^{ème} siècle, le niveau de vie global français s'améliore, ce qui augmente la demande en matières colorantes : désormais ce n'est plus seulement la curiosité des explorateurs ou l'expérimentation des alchimistes et des fabricants qui va conduire à voyager et à *inventer*, c'est le commerce lié à des volontés de pouvoir sur certains territoires jusque là visités annuellement ou bis annuellement pour l'approvisionnement en couleurs végétales ou minérales. Jusque là les pays producteurs de matières colorantes étaient des « lieux mythiques », que l'on nommait « le Levant » ou encore « les Indes », véhiculant nombre de représentations qui conféraient aux couleurs qui en provenaient une valeur ajoutée, liée à l'*exotique* contrée lointaine, dont les dames pouvaient se parer. Aussi le 16^{ème} siècle est-il celui de la concurrence entre plusieurs pays européens pour la quête de telle ou telle couleur, conduisant à maintes stratégies pour conserver une importation régulière.

c- Import-export et luttes de pouvoir économique : la fin des « trouvailles » et la nécessité d'*innover*

Cette transformation [l'amélioration du niveau vie global en Europe] soulève l'autre « problème » inhérent au métier de teinturerie : l'obtention d'une quantité et d'une diversité de végétaux suffisantes et nécessaires pour produire une vaste palette de nuances éclatantes et somptueuses. Cette nécessité a conduit à moult mouvements d'import-export, à de multiples échanges internationaux, mais aussi à des luttes de pouvoir économique intenses qui ont conduit à de nombreuses tragédies : l'exemple de l'indigo est, semble-t-il, le plus signifiant. Faire venir le précieux colorant d'Inde coûte moins cher et surtout la plante [indigotiers de

genre *Indigofera*⁴⁰⁷] procure un bleu bien plus vif que la guède (les conditions climatiques semi tropicales étant idéales pour la production du principe colorant⁴⁰⁸ par une telle plante) : c'est la ruine pour les petits producteurs français de pastel ; le 18^{ème} siècle est celui de la « grande importation » depuis Saint-Domingue et la Guadeloupe, là où les Français ont bâtis leurs indigoteries. Du besoin de rationaliser la production (massive), ils ont *inventé* de nouvelles techniques : l'agencement des cuves en fonction des étapes nécessaires à l'extraction du colorant, puis à sa transformation en fécule compactée pour le voyage. Cette technique sera *imitée* par les Anglais, quelques années plus tard, en Inde : production rime alors avec « grand esclavagisme » et les indigoteries anglaises gouvernent le marché de la couleur tinctoriale bleue. Ainsi, de toute part on s'évertue à chercher moult solutions pour se sortir de la dépendance des productions anglaises : en ces termes, en 1786, le Gouvernement français ordonne l'édition d'un « *Recueil des procédés et d'expériences sur les teintures solides que nos Végétaux indigènes communiquent aux Laines et aux Lainages* », c'est un négociant de Rouen, nommé L.A. Dambourney, qui s'y atèle. Il va donc effectuer des expérimentations à partir de recettes (classées en fonction des « Petits Teints » et « Grands Teints » identifiés) éditées, quelques années plus tôt, au sein de l'*Essai sur les moyens de perfectionner l'Art de la Teinture*⁴⁰⁹ : l'intérêt de ses recherches consiste à n'expérimenter que des végétaux tinctoriaux dits de « Petit Teint », avec l'aide d'un procédé *inventé* (et fourni par un ami décédé) permettant de les fixer sur la laine. Il en arrive à des conclusions qui témoignent d'un regard en marge de la société dans laquelle il vivait, alors en pleine mutation, c'est pourquoi il est intéressant d'en transcrire ici quelques extraits (dont ce qui semblera parfois être une faute orthographique ne sera que l'ancienne manière d'écrire certains mots) :

Les Fleurs, les Fruits, les Bois, les Plantes & les Racines indigènes, ou naturalisées en Normandie, m'ont procuré sur Laine plus de 900 nuances solides au savon & au vinaigre.

Quoique essentiellement diverses, plusieurs de ces nuances se confondre, parce que différents végétaux m'ont donné des résultats qui se rapprochent. [...] Les couleurs, que leur bizarrerie semble même exclure de la décoration des habillements, sont précieuses pour les ombres & les demi-teintes des tapisseries. [...] L'air & le soleil, principes fléaux de toutes les couleurs,

⁴⁰⁷ Au sujet des différentes variétés de plantes à indigo (noms, localisations, particularités, recettes et histoires), cf. Dominique Cardon, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990, pp. 140-159, et, pp. 257-258.

⁴⁰⁸ Les « plantes à indigo » (soit, comprenant aussi bien la guède ou pastel française que le dit « indigo » indien, puisqu'il existe une grande variété de ces plantes à travers le monde) contiennent une molécule complexe dont deux précurseurs seulement ont été identifiés jusqu'à aujourd'hui, soit l'*indican* et l'*isatan*. Pour plus d'informations au sujet de l'indigo et de ses caractéristiques chimiques, cf. Dominique Cardon, *op.cit.*, pp. 134-135.

⁴⁰⁹ M. Le Pileur d'Appligny, *Essai sur les moyens de perfectionner l'Art de la Teinture*, Paris, 1770.

attaquent d'abord les moins solides de ces ingrédients, & bringent l'étoffe. Dans mon système au contraire, point d'erreurs dans les doses : le soleil n'agissant que sur des atomes colorants homogènes, ou intimement combinés par la Nature, il les altère à la longue, mais par une dégradation uniforme & sans les barrer ni bringer.⁴¹⁰

Ce que propose l'auteur de ce texte, c'est donc de se libérer du joug de la concurrence (notamment anglaise) en utilisant les végétaux locaux ou importés des colonies, poussant sur le sol français. Son rapport a un double intérêt : non seulement, il classent les couleurs qu'il obtient en fonction des usages (liés à des représentations) de son époque, les destinant plutôt à la décoration d'intérieur ou à l'habillement, mais de plus il remet en question la classification des couleurs dites « solides » en argumentant que l'usure due au soleil ou à l'air est inévitable pour tout textile, et que ceux teints avec les colorant appartenant aux « Petit Teint » auront même l'avantage de s'affadir uniformément, grâce aux recettes qu'il a pu élaborées grâce à ses expérimentations. Cependant, même si sa démarche témoigne d'un véritable détournement et par là même d'une véritable ingéniosité, son idée ne sera pas retenue. L'heure est à la guerre économique et, avec elle, à la volonté de « faire mieux » que son voisin européen ; l'espionnage industriel demeure une arme des plus efficaces pour *imiter* puis dépasser les « trouvailles » anglaises : « Vous parlez d'un Rouge aussi solide et beau que celui d'andrinople, que vous dites être maintenant le goût dominant à Londres. Vous avez eu torts de ne pas mettre un échantillon dans votre lettre. N'avez-vous rien appris sur la composition et la manière de faire cette couleur ? Nous sommes très impatient de la connaître. »⁴¹¹ Dans un tel contexte (*nous* sommes au tout début du 19^{ème} siècle), les volontés locales sont de plus en plus dans une posture de concurrence et c'est la course au progrès qui commence : l'engouement s'installe et avec lui c'est définitivement la fin de l'alchimie, remplacée par la chimie (qui a permis l'éclosion d'une « science des couleurs », et avec elle, les modélisations que l'on connaît⁴¹²), et du métier de la teinture comme artisanat, pour une mutation industrielle, les techniques devenant peu à peu des technologies. L'objectif est donc lancé : *imiter* les cotonnades importées et les couleurs vives de l'« ailleurs », celles qui sont au goût actuel de la bourgeoisie ; d'abord par l'*invention* de techniques nouvelles :

⁴¹⁰ Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, pp. 140-141.

⁴¹¹ Message adressé par Samuel Widmer à Hendry, un ancien contremaître d'Oberkampf (industriel français, à la recherche de nouvelles techniques de teinture, dépêchant ses espions en Angleterre), à Glasgow, en 1809. Cf. Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, p. 141.

⁴¹² Au sujet des modélisations et théories des couleurs, cf. la « partie transition » de cette thèse, chapitre II.1, pp. 280-289.

Autrefois importées d'Orient, les cotonnades imprimées porteront longtemps le nom d'indiennes ou de perses. Au 18^{ème} siècle, leur impression se faisait à la planche, une pièce de bois gravée portant en relief le dessin dont on veut colorer la toile. C'est Oberkampf qui, le premier, en 1801, imprime au moyen de cylindres de cuivre gravés en creux. L'invention permet d'imprimer beaucoup plus vite et avec un plus grand nombre de couleurs.⁴¹³

La nécessité s'impose alors d'*imiter* les couleurs jusque là importées d'*Orient* : les « bleus indiens », les « rouges turcs », couleurs végétales existantes auxquelles il faut substituer des colorants stables et reproductibles à l'infini, pour une indépendance commerciale locale. Au 19^{ème} siècle, les « découvertes » des chimistes et les *inventions* des savants sont commanditées pour être utilisées : c'est le début de l'*innovation*, sous-tendue par des volontés progressistes et des motivations de puissance économique. La première volonté est donc de parvenir à *imiter* (soit, en définir la structure et isoler une molécule colorante) le bleu indigo importé par les Anglais, sa *synthèse* est longue difficile à effectuer (elle ne sera faite qu'en 1880 par l'Allemand Bayer, ruinant ainsi des régions entières de l'Inde – occupée par les Anglais cependant – mais la libérant néanmoins d'un esclavagisme forcené), mais c'est pourtant sa recherche qui a permis l'*invention* du premier colorant de synthèse : la mauvéine est trouvée par *hasard*, puisque le chimiste (allemand, nommé Unverborden) ne l'attendait pas en menant ses expérimentations sur l'indigo. Elle est alors brevetée par Perkin, à Londres, et la première usine au monde de production d'un colorant de synthèse naît : en 1857, elle est opérationnelle.

d- Des couleurs végétales localisées à leur *synthèse* : des substituts pour la *modernité*

C'est alors la naissance de la « chimie organique » qui a permis les synthèses méthodiques qui suivront : en 1858, une idée « surgit », celle de « représenter la structure des molécules, c'est-à-dire les liens qui sont à la base de l'édifice moléculaire. »⁴¹⁴ Grâce à la représentation de la structure, la *synthèse* est alors possible. Ainsi, concernant les rouges de garance, dont un principe colorant (l'alizarine) fut isolé en 1826 par Colin et Robiquet, et la structure identifiée en 1869 par Graebe et Liebermann (BASF), soit, le « Rouge Turc » ou « Rouge

⁴¹³ Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, collection « Découvertes », n° 383, série « Techniques », 1999, p. 138.

⁴¹⁴ *Ibid.*, p. 100.

d'Andrinople »⁴¹⁵ (correspondant à la « vivacité » maximale pouvant être obtenue par la teinture à la garance, mais aussi par l'ajout de sang de bœuf et de graisses pour sa brillance, soit, la « couleur locale » à fort pouvoir signifiant, représentative des multiples « découvertes » et explorations dans le monde de la couleur) que la molécule végétale complexe pouvait donner, pu être synthétisé en 1872. Avec son arrivée et la concurrence imbattable des grandes firmes chimiques allemandes, la culture traditionnelle de la garance en Hollande, en Alsace et en France va être ruinée en moins de 15 ans. Le Vaucluse, dont les garancières assuraient 60 % de la production nationale qui traitait les racines pour en faire la garancine, et qui l'utilisait sur place dans ses teintureries, est très durement touché : le rouge de synthèse est dix fois moins cher que le végétal. La culture et l'industrie de la garance furent cependant conservées et soutenues par l'Etat encore quelques années pour teindre les pantalons des militaires français (utilisé pour cacher les tâches de sang des soldats). Mais, après la première guerre mondiale, celui-ci fut remplacé par le « bleu horizon » (colorant de synthèse), le rouge (aux dépens des soldats, qui n'avaient semble-t-il que faire de la coquetterie de camoufler leurs blessures, même si cela pouvait cacher quelques instants l'état de vulnérabilité dans lequel ils pouvaient se trouver face à l'ennemi) étant décidément trop visible sur les champs de bataille.

Puis cela continue, la course aux colorants synthétiques est lancée vers la disparition de plus en plus prégnante de la culture des plantes tinctoriales : teindre avec un colorant synthétique nécessite moins de temps et offre des couleurs « stables », normées, uniformes et reproductibles en série et à l'identique. C'en est donc fini des expérimentations longues et fastidieuses ; l'heure est au rendement, le bon fonctionnement du commerce le nécessite. C'est ainsi que naît une nouvelle fonction dans le monde de la mode et des commerçants de couleurs, celui d'*inventer*, à loisir, les noms des « couleurs nouvelles » offertes par l'industrie : en référence à des matériaux pour leur teinte similaire, tel qu'un colorant vert de synthèse se verra alors nommé « vert malachite » en référence au précieux minéral, ou encore d'autres se nommeront « sang de bœuf », « pastel », « bleu mourant », « ardoise », voire, « feuille morte » ; mais aussi, ces « nouvelles couleurs » seront associées à des signifiants plus ou moins emprunts de poésie ou subjectifs quant à la teinte à laquelle ils renvoient, tels

⁴¹⁵ Jusqu'au 17^{ème} siècle, seule l'Inde savait teindre le coton en rouge, d'où la nomination première de « Rouge des Indes », puis « Rouge Turc » et enfin « Rouge d'Andrinople », « rouge » localisé et identifié qui nécessitait un long et complexe processus tinctoriale (investissant non seulement la garance, mais aussi du sang de bœuf, des excréments, des graisses, ...) ; la technique indienne sera reproduite (en 1750) par la France grâce à l'aide de teinturiers grecs, d'où le nom de substitution pour une *même* couleur, évoquant cette fois-ci non plus l'origine de sa provenance ou de sa fabrication (ici, en Alsace) mais plutôt l'évocation d'un lieu « imaginaire », lointain, « exotique », mais cependant quelque peu différent des Indes !

que : « aurore », « temps perdu », « pensée », « désirs amoureux », « singe mourant », ou encore, « merde d'enfant », voire, « bayse moi ma mignonne »⁴¹⁶. Ainsi, la variété grandissante et le bas prix des colorants de synthèse amène de nouveaux usages : les consommateurs vont faire teindre leurs vêtements des « nouvelles couleurs » produites par l'industrie, c'est ainsi que naît une nouvelle profession artisanale, celle de « teinturier d'art »⁴¹⁷, travaillant avec des colorants de synthèse, et s'adaptant à la demande locale citadine. À présent les couleurs ne sont plus importées de l'*Orient* ni « des Indes » : au contraire, les colorants de synthèse produits en Europe vont être vendus sur les terres coloniales et remplacer progressivement les végétaux dans les ateliers de teinturerie.

Cette transformation est ici opératoire à deux niveaux : d'une part la notion de « couleur locale » (comme par exemple le « rouge d'andrinople » ou le « bleu indien ») a permis d'identifier des teintes et à conduire à leur *imitation*, au départ par l'apprentissage de savoir-faire importés, puis grâce à l'*invention* de certains chimistes, à formuler leur *synthèse* ; mais aussi à donner du sens à leur emploi, grâce aux représentations (liées à la notion d'*exotisme*) qu'elles véhiculaient par leur association à des noms signifiants (pour une mémorisation opératoire). Et, d'autre part cette même notion [de « couleur locale »], non plus associée à une couleur d'origine végétale [complexe, non seulement par la variabilité des végétaux, mais aussi dans sa « matérialité perceptive » : un « rouge » d'origine végétal étant toujours un peu

⁴¹⁶ Ces noms de couleurs étaient des « couleurs à la mode » à la fin du 19^{ème} siècle, ils sont extraits d'un recueil de noms de couleurs intitulé *Glossaire archéologique*, par V. Gay. Cf. Bernard Guineau, François Delamare, *op.cit.*, p. 137.

Il convient de préciser que la plupart des noms, ne se privant pas d'humour « décalé » (tels que « signe mourant », « merde d'enfant », ...), furent non point *inventés* mais empruntés au 17^{ème} siècle, et plus précisément à Agrippa d'Aubigné (charentais au « patois joyeux »), qui fit une liste de couleurs en 1619, au sein de son ouvrage *Les aventures du baron de Faeneste* ; édité et annoté plus tard, en 1855, par Prosper Mérimée, in « Livre I, Chapitre II » : « [...] si vous ne voulez point discourir de chausures si hautes, vous philosophez sur les bas de chausures de la cour ; sur un blu turquoise, un orenzé, fueille morte, isabelle, zizoulin, couleur du Roy, minime, tristamie, ventre de biche (ou de Nonain, si vous voulez), amarante, nacarade, pensée, fleur de seigle, grisdelin, gris d'esté, orangé, pastel, espagnol malade, céladon, astrée, face grattée, couleur de rat, fleur de pesché, fleur mourante, verd naissant, verd gay, verd brun, verd de mer, verd de pré, verd de gris, merde d'oye, jaune paisle, jaune doré, couleur de Judas, de verollé, d'aurore, de serain [Note de P. Mérimée : *Serain, éd. de 1630. Couleur de cette vapeur froide qui se fait sentir au coucher du soleil ? Je ne pense pas qu'il faille lire serin, car je doute que les serins de Canarie fussent connus à cette époque, sous ce nom du moins.*], escarlatte, rouge-sang-de-beuf, couleur d'eau, couleur d'ormus, argentin, cinge mourant, couleur d'ardoise, gris de ramier, gris perlé, bleud mourant, bleud de la febbe, gris argenté, merde d'enfant, couleur de selle à dos [Note de P. Mérimée : *Couleur difficile à deviner. Ce n'est pas la couleur céladon, déjà citée, dont le nom aurait été estropié. Peut-être est-elle empruntée de l'écume d'un cheval qu'on vient de desseller ? Ou plutôt n'est-ce par une corruption du mot espagnol azuleado, bleuâtre ? Céladon a, je pense, la même étymologie.*], de vefve resjouie, de temps perdu, fiammette, de soulphre, de la faveur, couleur de pain bis, couleur de constipé, couleur de faute de pisser, jus de nature, singe envenimé, ris de guenon, trespassé-revenu, Espagnol mourant, couleur de baize-moi-ma-mignonne, couleur de péché mortel, couleur de crystaline, couleur de bœuf enfumé, de jambons communs, de soulcys, de désirs amoureux, de raclours de cheminée. J'ay ouy dire à Guedron que toutes ces couleurs s'appellent la science de Cromaticque, et que doresnavant on s'abillerait de couleur de physicque [Note de P. Mérimée : *Médecine.*], comme de jambes pourries, de nez chancreux, bouches puantes, yeux chacieux, testes galeuses, perruques de pendus, et le tout à la mode, sans y comprendre les couleurs de Rhétorique, et m'a dit qu'il se falloir garder de la couleur d'amitié. » Cf. Théodore Agrippa d'Aubigné, *Les aventures du baron de Faeneste*, revu et annoté par Prosper Mérimée, Jannet, Bibliothèque Elzévirienne, Paris, 1855, pp. 20-21.

⁴¹⁷ Cf. Martine Jaoul, *Des teintes et des couleurs*, Paris, Musée national des Arts et traditions populaires, 1988, p. 61.

mêlé de jaunes, de bruns, de gris, ..., de nuances diffuses et subtiles qui en font un « rouge » profond et difficilement identifiable à l'œil dans sa composition], mais à son *substitut* la « couleur de synthèse », a renforcé l'idée de stabilité perceptive de la couleur (terme plutôt vague et générique). Ainsi, même si le nom faisait « couleur locale » et permettait d'identifier une teinte non comme identique à celle produite un an plus tôt, mais plutôt comme *similaire* aux précédentes fabriquées selon les mêmes recettes et techniques (la nomination elle-même transformant la « perception » des couleurs, voire, la simplifiant, en effaçant les nuances – nommer de la même manière deux couleurs *similaires* amène à penser qu'elles sont *identiques*), les couleurs végétales (colorants complexes) étaient intimement liées à la notion de « couleur d'accident »⁴¹⁸, celle dont Ingres parle⁴¹⁹ lorsqu'il traite de sa peinture, et particulièrement de sa manière de peindre la couleur chair dans son intensité. Cette « couleur d'accident » correspondait alors [dans la pratique picturale d'Ingres] à la fugacité de la relation entre la matière colorée et le jeu des ombres et des lumières, voire, des influences des couleurs les unes par rapport aux autres (perception d'ombres colorées complémentaires), tel que l'a si bien défini et modélisé Michel Eugène Chevreul. Sur le « terrain » de la teinture végétale, il est possible [grâce à *mon* expérience de la teinture et à *mes* connaissances de coloriste] de compléter cette notion de « couleur d'accident » : le « jeu » est non seulement lié à la relation entre la matière colorée et la lumière (ombres et complémentaires...), mais est aussi au creux même de la « couleur matière » : foisonnante, difficilement cernable, à la tonalité dominante (*teinte* rouge) repérable mais indissociable des *nuances* (bruns, gris, jaunes, ...) qui la constituent, celles-là mêmes qui résultent de la molécule complexe extraite de la plante et dont nulle volonté ne saurait en effacer la diversité, sauf par le biais de sa synthèse voire peut-être par l'oubli [aujourd'hui] d'une telle complexité, transformant à son tour le regard, la « perception » même des couleurs par un œil à présent habitué aux teintes homogènes et simples [que sont les couleurs de synthèse], « couleurs locales » par excellence.

Si le monde à présent peut être vu dans sa globalité, dans une mise à distance *nous* permettant de le voir apparaître dans sa dominante de bleus [ceux des eaux mêlés d'air], percevoir la complexité des couleurs nécessiterait de grossir à trois cents pour cent l'image numérisée et téléchargée sur internet et de reculer aussi vite et aussi loin qu'il est possible de le faire pour

⁴¹⁸ Au sujet de la « couleur d'accident » dans la peinture d'Ingres, cf. le précieux article de Guy Lecerf, « La vie en rose ou la synoptique du coloris des roseraies modernes », (*in*), revue « Seppia – couleur et design », *Couleur mouvement, Couleurs locales*, n°2, Rodez, éditions du Rouergue, 2004, pp. 57-60.

⁴¹⁹ Cf. Jean-Auguste-Dominique Ingres, *Notes et pensées*, Brionne, Gérard Montfort, 1984, p. 133, (1870).

comprendre que de l'ensemble des pixels mémorisés, il est possible de percevoir à nouveau le coloris final : cette fois-ci complexe, pas seulement « bleu ».

Ce qu'il est d'usage d'appeler la « rupture industrielle » est d'avantage une « mutation », une hybridation des structures et des savoir-faire dans leur ensemble, entraînant avec eux des transformations perceptives et fournissant de « nouveaux » outils propices à explorer les chemins d'une « autre » manière. De ce fait, même si, comme cela l'a toujours été, la route principale menant à la couleur est d'avantage mêlée de codes (ou de symbolisations, selon les usages qui en sont faits) et de mythes véhiculés par le langage et les *effets* qui les accompagnent, la diversité des expériences est toujours d'actualité :

La couleur dessine irrégulièrement, délimitant des zones de discontinuité du réel ; chacun de ses champs matériels, chacune de ses aventures idéologiques pose devant la perception de chaque observateur des principes concrets de topographie, des lieux de référence, des sensations de pause, comme les clairières inattendues d'une promenade en forêt, comme des souvenirs d'un ailleurs déjà vu.⁴²⁰

Fugacités lumineuses, « saillances » de la mémoire, errances, faux-semblants de « révélation », répétitions, accidents, « trouvailles » du *hasard* : tout cela se conjugue mais ne se formule pas de la même manière. De plus, les couleurs produites par l'industrie sont « dématérialisées », elles ne renvoient pas à des techniques ni à des savoir-faire, elles sont « surfaces », « pellicules » interchangeables, jetables. De cette mutation organisationnelle, engageant l'industrialisation des savoir-faire et la compétition économique, est née la dite *modernité*⁴²¹, qu'il serait plus précis de nommer ici la « société de consommation », dans le sens où ce qui donne l'apparence d'une « rupture » est d'avantage liée à une accélération des transformations (*progrès technologique* et *innovation* en étant les « précurseurs », ouvriers

⁴²⁰ Manlio Brusatin, *Histoire des couleurs*, (préface de Louis Marin), Paris, éditions Flammarion, collection « Champs », 1986, p. 37.

⁴²¹ Modernité : du bas latin *modernus*, « récent, actuel », associé au suffixe latin *-ité*, servant à former un nom indiquant une caractéristique [singulière à cette actualité]. Définir une époque comme étant *moderne* sous-tend l'acception d'une « rupture » [renvoie à l'idée d'une cassure nette, en un temps et en un espace donnés, ce qui semble ici quelque peu inadéquat puisque nous parlons globalement de modes de fonctionnements humains, sous-tendant des passages, des relations, des adaptations, ...], postulat lié à l'idée d'un « phénomène » duquel il serait plus adapté de le remplacer par une considération du processus [quand bien même serait-il rapide ou brutal] conduisant une *même* société à modifier ses structures internes et ses modes de fonctionnement globaux, pour devenir « autre » [du point de vue de sa structure globale, voire de son épistémè]. Dans le cas étudié ici, le changement est du à l'industrialisation des savoir-faire, à une structure opératoire majoritairement sous-tendue par des intérêts économiques et, en ce sens, par une volonté de « progrès », voire, un système de concurrence instauré entre plusieurs sociétés du même « type ».

travaillant à la chaîne en étant les « outils ») nécessitant, pour tenir la distance, d'une accélération des consommations : seuls le langage et la construction d'une « expérience commune » efficiente, et « renouvelée » (poétique de substitution) aussi souvent qu'il est nécessaire de faire circuler les productions, permet de maintenir l'« équilibre » sous-tendu par le capital au pouvoir. Aussi est-il temps à présent d'observer de quelle manière la combinaison des « nouvelles couleurs » produites par l'industrie, leur classement et leur typage ont permis de construire un nouvel espace de références adapté à la dite *modernité*.

I.2 Innovation : design et industrie, construction d'« espaces de références couleur » pour la modernité

Le jeu est « ouvert » grâce au sein d'une telle mutation : les « passages » entre *invention* et *innovation*, *technique* et *technologie* sont efficaces. En effet, si la *modernité* est née avec l'*invention* de la machine et, qu'avec elle, la *synthèse* a remplacé le complexe et l'« unique » est reproductible à l'infini, qu'est devenu l'*homo faber* ? Plus précisément, pour s'adapter aux changements de matériaux, de techniques et d'usages, celui-ci nécessite l'apport de nouveaux espaces de références. En effet, lorsque le savoir-faire se transforme, voire, éloigne l'*homo faber* du « matériau », remplaçant la main [lien entre la « perception » (réception / interprétation) et le « faire en acte »] et l'expérimentation par l'œil (sous-tend une « mise à distance ») et des calibrages numériques, de quelle manière la « couleur » ainsi produite peut-elle encore symboliser quelque chose, voire simplement être signifiante, pour ceux qui travaillent « avec la couleur », puis, pour les usagers ? Autre paramètre contextuel à de telles questions, l'économie, au sein de laquelle la production remplace l'échange et dont les règles régissent le système « d'offre (production) et de demande (réception) ». Toutes ces transformations, ces circulations « nouvelles », étant caractéristiques de la dite *modernité*.

a- De l'*invention* à l'*innovation* : le programme

Selon le philosophe Bernard Stiegler, l'*innovation*⁴²² est née à la fin des années 1780, en Angleterre, de la *rencontre* entre James Watt (ingénieur) et Matthew Boulton (entrepreneur) : c'est la naissance de « l'économie industrielle », avec ses entreprises et ses « machines-outils »⁴²³. L'industrie se définissant par le machinisme et ses transformations, elle est indissociable de l'économie. À la fin du 18^{ème} siècle, c'est donc l'ère industrielle de l'*innovation* permanente qui s'amorce : « l'*innovation* caractérise la société moderne, rendue

⁴²² L'*innovation* se distingue d'une *invention* ou d'une « découverte » dans la mesure où elle s'inscrit dans une perspective applicative (résulte d'une commande, répond à des normes, instaure un élément « nouveau » dans un « système » préétabli et codifié lui-même par des règles).

⁴²³ Bernard Stiegler, « Le philosophe et la modernité, Face à l'échec du consumérisme, le philosophe soutient que seule l'intelligence collective permettra une économie innovante », (in) *L'innovation*, Paris, Télérama, « Dossier Spécial », n°3099, 3 juin 2009, p. 22.

possible par l'apparition de la *technologie*⁴²⁴ »⁴²⁵. Ce que cela signifie c'est qu'il y a deux pendants aux « savoir-faire » industriels : leur poétique implique les notions de *programme* (méthode selon laquelle la conception correspond à des phases prédéfinies⁴²⁶, pour un processus linéaire) et d'*innovation* (comme « objectif », indissocié de l'acte, consistant à inclure un élément « nouveau » au sein d'un système établi). De plus, la *modernité* c'est non seulement l'arrivée de l'industrie mais c'est aussi la naissance du *design*⁴²⁷ [signifiant à la fois *dessin* et *projet*, les conceptions et réalisations qu'il produit pour la *modernité* sont destinées à des usages prédéfinis et majoritairement collectifs] : « la technique change de rôle [...] la précision, le savoir-faire ou la qualité d'exécution de l'artisan au service de l'industrie [...] la série, le standard »⁴²⁸ sont les nouvelles données du « praticien » (au sens large du terme) *moderne* et déterminent le contexte global.

Ainsi, le passage de la *technique* (liée à des savoir-faire), comme *transformation*, à la *technologie*, comme « réorganisation de l'organique » et « re-conception du vivant »⁴²⁹, définit la notion de *substitut* : décontextualisée de la relation entre l'homme et le matériau (exemple de l'alchimiste qui expérimente), la « couleur » (en tant que paramètre et outil du praticien), nécessite pour être « stabilisée » et identifiée d'être « conçue à nouveau ». Soit, d'être non seulement nommée mais aussi combinée à d'autres pour être signifiante, interdépendante d'un système, d'une structure. S'impose donc la nécessité de concevoir un « nouveau » monde, d'en inventer les règles, les structures et les modèles qui permettront de construire un « langage commun » lui-même engageant une « expérience commune » stable, acquise aussi rapidement que les modèles auront été investis par les fabricants, les industries (grâce à des chartes et des réglementations), puis par les usagers. Soit, enfin mémorisés (par la répétition des usages) jusqu'à ce qu'aucun ne se souvienne plus qu'il puisse y avoir eu

⁴²⁴ « Technologie » : du grec *τεχνολογία*, signifiant alors « traité ou dissertation sur un art », concerne donc au départ « l'étude, la description, le savoir organisé, la codification et l'explication des techniques ».

⁴²⁵ Bernard Stiegler, *op.cit.*, p. 22.

⁴²⁶ La notion de *programme* et les phases qui le constituent doivent être définies en fonction de « terrains » particuliers, investissant des outils et des procédures différenciées.

⁴²⁷ Nous sommes au début du 20^{ème} siècle, en plein essor de l'industrialisation, le terme « design » émerge à l'international. Il se définit, au sein de la *modernité*, dans le sens de *disegno*, il correspond à la fois à la *conception* et la « mise en forme » ; le Bauhaus, du point de vue de sa définition en tant que discipline (méthodes, outils, théories, etc.), en est le précurseur ; cependant, il est possible de situer la naissance du *design* (en tant qu'une conception pour la production en série) dès 1850, avec l'*invention* d'une technique : le cintrage du bois laminé (courbé par de la vapeur) pour la conception d'une chaise, par Michael Thonet, il en fera différents modèles, dont la « n°14 » sera vendue à quarante million d'exemplaires (entre 1859 et 1914) et deviendra dès lors une « référence » dans le milieu du *design*.

⁴²⁸ Yannis Tsiomis, « Le style c'est la démarche », (*in*), Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 40.

⁴²⁹ Cf. Bernard Stiegler, « L'être soigneux », (*in*) Jean-Paul Demoule, Bernard Stiegler, (sous la direction de), *L'avenir du passé, Modernité de l'archéologie*, Paris, éditions La Découverte, collection « Inrap », 2008, p. 23.

d'autres manières de procéder⁴³⁰. Ainsi, la société industrielle est une « culture de marché » en ceci qu'elle est un « système autorégulé » grâce à l'équilibre maintenu de l'offre et de la demande, sans lequel elle ne pourrait fonctionner. Dans ce contexte et du point de vue de l'*homo faber*, « l'usine, l'industrie, le laboratoire ou leurs produits n'ont pas le même statut et ne correspondent pas au même imaginaire technique, ni au même usage, ni à la même consommation »⁴³¹. À présent, c'est une totalité qui est édictée et qui sous-tend « une gestion scientifique du projet et une utilisation rationnelle de la technique »⁴³² au service des productions (sous-tendant la « mise en commun » des objets dont la conception *in fine* est indissociable d'une prise en compte de ses usagers⁴³³ et d'une considération – plus ou moins efficiente selon le type de projet⁴³⁴ – des volontés politiques et / ou institutionnelles) pour la *modernité*.

Aussi les *inventions* ou « découvertes » effectuées autrefois par les alchimistes, puis par les chimistes, ont donné lieu à des *innovations* : l'exemple [dans la section précédente] de la découverte de la structure moléculaire, permettant d'engager des recherches plus méthodiques pour effectuer la *synthèse* des couleurs végétales, est signifiant de ce « passage ». Une *invention* [liée à la *création* (singulière, originale et individuelle)] ne donne pas forcément lieu à une *innovation*⁴³⁵ [d'avantage liée à l'acte de *conception* (sous-tendant une rencontre entre deux « invariants », définis selon ce en quoi ils sont présumés différents, mais aussi, complémentaires)], en revanche, la volonté induite par cette dernière la rend dépendante de la première : d'où la nécessité de concevoir des programmes pour en « conditionner » la venue. Autrement dit, ce qui devait arriver par *hasard* (intimement lié à la notion de « découverte ») devient la condition *sine qua non* au processus de conception : est-il cependant possible de

⁴³⁰ Forme d'« extrémisme » volontairement induite ici pour signifier une forme de dictat économique « décontextualisant » les savoir-faire de leur histoire et des techniques liées à des pratiques, pour une politique de marché globalisante, en simplifiant les modes de production.

⁴³¹ Yannis Tsiomis, *op.cit.*, p. 40.

⁴³² *Ibid.*

⁴³³ La « prise en compte des usagers » sous-tend une compréhension de l'individu dans sa relation à la « société » à laquelle il appartient. Ainsi, de telles « productions pour » conduiront les concepteurs (notamment les architectes) à investir des études de type sociologique dans leurs études, véritables « paramètres-outils » nécessaires aux processus de conception. Lorsque la « société » est assimilée au « marché » (notamment dans la conception de tendances), les études sont alors de type « socio marketing » : pour la compréhension de telles approches, régissant la poétique du « faire des tendances », cf. le chapitre II.1 de cette même partie, pp. 358-409.

⁴³⁴ Tout projet destiné à des lieux publics (urbanisme, architecture, éclairage urbain, ...) nécessite la prise en compte des volontés politiques et institutionnelles (commanditaires).

⁴³⁵ Du point de vue des « savoir-faire » industriels, l'*invention* peut intervenir, par exemple, dans le processus de création d'un prototype ; l'*innovation* serait alors effective si le prototype est « validé », puis « perfectionné » afin de le transformer en modèle reproductible : la production des objets conçus [à partir du prototype] est alors possible.

concevoir la structure propice à un tel « surgissement » ?⁴³⁶ En effet, cette question sous-tend non seulement le caractère paradoxal d'un tel objectif [le paramètre du *hasard* ne pouvant être évincé d'une telle *rencontre*, de quelle manipulation serait-il question pour prétendre « trouver » quelque chose de « nouveau » grâce à un programme ?]⁴³⁷, mais aussi la nécessité d'investir à la fois des connaissances et des expériences pour en construire la structure opératoire, puis, de modéliser cette dernière afin qu'elle devienne « la » procédure de référence (jusqu'à ce qu'une autre plus « efficace » voit le jour). De plus, le terme d'*innovation*, par ce qu'il sous-tend [en tant qu'action] d'« introduire dans une chose établie quelque chose de nouveau, d'encore inconnu »⁴³⁸, induit la nécessité pour l'ingénieur ou le concepteur de définir, en amont de sa procédure (comme processus régi par un programme), des *invariants* et une « structure » [propres à l'objet dans lequel « il » doit introduire quelque chose de nouveau] : ainsi identifiés et mis en relations, ils font « système » et sont au cœur du processus d'*innovation*. Le « praticien » ayant alors tout loisir de « partir » et de « revenir » à ce système, autant de fois qu'il en aura besoin pour parvenir à « trouver » le *x* « nouveau » à y introduire. Le « système » (*existant* présupposé) ainsi défini étant à la fois le lieu du « commencement » (correspondant à une analyse de l'*existant* dans lequel le *x* « nouveau » sera introduit) et la « finalité » (mise en perspective / tests de validité de l'*innovation*, soit, le *x* « nouveau », dans sa relation à l'*existant*) de la conception en tant que procédure.

Le « nouveau » comme objectif conditionne donc la poétique du « faire » : le processus est régi par un programme, et, des « invariants », ainsi que la structure qui les relie, sont déterminés. Cette poétique, mettant en relation deux modalités tels qu'un programme d'*innovation* et des « invariants » élaborés pour faire l'« image » de cette « nouveauté », conduit *notre* analyse à deux niveaux d'exploration : « innover » et « dire » le nouveau, et, construire des espaces mettant en relation des localités identifiées pour « faire image ». Concernant le premier niveau, comme *nous* venons de le voir précédemment, le « nouveau » est l'objectif commun au concepteur et à l'ingénieur en relation avec l'industrie. De ce fait, la nécessité de programmer permet d'aménager au mieux les conditions requises [prédéfinies]

⁴³⁶ La possibilité de concevoir une structure propice au « surgissement » sera questionnée, non du point de vue du « programme » (lié à l'ingénierie et au « design management »), mais dans sa relation au *hasard*, dans le cadre d'une instauration en arts plastiques. Cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II.3, pp. 551-559.

⁴³⁷ Cette question de la « manipulation » renvoie à l'idée d'une manœuvre « idéale », à une « activité d'automates » (dont la cognition pourrait faire son objet d'étude), usant de modèles efficaces pour concevoir : une telle acception évince le *hasard* et le caractère singulier de tout processus de conception. Cf. Jacques Guillaume, « Inventer l'éducation du génie inventif ? », (*in*), Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, pp. 53-70.

⁴³⁸ Cf. « Innover », (*in*) *Dictionnaire le Petit Robert*, Paris, éditions Dictionnaires Le Robert, 2001.

pour que l'idée survienne, l'*invention* surgisse. De plus, la notion de « programme » sous-tend celles d'abstraction (formalisation, synthèses, composition) et d'anticipation : anticiper pour que le rendement soit efficient, « devancer » les prétendues attentes du consommateur, sous la pression d'une certaine forme de compétition (celle des marchés). La section [d-] et le chapitre suivant sur la conception de tendances, *nous* permettront de considérer de quelle manière, aussi bien par l'étude des moyens employés pour dire le « nouveau » mais aussi pour démontrer en quoi « anticiper » l'à venir correspond d'avantage à un « jeu de simulacres » : des représentations du « nouveau » sont produites pour faire vendre de « nouveaux » produits (eux-mêmes investissant parfois de nouvelles technologies), en les rendant signifiants (telles que les « images en acte » dont parle Yates⁴³⁹) et en les incluant dans une structure (socio-marketing et *invention* des groupes dits « socio culturelles » ou « psycho sociologiques »). Soit, en combinant des « images » (tel que le « techno addict » [structure / « groupe »] serait associé à des présupposées attentes / « univers » du consommateur, tels que par exemple « la nuit, la fête, le chic ») à des *loci*⁴⁴⁰ (tels que par exemple, des « couleurs métallisées », du « noir » et du « blanc ») et des « nouveaux » noms associés (des néologismes ou des anglicismes combinés, tels que « hi tech », « black power », ...), il est possible de construire une espace de référence propice à des processus d'identification opératoires, pour vendre le « nouveau » produit (ou son *substitut*). De plus, l'emploi de néologismes permet de donner l'impression que l'objet est « nouveau », soit modélise l'objet même, au même titre que le changement de sa couleur (comme surface interchangeable), de sa forme, voire du « groupe » (en tant que structure signifiante) auquel il est assigné : de nouveaux modèles ainsi constitués et combinés font « système », la mode, faite de *tendances*, peut voir le jour.

Mais *nous* en verrons plus à ce sujet dans le chapitre suivant, revenons en à ce qui précède le travail de conception de tendances, ou plus précisément ce qui « fait monde », « boîte à outils » utiles à cette conception : les couleurs. Celles-ci sont donc produites par l'industrie, « dématérialisées », nécessitant d'être signifiantes « à nouveau » ; mais, avant cela, d'être identifiées et structurées, classées, au sein d'un système commun à tous les « acteurs » de la production industrielle. Nous voici donc au deuxième niveau de l'exploration au sujet de la mise en relation entre « programme pour l'innovation » et « invariants » structurés : la

⁴³⁹ Cf. Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966).

⁴⁴⁰ Le terme de *locus* (soit, le « lieu ») renvoie à *l'art de la mémoire*, au sein duquel il est compris comme l'endroit signifiant au sein duquel va se passer une action faite d'objets et de mots, les *images*. Ainsi combinés, les *loci* et les *images* sont parfaitement mémorisables et « font sens » immédiatement, pour des processus d'identification opératoires et des appropriations à venir.

construction d'espaces mettant en relation des localités identifiées pour « faire image » et constituer une « expérience commune » (centralisation et homogénéisation des usages).

b- Des « couleurs locales » [codifiées et classées] et des systèmes pour construire une « expérience commune »

La réflexion en terme de « passage » [en référence à la section 1 de ce chapitre] du « complexe » (diversité, voire, infinité des couleurs) à la « synthèse » (*loci* décontextualisés et reproductibles), nous a permis de comprendre que non seulement le changement des « lieux de ponction » de la couleur (des bords de mer pour la récolte des coquillages à pourpre à la synthétisation de la mauvéine, par exemple) engage la transformation des savoir-faire, des usages, des regards et du langage. Mais aussi qu'elles nécessitent la construction d'espaces de références (et leur modélisation) adaptés à cette mutation.

Ainsi, le « complexe » peut correspondre, du point de vue du « faire », à des « couleurs matières ». Il sous-tend alors des « découvertes », des expérimentations, des techniques et des savoir-faire ; pour des couleurs uniques aux nuances subtiles et non reproductibles. Teintes qui, une fois identifiées, soit, reconnues par les usages (l'utilisation, la nomination, voire le « faire avec » ces couleurs, pour le « praticien » mais aussi par l'usager), peuvent devenir des « couleurs locales ». Notamment si elles renvoient (par leur nomination) aux lieux de leur ponction ou de leur fabrication, voire à leur origine matérielle ; soit, localisées et identifiées, comme par exemple le « bleu indien » pour les tissus teints à l'indigo. Ou bien, ces teintes peuvent devenir des « couleurs d'accident », lorsqu'elles renvoient à la diversité opératoire (pour le plasticien ou le coloriste) des couleurs, aux « hors champs », mais aussi aux interactions entre elles, dans leurs variations, leurs nuances ; comme par exemple, la « couleur chair » traitée dans sa relation à l'ombre dans la peinture d'Ingres.

Et la « synthèse » correspond d'avantage à des « couleurs locales » identifiées et stabilisées, elles sont des « invariants » opératoires (des « saillances » ou *loci*) : produites et utilisées par l'industrie, reproductibles, elles sont des surfaces sans « matière » (dans le sens où chacune

d'entre elle sera le fruit d'une synthèse chimique ou pétrochimique, soit, le *même* matériau pour toutes les couleurs), et sont d'avantage perceptibles dans leur relation à la lumière. Aussi, à ce niveau, la compréhension de la « couleur » est-elle liée à la « perception » : lumière et longueurs d'ondes la définissent et la conduisent à l'abstraction⁴⁴¹ pour celui qui les utilisent. D'où la nécessité de les structurer, d'une part pour qu'elles soient signifiantes (mises en relation avec des structures), mais aussi pour qu'elle soient utilisables, soit, « mémorisables » dans le sens où elles « font système » : le répertoire ou le classement des « saillances » (« couleurs locales » identifiées, *loci*), en tant qu'outil commun à de nombreux usages investissant de telles couleurs, est en ce sens une « nouvelle mémoire ». Sur le « terrain » de la *modernité*, les premiers nuanciers⁴⁴² naissent dans l'objectif de transmettre les « savoirs », notamment en teinture : ceux des chimistes proches de l'industrie. En 1892, des échantillons de laine teinte sont classées par domaines de couleurs (rouges, violets, bleus, noirs, jaunes, etc.) et numérotées, ils illustrent *La chimie des teintures* de Piequet⁴⁴³ : ils permettent au lecteur d'observer les couleurs pour choisir la technique de coloration ou de décoloration (pour effectué des motifs) adaptée à ses besoins. L'objectif sous-tendu par une telle démarche est alors de promouvoir les colorants de synthèse auprès du plus large public (ajoutant à cela la vente bon marché des nouvelles productions), afin que leur utilisation se démocratise. Dans ce même but, des enseignements sont créés à « Paris (Arts et Métiers, 1852), Strasbourg et Mulhouse [...] assurés par des chimistes alsaciens très proches de l'industrie. »⁴⁴⁴

Du repérage des « couleurs locales », de leur classement et de leur codification numéraire, correspond donc une première volonté de *transmission* : le nuancier « fait système » et va peu à peu permettre de construire une nouvelle « expérience commune ». Il est un outil qui améliore les qualités de travail, comme espace de références commun (facilite le dialogue entre les « techniciens de la couleur »), mais aussi en tant que classification : il permet ainsi de considérer chaque teinte dans sa relation aux autres, et de contextualiser l'avancée d'un

⁴⁴¹ La notion d'« abstraction » est opératoire dans la « manipulation » des tendances, au même titre que l'« anticipation » : tout objet décontextualisé nécessite d'être signifiant « à nouveau » pour être perçu / « reconnu » ; celui qui est chargé de lui donner du sens est alors « libre » de construire les fictions que « bon lui semble ». Cf. [à caractère introductif] la section d- de ce chapitre, pp. 347-350. Puis, pour une étude de la « fictionnalisation » opérée par la conception de tendances, et, produisant des processus d'identification, cf. le chapitre II.3 [suivant], pp. 436-474.

⁴⁴² Un « nuancier » est un « catalogue » (idée de regroupement, d'ensemble, dont les classements seront différents selon le « terrain » de sa production et de son utilisation) regroupant des échantillons de couleurs combinées à des identifiants (codes : chiffres, parfois accompagnés d'une ou plusieurs lettres) : il fait figure à la fois d'outil et de charte (normes) en tant qu'espace de références adapté à un domaine spécifique.

⁴⁴³ Cf. Bernard Guineau, François Delamare, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, collection « Découvertes », n° 383, série « Techniques », 1999, pp. 104-105.

⁴⁴⁴ *Ibid.*, p. 104.

projet (ce qui est très utile aux restaurateurs ou aux liciers par exemple), le « nuancier » peut donc *s'inventer* en fonction de besoins particuliers, son premier objectif étant de classer les couleurs utilisées sur un « terrain » pour en faire un outil commun. Aussi, pour le milieu industriel, le nuancier est-il un modèle opératoire dès ses débuts : il favorise de « nouveaux » usages, d'une manière des plus globales (large public visé pour l'utilisation des couleurs produites par l'industrie). En effet, si l'« art de la mémoire » a été *inventé* par les Grecs anciens pour transmettre des connaissances grâce une mnémotechnique combinant « lieux » [*loci*] et « images » [*imagines*], c'était à une époque où l'imprimerie n'existait pas encore, il était donc nécessaire d'*inventer* une méthode pour permettre de mémoriser les idées, pour mieux les manipuler, d'où la nécessité d'un « répertoire figuratif »⁴⁴⁵. Aussi est-il aisé de saisir la grande efficacité de tels outils à une époque où l'imprimerie existe et permet de reproduire à grande échelle les « lieux » et les « images » combinés et destinés à être vus par le plus grand nombre : utilisés et mémorisés, pour une « expérience commune » active et efficiente très rapidement. Les « couleurs locales » permettent donc de produire des « lieux images », une fois organisées et structurées au sein d'un système. Le colorant de synthèse, simplification et ponction d'un ensemble complexe, devient un modèle unique : un tel système ne permet pas de considérer / d'imaginer une autre *diversité* que celle qui est proposée [chaque teinte est homogène et simplifiée, quand bien même serait-il possible de « rajouter » une teinte dans un nuancier (par l'*imagination* ou en désirant contre typer une couleur « perçue » dans un environnement proche, absente de la « collection » proposée), il n'est point possible d'y trouver les nuances complexes extraites des végétaux]. Construire un tel espace de références correspond donc au « programme » global industriel : outil et à la fois « anticipation » des usages à venir. L'« espace de références construit » produit, à long terme, un conservatisme : l'industrie devient rapidement le seul fournisseur de couleurs, la question des emprunts est effacée, l'outil est efficace et conduit à une facilité d'usage sans précédent, les expérimentations anciennes et les couleurs complexes et uniques sont enrayer aussi vite. C'est l'accélération des productions qui conduit à l'empressement des usagers, le système crée de nouveaux mythes : consommation effrénée et « ludique », frénésie de la « cueillette », de la « découverte » dans une nouvelle culture, celle du « marché ». Aussi la *synthèse* permet-elle de créer des « lieux images » mémorisables, mettant en relation *mémoire* et *imagination* : grâce à la mnémotechnique facilitée par le système, une « connaissance nouvelle » se

⁴⁴⁵ Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966), p. 7.

construit. C'est la naissance des « couleurs images »⁴⁴⁶ : elles engagent non seulement des « structures de signifiante », mais aussi des représentations « familières » qui produisent des processus d'identification au niveau comportemental des usagers. En effet, quand bien même le choix proposé par l'industrie est-il limité, il fait aussi « monde » ; un « monde nouveau » qui s'offre [transforme] aux [les] usages, réveillant le « désir » d'essayer et de découvrir chacune des « nouvelles » couleurs : la cueillette ne nécessite plus de prendre ses bottes et de grimper sur les collines, il suffit d'ouvrir le catalogue et de savourer la collection des teintes épinglées telles des papillons, paysage de « couleurs images » offert au regard, pour faire son choix, tranquillement installé dans son fauteuil.

Aussi, grâce aux nuanciers, est-il possible de prendre connaissance des « substituts » offerts par l'industrie. Cependant, une telle modélisation rend « transparents » les processus, réduit la « perception » des couleurs à des modèles chromatiques (de type RVB ou CMJN), certes liés à de nouveaux savoir-faire, mais ceux-ci sont homogénéisés : l'industrie demande et fournit des couleurs repérables, « communes ». L'outil qu'est le nuancier permet donc de typer, de contretyper, de stéréotyper et de dupliquer « toutes les couleurs » du monde : autrement dit un tel espace de référence permet à son tour de *synthétiser* les couleurs, par leur codification et leur repérage (favorisant un « langage commun », soit répondant à une volonté d'universaliser les échanges pour faciliter les productions, et donc, l'économie). La « perception » des couleurs aux alentours est elle aussi modifiée, effaçant les nuances, les jeux de matières, la complexité des tonalités : dans ce contexte, « voir » signifie « re-connaître », la mémoire de tels système conditionne donc ce qui sera effectivement « perçu » ; le regard nécessite l'apport de connaissances pour « voir », si celles-ci ne sont que « communes », la « perception » individuelle sera elle aussi *synthèse* de la *diversité* observée. Aujourd'hui, le « terrain » de l'industrie offre différents types de nuanciers : ceux-ci sont adaptés aux secteurs d'activité en fonction de leurs « usages » de la couleur, regroupés selon des systèmes universalisants, soit, utilisés communément pour pouvoir parler de technologies particulières, tels que l'imprimerie est conditionnée en quadrichromie (mélange optique) « Cyan Magenta Jaune Noir »⁴⁴⁷, le numérique modélisé selon les trois « couleurs lumières »

⁴⁴⁶ Au sujet de la notion de « couleur image », et son emprunt au travail de modélisation de Shigenobu Kobayashi [le Color Image] sur le terrain de l'industrie, cf. la « partie transition », chapitre II.2, pp. 290-304.

⁴⁴⁷ Il convient cependant de préciser que la quadrichromie n'est pas née avec l'industrialisation des savoir-faire et les colorants de synthèse : Jacques-Christophe Le Blon (Allemand) fut l'*inventeur* de l'impression polychrome ; en 1719, il mit au point une méthode de reproduction des illustrations et des dessins en couleurs végétales et minérales. Il utilise pour ce faire, les couleurs pigmentaires utilisées par les peintres : le rouge, le jaune et le bleu ; auxquelles il ajoute une quatrième (pour les ombres), le noir ; les quatre étant respectivement apposées sur quatre planches de cuivre gravées à la technique de la

fondamentales (Rouge Vert Bleu) et le pigmentaire (peintures, couleurs pour les « beaux-arts ») selon les trois couleurs dites « primaires » (Rouge Bleu Jaune) ; ainsi il existe divers types de nuanciers pour tous les corps de métiers (couleurs des teinture pour cheveux, alimentation, etc.). Tout nuancier, en tant que modèle classificatoire, part du postulat que toute couleur « perçue » est « mesurable » (pour être reproduite par le « faire »). Soit, qu'elle peut être caractérisée par trois paramètres, dans sa relation à la lumière : la longueur d'onde dominante (soit, la tonalité), le niveau de coloration (la saturation) et la clarté (la luminosité). Tout trois permettent non seulement de classer les couleurs mais aussi d'en considérer les « passages », pour une manipulation efficiente (mesures données pour composer des mélanges de colorants). Selon ce système global, toute couleur « perçue » est ainsi représentable dans un espace à trois dimensions, dit « colorimétrique ». Ainsi, de manière globale, les nuanciers (qui font aussi office de « modèle classificatoire », en tant que systèmes) les plus utilisés, construisent une véritable « expérience commune » : combinaison de « couleurs locales » produites par l'industrie, codifiées, soit « nommées » à l'aide d'un code, et organisées selon un système propre à chacun. Et, de fait, permettent un travail en commun et des relations (en tant que « langage commun ») entre différents corps de métiers (par exemple, un styliste Parisien commandant une couleur à un teinturier en Inde, un graphiste envoyant un fichier à imprimer, etc.). Voici, ci-dessous, les nuanciers les plus usités.

- Le nuancier Pantone : système américain au départ créé pour les fabricants de cosmétiques (années 1950), est, depuis, très largement utilisé dans l'imprimerie (premier « nuancier pour l'impression », le PMS naît en 1963), la peinture, l'industrie textile et plastique et dans les arts graphiques. De nombreux nuanciers Pantone sont disponibles sur le marché, ils sont respectivement adaptés aux différents types de papier produits par l'industrie (« papier couché » *Coated*, « non couché » *Uncoated*, « mat couché » *Matte coated*), parmi lesquels le très utilisé « PMS » : « Pantone Matching System » (adapté aux impressions sur « papier couché »), un nuancier qui se présente sous la forme de feuillets regroupés en éventail. Chaque feuillet définit une demi-douzaine de couleurs en en présentant l'échantillon et le « nom Pantone ». Chaque couleur est identifiée de manière unique par un code du type "P" suivi d'un numéro, certaines sont aussi nommées en anglais (tels que *warm gray*, *rubine red*, *process cyan*, *reflex blue*...), pour une volonté « universalisante » (utilisable à l'international, pour un « langage commun » efficient). Les couleurs de ce nuancier ont été créées à partir de « 11 couleurs fondamentales » (celles des encres) : *Black* (noir primaire), *Transparent white*

taille-douce. Cf. Jakob Christoffel Leblon, *Coloritto*, introduit par Faber Birren, Paris, P. G. Le Mercier, J.-C. Nyon, M. Lambert, 1756, [fac-similé de l'édition originale : New York, Van Nostrand Reinhold Company, 1980].

(transparent pour éclaircir, comme en aquarelle, diluant), *Yellow* (jaune primaire), *Warm red* (rouge chaud), *Rubine red* (rouge rubis), *Rhodamine red* (magenta), *Purple* (violet + rouge), *Violet* (violet + bleu), *Reflex blue* (« bleu indigo », sombre), *Process blue* (cyan), *Green* (vert). Auxquelles ont été rajoutées (dans les années 1980), le « rouge 032 » (un rouge dit « pur »), le « orange 021 » (un orange dit « pur ») et le « jaune 012 » (un jaune plus soutenu que le jaune primaire).

- Le système RAL, un des concurrents majeurs de Pantone, créé en Allemagne en 1927. Il est utilisé dans le secteur industriel européen exclusivement (bien qu'il soit largement supplanté par le Pantone dans beaucoup de secteurs). Le « RAL classic » se présente sous forme d'un ensemble de cartes, une par couleur, avec l'échantillon de la couleur et le code RAL associé. Composé d'environ 200 couleurs, un code unique sur quatre chiffres est attribué à chacune, le premier chiffre désigne la teinte, le deuxième chiffre est toujours zéro et les deux derniers forment un numéro arbitraire. Ce système n'est donc classé que par la teinte principale donnée par le premier chiffre, formant 9 domaines : 1- les jaunes, 2- les oranges, 3- les rouges, 4- les roses et les violets, 5- les bleus, 6- les verts, 7- les gris, 8- les bruns, 9- les blancs et les noirs. Et un système plus récent reprend la présentation de Pantone, sous forme d'éventail, c'est le système « RAL design », mis en place notamment pour organiser les couleurs par teintes plus précisément (soit, des « domaines de couleurs »). Il définit ainsi plus de 1600 couleurs, en leur attribuant un code sur sept chiffres : les trois premiers désignent la teinte (001 à 360), les deux suivants la luminosité, et les deux derniers la saturation. L'utilisation d'un tel système *simplifie* la recherche de « nuances », dans la mesure où l'on peut, en lisant un code, se faire une idée de la couleur (telle teinte, plutôt saturée ou non, plutôt sombre ou lumineuse).

- Le système Munsell a quant à lui été inventé par Albert Munsell en 1909. Il est surtout utilisé aux Etats-Unis : géologie – repérage des sols –, peinture – proposer au client la « gamme disponible » –, biologie – repérer une teinte signifiant un « état » particulier d'un élément. Mais, il reste un modèle de classification incontournable pour les restaurateurs textiles français notamment. Dans ce système, les couleurs y sont classées selon leur « teinte » (tonalité), leur « valeur » (luminosité) et leur « chroma » (saturation), dans un système en trois dimensions (reprenant la forme d'une « toupie ». L'« image en acte » structurant les *loci*). Le « Munsell Book of Color » définit ainsi plus de 1500 couleurs au travers de quarante pages (correspondant à des domaines de couleurs pour classer les tonalités dominantes identiques ensemble).

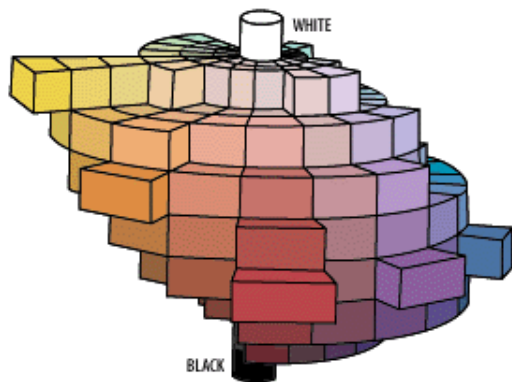
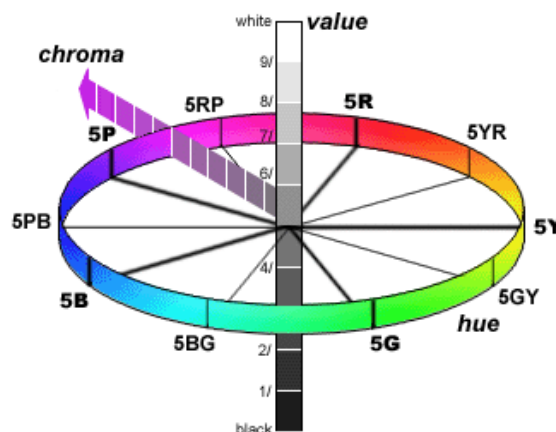


Fig. 77 – “Munsell Color Solid”



“Munsell Color System”⁴⁴⁸

Dans ce système, chaque couleur est codifiée selon :

- la « teinte » : code désignant la position sur le « cercle » (« image » structurant les *loci*) des couleurs autour d'une teinte dite « fondamentale » (il y en a cinq, telles que, R « rouge », Y « jaune », G « vert », B « bleu -cyan », P « violet »), en terme de quantité évaluée de « 1 à 10, 5 », il y a aussi cinq « teintes secondaires » (telles que, YR « orange », GY « vert - jaune », BG « cyan foncé », PB « bleu violacé », RP « magenta foncé / pourpre »), elles sont situées en périphérie de la « toupie », soit sur un cercle ; chaque « zone » (comprenant des nuances, « passages » d'une teinte à une autre) est alors découpée en dix « segments » pour former une « roue chromatique » de cent teintes ;
- la « valeur » : un nombre est défini entre zéro (le « noir ») et dix (le « blanc »), sur l'axe central de la « toupie » – le « noir » et le « blanc » étant les extrémités / pointes de la « toupie » – pour décrire le « degré de luminosité » de la couleur ;
- la « chroma » (ou « saturation ») : commence à zéro (correspond au gris, sur l'axe central) et peut « dépasser » la périphérie des « teintes primaires » et « secondaires », pour une saturation très large, jusqu'à "30", pour les couleurs fluorescentes].

Par exemple, un « rouge corail » sera codifiée, selon ce système : "10R 6/14", "10R" désignant la teinte « rouge orangée », "6" la valeur (lumineuse – « blanc » à 60%) et "14" la « chroma » (vif). En tant que système, le Munsell est non seulement un nuancier (en tant qu'outil pour l'industrie) mais aussi un modèle, dans le sens où il permet d'identifier toute couleur « perçue » non classée et de la codifier : la *synthétisant* ainsi à sa seule relation à la lumière, « dématérialisée », isolant une teinte dans la variété de nuances qui la constituent.

⁴⁴⁸ Systèmes modélisés en « trois dimensions » par John Kopplin, USA, 2004. Cf. Visuels et programme en ligne, url : <http://www.codeproject.com/KB/directx/d3dmunsell.aspx?msg=909257>

• Le système NCS, « Natural Color System » été créé en Suède en 1920 par le centre suédois de la recherche sur la couleur : c'est un standard national en Suède, en Norvège, en Espagne et en Afrique du Sud ; il possède néanmoins des « antennes nationales » implantées dans 21 pays. D'avantage « ouvert » dans sa modélisation, il permet plus aisément de contretyper des « couleurs matières » (végétaux, tissus, ...), de ce fait il est utilisé dans l'industrie textile, cuir, peinture, plastique, art graphique, cosmétique, agro-alimentaire, céramique, verre, etc. Il est modélisé en fonction de six « couleurs fondamentales » [rouge, jaune, vert, bleu, blanc, noir], les autres couleurs résultant du mélange de deux, trois, voire quatre, des six teintes. Le nuancier nommé « NCS Atlas » référence 1950 couleurs, organisées sur une sorte de toupie (circulaire avec « pointes » / extrêmes), inspiré du système Munsell : le rouge « R », le jaune « Y », le vert « G », et, le bleu « B » sont placés sur les diamètres, le blanc et le noir sont situés aux « pointes ». Les « codes couleurs » sont ainsi définis selon les trois caractéristiques de la couleur empruntées à Munsell (tonalité « teinte », luminosité « valeur », saturation « chroma ») :

- la tonalité : le code représente un pourcentage de mélange entre deux « couleurs fondamentales », hors mis le blanc et le noir, tels que par exemple, « B80G » désigne un mélange de 20% de bleu et de 80% de vert, le nombre représentant la proportion de la deuxième « couleur fondamentale » ; à cette modélisation s'ajoute une norme : seules quelques combinaisons de « couleurs fondamentales sont autorisées (tels que, YxxR, GxxY, BxxG, RxxB) ;

- la « teneur en noir » : pour des changements de « valeur », plus le chiffre (quantité) est élevé, plus la couleur est sombre, numérotée de zéro à cent, par pas de dix ;

- la « teneur chromatique » : plus la quantité est élevée, plus la couleur est saturée, numérotée de zéro à cent.

Ainsi, par exemple, un « rose saumon » est codé « S 2030-Y90R » [20% de noir, 30% de teneur chromatique, mélange de 10% de jaune et de 90% de rouge], le préfixe "S" indique qu'il s'agit d'un code standard dans le système NCS (1950 entrées de l'Atlas). Aussi l'atlas NCS en tant que modèle permet-il de donner un code à toutes les variétés de teintes, même si elles ne figurent pas dans le système, la nuance pouvant être codée selon le système précédemment défini, ne portant cependant pas le préfixe "S". Il existe aussi le « NCS Translation Keys » (livret de correspondances) qui permet d'obtenir l'équivalence des codes NCS avec ceux fournis par d'autres nuanciers.

Ces modélisations permettent donc d'offrir des espaces de référence construits pour les couleurs produites par l'industrie : systèmes mémorisables [plus ils circulent dans les usages plus ils deviennent des *substituts* incontournables : conditionnant une compréhension et un « faire » de la couleur programmé, ils évincent d'autres manières de faire, et particulièrement le caractère expérimental et la prise en compte des matériaux dans le processus de conception (à l'exception des trois types de papier utilisés par l'imprimerie et le Pantone)], outils primordiaux pour l'« expérience commune » propre au « terrain » de l'industrie, le coloris devient « automatique », soit, reproductible aussi facilement qu'il est possible d'en comprendre le code signifiant les mesures, il s'accompagne d'une sorte de « recette » prête à l'emploi. Par ce faire, la reproduction des schèmes de couleurs engage la domination des couleurs produites par l'industrie devenant un modèle incontournable et majeur dans la plupart des corps de métiers travaillant avec de la couleur aujourd'hui.

c- La production en série de « lieux images », une « mémoire de substitut » : représenter pour « reconnaître »

Les couleurs produites par l'industrie sont donc à mettre en relation avec les savoir-faire industriels, et notamment l'imprimerie : ceux-ci sont indissociables de la notion de « série ». De l'*invention* du prototype (singulier et originale) à sa modélisation, découle la production en série d'objets fabriqués à partir d'un modèle : l'industrie re-produit des modèles pour les diffuser largement. Dupliquer, reproduire est sous-tendu par la notion de « standardisation » : soit, une homogénéisation des productions et des usages qui en sont faits. Pourtant, au départ de l'industrie et du design était présent le même objectif précurseur : démocratiser l'offre (soit, offrir au plus grand nombre une *diversité* de produits à bas prix ; ce qui est, *notons* le, l'objectif originel de celles⁴⁴⁹ qui ont créé le premier bureau de style, nommé MAFIA, dans les années 1960), dans un versant « social ». Mais aussi, permettre de produire des objets identifiables, reconnaissables, auxquels le consommateur pourra s'identifier (soit, associer des produits en série à des marques dont l'« univers » devra être des plus signifiant). En ce sens, le *design* est ici lié à la reproduction, à la technologie et à l'industrie [même s'il peut, en certains cas, être plus proche de l'artisanat, lorsque le designer crée des « pièces » uniques ou

⁴⁴⁹ Le bureau de style MAFIA est né en 1968, par la rencontre de Denise Fayolle et de Maïmé Arnodin, toutes deux stylistes et « consultantes » pour Prisunic, leur objectif à l'époque était de diversifier l'offre textile du marché français.

conçoit des espaces singuliers] : la reproduction des objets, certes participe à la construction d'une « expérience commune » efficiente, mais aussi à l'accumulation de *synthèses*, favorisant de « nouvelles » ponctions de « saillances » ou *loci* dans l'ensemble qu'elles constituent, pour une « poétique de substitution » évinçant l'aléatoire et l'origine matérielle (savoir-faire, matériaux, etc.) des « couleurs » ainsi produites et consommées.

Le « faire industriel » (re)produit des *synthèses* et fait appel à l'« imagination-reproduction »⁴⁵⁰ de l'usager : rythmées et grisantes, les (re)productions industrielles ne surprennent qu'à peine le consommateur, pourtant celui-ci se laisse errer dans les rues, enivré par les collections nouvellement arrivées, aux formes d'il y a, suppose-t-il, trente ans, tel un certain *revival* aux notes plus colorées cependant...un « éternel retour » factice, éveillant de « nouveaux » fantasmes (un film visionné dans l'enfance, une robe qui *ressemble* à celle portée par un aïeul sur une ancienne photographie...). Le « nouveau », le « divers » ne sont [dans ce contexte] que des re-connaissances favorisées par la production en série de « lieux images » (combinaisons signifiantes d'« images » et de *loci*⁴⁵¹). Par la reproduction de tels systèmes et la répétition de leurs usages, le *mythe* se construit :

[...] pour composer les mythes et les achever grâce à l'expression, il faut se mettre au maximum la scène sous les yeux – car ainsi celui qui voit comme s'il assistait aux actions elles-mêmes, saura avec le plus d'efficacité découvrir ce qui est à propos en supprimant les éléments ne rentrant pas dans le contexte.⁴⁵²

Cette acception extraite de la *Poétique* d'Aristote est ici efficiente à deux points de vue : d'une part, elle traite d'une mnémotechnique usant de « substituts » (« au maximum... », « comme si... »), efficace car elle utilise la reproduction d'actions / de « scènes » (ce qui

⁴⁵⁰ La notion opératoire d'« imagination-reproduction » est définie par Clément Rosset dans sa relation au Classicisme : « reproductrice des classiques, la *fancy*, dérivé anglais de la *phantasia* des Grecs, comme la *fantaisie* de Montaigne ou la *Phantasie* des Allemands [...] que la sensibilité romantique attribue au goût de la banalité quotidienne, quand ce n'est pas au charme suspect de la vie bourgeoise. » Cf. Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 96.

⁴⁵¹ L'art de la mémoire est l'*invention* des Grecs anciens transmis à Rome pour y devenir une *tradition*. Avant l'*invention* de l'imprimerie, la manipulation des images dans la mémoire doit impliquer l'ensemble de la psyché. Cf. Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966), p. 7.

[Jacopo Ragore : traité sur l'*Ars memorativa* (in) *Artificialis memoriae regulae*, écrit en 1434] : « La mémoire artificielle est réalisée grâce à deux choses, les *loci* et les *imagines*, comme l'enseigne Cicéron et comme le confirme St Thomas d'Aquin. » Cf. *Ibid.*, p. 95.

⁴⁵² Aristote, *Poétique*, 17, 1455 a 22-26 (in) Sophie Klimis, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote, Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, éditions Ousia, 1997, pp. 160-161.

rejoint les « images en acte » dont parle Yates au sujet de l'« art de la mémoire »). Et, d'autre part, elle soulève la question de la *synthèse* : l'utilisateur « supprimant les éléments ne rentrant pas dans le contexte » (le « contexte » pouvant être ici remplacé par le « monde » construit par l'industrie). Soit, Aristote propose ici une règle, proche du modèle, permettant de « produire » [des poèmes] le plus rapidement et efficacement possibles. De plus, par « se mettre la scène sous les yeux », il traite de la manière dont l'utilisateur / le praticien forme / modélise « une représentation mentale du mythe, et constitue une activité qui est plus du ressort de l'imagination [en action / « (re)productrice »] que de la pensée discursive. »⁴⁵³ Ainsi, par la (re)présentation mentale des « lieux images », l'utilisateur se les approprie et les considère alors comme « siens », modelés à leur tour par ses manipulations mentales. Mais aussi communs à bon nombre d'autres usagers : la répétition fonde le « mythe », fait d'usages et de lieux communs dont nul ne saurait précisément définir l'*origine*. C'est précisément à cet endroit que toute technique de reproduction est potentiellement un « outil de manipulation » et de « dématérialisation » des objets : le clonage a ceci de bizarrerie qu'il est à la fois séduisant d'imaginer ce qu'on aime reproduit à l'infini, immortalisé à jamais, interchangeable et inusable, voire, décuplant le plaisir de le posséder, de « jouer avec ». Et, à la fois, angoissant de voir l'objet de son attention devenir insipide dès lors qu'il se trouverait en présence de son double, vidé de sa matière, comme éteint, sans surprise « nouvelle » à éveiller au regard...

C'est donc l'*imagination* qui pallie à la fadeur de la reproduction, à son caractère mortifère, vidée d'un « élément d'âme » : c'est elle qui doit être « activée » pour que les productions industrielles « donnent envie » et éveillent, à chaque nouvelle saison, le désir de les « posséder » à nouveau. La duplication des « doubles de remplacement »⁴⁵⁴ nécessite l'intervention d'un « double fantasmatique », faisant « miroiter une réalité factice »⁴⁵⁵. Ce « double », efface l'origine de sa provenance (quel était le modèle ? qui l'a façonné ?) et s'y substitue. Pour durer [sans stratégie, il va de soit qu'un tel « double », au sein de la « culture de marché », ne durerait pas longtemps et serait rapidement « débordé » par le « réel » – par exemple, la considération des méthodes de fabrication de tels objets à l'autre bout de la planète, ayant conduit le cousin au chômage, ou encore la considération du contenu des bouteilles si joliment vêtues de bleu...], ce « jeu de substitution » nécessite donc d'être

⁴⁵³ Sophie Klimis, *op.cit.*, p. 161.

⁴⁵⁴ Cf. Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 73.

⁴⁵⁵ *Ibid.*, p. 74.

structuré : il est donc « renouvelé », soit lui-même « reproduit », aussi souvent que nécessaire et à « rythmes réguliers », pour ritualiser son « apparition » entraînant des usages « à nouveau » : soit, chaque saison, le jupon change de forme et de « couleurs locales », sa matière est tour à tour brillante, matte ou soyeuse, elle évoque les « images » qui circulent dans les magazines, les arrêts de bus, la télévision, celles des femmes « nouvelles », reconçues à chaque fois, icônes blêmes propices à des processus d'identification.

d- Des « lieux images » combinés au langage : des manipulations, du concepteur à l'utilisateur

C'est ainsi le rôle des « concepteurs de tendances » de mettre en relation des « lieux images » avec le langage :

[...] altérer l'apparence des noms ou [d'] en emprunter à d'autres dialectes, afin de produire une impression d'étrangeté au sein d'un discours dont la clarté serait garantie par la *sunthesis tôn metrôn*⁴⁵⁶. Mais, parmi tous les procédés stylistiques possibles, « le plus important de beaucoup, c'est de savoir faire des métaphores ; car cela seul ne peut être repris d'un autre [...] Bien faire des métaphores, c'est voir le semblable. »⁴⁵⁷

Aussi, au-delà de la combinaison opératoire pour la mnémotechnique, est-il ici question d'emprunts à d'« autres dialectes », eux aussi « lieux images », participant à la construction d'un espace autonome, signifiant et « original » puisque empruntant différents types de *synthèses* ou « saillances ». Et, considérant le « semblable », il est ici question de la « production de représentations mentales »⁴⁵⁸ : cette production n'est alors possible qu'en identifiant au sein d'une *diversité* des similitudes, du « commun » entre différents objets, pour produire des « analogies inattendues » traduites par le langage grâce à l'*invention* de métaphores. Celles-ci permettant de transposer différents *loci* (par exemple, des « couleurs

⁴⁵⁶ La *sunthesis tôn metrôn* signifie la « combinaison de mots » et participe à la mnémotechnique enseignée par la *Poétique* d'Aristote, constituant les prémices de la sophistique.

⁴⁵⁷ Sophie Klimis, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote, Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, éditions Ousia, 1997, pp. 162-163. [Pour le passage entre guillemets, cf. Aristote, *Poétique*, 22, 1459 : a 4-7.]

⁴⁵⁸ Sophie Klimis, *op.cit.*, p. 163

locales ») ponctionnés (au sein de la production industrielle) pour les placer dans un « nouvel » espace (une « structure ») afin qu'ils soient combinés avec d'autres « images », tout en créant une certaine forme de « nouveauté », par l'ambivalence du « transfert » (substitut déplacé, changement de signifiante). C'est ici ce que la « combinaison de faits » (*sunthesis tôn pragmatôn*), que nous pourrions nommer sur le « terrain » de la conception de tendances, groupes « socio culturels » ou « psycho sociologiques »⁴⁵⁹ [définis eux-mêmes par des « saillances » (similitudes isolées) combinées], permet quant à elle d'offrir la structure *identitaire* aux « lieux images ». Aussi les « couleurs locales » sont-elles « identitaires » dans le sens où elles représentent un *ailleurs* stéréotypé ; les « coloris » (correspondant ici aux « représentations couleurs » issues du numérique) « perçus » et classés selon leur relation à la lumière, sont ainsi modelables par l'*imagination* :

La représentation « jaune » n'est pas une image du jaune que l'on voit au sens où je porte par exemple sur moi dans mon portefeuille une image de mon ami. Elle est une image en un sens tout différent, formel. Je puis dire : « imaginez un jaune ; faites-le devenir maintenant plus blanchâtre jusqu'à ce qu'il soit tout à fait blanc, et faites-le à présent passer à l'état vert. » Je peux par là diriger vos représentations et votre représentation se transforme de la même manière que les impressions de couleur réelles. Je peux effectuer sur les représentations toutes les opérations qui correspondent à la réalité. La représentation de la couleur a la même multiplicité que la couleur. C'est en cela que consiste son lien avec la réalité.⁴⁶⁰

Tout « lieu image » est ainsi modelable par l'usager, grâce à l'*imagination*. Celui-ci peut nuancer les « couleurs », mais aussi associer à son tour des *loci* et des « images », les manipuler. Jusqu'à les faire « siennes », pour les reconnaître [combinaisons *similaires* à celles avec lesquelles il « jouait » en son esprit] alors, au coin de la rue, se trouvant face à une « réalité » qui rejoint sa présupposée *attente* (modélisée) : il s'apprête à acheter l'objet affublé des couleurs qu'il *imaginait* jusque là. C'est à cela que correspond une « réalité mythique » efficiente et construite, propices aux processus d'identification opératoires : construction en train de se faire de l'« expérience commune » et maintient de l'équilibre économique de l'offre et de la demande. Aussi les « couleurs images » combinées au langage donnent-elles à

⁴⁵⁹ Ces termes correspondent à une méthodologie empruntée au marketing, dans le cadre d'une « segmentation de marché », cf. le chapitre suivant : II.1, c- et d-, pp. 376-399.

⁴⁶⁰ Jacques Bouveresse, *Le Mythe de l'intériorité, Expérience, signification et langage privé chez Wittgenstein*, Paris, Les Éditions de Minuit, collection « Critique », 1987, (1976), p. 311.

voir les « opérations de représentation » : mises en scène / en acte et reproduites, elles deviennent une « expérience commune » l'espace d'une saison, ou plus si elles engagent des *mythes* opératoires à plus long terme, soit, composées des « reflets synthétiques » d'une *modernité* en mutation, dont on aurait prélevé quelques « saillances » typiques, *causes* ou *effets* d'un « progrès » en devenir. En ce sens, « anticiper » correspond à projeter dans le présent des « lieux images » éphémères, tels les signes mythiques d'un « monde » à venir : fugaces, ils sont les *reflets* manipulables d'un « réel » méconnu, tantôt banal et routinier (nécessitant les « artifices » adéquats pour s'en distraire), tantôt trop « plein » (nécessitant des *synthèses* pour le « saisir »). En ce sens, la *mimèsis* constitue un processus de « reconnaissance » nécessaire à la vie en société : « retrouver quelque chose de connu au travers d'une représentation »⁴⁶¹ pour y ressentir une certaine forme de plaisir, grâce à l'échange de « lieux communs ».

Aussi la notion d'« abstraction » est-elle opératoire dans la « manipulation » des *tendances* produites, investissant des *loci* collectés sur le « terrain » de l'industrie, au même titre que celle d'« anticipation ». Tout objet « décontextualisé » (de son origine matérielle et factuelle, et, de *son* histoire) nécessite d'être signifiant « à nouveau » pour être perçu / « re-connu » ; celui qui est chargé de lui donner du sens est alors celui qui a le « pouvoir » de construire les fictions adéquates. La combinaison de *synthèses* associée à des emprunts langagiers (langues étrangères, mots méconnus) ou à des néologismes (*invention* de mots, la plupart du temps par l'opération de combinaisons, voire, des anglicismes) permet de construire des espaces de signification efficaces, pour « anticiper » les usages à venir : soit, par la manipulation des « lieux images », les usages seront en grande partie *prévisibles* (autrement dit, « conditionnés »). Dans une démarche globalisante, un tel « savoir-faire » permet d'axer une réflexion sur le devenir mondial : prétendre au pouvoir d'anticiper ce devenir conduit *de facto* à en homogénéiser les usages.

Le chapitre suivant va donc *nous* permettre de considérer de plus près le travail de conception de tendances, du point de vue de ses méthodes et de la posture engagées, mais aussi des processus contingents à un programme conditionnant les espaces de références, la collecte et l'agencement des « matériaux » (combinaison de stéréotypes / « lieux images » sur / pour le

⁴⁶¹ Sophie Klimis, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote. Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, éditions Ousia, 1997, p. 165.

« terrain » de la production industrielle). De la nécessité de « faire vendre » et de « dire la nouveauté », de quelle manière les usages (ceux des consommateurs) et les objectifs (le « penser pour ») de telles productions sont-ils devenus à la fois *mémoire* et *imagination* nécessaires à la conception ?

CHAPITRE II

La conception de tendances : poétiques de substitution et processus d'identification

Introduction préparatoire à la conception de tendances

Quiconque imagine quelques dispositions visant à changer une situation existante en une situation préférée, est concepteur. L'activité intellectuelle par laquelle sont produits les artefacts matériels n'est pas fondamentalement différente de celle par laquelle on prescrit un remède à un malade ou par laquelle on imagine un nouveau plan de vente pour une société.⁴⁶²

Le « terrain » de la conception de tendances, soit, celui des bureaux de style⁴⁶³, est identifié comme le lieu au sein duquel sont construits des « lieux images » féconds pour la transformation des produits de consommation au sens large [de l'industrie du luxe à la « grande distribution » (textile, cosmétique, alimentaire, automobile, cinématographique, télévisuelle, etc.), à l'échelle mondiale] : « concevoir des tendances » correspond à définir les visions d'un monde global. Autrement dit, les concepteurs de tendances sont les *traducteurs*⁴⁶⁴ de la culture de marché, en ce sens qu'ils « décryptent » au sein d'une société donnée les mouvements de mode de consommation. Ils y prélèvent des « saillances » afin de constituer des collections (combinatoires de mots, d'images et de couleurs), qu'ils organisent grâce à des « structures » (groupes « socio culturels » prédéfinis grâce à une méthode dite « socio marketing »⁴⁶⁵ et nommés grâce à des néologismes, voire des anglicismes). L'objectif

⁴⁶² Robert Prost, « La conception architecturale confrontée à la turbulence de la pensée contemporaine. », (in) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 12.

⁴⁶³ Une liste regroupant les bureaux de style parisiens principaux (soit, ceux produisant des « tendances » pour la majorité des grandes industries du luxe jusqu'à celles de la grande consommation, voire l'industrie filmique ou télévisuelle), leur localisation, une brève historique, leur « poétique globale » ainsi que leurs implantations en Asie, est présentée en Annexe 2 de cette thèse.

⁴⁶⁴ La définition d'un « concepteur de tendances » comme *traducteur* est établie en interne même des bureaux de style : cf. l'interview auprès de Carlin International, Annexe 3, p. 651. Au sujet de la notion de *traduction* définie par le « terrain » (méthodologie marketing), cf. le chapitre I.1, c-, pp. 322-325.

⁴⁶⁵ Les méthodes dites « socio marketing » sous-tendent la partition d'une société donnée en fonction d'une typologie, les individus étant considérés comme des « actants » stables (considération de comportements communs, « saillances »

central de ce chapitre est donc d'analyser le processus de telles conceptions : quelles en sont les poétiques ? Quelles méthodes et quels outils sont employés ? Mais aussi, grâce à l'apport d'une étude de la réception de telles productions, de quels processus d'identification s'agit-il ?⁴⁶⁶

Considérant le fait que le lieu des ponctions nécessaires à la construction de processus d'identification se définit au départ en fonction de la posture engagée par le concepteur (de l'ordre de l'intention). Sur ce « terrain » le concepteur étant pluriel : le « nous » remplace le « je ». Aussi l'espace de références est-il celui défini par l'« expérience commune » [que le chapitre précédent *nous* a permis d'analyser, du point de vue de sa construction et de ce que cela sous-tend au niveau des usages]. Un tel postulat de départ engage donc la nécessité d'entreprendre deux types d'exploration : lorsque la « mise en commun » des idées est opératoire dès le début du processus de conception, la *praxis* se combine à la *poiésis* de manière complexe, aussi le [chapitre II.2 a-] *nous* permettra-t-il de considérer ce que cela sous-tend comme transformations, notamment au niveau de l'*invention*. De plus, lorsque le « nous » sous-tend à la fois l'ensemble des « concepteurs » et celui des « récepteurs », l'espace des ponctions des « lieux images » est *déjà* celui des « lieux communs » : de quel transfert (voire de quelle substitution) est-il alors question à ce niveau de la conception (opération de collectes) ? Et de quelle manière les opérations de collage, la systématisation des combinaisons et la substitution d'un mot pour un autre sont-elles efficaces ? Autrement dit, de quel « processus de fictionnalisation » s'agit-il lorsqu'il est question de *traduire* une « réalité » donnée (celle des productions industrielles et de leur consommation) pour une *même* réalité, *substituée* ? De quelle mutation des représentations et des usages s'agit-il ? C'est à l'ensemble de ces questions que le [chapitre II.3] tentera de répondre.

Et considérant que la « collecte » est de l'ordre de l'*invention* (recueillir des matériaux, les organiser et les agencer), mais aussi que les différentes phases du processus de conception sont effectuées en commun selon un protocole préétabli (des méthodes « routinières » opèrent, notamment le *brainstorming* et ses règles structurantes) : de quelle manière ce qui est collecté en est-il transformé ? En effet, identifier des objets collectés et les structurer sous-tend la

identifiées et définies pour une période donnée) pouvant être structurés en « groupes ». De telles méthodes sous-tendent l'utilisation de statistiques pour étudier les mouvements « évolutifs » des sociétés et évincent toute expérimentation et le caractère aléatoire de telles constructions. Au sujet de la définition de ces méthodes, et de ce que cela engage en termes de posture, cf. le chapitre I.1, pp. 314-330.

⁴⁶⁶ Autrement dit, la question qui se pose ici est celle de la définition d'une *modernité* en construction, dont la poétique globale est régie par des objectifs économiques.

définition d'*identités*, par la mise en relation d'une *mémoire* et d'une *imagination* modélisées par une poétique dont l'objectif central est de « faire vendre », soit de « faire consommer ». Autrement dit, ce qui est collecté ne l'est pas tout à fait par *hasard*, puisque des systèmes opératoires structurent la cueillette et transforment le regard. De plus, ponctionner des éléments sur un « terrain » pour lequel l'on s'apprête à concevoir des espaces de références pour des usages à venir (opération de combinaisons) pose la question de la possibilité « réelle » de faire quelque chose de « nouveau ». La difficulté de l'étude ici engagée réside essentiellement dans la nécessité de dépasser les clivages eux-mêmes bien ancrés dans ce type de « savoir faire » : *traduction* ou *conception* ? *Transformation* ou *innovation* ? Certes, tout travail de conception sous-tend des « transferts de connaissances d'un champ vers un autre [...] des modalités / dispositifs de « traduction », de transposition, voire parfois de collage ou de montage de plusieurs systèmes de références »⁴⁶⁷, qui engendrent de temps à autre une sorte d'hybridation ou « un métissage continu des représentations »⁴⁶⁸. Cependant, lorsque le transfert s'effectue entre deux structures du même type (productions industrielles) et que la ponction est décontextualisée du savoir-faire auquel elle renvoie (par exemple, utiliser la photographie d'une peinture sans en donner ni le titre, ni le nom de l'artiste), pour n'être plus considérée qu'en tant que représentation, la question de l'*invention* est trouble. Autrement dit, le discours porté par les praticiens eux-mêmes sur leur « terrain » (soit, celui de la conception de tendances) est influé par une pensée de la « rupture » (découper, isoler, combiner, signifier : matériaux décontextualisés, espace des représentations agencées), donnant lieu à dire le « nouveau » pour qu'il se fasse. Aussi comment serait-il possible de porter une analyse poétique sur un tel savoir-faire, *a priori* sclérosé par la rhétorique et privilégiant l'*effet* global aux dépens des instaurations singulières ?

C'est à cet endroit que la posture du chercheur mérite d'être définie : le parti pris est ici de ne pas « rentrer dans le jeu » (signifiant ici « travailler pour un bureau de style en interne ») mais d'en étudier les règles, afin, d'une part, de ne pas être « manipulée soi-même » (*invention* sclérosée par les impératifs marketing) et de se mettre à distance des représentations qui sont déjà présentes dans son propre quotidien [il est difficile d'échapper aux signes lorsque l'on est soi-même consommateur]. Et, d'autre part, de procéder par la suite à la « simulation » de

⁴⁶⁷ Robert Prost, « La conception architecturale confrontée à la turbulence de la pensée contemporaine. », (in) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 18.

⁴⁶⁸ *Ibid.*

cahiers de tendances⁴⁶⁹. Autrement dit, de s'approprier les poétiques étudiées « pour concevoir », en *inventant* cependant quelques procédures plus adaptées au « terrain » d'étude et aux objectifs ici engagés : le Japon, du point de vue des « lieux communs », soit les « couleurs matières » et « couleurs images » importées (sous-tendant une opération de *traduction*) en France. Celles-ci donnant lieu à une collection structurée en fonction de groupes de type « psycho sociologiques » (empruntés à la méthode « socio marketing »), mais alors définies en fonction d'une typologie⁴⁷⁰ formulée à partir d'une collecte de « couleurs matières » importées dominantes, constituant des domaines de couleurs : « structures » permettant de construire une série de cahiers, pour la conception d'une cartographie en plusieurs volets, regroupant des zones de « couleurs images » importées du Japon⁴⁷¹. Ce système d'aller-retour, puisque ces cahiers ont été par la suite présentés à des concepteurs de tendances (dans différents bureaux de style), permet ainsi de procéder à une étude poïétique (en « se mettant à la place du »⁴⁷² concepteur de tendances) et de conjointre les postures de chercheur et de concepteur, en laissant dans les deux cas la marge de liberté nécessaire pour mener l'étude et le projet à leur fin. Autrement dit, si le « terrain de la teinture au Japon » a permis d'expérimenter la posture de l'« enquêtrice-conceptrice » dans un système d'aller-retour entre « immersion » et « mise à distance » pour explorer le « feuilletage relationnel » opératoire dans toute recherche en arts (question de l'articulation entre « observation », construction de connaissances et expérimentations, création) et, notamment à son « paroxysme » [*rencontre* entre différentes postures], lors de l'expérience de l'*auto fiction*⁴⁷³ et de la relation entre « fictionnalisation » et poïétique de l'enquête ethnographique⁴⁷⁴, le « terrain » de la conception de tendances nécessite quant à lui une méthode d'avantage « partitionnée ». Aussi le parti pris engagé ici est-il celui de conserver une certaine forme de « mise à distance » lors des rencontres effectuées sur ce « terrain », en employant les règles sous-jacentes au secteur professionnel : prises de rendez-vous, visites ciblées, entretiens enregistrés, journées d'étude discrètes (respect du silence et des « non dits », effectuer des

⁴⁶⁹ Cf. la troisième partie, chapitre I.1, pp. 482-498.

⁴⁷⁰ La typologie en tant qu'outil est alors emprunte à la poétique de la conception de tendances (méthode « socio marketing »). Au sujet de la typologie employée par les concepteurs de tendances, cf. le chapitre II.1, f-, pp. 399-409.

⁴⁷¹ Cette « simulation de cahiers de tendances », comme conception cartographique de couleurs importées sera présentée en troisième partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 482-498.

⁴⁷² Au sujet de la posture du « poïéticien » et de la nécessité de « se mettre à la place du créateur », et de la relation entre poïétique et anthropologie (l'exemple de Claude Lévi-Strauss et de son étude de la musique du point de vue du compositeur), du point de vue de cette posture, cf. René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2c éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 41 et pp. 62-64.

⁴⁷³ Au sujet de l'*auto fiction* opératoire lors de l'expérience de « terrain », cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.2, b-, pp. 168-183.

⁴⁷⁴ Au sujet du « processus de fictionnalisation » et d'une poïétique de l'enquête ethnographique, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.3, d-, pp. 237-241.

prises de notes, soit, circonscrire son « territoire » de manœuvre en accord avec le personnel en activité sur les lieux), échanges mails ponctuels, etc⁴⁷⁵. Et, concernant l'étude des processus de conception, l'ensemble des collectes effectuées sur le « terrain » sont conjointes aux informations récoltées auprès de connaissances personnelles (soit, au cours d'échanges effectués à l'extérieur) ayant travaillé (ou travaillant) dans ou pour des bureaux de style.

Aussi cette étude permettra-t-elle de définir le processus de construction des cahiers de tendances [dont le chapitre II.3 fera l'objet] : combinaison d'échantillons, de couleurs typées, de mots clefs et d'images, ils donnent à voir le processus même de classification des collectes (en accord avec l'objectif de fournir aux industriels la possibilité d'y trouver des « inspirations » conceptuelles et matérielles, investies par leurs stylistes en interne). D'une part, cette exploration permettra de définir de quels types de « lieux images » il s'agit lorsqu'il est question du *Japon*, de l'*Asie*, voire de l'*Occident*, en France ; et, d'autre part, de ce que cela sous-tend du point de vue des relations : à quel niveau la *rencontre* peut-elle se faire si la collecte s'effectue dans des endroits ciblés à l'avance par le marketing (ponctions d'images et de matières dans des quartiers populaires...) ? Mais aussi d'observer les types de « lieux images » qui sont pourvues au « marché *Asie* » [terme employé sur le terrain de la conception de tendances et du marketing]. En effet, les « concepteurs de tendances » fournissent des cahiers sans étude approfondie du « terrain » (étude du « marché » grâce à un existant modélisé et structuré par des méthodes marketing, « lieux communs » investis). Mais en donnant des tendances *similaires* à celles conçues pour la France, dans une démarche globalisante, transformant simplement la forme des outils⁴⁷⁶, favorisant un accompagnement de *traduction* sur les lieux pour favoriser une *lecture* [pour des appropriations à venir] adaptée des cahiers et complétant les combinaisons en fonction d'études sommaires⁴⁷⁷.

De ce fait, les combinaisons de « lieux images » identifiés sur le « terrain de la consommation » (qu'il soit *français* ou *japonais*) permettent-elles de construire des

⁴⁷⁵ L'ensemble de ces enquêtes (interviews, journées d'études, échanges mails) sont présentées dans leur intégralité en Annexes 3, 4, 5 et 6.

⁴⁷⁶ Au sujet de l'« adaptation » (outils et traduction) des conceptions de tendances pour le marché asiatique, cf. l'Annexe 4.

⁴⁷⁷ À titre d'exemple, une étude a été menée en 2008 (en free lance) pour l'agence Nelly Rodi, celle-ci devant fournir à une industrie française des outils lui permettant de vendre ses productions au marché « *Asie* » (au sens large, puisque incluant l'Inde, la Corée du Sud, le Japon et la Chine), l'analyse du « terrain » s'est donc résumée à une étude sommaire sur les consommations existantes et les usages (listing des « codes couleurs » en fonction de leur connotation « positive » ou « négative », questionnaires sur des associations mots / couleurs et observation des couleurs portées par les sportifs populaires) pour une conception de tendances élaborée grâce à la combinaison des « codes couleurs » d'usage répertoriées (par pays) et des couleurs « prévues » au préalable pour le marché global.

*fictions*⁴⁷⁸ opératoires. Par l'« acte de schématisation qu'Affergan appelle "anthropoïésis" et qu'il met sous le patronage de la *Poétique* d'Aristote »⁴⁷⁹, le concepteur de tendances procède « comme » l'*ethnologue* (l'*ethnologue* dit « classique » : celui des « premières investigations »⁴⁸⁰, donnant lieu à des « récits mythiques » et à la construction d'*identités*), en ce sens qu'il « élabore, informe, configure, arrange, agence, dispose, combine »⁴⁸¹, produit du sens « nouveau », sans donner à lire le contexte de ses prélèvements. Aussi le concepteur de tendances « décontextualise »-t-il les actes, il ne considère pas le lieu où se font les dites « fictions », mais il en ponctionne les *effets* (« saillances » de l'ordre de la représentation) qu'il combine pour « faire système ». Les « lieux images » présentés au sein des cahiers sont en ceci d'avantage des « énonciations » [composées d'énoncés décontextualisés de l'acte initial, elles sont données comme « nouvelles », soit, « comme si » elles étaient dites par le concepteur] que des « énoncés » considérés (et *compris*) dans leur contexte, actifs et signifiants grâce à leur mise en relation. Les *fictions* produites par les concepteurs de tendances « font systèmes » en ceci qu'elles sont des « modèles réduits, des figures simplifiées du monde, des cas limites »⁴⁸². Autrement dit, des « faits mimétiques »⁴⁸³ propices à la construction d'*identités* et, au niveau de la réception, à des processus d'identification, évinçant l'*expérience* (et l'immersion) nécessaire à la compréhension des « mimèmes »⁴⁸⁴ (« saillances » opératoires puisque re-productibles / imitables) décontextualisés. Ainsi, grâce à une poétique mimétique et au langage qui « fait monde », les concepteurs de tendances « manipulent » (au sens de « modéliser », « donner forme ») la société de consommation : « l'innovation associée au marketing pour capter le désir constitue dès lors l'économie libidinale capitaliste [...] tout devient marché et les objets du désir sont des structures à l'infini. »⁴⁸⁵

⁴⁷⁸ Dans ce contexte (celui de la conception de tendances), la *fiction*, dans son statut de « modèle » opératoire, pourrait se définir telle qu'« une construction artificielle, une élaboration schématisante, une fabrique expérimentale », privilégiant la relation univoque de la causalité et évinçant les pratiques individuelles. Cf. Francis Affergan, *La Pluralité des mondes, Vers une autre anthropologie*, Paris, Albin Michel, 1997, p. 11.

⁴⁷⁹ Pierre Campion, « La notion de fiction dans l'anthropologie, Francis Affergan et la question de l'événement », (*in*) *Frontières de la fiction*, Paris, Fabula, janvier juin 2000, [Actes du colloque en ligne sur le site fabula.org], p. 5.

⁴⁸⁰ Pour mieux saisir ce que l'*ethnologue* dit « classique » sous-tend du point de vue de la posture et des collectes, en relation aux « mythes comme obstacles à la rencontre du divers », cf. la première partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 48-63.

⁴⁸¹ Francis Affergan, *op.cit.*, p. 244.

⁴⁸² Jean-Marc Lévy-Leblond, *La pierre de touche, La science à l'épreuve*, Paris, Gallimard, 1996, p. 224.

⁴⁸³ Au sujet des « faits mimétiques » opératoires dans les processus d'apprentissage individuels (investissant des croyances) et de construction d'*identité*, cf. Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, éditions du Seuil, 1999, pp. 118-132.

⁴⁸⁴ *Ibid.*

⁴⁸⁵ Cette citation renvoie à la conception du marketing, par Edward Bernays (neveu de Freud), inventeur des « publics relations » : grâce aux théories de Freud, il conceptualise en économie la distinction entre « besoin » et « désir ». Partant du principe que les systèmes sociaux résistent au changement et « qu'on ne transforme pas le comportement des individus en s'adressant à leur raison ou à leur conscience pour des "besoins" qu'ils n'ont pas, mais en captant leur attention pour détourner leur désir – ce que Freud appelle leur "énergie libidinale" – vers des marchandises. » Cf. Bernard Stiegler, « Le philosophe et la modernité, Face à l'échec du consumérisme, le philosophe soutient que seule l'intelligence collective permettra une économie innovante », (*in*) *L'innovation*, Paris, Télérama, « Dossier Spécial », n°3099, 3 juin 2009, p. 24. Et cf.

Nées avec la *modernité*, les tendances combinent une certaine forme de démocratisation (s'adresse à toutes les strates de la société) et confortent l'industrie dans ses opérations d'*innovations*. En effet, elles sont les seules à concilier les trois pans du capitalisme (entendu ici comme « forme de société »⁴⁸⁶ et non seulement comme système économique) : « l'économie gouvernée par le besoin d'efficacité, la politique censée tendre vers l'égalité et, enfin, la culture où la préoccupation dominante est l'accomplissement de soi. »⁴⁸⁷ En ce sens, les tendances sont non seulement le symbole de la *modernité*, mais elles en écrivent la *mémoire*. Celle d'une société de la consommation, avec ses mouvements dont les concepteurs offrent les « arrêts sur image », avec ses « couleurs locales » qu'ils combinent en gammes, avec ses « désirs » qu'ils re-présentent.

[Edward Bernays, *Propaganda*, New York, Horace Liveright, 1928], traduction française : Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007.

⁴⁸⁶ Cf. Daniel Bell, *Les contradictions culturelles du capitalisme*, Paris, Presses Universitaires de France, 1979.

⁴⁸⁷ Guillaume Emer, *Sociologie des tendances*, collection « Que sais-je ? », Paris, Presses Universitaires de France, 2008, p. 31.

II.1 Conception de tendances et méthodes « socio marketing » : de quelle construction culturelle est-il question lorsque l'humain est considéré comme un objet marchand ?

Si les tendances symbolisent la *modernité*, celle-ci est-elle démocratique ? En vue de l'introduction, *nous* pouvons à présent *nous* pencher plus près des méthodes qui régissent la poétique globale de la conception de tendances : empruntes de la méthodologie marketing (en réponse à l'objectif central de telles conceptions, soit, celui de « faire vendre » les productions « nouvelles » de l'industrie), elles définissent l'individu en relation à la société de consommation. Aussi l'exploration de la « méthodologie marketing », comme « terrain », se fera-t-elle grâce à la définition de leur posture (le « nous ») et de ce qu'elle engage, de leur méthode en relation aux notions de *traduction* (interprétations et identifications des individus et des objets conçus comme « actants ») et d'*identité* (postulats et méthodes de segmentation d'une « culture de marché »), et des modèles qu'ils produisent (modélisations humaines, outils et fictions).

Afin de poser les jalons de cette étude, le postulat énoncé par Jean-François Bayart au sujet du paysage exemplifie la posture engagée dans l'analyse qui va suivre : « il n'est point d'identité mais des opérations d'identification. »⁴⁸⁸ Toute représentation, et donc la notion même d'*identité*, est issue de constructions toujours transitoires : ce qui est donné comme stable, identique, référentiel n'est que la « saillance » d'un instant où l'objet observé se donne à voir au sein d'un mouvement ininterrompue de transformation. À partir de ce postulat, l'objectif de traverser les paysages offerts par le marketing rend « sceptique », c'est là où réside toute la difficulté de ce pari : emprunter un chemin long et laborieux alors que l'« enquêteur » sait dès le départ qu'il n'y aura pas de « découverte » puisque tout est joué d'avance, puisque le programme est écrit. Pourtant, ce pari est engagé, une compréhension de la conception de tendances nécessitant d'abord d'en étudier les méthodes et les courants de pensée sous-jacents. Aussi si la lecture de ce qui va suivre risque-t-elle d'être parfois fastidieuse (notamment au plus près des méthodes d'analyse conçues par le marketing et identifiées comme méthodologie réintroduite), elle permettra néanmoins de comprendre ce qui structure la poétique des tendances et d'identifier quels sont les modèles et les systèmes qui construisent l'« expérience commune » de la *modernité*.

⁴⁸⁸ Jean-Pierre Dewarrat, R. Quincerot, M. Weil, B. Woeffair, *Paysages ordinaires : de la protection au projet*, Sprimont, Belgique, Pierre Mardaga Éditeur, collection « Architecture + Recherches », 2003, p. 71.

Ainsi, le marketing, discipline apparemment démocratique puisque très tôt interdisciplinaire et ayant comme objectifs premiers de « diversifier » et d'« adapter » aux individus des produits de grande consommation, coordonne la chaîne de conception de tendances. Quels sont les modèles de pensée et les outils promulgués par cette discipline ? Et comment définit-elle les notions d'*identité* (« saillance » culturelle privilégiée par une démarche globalisante) et de *traduction* (non comme complexe processus de relation, mais comme notion opératoire inhérente à la notion d'*habitus*), outils conceptuels propices à la construction de processus d'identification ?

a- De la loi d'un système causal : des mouvements aléatoires stabilisés et validés, la « fictionnalisation » de la notion de *tendance* comme modèle « prédictible »

Pour comprendre de quelle manière la « fictionnalisation » de la culture de marché, et donc de la dite « nature » de l'homme en société, se construit aujourd'hui, il est nécessaire d'en « déficeler » les fondements. D'abord, il convient de définir l'objectif premier du marketing : instrumentaliser le « corps social » afin de fournir aux industriels des modèles structurés référentiels, permettant de *traduire* les productions en fonction du marché « ciblé ». Autrement dit, le marketing prétend établir des lois statistiques « objectives » permettant de structurer les mouvements de la société : l'aléatoire est ainsi évincé de la pratique et du discours grâce au primat statistique (la « preuve ») et à la marginalisation de l'expérimentation. Il va sans dire qu'un tel engagement ne pourrait être tenu sans l'apport d'une fiction solide, voire d'une croyance aveugle, pour valider (au-delà des statistiques, dont *nous* savons le « pouvoir » des chiffres) une telle démarche, et surtout pour qu'elle soit pérenne.

Comme *nous* avons pu le constater précédemment, ce qui fait la complexité du « vivant » est qu'il est mouvant, constitué de *diversités*, voire d'une *infinité* de possibles, lesquels s'agent, naissent et meurent de manière aléatoire. Sur le « terrain » du marketing (dont on vient de voir sommairement les objectifs) cette complexité nécessite grandement d'être simplifiée : soit, d'en extraire des « saillances » (*loci*), de les combiner et de les structurer. La première question est alors la suivante : au regard des mouvements humains, qu'est-ce qui permettrait de saisir des « saillances » (soit, des « lieux communs » à la majorité des individus vivant en société) propices à construire un espace référentiel à long terme ? La construction de

deux outils / « fictions » (conçues comme « opérants stables ») sont d'abord nécessaires pour « faire système » : l'individu considéré comme *invariant* (tant que faire se peut) et ses relations stabilisées sous la forme d'une « structure ». Le principe de causalité (sur lequel le déterminisme s'est fondé), tel que le conçoit David Hume est alors opératoire : dans son *Traité de la nature humaine*⁴⁸⁹, il considère que *notre* représentation du monde est structurée par la seule régularité de *nos* habitudes, sa conception sous-tend que *nous* attendons de *notre* environnement qu'il témoigne d'une certaine stabilité, partant du postulat que *nous* reportons « inconsciemment » sur l'avenir les constats que nous avons observés par le passé (postulat opératoire dans toute pensée prospectiviste). Sa pensée est celle de la causalité, aussi part-il de l'hypothèse que si, dans une situation donnée, un phénomène a toujours eu les mêmes conséquences, *nous* avons acquis une « habitude parfaite » de cette relation « de cause à effet » et *nous* sommes certains de ne jamais voir *notre* anticipation démentie. Selon ce point de vue, tout ce qui est « imaginable » est alors susceptible d'être « réel » et *nous* ne pouvons pas même exclure qu'un phénomène se produise sans cause. Selon Hume, c'est donc la « nature humaine » (postulat opératoire dans toute stratégie investissant l'humain dans son processus) elle-même, et non le raisonnement, qui met de l'ordre dans *nos* idées : plus une association d'idées est saugrenue, moins elle a de force de persuasion, mais, à l'inverse, l'*habitude* (de la pesanteur par exemple), la méfiance envers les circonstances imprévues et les accidents *nous* font aisément craindre une « chute » : d'où la nécessité d'un programme. Aussi, dans la pensée Humienne, trois notions clefs sont-elles déterminantes : la « probabilité » [telle que, les relations de faits ne sont jamais que probables ; la probabilité varie en degré selon la force des *habitudes*], l'« habitude » [elle est irréfléchie et provient d'une répétition d'expériences analogues ; elle constitue une *tendance* de l'esprit à associer des idées selon un ordre déterminé qui correspond aux conjonctions constantes d'impressions éprouvées par le passé], et, la « croyance » [conséquence de l'*habitude*, elle se définit par la « vivacité » d'une idée, qui provient de la « force » d'une « impression » ; elle reproduit « spontanément » pour les idées la liaison des « impressions » entre elles].

Supposons que le système étudié nous soit donné par un modèle de celui-ci, éventuellement sous forme d'une loi mathématique d'évolution ou d'un ensemble d'équations d'état. On dira que ce système est déterministe si la connaissance exacte de son état initial permet de prédire son futur avec certitude.

⁴⁸⁹ Cf. David Hume, *Traité de la nature humaine, Essai pour introduire la méthode expérimentale de raisonnement dans les sujets moraux*, traduit par Philippe Folliot, 2007, (1739), [consultable en ligne], url : <http://pagesperso-orange.fr/philotra/tnh.htm>

Nous distinguerons donc bien entre, d'une part, le modèle où s'applique le principe de détermination et, d'autre part, la réalité où est censée régner le principe de causalité. C'est une position métaphysique commune que celle adoptée par les économètres, laquelle identifie réalité et modèle (ou théorie). Elle a pour conséquence l'identification entre déterminisme et causalité. Nous retrouvons bien là cette conception où l'absence (ou la quasi-absence) de théorie économique et d'expérimentation se fonde en un empirisme extrême.⁴⁹⁰

Selon ce système, la *tendance* correspond à la transition d'une idée à une autre, selon un ordre prédictible (confusion de la « connaissance » – nécessitant l'apport de l'expérience et la vérification par l'expérimentation – d'un système de cause à effet avec la « croyance » que celui-ci se répètera de la même manière à chaque fois, soit l'anticipation rendue possible grâce à un programme) et participe à l'instauration du sujet et à la construction du *moi* (en tant qu'esprit et sujet). L'objectif de David Hume, quant à lui, était alors de comprendre [ce qu'il définissait comme étant] la « nature humaine », considérée comme « objet scientifique » analysable en tant que tel : régie par des lois (système « de cause à effet »), dont chacun des mouvements (de pensée mais aussi de comportement) serait vérifiable grâce à l'articulation d'hypothèses et de preuves. Si la considération des *tendances* de la part des bureaux de style s'établit à partir d'entités et de critères relationnels stables, leur démarche correspond, en ces termes, à une « conception naturaliste » (inférant une certaine forme de loi causale et tendant vers un essentialisme, tel que « naturaliser » une chose, serait la fixer dans son « essence », déterminée par telle ou telle science de la nature⁴⁹¹) selon laquelle l'observateur se trouve dans une « mise à distance » continue face aux objets et aux individus (alors nommés « identités ») à partir de laquelle il compose ou combine (pour s'approprier ce qu'il « observe ») : composition de gammes (échantillons de couleurs organisés selon des critères phénoménologiques) et leur mise en correspondance avec des profils dits « socio culturels » prédéfinis en interne. Sur ce « terrain », la *tendance*, comme construction culturelle, ne correspond cependant pas tout à fait à la considération qu'une idée passe à une autre « naturellement » (soit, selon la croyance que tout est régi par un « ordre naturel ») et ne relève pas de la simple « nature humaine » [selon l'acception d'une « essence » fixe et sous-jacente à tout être humain, depuis toujours ; postulat opératoire pour toute pensée dogmatique ou stratégique, le « pouvoir » étant *de facto* exercé par un tiers – extérieur, non visible, tel

⁴⁹⁰ Michel Gutschatz, « Loi et causalité », (in) Isabelle Stengers, (sous la direction de), *D'une science à l'autre, Des concepts nomades*, Paris, éditions du Seuil, 1987, p. 85.

⁴⁹¹ Cf. Clément Rosset, *L'Anti-nature, Éléments pour une philosophie tragique*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (1973).

« dieu » – autre que celui dont la « nature » n'est pas modelable, soit, ne lui « appartient » pas vraiment : croyance évinçant le principe du libre-arbitre de manière insidieuse].

En effet, la notion de fiction est, dans ce contexte, toute autre. Alors que le « naturalisme », en tant que construction, est une « fictionnalisation » du monde considéré comme régi par le destin (« dieu », ou comme l'on souhaite le nommer), et enlève toute possibilité de choix et de liberté quant au poids omniprésent du *fatum*, l'« artificialisme », quant à lui, rend à l'homme son pouvoir de construction selon lequel il conçoit lui-même le monde et en simplifie les données : ceci dit, on assiste à une « substitution », conférant à certains hommes le « pouvoir » autrefois conféré à « dieu » (lieu de croyances propices à l'énonciation de théories du complot...). Alors, si « dieu est mort » et que la place au *hasard*, notamment en termes de *rencontre* – exprimée par le latin *casus*⁴⁹² – peut être rendue, qu'en est-il dans le milieu de la conception de tendances ? De plus, si l'empirisme (et notamment, David Hume) accordait une place prépondérante à la « sensation » et donc à l'« impression » singulière à l'observateur comme « sujet acteur », l'expérience étant nécessaire à la construction de connaissance, quelle place est-elle accordée dans la conception de tendances en actuelle ?

C'est là encore le « raisonnement causal » qui « valide » le système : tout comme l'économiste fait appel à la « science » (non pas « celle qui se fait », mais celle promulguée par les « philosophes logistiques »⁴⁹³ au sujet de la science comme elle *doit* se faire, en ce qu'elle peut être considérée comme productrice de modèles transposables à toute discipline) pour argumenter ses procédures, le marketer « [...] (ou le sociologue) élabore une *science pratique*, laquelle privilégie la décision : il s'agit toujours de repérer les facteurs stratégiques, considérés comme causes, et donc *manipulables*. »⁴⁹⁴ De cet état de fait, découle des modèles simples et une forme d'instrumentalisme privilégié : de l'analyse de « structures » à la décision causale, le marketing produit une « réalité » à côté de la « réalité », une sorte de système mécanique isolé (dont le déterminisme, soit la « connaissance » modélisée d'un système de cause à effet – confondu sur ce « terrain » avec « prédictibilité » – est le fondement). Les « données » offertes par le marketing sont en ce sens définies comme des « phénomènes » : une telle démarche repose sur les croyances promulguées par une

⁴⁹² Cf. Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 74-75.

⁴⁹³ Michel Gutschatz, « Loi et causalité », (in) Isabelle Stengers, (sous la direction de), *D'une science à l'autre, Des concepts nomades*, Paris, éditions du Seuil, 1987, p. 76.

⁴⁹⁴ Michel Gutschatz, *op.cit.*, p. 77.

conception de type empiriste et naturaliste. Croyance qui consiste à définir l'objet de son observation (en l'occurrence le « corps social ») uniquement au travers des ses *habitudes* : modélisées, elles évincent la nécessité de « faire l'expérience » : aussi le marketing procède-t-il à définir des systèmes sans en faire l'expérience, ou plutôt, sans pratiquer d'expérimentations pour vérifier la véracité des « données » établies ; l'opération de statistique est alors le seul procédé de « vérification », partiel, il est surtout un moyen de donner l'« impression » d'une consistance supposée « scientifique ».

Au même titre que toute hypothèse modélisée nécessite l'apport de l'expérimentation, la compréhension de la complexité humaine (dans sa *diversité*) nécessite une immersion et de « faire l'expérience » de la *rencontre* : celle-ci n'étant non plus considérée comme l'ensemble des objets ou des individus perçus comme différents mais selon un large (et infini) panel de fluctuations du *moi* et de l'*autre*, rendues visibles – ou en tout cas compréhensibles – par la mise en relation. En effet, la seule distanciation ne donne qu'une définition tronquée de ce qu'est la complexité (tout être vivant et ce qu'il « produit » est par définition complexe, « fait » de mouvements ininterrompus et d'un « feuilletage relationnel » non définissable dans son intégralité) : celle-ci [la seule « mise à distance »] ne peut définir la complexité qu'en ne considérant l'« objet » de son attention dans les différences ou similarités (« saillances ») qu'il semble avoir avec d'« autres » (sous-tend l'élaboration d'un référentiel), et l'*identité* est alors considérée comme étant le *même* (une sorte de *synthèse* : substitut de l'« essence » autrefois considérée comme immuable par le naturalisme dans son acception essentialiste), inchangé au fil du temps (une sorte de « structure » re-connaissable et donc re-présentable). Au même titre qu'au sein du marketing, un système de va-et-vient [tel que celui mis en place entre le « je » et le « elle », lors des enquêtes de « terrain » au Japon] entre « mise à distance » et « immersion », n'est pas opératoire dans la conception de tendances telle qu'elle existe actuellement : une seule posture domine, celle du « nous » (ne considérant que ce qu'il y a de « commun » entre chacun des « je » – soit, chaque « concepteur » – lors des phases de *brainstorming*) et de la « mise à distance ».

De plus, sur ce « terrain », l'objectif est considéré comme la source (lieu des collectes) et le but à la fois : la prospective « prévoit » les « effets » (soit, des comportements de consommation considérés comme « phénomènes ») de l'avenir en regardant ceux du passé et du présent sur un *même* « terrain » donné, un *même* « groupe » et selon une même catégorisation, soit, selon l'apparence d'une objectivité sans faille : ici règne la confusion

entre connaissance d'un système (déterminisme évinçant ici l'expérience) et prédictibilité de son évolution. Tout est considéré à travers le prisme du *devenir* – correspondant à une anticipation paramétrée – et jamais n'est posée la question du repli, de l'ambiguë ou de la contradiction, puisque que la relation ne réside que dans un rapport du supposé « je » face à d'autres supposés « je » comme entités stables et identitaires (soit, des « nous »). Une telle approche, *a priori* pragmatique, est de ce fait autant « inductiviste » qu'une philosophie basée uniquement sur l'expérience et la considération des idées comme résultantes d'impressions de sensations, telle que la conçoit David Hume. Aujourd'hui, si l'on considère la définition du mot « tendance », dans le langage courant⁴⁹⁵, elle correspond à « l'action ou la force par laquelle un corps est porté à se mouvoir » ; c'est la direction du mouvement, soit, une direction donnée dans l'intention de produire un effet, voire d'établir une doctrine. Le mouvement dont il est question ici fait écho à la conception de la nature telle qu'elle apparaît dès Lucrèce, selon laquelle même s'il existe des combinaisons *a priori* stables elles sont aussi éphémères et périssables. Le système mis en place dans le milieu des tendances et dans toute considération prospectiviste répond à cette considération « naturaliste » selon laquelle les données repérables un temps seront dépassées bientôt : la fiction de la « nature » se joue donc à bien des niveaux de la conception.

De plus, si la prospective, de *prospectus* (en latin), est le participe passé substantivé de *prospicere*, soit « regarder devant soi », et est matérialisée dans l'exercice de la collecte, elle sous-tend une relation au « terrain » qui se veut dès le départ opérationnelle en vue d'une construction de l'« à venir ». Dans de sens, comment le *hasard* se définit-il dans la démarche de la collecte ? N'y a-t-il pas là la possibilité d'une *rencontre* inattendue ? Jusqu'à quel endroit le « prospecteur » va-t-il considérer l'impact de sa volonté sur ce qu'il va voir, trouver, collecter puis considérer comme objet classifiable pour sa future tendance ? Et, par extension, de quel type de croyance et de quel jeu de pouvoir est-il question dans la conception de tendances ?

La prospective en tant que concept opératoire au sein des opérations marketing, telle que Gaston Berger⁴⁹⁶ la définit, signifie littéralement « étude des avenir possibles » et s'emploie

⁴⁹⁵ Cf. *Le petit Littré*, « Dictionnaire de la langue française abrégé du Dictionnaire de Littré » par A. Beaujean, Paris, Librairie Générale Française, 1990.

⁴⁹⁶ Gaston Berger (1er octobre 1896 - 13 novembre 1960) est un industriel, philosophe et administrateur français, connu principalement pour ses travaux sur la caractérologie et la revue *Prospective* et le centre du même nom qu'il fonda avec André Gros en 1957.

généralement lorsqu'elle concerne des recherches scientifiques de tout bord pour servir de base à la réflexion politique :

La Prospective n'est ni une doctrine, ni un système. Elle est une réflexion sur l'avenir, qui s'applique à en décrire les structures les plus générales et qui voudrait dégager les éléments d'une méthode applicable à notre monde en accélération.⁴⁹⁷

La prospective est, selon lui, issue des problèmes les plus pressants et nourrie de l'inquiétude la plus « authentique » : elle ne vise pas à satisfaire la curiosité, mais à rendre les actes plus efficaces, elle ne veut pas deviner, mais construire (en structurant des opérants stables), et, ce qu'elle préconise c'est une « attitude pour l'action ». Se tourner vers l'avenir, au lieu de regarder le passé n'est donc pas selon lui simplement changer de spectacle, c'est passer du « voir » au « faire », le passé étant fait de toutes les images réveillant les sentiments du regret, de la joie ou de la délivrance. Pour Gaston Berger, l'avenir est donc affaire de volonté et prendre « l'attitude prospective », c'est se préparer à faire ; ce n'est pas renier la *tradition* mais la vivre, c'est-à-dire la prolonger et, peut-être, l'enrichir. Il préconise la leçon de l'histoire pour éviter de renouveler les mêmes erreurs, rejoint Hegel dans son idée que « l'idéal est plus réel que le réel » et affirme que ce qui est à faire est plus important que ce qui est déjà fait. Non sans dogmatisme, il fait l'apologie du futur comme « idéal » à atteindre. Il détermine l'évolution comme « science » : son point de vue est à double tranchant, l'apologie de l'acte pour favoriser la certitude que « le mieux reste à venir » sous-tend un aveuglement de l'existence des cycles et des génies (il évince l'opacité opératoire dans toute instauration). Son étude permet cependant de mieux définir la base conceptuelle utilisée par les concepteurs de tendances (pour rappel, les premiers bureaux de style virent le jour à la fin des années 1960) et sous-tend déjà un paradoxe : un consensus n'est-il pas déjà une doctrine ?

De plus, en terme de fondement de la considération du « corps social » comme composé d'entités stables, repérables et communes à différents individus, compris dans le processus de conception de tendances, le travail de Gaston Berger sur la caractérologie mérite aussi d'être souligné. Cette théorie se définit comme typologie⁴⁹⁸ à l'intérieur de laquelle personne ne devrait se reconnaître mais dans laquelle chacun pourrait se retrouver – *nuance propre à la globalisation*. Des caractères généraux sont donc répertoriés en correspondance avec des états

⁴⁹⁷ Gaston Berger (sous la direction de), revue « Prospective » n°6, Paris, Presses Universitaires de France, novembre 1960.

⁴⁹⁸ Au sujet de la typologie en « sciences sociales », comme modèle structurant employé par le marketing, cf. le chapitre II.1, f., pp. 399-409.

« émotifs » ou « non émotifs », « actifs » ou « non actifs ». Des groupes dits « psychologiques » se dessinent de manière simplifiée et permettent de saisir les grandes lignes caractéristiques des individus (dans une « mise à distance » opératoire). Cette considération exemplifie l'objet de la critique mise en place par David Hume à propos de la notion d'*identité*, selon laquelle la « ressemblance » se confond au *même* au sein de leur définition respective et de leur identification – par le sujet, au terme d'une considération généralisante, voire « globalisante » – qui s'établit selon que telle chose et telle *autre* sont « identiques » et donc, chacune acquérant le statut d'« identitaire », alors que sont repérables entre elles des différences : en ce sens, la prospective est une considération quantitative et jamais qualitative. Les caractères similaires repérés comme saillants annulant les écarts, les digressions, les nuances. Or, si chaque chose est variable, la notion d'*identité* s'accompagne fatalement de celle de *fiction*. Ce qui brouille la lecture ne provient donc que du statut authentifié comme fiction ou non. Cette typologie se retrouve notamment dans les magazines féminins férus de tests de personnalité en tout genre, où le lecteur se trouve être similaire à un profil ou à un autre (proposé dans le faux choix de trois ou quatre), sujet qui finit par s'identifier à l'un des profils proposés par besoin conditionné d'appartenir à tel ou tel groupe. Cette superficialité – ou devrais-je dire « artificialité » – est repérée lorsque la considération des notions s'établit en surface pour une construction *a priori* stable et unifiante : celle-ci n'est pas seulement critiquable du point de vue de sa linéarité (où nul ne peut juger l'autre dans son besoin de se « reconnaître » dans un groupe ou dans un autre) mais plutôt dans le non-dit sur le statut fictionnel d'une telle démarche.

C'est précisément à cet endroit qu'une autre discipline nourrit la méthodologie de la conception de tendances : selon la « psychologie sociale » (soit, considérant l'emprunt des modèles pratiqué par le marketing), une « mode » désigne une « tendance temporaire », dont les références ou les comportements collectifs sont définis en amont, propre à une période donnée et liée à un « phénomène » d'imitation. L'idée de départ d'une telle conception est que la « perception » personnelle de la « réalité » par un individu, composée d'émotions, de comportements et de pensées, est influencée par ceux qui l'entourent. Des groupes sociaux sont donc définis pour permettre d'une part de « mieux » (soit, plus facilement) définir l'individu et d'autre part pour permettre à l'individu lui-même de s'affirmer par le biais d'un système donné d'identification. Dans la forme, la mode – *et le milieu des tendances* – concerne d'abord l'habillement, la manière de se vêtir, propre à une époque et/ou à un lieu.

L'habillement en est le premier secteur à différents niveaux du processus :

- comme interface directe entre l'individu et le monde, le vêtement est ce qui touche au plus près le consommateur, c'est sa seconde peau ;
- ce qui caractérise immédiatement le rattachement d'un individu à un groupe social, à une époque et/ou à un lieu géographique c'est le vêtement ;
- la demande pressante des industriels textiles pour s'adapter à la demande des consommateurs est le déclencheur historique du secteur d'activité des bureaux de style [ce « phénomène » est lié à l'apparition des fibres synthétiques, à la tertiarisation de l'emploi, à la féminisation du marché du travail ; donc à l'apparition de nouveaux besoins vestimentaires qui se doivent d'être pratiques, confortables et peu onéreux] ;
- comme lieu d'inspiration de départ ; puisque les créateurs de haute couture « insufflent » les tendances prochaines, en termes de cosmogonie ou de thématique, de couleurs, de matières et de formes.

b- Un programme pour la société de consommation : modéliser les usages

En vue de ces niveaux [« paramètres-acteurs » du processus de conception de tendances], le paramètre économique s'annonce comme l'axe central du processus qui débute par l'industrie du luxe et se donne à voir aux consommateurs, en mettant en scène les « acteurs » du secteur textile. L'objectif premier des « concepteurs de tendances » est alors d'« insuffler un mouvement » dans la production industrielle, en faisant appel à des stylistes [créateurs dont l'« instinct » est mis en avant], mais aussi à la sociologie et au marketing. Les méthodologies que construisent ces dernières sont incontournables dans la structuration d'une posture qui « fait le lien » (soit, opère une fonction de *traduction*) entre des productions industrielles et une population consommatrice. Le marketing, en tant que discipline, est né après la crise de 1929 aux Etats-Unis, se définissant alors comme une « science de la distribution » permettant d'optimiser les ventes. L'idée de départ était donc d'adapter les productions et la distribution en prenant en compte les « motivations » des consommateurs, selon l'idée d'un « décryptage » (soit, d'une forme de *traduction*). Le marketing fait écho à l'apparition de la publicité, au début du 20^{ème} siècle, dont le rôle était alors de favoriser la « mentalité consumériste » correspondant au dispositif industriel de masse peu adapté à des besoins plus individualisés. Les deux dispositifs mercatiques permettent donc d'une part de « cibler » les ventes et d'autre part de *séduire* le consommateur.

Cette séduction par l'image conduit alors à ce paradoxe : le besoin n'est non plus adapté mais « insufflé » à l'individu. Pour mieux saisir cette transformation opératoire, il convient ici de se pencher sur la pensée d'Edward L. Bernays⁴⁹⁹, qui est communément reconnu comme l'un des principaux créateurs (sinon le principal) de l'industrie des relations publiques et comme l'*inventeur* de ce que les Américains nomment le « *spin* », c'est-à-dire la « manipulation » (des nouvelles, des médias, de l'opinion) ainsi que la pratique systématique, et à large échelle, de l'*interprétation* et de la présentation partisans des « faits ». Il a, de manière prépondérante, contribué au « déploiement massif de la propagande par les entreprises dans le but de maintenir leur pouvoir à l'abri de la démocratie »⁵⁰⁰. Dans son *Propaganda* (1928), il expose non seulement les fondements (en particulier politiques et « psychosociaux » – puisqu'il s'inspire des théories freudiennes) de la pratique des relations publiques qu'il préconise, mais il définit aussi l'ensemble des domaines d'intervention qui s'ouvrent à la nouvelle forme d'« ingénierie sociale » (soit, la « conception et l'innovation pour la société ») qu'il met alors en avant : pour « servir » [il serait plus juste de remplacer ce verbe par « se servir de » ou encore par « utiliser à des fins personnelles », etc.] la cause des femmes⁵⁰¹, les œuvres sociales, l'éducation, l'art et la science. Il convient de citer ici le tout début de son ouvrage afin de réaliser l'ampleur de l'ambition portée par Bernays, dont cet extrait exemplifie l'idée de se substituer au « pouvoir invisible » présupposé [et dont la nécessité n'est point remise en question, mais au contraire définie comme inévitable dans toute société dite « démocratique », soit, la nécessité d'établir une autre forme de pouvoir, plus « subtile » que celle exercée par une dictature par exemple...] en créant les clefs d'une manipulation adaptée au siècle qui se prépare (celui de la « consommation de masse ») :

1. Organiser le chaos

À *ma femme*, Doris E. Fleischman

⁴⁹⁹ Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵⁰⁰ Alice Carey, *Taking the Risk out of Democracy, Propaganda in the US and Australia*, Sydney, University of New South Wales, 1995, p. 18.

⁵⁰¹ « Servir la cause des femmes » renvoie d'avantage à l'utilisation d'un *désir* (celui, pour les femmes, de s'émanciper au sein d'une société patriarcale) pour fournir un *substitut* qui servira une industrie : aussi Edward L. Bernays se sert-il de clefs psychanalytiques freudiennes (le psychanalyste Abraham Arden Brill explique à Bernays que la cigarette est un symbole phallique représentant le pouvoir sexuel du mâle : s'il était possible de lier la cigarette à une forme de contestation de ce pouvoir, assure-t-il, alors les femmes, en possession de leurs propres pénis, fumeraient), combinées à la production d'événements médiatisés (filmer des suffragettes en train de fumer et en exprimer le symbole libertaire, et, contacter la presse pour divulguer la « nouvelle ») pour permettre à la compagnie "American Tobacco" de doubler sa clientèle... [Cf. Edward Bernays, *op.cit.*]

La manipulation consciente, intelligente, des opinions et des habitudes organisées des masses joue un rôle important dans une société démocratique. Ceux qui manipulent ce mécanisme social imperceptible forment un gouvernement invisible qui dirige véritablement le pays.

Nous sommes pour une large part gouvernés par des hommes dont nous ignorons tout, qui modèlent nos esprits, forgent nos goûts, nous soufflent nos idées. C'est là une conséquence logique de l'organisation de notre société démocratique. Cette forme de coopération du plus grand nombre est une nécessité pour que nous puissions vivre ensemble au sein d'une société au fonctionnement bien huilé.

[...] Nous ne réalisons pas, d'ordinaire, à quel point ces chefs invisibles sont indispensables à la marche bien réglée de la vie collective.⁵⁰²

Aussi l'idée ici énoncée par Edward Bernays semble-t-elle témoigner d'une volonté de donner au peuple le pouvoir, en lui permettant de prendre conscience de la manipulation dont il est la victime dans une société « nouvelle » où les productions industrielles vont « bon train » et nécessitent d'être consommées : c'est ici la première manipulation de l'auteur, la propagande réside dans l'idée même d'une nécessité de construire des méthodes de persuasion pour maintenir différentes formes de pouvoir (économique, politique, ...), lesquelles sous-tendent de multiples objectifs mais certainement pas celui d'une démocratie « réelle ». Ainsi, Bernays formule l'hypothèse de la possibilité efficiente de *structurer*, de manière « intelligente », les usages qui « font » la société elle-même et, par extension, de la nécessité de « séduire » pour maintenir un « équilibre » (soit, de garantir à ceux qui sont en position de pouvoir ou qui souhaitent y accéder, d'y parvenir grâce à la manipulation dont il théorise les principes), et, il définit en même temps la nécessité des systèmes et le risque encourue s'ils n'étaient point formulés : « Dans la pratique, si avant d'acheter tout le monde comparait les prix et étudiait la composition chimique des dizaines de savons, de tissus ou de pains industriels proposés dans le commerce, la vie économique serait complètement paralysée. Pour éviter que la confusion ne s'installe, la société consent à ce que son choix se réduise aux idées et aux objets portés à son attention par la propagande de toute sorte. »⁵⁰³ En ce sens, il exprime la nécessité de maintenir un « ordre social » pour que la consommation maintienne la prospérité industrielle et économique de la nation. Aussi, pour organiser le « chaos », entend-t-il « cristalliser l'opinion publique » (c'est d'ailleurs le titre d'un de ses ouvrages, édité en 1923) et « façonner les consentements » (autre ouvrage édité en 1955), grâce à l'apport des nouvelles

⁵⁰² Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵⁰³ *Ibid.*

technologies et des médias de masse. L'hypothèse soutenue qu'une forme de « gouvernement invisible » est tout à la fois souhaitable, possible mais aussi nécessaire, *structure* l'ensemble de ses idées : c'est le fondement même de sa conception des relations publiques (celles-ci vont susciter aux Etats-Unis, dans les années 1920, soit, pendant la « crise économique », un intérêt grandissant).

L'impact et le succès rencontrés par les théories de Bernays sont favorisés par ses emprunts aux « sciences sociales » (psychologie, sociologie, psychologie sociale et psychanalyse, notamment) et à diverses techniques issues de ces sciences (sondages, interrogations d'experts ou de groupes de consultation thématique, et ainsi de suite). En plus des modèles qu'il emprunte aux différentes disciplines (comme des « clefs opératoires » extraites de différentes constructions de pensée), il fournit un argumentaire solide quant à l'éthique de telles pratiques au service d'un pouvoir, s'en référant à la philosophie pour ce qu'elle fournit en termes de « balises éthiques ». Convaincu que les sciences sociales peuvent apporter une contribution importante à la résolution de divers problèmes sociaux et donc, *a fortiori*, aux relations publiques, il consulte donc ces disciplines et leurs praticiens, s'en inspire, et leur demande des données, des techniques, des stratégies, des concepts et des théories. En 1922, dans son *Public Opinion*, Lippmann rappelait que « la fabrication des consentements [...] fera l'objet de substantiels raffinements [et que] sa technique, qui repose désormais sur l'analyse et non plus sur un *savoir-faire intuitif*, est à présent grandement améliorée [par] la recherche en psychologie et [les] moyens de communication de masse »⁵⁰⁴ ; et, Bernays de reprendre cette méthode *moderne*, investissant les technologies modernes, en précisant que :

L'étude systématique de la psychologie des foules a mis au jour le potentiel qu'offre au gouvernement invisible de la société la manipulation des mobiles qui guident l'action humaine dans un groupe. Trotter et Le Bon d'abord, qui ont abordé le sujet sous un angle scientifique, Graham Wallas, Walter Lippmann et d'autres à leur suite, qui ont poursuivi les recherches sur la mentalité collective, ont démontré, d'une part, que le groupe n'avait pas les mêmes caractéristiques psychiques que l'individu, d'autre part, qu'il était motivé par des impulsions et des émotions que les connaissances en psychologie individuelle ne permettaient pas d'expliquer. D'où, naturellement, la question suivante : si l'on parvenait à comprendre le

⁵⁰⁴ Cf. Walter Lippmann, *Public Opinion*, New York, Harcourt Brace and Company, 1922, chapitre XV, section 4.

mécanisme et les ressorts de la mentalité collective, ne pourrait-on pas contrôler les masses et les mobiliser à volonté sans qu'elles s'en rendent compte ?⁵⁰⁵

Aussi, en s'appuyant sur la dite « science », Bernays prétend-t-il concevoir une nouvelle méthode « adaptée » à l'individu en société, soit, le dit « corps social », dont la « connaissance » en termes de « symptômes » (stimuli chers à la cognition, archétypes freudiens, etc.) permet de valider de nouveaux modèles adaptés à la *modernité*. Aussi cherche-t-il par l'appel aux « sciences sociales », brandissant ainsi l'apport dit « scientifique », à justifier la finalité politique du travail accompli par le conseiller en relations publiques. Il fait ainsi la « démonstration » (théorique et pratique, par la citation d'exemples efficaces en matière de propagande) qu'il est possible de mener à ses fins, et sur une grande échelle, un projet de façonnement de l'opinion publique (grâce notamment aux médias)⁵⁰⁶ : celle-ci répond à la volonté de « fabriquer le consentement » du peuple, au sein d'une « démocratie », grâce à une « minorité intelligente » chargée du domaine politique, la « masse » devant être cantonnée alors à son rôle de « spectateur » et non de « participant », du moins concernant les décisions et les *intentions*, soit, les « précurseurs » de toute *tendance*. Ce qui se retrouve à chaque fois dans la pratique des firmes de relations publiques telle que Bernays la conçoit, est au fond, aussi bien sur le plan épistémologique que sur les plans éthique ou politique, l'exacte antithèse de ce qu'exige une démocratie. Et, celle-ci touche l'ensemble des institutions :

L'art comme la politique est entre les mains d'une minorité qui, pour diriger, doit rencontrer le public sur son propre terrain et étudier l'anatomie de l'opinion pour l'utiliser à bon escient.

En ce qui concerne les arts graphiques et les arts appliqués, la propagande offre aux artistes des opportunités plus vastes qu'autrefois. Pourquoi ? Parce qu'une production de masse exclusivement fondée sur les prix irait droit dans le mur. Les industriels n'ont donc pas d'autre solution que de créer dans de nombreux secteurs des conditions concurrentielles fondées sur des valeurs esthétiques. Des entreprises de tous ordres capitalisent sur ces valeurs ; elles capitalisent sur le sens du beau pour s'ouvrir des marchés et augmenter leurs bénéfices. Ce qui

⁵⁰⁵ Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵⁰⁶ L'exemple de la "Commission Creel" (du nom du journaliste qui l'a dirigé, George Creel) est efficace : accueillant nombre de journalistes, d'intellectuels et de publicistes, cette commission est dans les années 1930 un véritable laboratoire de la « propagande moderne », ayant recours à tous les moyens alors connus de diffusion d'idées (presse, brochures, films, posters, caricatures notamment) et en *inventant* d'autres. Elle était composée d'une « section étrangère » (*Foreign Section*), qui possédait des bureaux dans plus de trente pays, et d'une « section intérieure » (*Domestic Section*) : elles émettront des milliers de communiqués de presse, feront paraître des millions de posters (le plus célèbre étant sans doute celui où on lit : *I want you for US Army*, clamé par Uncle Sam) et éditeront un nombre incalculable de tracts, d'images et de documents sonores.

revient à dire que l'artiste a maintenant l'occasion de collaborer avec l'industrie et de cultiver ce faisant le goût du public, d'injecter de la beauté en place de la laideur dans des articles d'usage courant, et d'y gagner par-dessus le marché de la reconnaissance et de l'argent.

Aidée de la propagande à qui elle confie le soin de préciser les critères du beau, l'entreprise, de son côté, contribue indéniablement à hausser le niveau culturel du pays. Dans la tâche qui lui est ici assignée, la propagande va naturellement s'appuyer sur des personnalités dont les goûts et les avis font autorité.⁵⁰⁷

Lorsque Bernays parle d'« anatomie », il utilise le modèle opératoire du corps pour une « compréhension » de l'individu par le biais de « symptômes » (pensée sémiologique) et d'une « structure commune » à l'ensemble des individus, soit, le « corps social » dont les mouvements sont manipulables. Il utilise ici un modèle opératoire qui remonte à l'acception d'Aristote qui « a fait du corps vivant, organisé et hiérarchisé, la métaphore de la cité politique. Ces rapports [entre la biologie et l'économie notamment] ont pris une nouvelle tournure lorsque l'économie a pris pour objet non plus un « corps social » organisé, mais une population d'acteurs liés par relation de concurrence, alors que la biologie darwinienne définissait le concept de sélection naturelle. »⁵⁰⁸ De plus, il cite ici les prémices de l'*invention* des bureaux de style : au service de l'industrie mais aussi du peuple dans le sens où leurs conceptions serviraient à « embellir » les productions, soit, à leur conférer une « essence » que la « masse » ne serait supposée jamais connaître (puisqu'elle est réservée à « l'élite »). Ce qui est proposé ici c'est l'idée d'un « substitut » pour la grande distribution, dont le faible coût de production (grâce aux nouvelles modalités industrielles et de déterritorialisation) permet de reproduire à grande échelle. Il est ici question de la nécessité de *séduire* mais aussi de définir les « critères du beau », soit, d'édicter ce qui sera prochainement de « bon goût » dans chacun des foyers... Ainsi, « [...] ces enseignes étroitement associées à la vie de la population ont rempli de la sorte une fonction de propagande en permettant à un grand nombre de gens de découvrir ce que l'art appliqué à l'industrie a de meilleur à offrir. »⁵⁰⁹ Il amorce aussi la qualité d'*interprète* opératoire dans la méthodologie marketing (réinvestie dans la conception de tendances) : « Les trésors des musées ont besoin d'interprètes pour toucher le grand public, et le propagandiste est tout désigné pour mener à bien cette tâche. Une ménagère du Bronx ne tombera vraisemblablement pas en arrêt devant un vase grec

⁵⁰⁷ Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵⁰⁸ Isabelle Stengers, « Les éclats de la diversité », (in) Isabelle Stengers (sous la direction de), *D'une science à l'autre, Des concepts nomades*, Paris, éditions du Seuil, 1987, p. 164.

⁵⁰⁹ *Ibid.*

antique conservé au Metropolitan Museum. Un artiste travaillant pour un fabricant de vaisselle peut néanmoins adapter le dessin de ce vase à une série d'objets en porcelaine qui, vendus pour un prix modique car produits en quantité, trouveront peut-être leur place dans les appartements du Bronx ; là, sans même que la ménagère s'en rende compte, la perfection de leurs lignes et de leurs couleurs développera chez elle le sens de la beauté. »⁵¹⁰ À la place d'un objet d'art ou de luxe, l'industrie propose des « substituts » peu coûteux mais qui reproduisent les qualités *synthétisées* des œuvres jusque là connus des « érudits ». Il définit ici ce en quoi consiste le « design management », qui grâce à un programme adapté concevra les typologies nécessaires à la production industrielle pour « séduire » (sous couvert d'une « nouvelle diversité ») sa clientèle, et ainsi, vendre à un large public. Dans son pamphlet, Bernays *invente* le bureau de style en énonçant ici l'idée d'un consortium de commissaires en art :

On pourrait imaginer qu'un musée défende des critères ou des normes esthétiques qui, aidés par une propagande intelligente, se répandraient par contagion dans la vie quotidienne de tous les habitants de la ville. Pourquoi n'instituerait-il pas un haut conseil des arts, chargé de préciser les règles du beau dans la décoration intérieure, en architecture et dans la production commerciale ? Ou, plus simplement, un bureau des arts appliqués ? Au lieu de s'en tenir à conserver les trésors qu'il recèle, pourquoi n'entreprendrait-il pas d'en ranimer la signification dans des termes compréhensibles par le grand public ?⁵¹¹

Ce qu'il propose ici c'est de promouvoir différents types de modèles, et, grâce à la propagande, de donner l'*impression* au « grand public » qu'il « découvre » lui-même les « trésors » préalablement choisis. Aussi ce qui vaut pour l'art vaut-il également pour la science, « pure » ou « appliquée » : l'industrie la soutient et l'« encourage », nombre de laboratoires de recherche sont désormais rattachés à une grande entreprise, qui n'hésite pas à consacrer d'énormes budgets aux hautes études scientifiques, dans l'espoir qu'elles débouchent un jour sur une *invention* ou une « découverte » propice à faire prospérer celle-ci. Aussitôt, l'entreprise mettra la nouvelle *invention* au service du public : elle nécessite alors un « interprète » (soit, un *traducteur*) auprès de lui. Aussi la « propagande » dont parle Bernays accélère-t-elle la commercialisation des *innovations* : elle permet de modéliser l'opinion publique à accueillir les « nouvelles » idées et *inventions* scientifiques en employant le statut d'un « interprète ». Elle forme de nouvelles habitudes afin de « préparer » le « grand public »

⁵¹⁰ Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵¹¹ *Ibid.*

au changement et au « progrès » (modélisation des désirs pour le changement opératoire des usages, grâce au discours vantant le « nouveau » pour modéliser les attentes et l'*imagination* des futurs consommateurs) :

Le conseiller en relations publiques qui parvient à insuffler la vie à une idée lui permet de prendre place dans l'air du temps et de recevoir l'attention qu'elle mérite. Il n'est sûrement pas coupable d'avoir « contaminé l'information à sa source ». Il a créé un des événements du moment, un fait qui doit rivaliser avec tous ceux portés à la connaissance du service de la rédaction. À vrai dire, les événements qu'il crée présentent souvent une pertinence particulière pour les lecteurs d'un journal donné, et il arrive aussi qu'il les crée en fonction de ce public.

Le cinéma a le pouvoir d'uniformiser les pensées et les habitudes de vie de toute la nation. Les films étant conçus pour répondre aux demandes du marché, ils reflètent, soulignent, voire exagèrent les grandes tendances populaires, au lieu de stimuler l'apparition de nouvelles manières de voir et de penser. Le cinéma ne sert que les idées et les faits à la mode.⁵¹²

Ce dont fait œuvre Bernays c'est d'une « formidable » partialité, ou en tout cas d'une ignorance totale de la *création*, il ne considère les arts que dans leur potentialité à manipuler les foules, selon leur pouvoir fédérateur. Ceci dit, il apporte au marketing les clefs de sa conception, investissant tous les domaines susceptibles de « créer » des consensus, de « fédérer » une « pensée commune », dont seuls quelques « visionnaires » seraient, selon lui, aptes à modéliser. Aussi pense-t-il que « la propagande ne cessera jamais d'exister. Les esprits intelligents doivent comprendre qu'elle leur offre l'outil moderne dont ils doivent se saisir à des fins productives, pour créer de l'ordre à partir du chaos. »⁵¹³ Aussi Bernays conceptualise-t-il les méthodes nécessaires au maintien des « nouveaux » pouvoirs, ceux de la *modernité* : si l'industrie produit pour le « grand public » et que les technologies nouvelles (et, notamment la télévision) fournissent le moyen de promouvoir les « qualités » accordées à de telles productions, faut-il à présent créer une nouvelle discipline (qu'il nomme « technique nouvelle » et qu'il qualifie de « nouvelle propagande ») capable de *traduire* au peuple cette « nouveauté » globale, afin qu'elle puisse garantir l'essor économique attendu. Cette discipline (aux prémices du marketing) « ne prend pas simplement en compte l'individu, ou même l'opinion publique en tant que telle, mais aussi et surtout l'anatomie de la société, avec l'imbrication de ses formations collectives et de leurs allégeances diverses. Elle considère

⁵¹² Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵¹³ *Ibid.*

l'individu non seulement comme une cellule de l'organisme social, mais aussi comme une cellule organisée au sein d'un dispositif social. Excitez un nerf à un endroit sensible, et vous déclencherez automatiquement la réaction d'un membre ou d'un organe précis. »⁵¹⁴ Le « corps social » est une notion opératoire dans toute démarche de type marketing : modèle biologique par excellence, le symptôme renvoie à la sémiologie première, celle de Ferdinand de Saussure⁵¹⁵ (1857-1913), emprunte de naturalisme et des théories de Darwin. De Saussure définissant un système de type « signifié / signifiant » à partir d'unités isolées (décontextualisées) et reproductibles par analogie : « Ainsi l'effet le plus sensible et le plus important de l'analogie est de substituer à d'anciennes formations, irrégulières et caduques, d'autres plus normales, composées d'éléments vivants. »⁵¹⁶ Elles sont des pensées du « phénomène », définissant des « saillances » hors de leur contexte et simplifiées à l'état d'unités, opératoires si elles sont comprises au sein d'un système : celui qui connaît / voire construit le système se voyant alors conféré le pouvoir de les manipuler, de « jouer avec », de leur donner la signifiante opératoire et définie selon l'objectif à atteindre. Aussi le « récepteur » aura-t-il *tendance* à ne « voir » que le *signe*, sans le mettre non seulement en relation au signifié et au signifiant qui lui confère son « identité », mais consommant le « mythe » ainsi constitué, en reprenant Roland Barthes, « innocemment » ne voyant pas « en lui un système sémiologique, mais un système inductif : là où il n'y a qu'une équivalence, il [le « récepteur », « lecteur », voire consommateur] voit une sorte de procès causal : le signifiant et le signifié ont, à ses yeux, des rapports de nature. »⁵¹⁷

Ainsi, sur le « terrain » de la culture de marché, l'équilibre de « l'offre » et de « la demande » est maintenu jusqu'à ne plus pouvoir savoir *laquelle* est à l'origine de l'*autre* : il n'est ici plus question d'échanges divers et variés, mais de *traduction* de « synthèses » opératoires. Puisque l'individu est considéré comme un consommateur définissable selon ses achats et son mode de vie en relation à un groupe, la notion de *diversité* est alors intrinsèquement liée à l'opération de combinaisons et se définit sur ce « terrain » selon deux postulats opératoires de départ : la définition d'*identités* repérables selon des similarités comportementales (liées à des modes de consommation) et la composition de groupes desquels des offres, adaptées à une demande déjà actuelle, seront combinées respectivement. C'est à ces deux niveaux que les

⁵¹⁴ Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

⁵¹⁵ Cf. Ferdinand de Saussure, *Cours de linguistique générale*, Paris, Éditions Payot & Rivages, 1995, (1916).

⁵¹⁶ *Ibid.*, p. 234.

⁵¹⁷ Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957, p. 239.

« lieux images » sont utiles pour la production de processus d'identification. Dans le cadre de la conception de tendances, les « lieux images » sont des combinaisons d'échantillons textile, de « couleurs locales » et d'images (collectées dans des magazines ou produites en interne) construisant des « ambiances » dites « sociologiques » ou « culturelles » (univers signifiant, visuel et textuel). Grâce à ces « lieux images » opératoires, les concepteurs de tendances *traduisent* à la fois les productions industrielles « nouvelles » et les « profils » des futurs usagers : le cahier de tendances est ainsi un vecteur, un support réticulaire. Mais, avant d'entamer une analyse plus détaillée du processus de construction des espaces d'« expérience commune », propices à des processus d'identification, il convient d'abord de mieux définir la posture des concepteurs de tendances.

c- Le métier du « marketer » ou le jeu du « nous » : posture de départ et processus d'identification

La méthodologie transversale au secteur des tendances est donc le marketing : discipline vaste et en constante évolution, dont *nous* avons pu considérer la « naissance » avec Edward Bernays, quels en sont aujourd'hui les axes, les méthodes, les enjeux et les questionnements ? D'abord, il est nécessaire de contextualiser brièvement la construction de la discipline : c'est Wroe Alderson qui annonce par ses travaux la formation du « marketing » en 1957, dans un contexte de croissance et de boulimie de consommation, l'objectif étant alors d'analyser les marchés de masse dans le but de vendre les produits de grande consommation. Dans les années 1980, la consommation est devenue plus instable : l'analyse s'est affinée au niveau de la consommation et de « nouveaux » secteurs ont été introduits officiellement par le marketing, tels la politique, les associations ou les domaines culturels. Puis, dans les années 1990, une logique nouvelle s'est instaurée, le marketing s'est sectorisé en vue des différentes spécialités (concomitantes aux « terrains » d'activité potentiels) : actuellement, plusieurs définitions existent donc et sont différentes selon les secteurs auxquels le marketing s'applique. Plusieurs logiques sont aussi répartissables selon le stade d'intervention (processus conçu en termes de programme, avec des phases préétablies), par exemple, le « marketing de lancement » est différent du « marketing de soutien » (dans ce cas, le produit est déjà existant). La démarche globale du marketing peut cependant se diviser en trois étapes : la première correspond à l'*analyse* du marché et de l'environnement (études qualitatives et quantitatives) ; la seconde est *stratégique*, elle étudie quel public sera

« touché » par le produit, quel positionnement établir et quelle image donner du produit ou de l'entreprise ; la dernière est *opérationnelle*, elle correspond à la communication du produit (publicité et mise en place du produit, de son prix et de sa distribution). La logique du marketing est donc de concevoir des stratégies permettant de transformer un produit afin qu'il semble « répondre » aux attentes du consommateur. Afin de valider l'argument selon lequel le marketing fournit aux entreprises des « profils » (panels de demandes présupposées), il établit un « schéma d'investigation » : rassembler et interpréter les informations afin de « définir une structure » et de typer « l'évolution » de la demande, par le biais d'une étude de marché (consistant à effectuer des statistiques). Puis, la démarche consiste à construire une représentation des clients actuels et potentiels (par une segmentation du marché) et de la concurrence. Le développement d'une ou plusieurs offres « adéquates » et rentables permet en finalité de concevoir une action commerciale pour accéder au marché.

De plus, inscrite dans une démarche globale, le marketing comme discipline n'a pas de traduction en français, ni en aucune autre langue, son nom est le même à travers le monde. Pour argumenter sur cette particularité, en interne, les « spécialistes » de cette discipline la qualifient d'intraduisible car elle correspond, selon eux, à :

[...] à la fois une méthodologie, des techniques, un processus, des pratiques, des théories, une « science » sociale, une fonction dans une organisation, un « art », un esprit, une « philosophie » à l'intention de l'entreprise et des acteurs sociaux.⁵¹⁸

Autrement dit, elle se définit comme « producteur de sciences, de savoirs et de techniques », lesquels étant les seuls à être adaptés à la « société de consommation » ; pensée unique, elle règne sur le « faire » de la culture de marché et insiste sur son adaptabilité à l'individu : en interne elle manipule autant ses « disciples » que les usagers de ses méthodes. Dans l'usage courant, le marketing se définit comme étant un ensemble de techniques et de méthodes : sa traduction est dans ce contexte « commercialisation » ; deux autres vocables sont aussi proposés, « mercatique », correspondant à l'étude théorique et générale de la commercialisation, et « marchéage »⁵¹⁹, signifiant la technique d'application des pratiques. Néanmoins, ces termes ne sont pas adoptés par les praticiens, lui préférant le terme

⁵¹⁸ Gilles Marion (sous la direction de), F. Azimont, F. Mayaux, D. Michel, P. Portier et R. Revat, *Marketing mode d'emploi*, Paris, éditions d'Organisation, 1998, pp.1-8.

⁵¹⁹ Le terme « marchéage » est la traduction d'un type particulier de marketing : le *marketing mix* dont les démarches sont de définir la demande, la segmentation du marché et le ciblage au sein de la segmentation. Ainsi, le *marketing mix* est *a priori* différent pour chaque segment ciblé.

anglophone plus adapté à l'internationalisation de leur pratique : parler la même langue contribue à effacer le dit phénomène d'« altérité ». De plus, en interne, le *marketer* se donne comme premier objectif de préserver la position concurrentielle à long terme, par une bonne qualité de l'« image » – soit, la représentation la plus formelle d'une marque, en terme d'identification marketing – et le maintien du niveau des profits. Son but est donc d'articuler les contraintes et les informations quotidiennes avec les tendances et les ambitions sur une période la plus longue possible. Un des prétendus « phénomène » à analyser par le « marketer » est ce qui est nommé en interne l'« indice », ce qui signifie que si le vendeur repère chez le client des « signaux faibles » (soit un désintérêt pour la marque concernée), il doit en référer à ses supérieurs car cela démontre que la stratégie est insuffisante : dans un système « de cause à effet », il suffit de transformer les *effets* pour provoquer de « nouveaux » intérêts... Il existe donc un mythe dans le milieu du marketing, celui du « client roi », dont la « preuve » réside dans les méthodes statistiques : elles fournissent le fondement dit « scientifique » d'une interprétation parcimonieuse et pédagogique modélisant la « mission » de l'entreprise, et permet de légitimer une organisation procédurale aux yeux de ses membres. En d'autres termes, les « marketers » ont construit une discipline entre les « sciences sociales » et la pratique « entrepreneuriale » : leur ambition est de construire un dit « dialogue » entre la production et la consommation, au sein duquel le « marketer » prendrait en main la relation marchande.

Cette volonté de puissance caractérisée s'affirme par l'autodéfinition de la discipline qui s'autoproclame être la seule qui puisse coordonner une chaîne qui emploie des spécificités humaines et industrielles. Autrement dit, le marketing s'emploie à jouer sur le fil ténu entre le « comment assurer des bénéfices conséquents à une entreprise » et le « comment faire croire aux consommateurs que ce qui leur est offert répond le mieux du monde à leurs attentes ». Au fond, tout le jeu consiste à « fictionnaliser » le sujet lui-même afin de lui faire croire qu'il se définit uniquement par la représentation qui en est faite et qui lui est donnée à voir. Dans un jeu de double, simplifié et amplifié par la répétition d'une part et la masse exponentielle d'acheteurs potentiels d'autre part, l'individu se retrouve face à des multiples de « soi » fabriqués et analogues (soit, similaires et non identiques) non rencontrés, ni par l'expérience ni par l'échange et le « faire avec ». Dans ce contexte, des études de marché sont donc établies pour « comprendre » (dans ce contexte, « comprendre » pourrait équivaloir à « définir, dans un processus d'identification ») le groupe d'individus visé, défini comme « cible », afin de positionner un produit déjà existant, le distribuer, le vendre et communiquer ce qu'il

« est » ; soit, lui fabriquer une *identité* d'emprunt, sans tenir compte du processus de sa fabrication (ou, en tout cas, en en gommant certaines étapes). Et, ce qui amène *notre* réflexion de plus en plus près du virtuel, c'est le fait que la démarche de « vérification » (statistiques, enquêtes auprès des vendeurs...) n'est pas obligatoire dans le processus du marketing : les études auprès des clients ne sont pas systématiques, ce qui subsiste c'est l'articulation des « concepts-clés », soit, le « marketing stratégique » (segmentation, ciblage et positionnement), le « marketing opérationnel » (action commerciale mixte) et le « champ concurrentiel » (analyse des forces concurrentielles). Et, la détermination du positionnement se compose de trois étapes procédurales correspondant à « l'intention, le processus et le résultat ». Toutes les trois étant déterminés en fonction d'un regard duel : l'objectif d'assurer une croissance économique à l'entreprise et celui de convaincre le consommateur que le produit répond à l'un de ses besoins.

La « fictionnalisation » du besoin « artificiel » se substitue au besoin dit « naturel », dans le sens où il n'est plus vital au sens biologique (correspondant aux besoins vitaux du point de vue du fonctionnement du corps) du terme mais au sens culturel et sociologique du terme. De plus, sur ce « terrain » l'individu ne se définit pas par rapport à ce qu'il « est » mais par rapport à ce qu'il pourrait « être », processus au sein duquel la question de la volonté n'est plus déterminée en fonction de la croyance en un destin et d'une certaine forme de *nature*, mais plutôt en fonction d'une fiction de liberté (et, *a posteriori* d'authenticité), sous-tendant une « fictionnalisation » de la notion de *diversité*, et donc, du « réel ». Ainsi, la question de ce qui « fait société » mérite d'être soulevée, comme construction de formes nouvelles de « sujets collectifs » : dans ce contexte, la question de la *relation* ne se pose pas en terme de relation entre « soi » et l'« autre », mais est substituée par la fiction d'une équivalence entre « je » et « nous »⁵²⁰, propre à la réflexion prospectiviste. La particularité d'une telle fiction est qu'elle participe à la construction du « phénomène » de globalisation puisque ce qui est compris comme « intime » répond déjà à des codes socioculturels, le « je » n'étant qu'un « commun à tous », non construit dans la relation mais « fictionnalisé » avant même d'*être* « je », au profit d'un « être nous » [procréation issue d'une considération de l'individu inséparable d'un groupe prédéfini auquel il appartient] pour la formation d'une « pensée commune » gommant les particularités.

⁵²⁰ Cf. Josée Landrieu, *Regards de « je-nous » engagés dans la mondialité*, (in) Jean-Éric Aubert, Josée Landrieu (coordonné par), *Vers des civilisations mondialisées ? De l'éthologie à la prospective*, La Tour d'Aigues, éditions de l'Aube, Colloque de Cerisy, 2004, pp. 251-257.

Dans ce contexte, le marketing, motivé par une volonté de puissance, s'auto construit et fonde sa méthode en tentant de répondre à ces questions de départ (en interne) : quelles sont les offres existantes ? Comment sont-elles distinguées ? Quels sont les attributs déterminants des choix entrepris ? Comment se situent les différentes offres ? Quelle est la position pour l'offre de l'entreprise ? Quels sont les attributs à privilégier dans la communication ? Et, quelle campagne de publicité adopter ? Toutes ces questions témoignent des ambiguïtés intrinsèques à la discipline : la « notion de positionnement » est centrale dans la discipline et correspond à anticiper la durée du processus d'identification au cours duquel le client aura investi des représentations [jusqu'à les définir comme appartenant à son expérience personnelle] déjà présentes sur le marché. Autrement dit, ce n'est pas la demande ou le besoin qui est anticipé mais plutôt le temps nécessaire à ce que ce besoin devienne « vital » pour le consommateur. Cette manipulation se joint à un travail de comparaison, comme fondement de la « notion de positionnement », où le jeu consiste à se situer par rapport à une concurrence.

Et, dans toute manœuvre stratégique, les choix délibérés et intentionnels se combinent avec des présupposés phénomènes dits « émergents et incontrôlés » : la discipline travaille sur la concordance d'une représentation « convenable » de la position perçue et la définition « claire » d'une position visée réaliste, considérées comme « outils » qui ne peuvent néanmoins pas garantir la réussite de la mise en œuvre. Prenant en compte le potentiel incontrôlable de tous ces paramètres et donc une prise en compte du *hasard* – dans ce qu'il sous-tend d'imprédictible –, le marketing s'emploie, non pas à l'instituer dans son processus, mais à convaincre son auditoire (l'entreprise, puis les consommateurs, soit, l'ensemble de la population du point de vue de la culture de marché) de son inexistence. Pour cela, il procède à une nouvelle « simplification » de son « terrain » (soit, à en gommer de nouvelles « irrégularités ») et détermine ainsi deux « variables clefs » : la *nature* des acteurs en présence (individus ou organisations) et la *nature* de l'objet de l'échange (biens ou services), pour les définir comme entités [plurielles] « stables » et « homogènes ». Le champ des produits de grande consommation est alors constitué par l'échange de biens entre un fournisseur et un individu. Le marketing s'adosse à l'un de ses principes majeurs pour définir cette « réalité » qu'il appelle « le client » ou « le consommateur » : la recherche, par chacun, de son intérêt. Au fond, ce qui importe n'est pas que les théorisations du marketing soient vraies ou fausses, mais qu'elles soient convaincantes (la forme de la discipline étant en accord avec son objectif premier).

De plus, le marketing est solidaire d'une dynamique peu susceptible de s'affaiblir : celle de la production scientifique contemporaine qui, à la demande des multinationales, suscite en permanence le changement technologique et l'apparition de nouveaux produits. Les enjeux concurrentiels résident alors à orienter le développement scientifique et technique vers la création constante de nouveaux besoins. Ainsi, toujours pour justifier une volonté de puissance, selon Gilles Marion, il est institué que tant que le principal rôle de la « science contemporaine » est de servir l'économie et de permettre à une entreprise de rester en tête, le « marketer » aura du travail. Et, c'est alors que surgit le rôle transversal du « marketer » qui consiste avant tout à *traduire* : lorsqu'il s'efforce de transformer un concept en un ensemble de caractéristiques matérielles et d'énoncés publicitaires, il effectue déjà une *traduction*. Et, il y a aussi *traduction* lorsque le designer transforme les qualités formelles et tactiles d'un objet, ou lorsqu'un ensemble d'actes de services est lié par un concept fédérateur. Ainsi, deux pratiques (postulats centraux et indissociables dans la méthodologie du marketing) engagent et déterminent la posture du « marketer » : la rhétorique [méthode consistant à convaincre son auditoire, construire une *fiction* autour d'une autre fiction pour échapper à l'analyse, au *blanc*, au non-sens, à l'« incontrôlable »] et la *traduction*.

d- Les substituts opératoires du marketing : *traduction de synthèses* et systématisation sémiologique

Le « marketer » se définit comme *traducteur* lorsqu'il parle de son travail : il « traduit » lorsque, en vue de promouvoir un objet ou une marque, il définit des mots clefs et met en avant ce qui lui semble le plus vendeur pour un contexte donné. « Traduire », pour un *marketer*, correspond à mettre en relation le champ des signifiés et des signifiants identifiés. Soit, à combiner les « saillances » formelles d'un objet associées à des « types » (modèles « psycho sociologiques ») modélisés en fonction d'une ou plusieurs cibles prédéfinie(s) (à un moment et dans un lieu donnés, des profils (structures) « socioculturels » sont déterminés) et à les nommer selon les mots clefs qui y sont rattachés. Au sein de la discipline et du point de vue de la méthode, le « *concept de traduction* » (terme utilisé sur le « terrain » du marketing pour interpréter la construction des objets et des énoncés) reprend les travaux des sociologues Michel Callon et Bruno Latour (années 1980) qui le définissent comme une « science en train

de se faire »⁵²¹. Celle-ci correspond à l'activité scientifique qui résulte d'un processus de construction aussi bien sociale que technique, dans lequel les scientifiques sont plongés dans des controverses et où ils fonctionnent en collectif et doivent composer avec des instruments et des objets techniques qui échappent aux scripts imaginés par leurs concepteurs et dont les variations redessinent, à leur tour, de nouvelles connexions. Autrement dit, le « concept de traduction » correspond dans ce contexte à l'élaboration d'un métalangage indépendamment du concept de départ mis en place par le designer lui-même et des techniques qui ont permis de fabriquer l'objet.

Le marketing définit la notion de *traduction* en relation à des modèles « clefs » empruntés à la sociologie, au sein de laquelle elle est indissociable d'une dite « théorie de la traduction » ou « théorie de l'acteur-réseau » : le contexte est celui d'un système « de cause à effet ». Ainsi, pour Michel Callon et Bruno Latour, le réseau est une « méta-organisation », rassemblant des humains et des « non humains » en interaction, qui permet de fédérer des catégories comme la « sphère d'activité », l'*institution* ou l'*organisation*. Pour reconstituer le réseau à partir des éléments parcellaires qui sont déduits de l'« observation », au lieu de découper les problèmes qui le concernent en « tranches », ils suggèrent de chaîner toutes les *entités* qui y participent. Selon cette approche, la notion de *traduction* sous-tend l'existence d'un paramètre opératoire nommé l'« actant » : celle-ci s'inscrit dans le projet d'analyse symétrique des actions et des déterminations que les « actants » (êtres vivants ou choses, considérés dans leur imbrication au sein d'un système dont le programme peut être défini) entraînent par leurs « inscriptions » (ou « participation active ») dans des situations. Un « actant » se définit alors selon sa faculté à agir et/ou avoir une intensité dans le déroulement de l'action : il s'agit d'acteurs, d'organisations, d'objets et/ou d'entités dites « métaphysiques ».

La notion d'« actant » permet au « socio marketer » de considérer de la même manière les humains et les « non humains » [entités stabilisées], afin de les modéliser sans prise en compte de leur complexité : c'est une sorte de « synthèse » de l'individu dont il est question, simplifiante elle est opératoire au sein d'une discipline dont l'objectif est de *programmer* les « modes de consommation » (soit, les usages) à venir. Ainsi, ce ne sont plus les actes qui sont isolés mais les acteurs (ou objets / contextes) eux-mêmes qui sont parcellés : cette théorie permet au « marketer » d'analyser le « corps social » (comme « phénomène » aux prises d'un

⁵²¹ Cf. Bruno Latour et Michel Callon, *La science telle qu'elle se fait*, Paris, éditions de La Découverte, 1991.

système programmable) de manière séquentielle, par le processus de segmentation. Le marketing investit la sociologie dans ce qu'elle propose une compréhension de l'individu dans sa relation à la société, soit, dans l'ensemble de ses « expériences communes. » La notion de réseau n'est alors investie qu'en termes d'outil permettant de considérer l'interrelation entre les « actants » et les actes : il est alors possible de manipuler ces derniers, en influant des mouvements de consommation. Dans ce cadre, le « concept de traduction » découle de cette mise en relation [programmée] : il consiste à relier des énoncés et des enjeux *a priori* incommensurables et sans commune mesure, et, établit un lien entre des activités hétérogènes afin de rendre intelligible le réseau. L'ouvrage *Marketing mode d'emploi*⁵²² (sous la direction de Gilles Marion) apporte un complément à la notion de *traduction* – utile aux « terrains » du marketing et de la sociologie : il faut entendre non seulement le passage d'une langue à une autre [dans ce contexte, de la « langue » technique à la « langue » commerciale, ou l'inverse], mais aussi le passage d'une substance de l'expression à une autre, des mots à l'image ou à la forme, de la matière à la couleur ou aux mots, ... Ici l'opération de *traduction* s'établit selon une mise en correspondance de représentations, dans un système (et les productions qui en découlent) qui pourrait être aisément analysé d'un point de vue sémiologique [comme « science des formes, [...] étudiant des significations indépendamment de leur contenu »⁵²³ ; le « signifiant » étant « l'image », le « signifié » étant le « concept » et le « signe » leur rapport, soit, la « matérialité » de leur mise en relation en quelque sorte]. En effet, sur un tel « terrain », il n'y aurait pas de risque que quelque sens puisse échapper à une telle analyse puisque la conception s'établit dès le départ à partir de « saillances » ponctionnées « de ci - de là » [dialectiquement et indépendamment des processus de leur construction], selon une acception systémique « de cause à effet » [sous-tendant la possibilité d'édicter un programme, soit, sous-tendant la *possibilité* (hypothèse comprise comme une « valeur sûre » pour le marketing) de *prédire* (là encore, *pourrions-nous* dire « pré-dire » dans le sens où le « dire » adviendrait par le fait même d'avoir été énoncé) l'à venir à partir de la connaissance d'un tel système] : un *actant* interagissant de manière codifié avec un autre pour arriver à un résultat répertorié en amont.

Une telle définition des notions de *réseau* et de *traduction* sur le « terrain » du marketing se donne en réponse aux enjeux préexistants cette discipline : le système économique de l'offre et de la demande fait écho à l'analyse phénoménologique, de la cause à l'effet. Les

⁵²² Cf. Gilles Marion (sous la direction de), *Marketing mode d'emploi*, Paris, éditions d'Organisation, 1998.

⁵²³ Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957, p. 218.

« concepts » de départ et les enjeux ne sont donc pas remis en question ni interrogés selon les deux notions pré énoncées ; en ce sens, le marketing n'est pas une discipline au sens strict du terme (elle n'est pas une construction de connaissance en tant que telle mais investit les théories et concepts d'autres disciplines en tant qu'outils, simplifiés, décontextualisés, et surtout, jamais validés ou invalidés par l'expérimentation) mais d'avantage une « stratégie ». Le processus n'est pas non plus questionné : la théorie de Michel Callon et de Bruno Latour participe au jeu sociologique (repris par le marketing) qui consiste à fragmenter non plus des individus mais des regroupements, au sein desquels l'individu est assimilé à des « actants », à des objets véhiculés de manière plus ou moins volontaire (ou consciente) entre tel et tel acte, comme une boule de flipper. Le parti pris d'une telle distanciation répond à un objectif simple : définir le « sujet vivant » comme interdépendant des « autres » et des choses, en tout point. Cela donne un outil précieux aux « marketers ». Et, comme autre paramètre constant au sein de la méthodologie marketing, il y a un *invariant* opératoire tel que : ce sont les objets qui définissent les besoins. La « culture » est ainsi génératrice de tous les besoins par la médiation des techniques inventées par l'homme, et, le système sociotechnique engendre les besoins en créant les moyens auxquels il recourt pour les satisfaire. De ce fait, la doctrine majoritaire du « marketing management » tente de démontrer qu'il existe un marketing de la demande et un marketing de l'offre, consistant à créer le marché : d'où la notion « d'offre créatrice », conférant à la discipline les pleins pouvoirs sur son « terrain ». Les marchés ne sont donc ni transcendants ni « naturels », ils sont le fruit d'un travail socio-économique ; le produit, quant à lui, est le support de multiples représentations et mises en relations.

Dans ce sens, pour le « marketer », la « valeur » accordée à un produit ne peut pas être la propriété intrinsèque des objets, mais résulte du jugement effectué par le client ; dans ce cadre, elle s'établit dans la relation entre les préférences d'un sujet (le client) et les caractéristiques d'un objet (le produit). Ainsi, comprendre les usages d'un produit c'est montrer de quelle manière l'offre détermine en partie les pratiques et comment les discours et les textes qui les accompagnent façonnent cette « réalité ». De ce point de vue il convient d'apporter quelques compléments, et pour cela d'observer comment le développement du commerce (et, *a posteriori*, de la formation d'une culture de marché) est lié à la sacralisation des textes. Pour cette mise en relation, la conférence donnée par Thierry Gaudin⁵²⁴, lors du colloque de Cerisy

⁵²⁴ Président de Prospective 2100, prônant l'« interdisciplinarité » et dont la méthodologie emprunte de nombreux outils à l'ethno technologie (étude des interactions entre une société et ses techniques).

« Prospective d'un siècle à l'autre (V) »⁵²⁵, posant la question d'une possible « prospective éthologique de la spiritualité et des religions » et utilisant les outils de la méthode éthologique à la compréhension de croyances particulières est pertinente. Selon lui, la mise en relation entre les propagations des religions et les circulations marchandes est repérable d'un point de vue historique ; il articule sa réflexion autour de paradigmes tels que la route de la soie et la propagation du mazdéisme et de l'islam, là où l'écrit prend valeur référentielle pour la comptabilisation des marchandises et de leurs transactions :

On peut sans doute parler d'une « éthologie marchande », pour laquelle les croyances des hommes sont une « matière première » dont les marchands tirent leur subsistance.

[...] Cette « éthologie marchande » comprend aussi nécessairement des techniques pour se protéger des pillages, [...]. On peut alors logiquement supposer que le paysage métaphysique ait été fort différent dans l'esprit de ces seigneurs de la guerre, lesquels se réfèrent aux divinités de la puissance, et chez les marchands, orientés vers la persuasion. D'où la superstition, dans un même lieu, de croyances hétérogènes.⁵²⁶

Mettre en relation les textes marchands et les textes religieux permet de considérer autrement la notion de croyance et, *a fortiori*, la volonté de puissance du travail de prospective. Comment asseoir un pouvoir sinon en écrivant soi-même les « textes sacrés » dictant les agissements de ses contemporains ? Dès lors, la question de la *traduction* se pose autrement, en corrélation avec un contexte où le texte et celui qui l'écrit ne s'adresse non pas à de potentiels croyants mais à de supposées âmes errantes dont les repères sont virtuels. Autrement dit, si l'on considère le consommateur comme un « animal émotif », dont les besoins sont aussi modulables que le paysage de sa subsistance, alors suffirait-il de « fictionnaliser », avec le plus de détails possible, le paysage des marchés au sein duquel lui sera assigné le rôle du « chasseur-cueilleur ». Lorsque cette fiction est opératoire, l'opération de *traduction* relève alors de la construction de schèmes codifiés et identifiables – travail de modélisation –, autrement dit, de « clefs » permettant d'ouvrir les différentes portes proposées dans ce même paysage.

Dans ce contexte, c'est le pouvoir des « esthétiques » (en tant que modèles) et de l'utilité (comme fonction) qui dominant sur les processus de fabrication (savoirs faire, techniques) et

⁵²⁵ Cf. Jean-Éric Aubert et Josée Landrieu (coordonné par), *Vers des civilisations mondialisées ? De l'éthologie à la prospective*, La Tour d'Aigues, éditions de l'Aube, Colloque de Cerisy, 2004, pp. 285-294.

⁵²⁶ *Ibid.*, pp. 290-291.

l'imagination (comme source et, *a posteriori*, comme création). Alors qu'il ne faut pas confondre la « diversité » des marchés et le capitalisme, « l'entreprise multinationale tend à abandonner l'usine, en gardant uniquement les fonctions, services et employés qui lui permettent de créer le monde où la marchandise existe. »⁵²⁷ Le pouvoir de la fonction, et donc de l'action, est tentaculaire dans les méthodes issues du marketing et correspond à des enjeux économiques. Même si dans la prospective économique, depuis la fin des années 1980 – époque dite de la décentralisation –, la « prospective territoriale » a émergé⁵²⁸, la prospective actuelle marque une rupture en empruntant davantage à la prospective originelle dont la méthodologie fut définie par Gaston Berger dans les années 1950 et correspond à l'apparition d'une nouvelle génération, plus marquée par la sociologie, la science politique et la géographie, que par la seule économie. Ainsi, depuis le début du 21^{ème} siècle, une « prospective globale » plutôt que seulement territoriale s'est mise en place, toujours opérationnelle (tournée vers l'action) mais marquée par la volonté de renouer avec la recherche d'une « meilleure compréhension » du monde et de ses mécanismes. Pourtant, au regard de la relation établie entre les méthodes éthologiques et prospectives, la biologie contemporaine (et les considérations cognitives qui l'accompagnent) marque de son sceau l'analyse de l'individu comme « actant » : l'observation des groupes définis par le marketing fait écho à un « naturalisme » moderne, les quêtes dites « instinctives » de survie sont répertoriées dans de nouvelles planches d'images aux lumières diaphanes.

Et, considérant que la prospective contemporaine affirme travailler non pas sur l'anticipation mais sur la compréhension des changements à initier ou à accompagner – autrement dit, engageant là encore la pratique de *traduction* –, le « filtre mystérieux » du discours des tendances concernant l'« intuition » et la « prédiction » sont à considérer de ce point de vue. Si les « concepteurs » de tendances emploient le champ lexical du secret et de l'ombre lors des interviews, comme cela a eu maintes fois lieu lors des entrevues⁵²⁹ réalisées pour cette thèse, soit ils témoignent de leur volonté de garder hermétiques leurs méthodes, soit ils sont caractéristiques d'une certaine forme d'ignorance liée à l'induction : le terme employé

⁵²⁷ Maurizio Lazzarato, *Créer des mondes : capitalisme contemporain et guerres « esthétiques »*, (in) Olivier Assouly (sous la direction de), *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1997, p. 335.

⁵²⁸ Cf. Le compte-rendu résumé de l'intervention de Fabienne Goux-Baudiment, directrice de proGective (Centre privé de recherche et d'étude en prospective) et présidente de la World Futures Studies Federation (2005-2009), lors du séminaire « Figures de prospective » du 1^{er} juin 2005. Le décryptage brut de l'enregistrement a été effectué par Bérine Pharaon, puis remis en forme par Guy Loinger et Patricia Auroy, en concertation avec Fabienne Goux-Baudiment. [consultable en ligne] url : http://www.reperes-oipr.com/html/doc/2007/D_2005_TF5.doc, p. 4.

⁵²⁹ Cf. Annexes 3, 4 et 5.

d'« instinct » traduit un manquement analytique aux étapes charnières du processus de création. Ce qui mérite donc d'être interrogés, ce sont les fondements, les relations, les rouages de ce qui constitue la méthodologie des bureaux de style, en traversant les disciplines qui les forment et les accompagnent.

e- La segmentation du marché ou la définition d'*identités* en tant qu'entités stables : le modèle biologique pour la manipulation de l'« animal social »

Au sein de l'entreprise, le fonctionnement du « nous » ou de la collectivité se réalise non seulement du point de vue juridique, mais aussi affectif de l'investissement humain. Ainsi, si le « nous » se constitue à partir des « je », la personnalité du « je » se construit-il aussi à travers le « nous ». Le moment de l'institution d'une entreprise est conjoint aux processus de reconnaissance dont résultent des êtres collectifs et des organisations (vivantes et mouvantes elles aussi) dont la conscience s'exprime à travers chacun de leurs membres. Le capitalisme (en tant que pouvoir du marché financier sur les entreprises) se définit alors comme une sorte de mécanique de « morts-vivants » qui consiste à couper l'entreprise (être vivant collectif ou « corps social » présupposé) en morceaux vendus séparément aux enchères au plus offrant. Dans cette logique, les processus de reconnaissance (et, *a posteriori*, la conscience des « acteurs ») sont détruits, les relations existantes entre l'individu et sa terre / son outil disparaissent. De cette « fracture matérielle » au profit d'une soumission au calcul économique, naît une mise à distance et donc la nécessité de construire de nouvelles formes d'appropriation des biens. Les acteurs, possédés par une logique intégrée dans leur vie quotidienne, ne remettent pas en question le système duquel ils semblent ne pouvoir échapper. À partir de ce constat, et pour définir la notion de « système » opératoire dans toute démarche prospectiviste, Thierry Gaudin s'appuie sur une conception biologique de l'individu, écho à l'approche Bergsonienne selon laquelle la notion d'*individuation* permet de placer en amont de l'individu un processus : de ce mouvement naît une forme de permanence nommée « identité ». À partir de ce postulat déterministe, il compare [dans une vision s'adaptant à différentes échelles selon un même regard] les processus de formation d'une entreprise (qu'il nomme l'« individu collectif ») et d'un individu aux processus de formation d'une « identité » (celle de l'entreprise) et des organes d'un individu : l'être instituant et institué qu'est l'entreprise « habite les humains, au sens où un acteur est habité par son rôle. Cette présence

de l'institution dans les personnes peut même aller jusqu'à des formes de possession, au sens que les sorciers donnent à ce mot. »⁵³⁰

Ainsi, par une sorte de transfert, l'individu « est » son entreprise (en ce sens qu'il s'identifie au lieu dans lequel il travaille, soit, se définit « par » le « lieu image » que son travail lui évoque) : la notion d'*identité* [« sociale »] est alors, sur le « terrain » de la prospective, indissociable de la notion de *reconnaissance* est ainsi confondue avec le « rôle » emprunté plus ou moins consciemment par l'individu. Dans le fonctionnement réticulaire de l'entreprise ou de la société, le rôle est ainsi assimilé à l'idée d'une permanence et se nomme « identité », en tant qu'axiome indissociable de l'être « observé ». Pour établir une telle « mise à distance » lors de son processus d'observation, Thierry Gaudin modélise sa pensée par des emprunts à la biologie : il s'appuie sur le dit « phénomène biologique » de l'apoptose (ou « suicide cellulaire »⁵³¹) selon lequel la forme de tout organe se construit par le suicide de certaines cellules qui le constituent. Selon cette observation, l'être vivant serait d'abord une seule cellule, s'en suit alors une différenciation de cellules pour former des organes : « la forme des organes s'est donc constituée partiellement par multiplication des cellules, partiellement par suicide et dissolution de celles qui étaient en excédent. »⁵³² La sculpture du vivant procédant par enlèvement de matière, l'être vivant se nourrissant en permanence d'une partie de lui-même. Composite et hétérogène, le corps est fait de cellules éphémères qui naissent, meurent et renaissent continuellement, et de cellules plus pérennes qui persistent parfois tout au long de l'existence de ce même corps : le modèle biologique permet ainsi de définir des cycles « re-connaissables » pour tous, en ce sens il est opératoire en tant que modèle (évinçant ainsi toute expérimentation) dans toute conception visant à construire des espaces de références propices à des processus d'identification.

Aussi Thierry Gaudin utilise-t-il l'observation biologique [définissant que chaque cellule contient un programme suicidaire, inhibé par la réception de messages / signes de reconnaissance lui permettant de vivre] pour argumenter son point de vue au sujet des systèmes régulant les modes de vie en société : de ce regard phénoménologique, il conclut que

⁵³⁰ Thierry Gaudin, *Innovation et prospective : la pensée anticipatrice*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Jacques Perriault, Université Paris X, Nanterre, école doctorale 139 « Connaissance Langage Modélisation », avril 2008, p. 189.

⁵³¹ Au sujet de l'apoptose, Thierry Gaudin renvoie à l'ouvrage de Jean Claude Ameisen, *La sculpture du vivant, le suicide cellulaire ou la mort créatrice*, Seuil, 1999, 2003.

⁵³² Thierry Gaudin, *Innovation et prospective : la pensée anticipatrice*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Jacques Perriault, Université Paris X, Nanterre, école doctorale 139 « Connaissance Langage Modélisation », avril 2008, p. 192.

le « concept de reconnaissance » est intrinsèquement lié au fonctionnement élémentaire de toute vie. Aussi procède-t-il à une *traduction* du « phénomène biologique » [description de la permanence accolée à la nécessité du suicide] pour transposer une compréhension systémique d'un « équilibre global » au sein duquel le « chaos » et la « forme » sont indissociables, autrement dit conjoints. Cela remet en question la pensée Aristotélicienne au sujet de la naissance formelle issue du *kaos* – matière informe, mélange total de toute germe, permettant la naissance du *kosmos* – et remet au centre du débat la compréhension de toute matière comme transformation d' (une) autre(s), évinçant toute acception de « rupture » (autrement dit, sans début et sans fin) : « rien ne se crée, tout se transforme », pourrait-il dire. De cette considération alchimique, la notion d'*identité* n'est non plus une forme stable mais un moment de cette transformation, un « arrêt sur image ». Là où le regard biologique trébuche (et rejoint la quête philosophique de l'origine) c'est sur la fameuse question du commencement des processus de « reconnaissance », du passage d'une matière inanimée à la vie. Pourtant, et paradoxalement, ce même constat permet de sortir de cette « rupture » : comprendre la « reconnaissance » comme concept fractal induit la considération d'une éternelle transformation à plus ou moins grande échelle.

De cette « rupture » pourtant, un commerce fait l'usage : l'« arrêt sur image » est donné à voir comme l'*identité*, signifiant à la fois l'« objet » consommable et le consommateur, indistinctement considérés du point de vue du marketing (empruntant des méthodes « prospectivistes capitalistes ») ; celle-ci est classée, nommée, modélisée. Et, en écho à la conception biologique des cellules, différentes approches collaborent au sein d'une entreprise : une vision approximative du futur pour guider l'action quotidienne ; la mise en place de méthodes d'évaluation et de « prévision » à court terme ; une « prévision » à moyen terme, un plan tous les trois à cinq ans et des plans plus détaillés à court terme (dont ce qui est nommé le « plan de marketing ») ; la simulation de *scénarii* et de plans contingents en fonction de plusieurs versions de « futurs possibles ». Cette partition des différentes approches des entreprises correspond à l'organisation des *tendances* en trois phases, selon un langage similaire pour une *traduction* des usages humains en société [en fonction de la vitesse à laquelle le processus de reconnaissance va naître et mourir] : « le court terme, le moyen terme et le long terme »⁵³³.

⁵³³ Cf. l'Annexe 3 : Interview de Catherine Champeyrol, chargée de développement chez Carlin, Paris, le 19 avril 2002.

Cette notion de cycle dans le domaine du marketing est donc aussi présente dans le domaine de la demande industrielle : un secteur évolue au rythme d'une évolution définie par le progrès technologique et des cycles de consommation déterminant de sa maturité (émergent, en croissance, en maturité, en déclin ou en transition). Cette évolution déterminée par le marketing fait écho au « bio mimétisme » : le modèle de la « nature » est une fiction sûre pour ce qui est d'établir un système de dépendance. Le marketing considère donc que les « lois » inaliénables du marché correspondent aux « évolutions humaines » et que réduire celles-ci à un concept correspond à une considération biologique, et valide / justifie en ce sens leur démarche. Le souffle de la consommation devient dès lors un « besoin vital », le marketing se propose d'y répondre. La notion de cycle de vie des produits schématise l'évolution de la demande, de l'offre et d'un secteur. Selon cette schématisation, tout produit évolue au fil du temps selon un modèle « anthropo-centré » composé de quatre phases : « introduction, croissance, maturité, déclin »⁵³⁴. Ces phases correspondent à la croissance de la demande : « l'indécision, la rapidité, la neutralité et la négativité ». Cette schématisation est utilisée en transversal pour anticiper le comportement des clients et des concurrents, l'évolution du niveau des prix et des profits. Ces « prédictions » entraînent les remplacements de produits. Cette méthodologie ne permet cependant pas d'anticiper le moment du passage d'une étape à l'autre. De plus, il peut se produire qu'un « marketer » déduise, en considérant le système économique fondé sur le modèle de la cause à effet, qu'un produit est en phase de déclin et, dans ce cas, réduise ses efforts sur ce produit, entraînant alors une réelle phase de déclin. Ceci démontre la superficialité d'une telle conception et, en même temps, confirme que la création de besoin par la production est toujours effective même si elle est caduque. De plus, c'est cette conception qui régit l'interaction entre les clients, les produits, la concurrence, les prix, la publicité, la distribution, la promotion, l'objectif général et la fonction.

Une autre partition constitue un fondement de l'approche marketing, c'est la « segmentation de marché ». Celle-ci considère effectivement que l'environnement est constitué de nombreux facteurs (économique, social, culturel, technologique, juridique, etc.) qui s'imposent à l'entreprise et évoluent. Pour simplifier l'approche tout en la ciblant, le « marché » est donc segmenté en terme d'âges, de zones d'habitation (citadines, rurales, méditerranéennes, etc.), de pratiques sociales (secteurs d'activités et « rangs sociaux ») et de concurrents (le marché correspond alors à l'offre). Dans cette approche il est donc présupposé que le marché est

⁵³⁴ Cf. Gilles Marion (sous la direction de), F. Azimont, F. Mayaux, D. Michel, P. Portier, R. Revat, *Marketing mode d'emploi*, Paris, éditions d'Organisation, 1998, pp.462-463.

hétérogène, qu'il est rentable pour une entreprise de répondre à une demande spécifique propre à des « segments » et que la construction d'une communication et d'une action commerciale spécifiques sont les moyens pour accéder à la « cible » : pour que le programme soit viable, l'intérêt est alors de vendre un produit standardisé. La « fragmentation marketing » correspond en ces termes à définir des typologies⁵³⁵ de clients et à effectuer des *traductions* spécifiques de l'offre pour la « cible » visée, voire de proposer de nouveaux produits adaptés aux « cibles » prédéfinies. Le « ciblage » consiste donc à choisir un « segment cible » pour piloter l'adaptation de l'offre à tel ou tel segment ou à la conception d'une offre nouvelle, et à mettre en œuvre une action commerciale adaptée aux attentes et aux comportements spécifiques du « segment cible » visé. L'objectif marketing correspond alors à valoriser les « atouts » d'une entreprise par rapport à la concurrence et de chercher à *identifier* les éléments déterminants que l'entreprise devra conserver. En langage marketing, les « indicateurs » correspondent à la « qualité » (soit, l'ensemble des « atouts » définis, en constituant sa « nature ») du produit, le savoir-faire technologique et logistique, les coûts et la capacité à jouer sur le prix, la maîtrise du mode d'accès au marché, l'« image de marque » et le « savoir-faire » des équipes. Le but de la démarche marketing est alors de chercher dans les « facteurs » peu maîtrisables par l'entreprise les « éléments clés », liés à la demande, à la situation concurrentielle, à la technologie, à l'environnement économique, social et réglementaire. Les « indicateurs » sont la taille de la demande, le volume et la valeur, le taux de croissance de la demande, l'intensité concurrentielle, les prix moyens pratiqués, les mouvements cycliques, la localisation géographique des clients, (...). Bref, tous les paramètres économiques entrant en jeu dans la production et la consommation sont analysés par le « marketer » afin de mettre en place le « plan d'action » le plus adapté au marché prédéfini.

Néanmoins, au sein même du « terrain » du marketing, des limites et des ambiguïtés sont soulevées quant à la segmentation : un segment est une « réalité » construite par le « marketer » qui définit un espace économique fermé qu'il considère temporairement comme stable et indépendant pour simplifier son analyse. Cette construction correspond à l'isolement d'un îlot cohérent dans le « chaos » du marché, pour raisonner en négligeant les échanges et les segments adjacents. Cette simplification néglige le fait que les « frontières » sont sujettes à

⁵³⁵ Dans un système « de cause à effet » (démarche déductive), la combinaison de « types idéaux » permet de structurer une complexité ingérable par un programme, autrement dit, la typologie permet de construire une « réalité » à côté, « abstraite » ; elle est significative d'une posture de « mise à distance » exclusive et exclut l'expérimentation.

se déplacer en fonction de l'offre et de la demande. Aussi les « marketer » affinent-ils la segmentation de plus en plus en adéquation avec la flexibilité du système de production et de commercialisation, et donc sur le seul « terrain » du marché compris comme globalement stable puisque répondant toujours aux mêmes catégories de paramètres. En ce sens, la *tendance* correspond donc à une « micro segmentation » et à une « personnalisation » (nommée par l'anglicisme *customization*) des offres, et sous-tend le recours à la notion de « segmentation situationnelle » [qui signifie qu'un même individu peut se situer dans plusieurs segments] selon le moment ou le lieu. Autrement dit, les représentations (soit, les formes de *traduction*) des mêmes tendances seront différentes selon les situations sociales données, mais ne sous-tendront pas un nouveau processus de conception (accompagnées d'analyses de fond et d'enquêtes). La prise en compte de l'affinité de certains médias spécifiques avec des cibles particulières (multiplication de chaînes thématiques) amène une conclusion de la part du marketing : la consommation des médias révèle un comportement « tribal », un ciblage par affinité aux médias est donc mis en place. Une adaptation de la stratégie de communication correspond à produire des offres pour des groupes d'individus partageant des conduites similaires vis à vis des médias. C'est à nouveau une analyse d'un terrain en circuit fermé qui s'opère.

De plus, la conception de la marque se renouvelle depuis peu. Du simple signe, système fédérant un ensemble de produits et de services, elle devient un système identitaire – ou plutôt, propice aux identifications. L'entreprise cherche donc à construire un « territoire imaginaire » spécifique aux offres qu'elle propose, c'est alors le bureau de style qui permet de *traduire* ce territoire sous forme de planches de tendances (opération particulière de *consulting*). Dans ce sens, chaque produit devient un attribut de la marque (et non plus le contraire) pour chaque mode et luxe (tel Hermès). La plupart des entreprises servent divers segments de marché au moyen de plusieurs produits et déploient leurs activités dans divers champs concurrentiels. La « segmentation stratégique »⁵³⁶ vise alors à repérer les activités dans différents champs concurrentiels : cette « diversité » complique le raisonnement par moyennes effectué habituellement par les « marketers ». L'objectif principal de la « segmentation stratégique » consiste alors à repérer les activités pour lesquelles une stratégie spécifique devra être développée. Celle-ci est différente de la « segmentation marketing » : au-delà du repérage des segments de marché (nommés « segments cibles »), elle vise à mettre les ressources et les

⁵³⁶ Cf. Gilles Marion (sous la direction de), F. Azimont, F. Mayaux, D. Michel, P. Portier, R. Revat, *Marketing mode d'emploi*, Paris, éditions d'Organisation, 1998, pp. 447-448.

compétences de l'entreprise en avant, en fonction de la « nature du marché » auquel elle s'adresse. Le premier objectif du marketing est de permettre une analyse concurrentielle pertinente : chacun sert un marché délimité, ce découpage permet de comparer ses performances et de faire coïncider le système d'information avec le découpage effectué. Puis, son but est de développer un avantage concurrentiel vis-à-vis d'un « segment de clients », à partir des « facteurs clés de succès » (définis selon le nombre de ventes et identifiés comme étant des « sources de valeur » pour les clients), en faisant abstraction de l'entreprise. Et, le second objectif est d'organiser l'entreprise en « unités stratégiques » coïncidant avec un « sens » prédéfini en regard du marché : la « structure organisationnelle » s'adapte à la « segmentation stratégique ». Concrètement cette dernière amène les notions de couple « produit – marché » et la triade « technologies – applications – groupes d'acheteurs ». Cette partition est effectuée dans la démarche stratégique des bureaux de style, comme dans la plupart des entreprises : une « identité » est construite en fonction du (des) marché(s) majoritairement ciblé(s), l'organisation interne et l'« image » globale sont alors transformées en fonction de celle-ci.

La « segmentation marketing », quant à elle, a pour objectif de définir la pluralité d'offres et d'actions commerciales (la publicité, par exemple) nécessaires à l'approche des différents groupes de clients. Les choix et les actions du « marketer » conditionnent alors le résultat de l'ensemble : la « dimension culturelle » doit être, dans ce cadre, définie (grâce à une typologie définie par le marketing). Pour un même niveau de vie, des types de consommation sont alors définis et structurés en fonction de « modes de vie » eux-mêmes définis selon les actes de consommation repérés et les offres du commerce et des médias disponibles. Ainsi, les « tendances transnationales » liées à des « styles de vie » internationaux et les processus de la mode s'opposent à cet « ancrage culturel » prédéfini en vue d'un territoire : ces processus sont accélérés par l'audience internationale de certains médias et la mobilité grandissante des consommateurs. Aussi la mondialisation des échanges ne suscite-t-elle pas seulement plus d'homogénéité, elle provoque aussi un retour au « local », défini sur ce « terrain » comme l'articulation opératoire de différentes *tendances* (mouvements de consommations et « synthèses » comportementales en relation à une société donnée), se nourrissant mutuellement.

Le marketing se voit contraint de constater l'accélération du rythme du changement mondial qui contribue au raccourcissement du cycle de vie des produits, et des disparités grandissantes

du pouvoir d'achat d'un pays à l'autre (et à l'intérieur d'un même pays), qui participent à l'émergence de styles de vie transnationaux. De plus, la recherche de repères locaux et de « racines », qui se manifeste par le goût pour des produits et des pratiques régionales et nationales, est repérable. Les tendances à l'universalisme ou à la généralisation qui accompagnent la mondialisation nourrissent, en même temps, le regain des dit « phénomènes communautaires » : nommés « clan, tribu » (terme repris communément au sein des bureaux de style) ou « bande », par exemple. Ainsi, le marketing part du postulat qu'il y a une « fission », suscitée par le sursaut des « identités » (localisation de processus d'identifications et définition des « saillances ») et des particularismes locaux, qui répond à la « fusion » planétaire engendrée par les entreprises et les marques mondiales. Les « variations de goûts » sont un des facteurs du processus de mondialisation : des forces puissantes sont exploitées par les « marketers » pour rationaliser l'action de nombreux marchés évoluant vers une globalisation.

Cependant, les organisations sont aussi influencées par l'héritage culturel et historique propre au marketing et au management d'entreprise. Une analyse comparative a été établie en 1989 par Christopher A. Barlett et Sumantra Ghoshal sur les entreprises européennes et japonaises : les premières sont alors le plus souvent des fédérations largement indépendantes – modèle « fédératif décentralisé »⁵³⁷ et stratégie multinationale – et les secondes ont donné naissance à un système « rayonnant centralisé »⁵³⁸ où le contrôle est étroit et les décisions centralisées. Cet exemple démontre que les stratégies internationales sont caractérisées en fonction de l'ensemble de ces éléments. La complexité de la mondialisation amène néanmoins des doutes au regard du fonctionnement habituel du marketing. L'homogénéité tant redoutée et perçue comme l'aboutissement inaliénable de la mondialisation semble toutefois être un leurre même si de nombreuses entreprises apprécieraient cette simplification. En effet, la prolifération des modes de communication et l'évolution grandissante de la technologie sont des facteurs d'hétérogénéité : chaque individu est désormais de plus en plus à même de créer et de consommer ce que bon lui semble. En regard de ce leurre, la méthodologie de « segmentation marketing » peut elle réellement subsister en considérant la multiplicité et la complexité grandissantes de ce qu'ils nomment les « segments cibles » ?

⁵³⁷ Cf. Gilles Marion, *op.cit.*, pp. 484-488.

⁵³⁸ *Ibid.*

Une autre *fiction* qui se joue en trame de fond dans les reconsidérations méthodologiques en marketing est que la « révolution de l'information » augmentera certainement le nombre d'individus qui travailleront chez eux. Cette fiction anticipée pose aussi problème aux « marketers » dans le sens où cela exige que la communication des entreprises se renouvelle souvent et soit toujours à la pointe de ce qui se passe ailleurs. Cette réalité du marché pose un problème au niveau de la démarche même du marketing, aussi en interne, les questions suivantes se posent-elles : comment la simplification de l'action commerciale par la segmentation de marché peut-elle être maintenue dans un contexte d'internationalisation ? De quelle manière les marchés peuvent-ils être ciblés en tenant compte de l'ouverture des frontières entre cultures, mais aussi sexe, âge, milieu social, etc. ?

Afin de mieux comprendre le processus de conception de tendances tel qu'il s'établit au sein des bureaux de style, il importe de considérer de quelle manière la discipline du marketing définit les « styles de vie », autrement dit, le « corps social » partitionné selon ses modes de consommation. Sur le « terrain » du marketing, des recherches sont faites sur ce que l'on nomme « styles de vie » : des organismes ont été créés dans les années 1980 dans ce but, à l'international. La COFREMCA, la CCA et le CREDOC, pour la France et le HILL et le *Sogokenkyusku*, pour le Japon⁵³⁹ : celles-ci conçoivent des représentations simples des tendances actuelles et modélisent les pratiques des différentes consommations. L'entreprise peut ainsi s'appuyer à la fois sur les différents « courants socioculturels » ainsi prédéfinis, ainsi que sur des critères économiques et démographiques « classiques ». Cependant aujourd'hui les critères habituels d'âge ou de sexe ne suffisent plus au marketing pour cerner la clientèle, d'où la nécessité de créer de nouvelles approches sur la consommation ; d'où la nécessité d'emprunter à la sociologie de « nouveaux » modèles opératoires : la pensée de Jean Baudrillard est alors efficient dans cette emprunt, lequel définit que « l'individu recherche son identité personnelle et son image au milieu de la multiplication sociale des modèles »⁵⁴⁰. Mais le concept opératoire en marketing de « style de vie » renvoie d'abord à l'idée d'une « nature humaine » comprenant la notion d'*habitus*⁵⁴¹ énoncée comme telle au départ par Aristote.

⁵³⁹ COFREMCA : Compagnie française d'études de marché et de conjonctures appliquées. CCA : Centre de Communication Avancée. CREDOC : Centre de recherche pour l'étude de l'observation des conditions de vie. HILL : Hakuhodo Institute of Life and Living. *Sogokenkyusku* : Institut de recherches générales. Ces deux derniers ont été créés par des agences de publicité. Cf. Pierre Valette-Florence, *Les styles de vie, Bilan critique et perspectives*, Paris, éditions Nathan, 1994.

⁵⁴⁰ Cf. Jean Baudrillard, « Naissance et influence des modes », *Restons simples*, n°2, 1986.

⁵⁴¹ La notion d'*habitus* selon la conception marketing correspond cependant d'avantage à une approche sociologique : « *habitudes et attitudes socialement acquises sous tendant et prédéterminant partiellement les façons de penser, de sentir et d'agir de tout individu.* » Cf. Stratégor (collectif), chapitre XVII, « L'identité visible : la culture d'entreprise », 1988, pp.408-428.

L'*habitus*, tel qu'il était alors défini, permettait de caractériser les manières d'être, la façon de vivre, le statut et le caractère de l'individu : Théophraste décrivait trente profils psychologiques de son époque. Différents travaux ont ainsi repris cette acception dans le domaine de la sociologie et de la psychosociologie, au sein desquelles les « styles de vie » ne sont pas seulement déterminés par des critères démographiques ou économiques : les centres d'intérêts, le goût, le niveau d'éducation et l'adhésion à certaines valeurs morales sont aussi pris en compte. La diversité des travaux en sciences sociales explique la variété des définitions utilisées en marketing : mais, dans quelles limites ces concepts sont-ils investis ? Et, dans quelles mesures permettent-ils une « proximité individuelle » ?

Cinq analyses sont repérables dans la méthodologie du « marketer » : celle des produits et des services – où la consommation est le « reflet » (soit, l'indice) du « style de vie » (l'individu se définit par ce qu'il consomme) ; du système de valeurs ; des traits de personnalité et du concept de « soi » ; des attitudes et des activités propres à une classe de produits ; des flux socioculturels et des valeurs sociales. Cette dernière analyse est plus générale que les approches de type AIO⁵⁴² : le concept de « style de vie » correspond à la résultante globale du « système de valeurs » accordé à chaque individu, de ses attitudes et activités, et de son mode de consommation. Pour déterminer les dites « valeurs », le marketing fait appel à différentes disciplines [dans certaines mesures, selon une approche utilitariste de certains concepts clés en éludant les processus de leur compréhension] : la philosophie, l'anthropologie, la sociologie et la psychologie⁵⁴³. C'est une approche dite « interculturelle » en interne qui se dessine : discipline ayant comme objectif d'adapter le marketing des produits en fonction de la « culture de marché » ciblée. Dans ce contexte, l'étude des relations interculturelles a comme objectif de dépasser (autrement dit, de gommer) les différences – comprises comme sources d'obstacle à la communication – pour créer un nouvel espace d'interaction, composé de nouveaux codes culturels, pour la construction d'une « expérience commune ». La notion de « mixité » est repérable dans le discours marketing : le mélange n'est pas celui de l'ordre du *divers*, mais plutôt celui des « lieux communs ». En ce sens, lorsque le marketing s'approprié des méthodes anthropologiques pour définir les dites « valeurs », il utilise des modèles construits par la pensée structuraliste : « observation » et définition de « structures

⁵⁴² AIO : « Activité, Intérêts, Opinions », étude du comportement de l'individu qui consiste à définir des « variables psychologiques » de la personnalité (prise en compte des « composantes psychiques » des personnes, leur perception d'elles-mêmes ainsi que l'environnement social et économique dans lequel elles évoluent), analyse américaine fonctionnant sur le système d'enquêtes permettant de segmenter le marché.

⁵⁴³ Pierre Valette-Florence, *Les styles de vie, Bilan critique et perspectives*, Paris, éditions Nathan, 1994, pp. 28-33.

culturelles » en fonction des modes de vie. L'approche de chaque « culture » ne se fait que par une étude systématique des motivations et des valeurs institutionnalisées : aussi le marketing reprend-t-il les travaux de l'anthropologue Florence Kluckhohn, en 1950, laquelle considère les « valeurs » comme étant structurées, les « dominantes » (soit, des « saillances ») permettant de conférer un « statut » et un groupe social de référence ; l'individu étant soumis au « système de valeurs » et aux normes de la société dans laquelle il évolue, aussi ses considérations rejoignent-elles celles des sociologues lorsqu'ils considèrent que les « valeurs » sont déterminantes pour les buts et les finalités de l'existence individuelle.

Des méthodes issues de l'anthropologie culturelle sont donc utilisées par le marketing, dont les principaux modèles sont des chercheurs américains, desquels l'objectif central est de mener une analyse comparative du social en tant qu'il puisse être appréhendé à travers les comportements particuliers des membres d'un groupe donné⁵⁴⁴. Ce qui est comparé ce sont les façons spécifiques – en tant qu'hommes et femmes d'une culture donnée – de penser, de parler, de se rencontrer, de travailler, de se distraire et de réagir à l'égard des événements ritualisés (naissance, mort, etc.) Si tentée puissent-t-elles suffire à définir la notion de « culture », l'anthropologie culturelle étudie les caractères distinctifs des conduites des individus appartenant à une même « culture » : l'anthropologue définit ce qu'il repère comme commun au groupe qu'il observe en résonance à ce qui se différencie de ce qu'il connaît comme comportements donnés au sein de son propre groupe. Par la méthode comparative de deux groupes ne vivant pas dans le même contexte et l'analyse de validation d'une telle comparaison, la relation est évacuée de la compréhension de l'individu dans son contexte. De plus, cette discipline permet avant tout de mettre l'accent sur la particularité de ce que l'individu *doit* à la société à laquelle il appartient ; une faille est donc repérable dans cette méthode : l'individu est indéfinissable hors de *son* groupe social. En quoi définir un groupe permettrait-il de mieux définir un individu ? Autrement dit, en quoi l'ajout d'un filtre et d'une fiction supplémentaire permettrait-il de mieux saisir un objet ?

Les apports sociologiques correspondent quant à eux aux travaux s'étalant entre la fin du 19^{ème} siècle et les années 1970. Ce que le marketing retient de cette discipline se sont les modèles opératoires tels que les individus génèrent des « valeurs » en fonction de situations

⁵⁴⁴ François Laplantine, *L'anthropologie*, Paris, éditions Payot et Rivages, 1995, p. 116.

sociales. Ces « valeurs » constituent la « conscience collective »⁵⁴⁵ (qui définit les rapports entre les membres d'une société) et définissent le sens et le but des activités. Puis, le « système de valeurs » permet de définir l'« identité » d'un groupe, de fixer des « standards de moralité » et de richesse (niveau social). Dans les années 1970, les orientations psychosociologiques sont aussi prises en compte, mais là encore, le marketing évince les constructions de pensée et décontextualise les modèles qu'il y ponctionne, dans une volonté de simplifier les approches du *divers*, il vulgarise la pensée et fait des outils empruntés des modèles décontextualisés de telles approches. Aussi des tests sur les dites « valeurs » sont-ils mis en place, déterminant majoritairement les valeurs sociales et individuelles, pour un résultat global et représentatif de ces dites « valeurs ». Celles-ci correspondent à l'adhésion des individus à des objectifs permettant de satisfaire des intérêts (individuels ou collectifs) appartenant à onze « domaines motivationnels » déterminés par Shalom H. Schwartz et Wolfgang Bilsky, en 1990⁵⁴⁶. Différents systèmes de valeurs vont suivre, ils s'organisent en tableaux ou selon des axes et des domaines. Par exemple en 1990, Pierre Valette-Florence et Jean-Paul Budillon ont déterminé pour les pratiques sportives des systèmes de valeurs pour les gens pratiquant le deltaplane : les axes s'étaient du « réalisme » au « plaisir » et du « repli » au « dynamisme », des domaines s'organisaient alors au sein de la carte, tels les *militants*, les *décalés* ou les *recentrés*⁵⁴⁷. La typologie propre aux démarches marketing est opératoire à bien niveau : segmenter la « culture de marché », « cibler » les productions industrielles et construire des processus d'identification, pour manipuler les « désirs » des consommateurs.

Dans l'ouvrage de référence en marketing, sur les styles de vie⁵⁴⁸, Pierre Valette-Florence explique que l'influence de la « culture »⁵⁴⁹ (entendue « au sens ethnologique ou anthropologique », selon l'auteur) sur les comportements de consommation est selon le marketing largement reconnue. Il affirme dans son ouvrage que l'analyse des valeurs dites « culturelles » constitue un axe de recherches privilégié par la discipline. Cependant, l'auteur

⁵⁴⁵ Cf. Emile Durkheim, « Communauté et société selon Tönnies », *Revue philosophique*, n° 27, 1889, pp. 416-422. Reproduit in Émile Durkheim, *Textes, 1, Éléments d'une théorie sociale*, Paris, éditions de Minuit, collection « Le sens commun », 1975, pp. 383-390 ; Ferdinand Tönnies (1855-1936), philosophe et sociologue Allemand, père de la sociologie formelle ayant notamment influencé le travail d'Emile Durkheim. Il ne voyait pas la société comme ayant une conscience propre mais comme une interrelation d'êtres humains.

⁵⁴⁶ Les onze domaines sont : l'auto orientation, la stimulation, l'hédonisme, l'accomplissement, le pouvoir, la sécurité, la conformité, la tradition, la spiritualité, la bienveillance et l'universalité. Cf. Pierre Valette-Florence, *Les styles de vie, Bilan critique et perspectives*, Paris, éditions Nathan, 1994, p.48.

⁵⁴⁷ *Ibid.*, p.62.

⁵⁴⁸ Cf. Pierre Valette-Florence, *Les styles de vie, Bilan critique et perspectives*, Paris, éditions Nathan, 1994.

⁵⁴⁹ La notion de « culture » correspond ici à l'ensemble des croyances communes à un même groupe social ; ce qui permet au marketing de définir la dite « identité de groupe », où les croyances répertoriées permettent de définir les dites « valeurs ».

souligne que ces bases conceptuelles sont souvent délaissées au profit d'approches moins *fondées* que sont les inventaires AIO [ce qui permet d'imaginer le paroxysme d'une approche superficielle de la compréhension des « cultures »]. De nombreuses enquêtes sont ainsi établies sur les médias en France, puisqu'ils constituent *a priori* les principaux centres d'intérêt pour les hommes et les femmes : des segmentations par marché sont donc mises en place, selon ce qu'ils consomment ; le système d'identification est nommé « individu » et celui-ci n'est pas considéré comme traversant différents états comportementaux mais est dit « *sensoriel, sociable, inquiet ou indépendant* »⁵⁵⁰ (selon une typologie de type « psycho sociologique »). La « personnalité » (soit, le « profil ») de chaque individu est ainsi identifiée à ce qu'il consomme (par extension, possédé par ce qu'il ingère, il le devient) et vice-versa : dans ce contexte, « comprendre » l'individu c'est d'abord connaître ce qu'il consomme, dans la « culture de marché » la source est confondue avec le reflet, le modèle avec le « réel » au sein duquel il s'est construit, façonné.

f- Des typologies et des modélisations opératoires pour la « culture de marché » : un système d'anticipation.

Aussi l'outil typologique est-il opératoire sur le « terrain » du marketing, en ceci qu'il permet de justifier la structuration d'une *diversité* [à la fois énoncé comme « problème » posé à toute démarche se voulant « scientifique » et comme « instrument de leurs stratégies »⁵⁵¹] et de modéliser des opérations de « capture » [notion de programme] afin de prétendre « anticiper » les « types » d'usages à venir et de donner du sens aux *innovations*. Le marketing emprunte donc la méthode typologique aux « sciences sociales » (dans leurs relations à l'économie et à l'abstraction des données – de type informatique), selon deux « types » de construction : une « abstraite » consistant à définir des « types-idéaux »⁵⁵² et une deuxième « structurante » afin de regrouper des « unités ». La première consiste à construire des cas « "typiques", c'est-à-dire des notions abstraites permettant de rendre compte des phénomènes réels »⁵⁵³ : les « types-idéaux » ainsi formés sont alors considérés comme des « formes pures », c'est-à-dire

⁵⁵⁰ Pierre Valette-Florence, *op.cit.*, p.77.

⁵⁵¹ Isabelle Stengers, « Les éclats de la diversité », (in) Isabelle Stengers, (sous la direction de), *D'une science à l'autre, Des concepts nomades*, Paris, éditions du Seuil, 1987, p. 166.

⁵⁵² Notion empruntée à Max Weber (1864-1920), sociologue et économiste allemand, un des fondateurs de la « sociologie moderne ». Cf. Max Weber, *Économie et société*, Paris, éditions Plon, 1971, (1921).

⁵⁵³ Jean-Pierre Gremy, Marie-Joëlle Le Moan, « Analyse de la démarche de construction de typologies dans les sciences sociales », *Informatique et sciences humaines*, n°35, 1977, p. 19.

« révélant l'unité cohérente d'une adéquation significative aussi complète que possible »⁵⁵⁴ des structures mentales avec ces formes sociales « absolument idéales ». Celles-ci sont des « utopies » obtenues « en accentuant, par la pensée, des éléments déterminés de la réalité »⁵⁵⁵ : modèles abstraits, elles constituent des « tableaux de pensée homogènes » qui fournissent des « objets idéels » de comparaison « extérieurs à la réalité » et par rapport auxquels il est alors possible de situer les « objets réels » dans l'univers des possibles défini par les dimensions retenues *a priori*. C'est dans la combinaison de ces dimensions que sont construits les dits « types-idéaux » : la théorie conçue par Max Weber fixe les « dimensions structurantes » de la description des données (statistiques), qui précède et détermine le travail empirique, de sorte que cette démarche est nettement déductive. Le deuxième type de construction typologie empruntée par le marketing aux « sciences sociales », concerne la nécessité de structurer les « types-idéaux » une fois définis. Aussi la seconde procédure consiste-t-elle à « regrouper des unités autour d'un petit nombre d'entre elles choisies comme noyaux de la typologie (agrégation autour d'"unités-noyaux") »⁵⁵⁶ : elle consiste à opérer une comparaison empirique des unités « observées » et part du présupposé que « la réalité est complexe, mais non indifférenciée, il est possible d'en dégager une partition "naturelle". »⁵⁵⁷ En ce sens, la typologie est un outil propre à une pensée à la fois structuraliste et déterministe, au sein de laquelle l'individu est défini selon le postulat que ses usages sont interdépendant d'un système régi par des « lois », et qu'une fois ces lois repérées il est possible de constituer des classements caractérologiques « communs ».

D'une typologie constitué il est ainsi possible de fédérer des processus d'identification, lesquels (non sans l'aide d'une certaine forme de « manipulation ») « valideront » sans trop de difficulté la « véracité » de telles typologies. Ainsi, pour le marketing, définir des « styles de vie » ont un objectif : fournir (grâce à la définition de structures « socioculturelles ») un « code explicatif » (soit, un système de normes) global listant l'ensemble des comportements individuels (interdépendant d'un groupe) et des « valeurs culturelles » afin de donner les outils nécessaires pour définir des groupes d'individus / « cibles » potentielles des productions à venir. Afin de construire cet « espace de références commun », en 1978, la COFREMCA et Jankelovitch ont mis en place une « étude comparative » des « courants socioculturels » aux

⁵⁵⁴ Max Weber, *Économie et société*, Paris, éditions Plon, 1971, (1921), pp. 17-18.

⁵⁵⁵ Max Weber, *Économie et Société dans l'Antiquité*, introduction de H. Bruhns, traduction par C. Colliot-Thélène et F. Laroche, Paris, La Découverte, 1998, (1909), p. 180.

⁵⁵⁶ Jean-Pierre Gremy, Marie-Joëlle Le Moan, « Analyse de la démarche de construction de typologies dans les sciences sociales », *Informatique et sciences humaines*, n°35, 1977, p. 18.

⁵⁵⁷ *Ibid.*, p. 49.

États-Unis, en France et au Royaume-Uni afin de définir les « tendances actuelles ». Celle-ci se trouve dans l'un des nombreux ouvrages sur / pour le marketing : *L'Encyclopédie du marketing* sur « le comportement du consommateur »⁵⁵⁸, au sein duquel on sont répertoriées l'identification de « courants socioculturels », structurés grâce à une analyse typologique, et une rétrospective d'études de « motivation » anciennes. La CCA, quant à elle, analyse les « déséquilibres sociaux » plutôt que des données passées : elle prétend chercher à connaître les « futurs latents », d'ordre d'avantage « psychologique ». Un diagnostic de deux forces concurrentes est ainsi mis en place pour concevoir les styles de vies, en fonction d'un répertoire donné listant des comportements, des habitudes stéréotypés, et, des « mouvements » (impulsions) modélisés en fonction d'une liste d'attentes, de désirs et d'utopies définies en vue de différentes enquêtes.

Cette méthode suppose l'exclusion du paramètre considérant que les « styles de vie » correspondent à un « courant » d'idées, d'attitudes et de valeurs psychosociologiques en évolution constante, celui-ci prétendu trop global. En vue de ces répertoires comportementaux, trois notions opérationnelles naissent alors sur le « terrain » du marketing : les *flux culturels*⁵⁵⁹, les *socio-structures*⁵⁶⁰ et les *socio-styles*⁵⁶¹. Les « flux culturels » sont définis comme étant des courants généraux en mouvement d'émergences et d'installation sous formes d'attentes dominantes, d'images idéales de produits ou de valeurs utopiques qui en sont leurs manifestations : ils prétendent typer la « culture en évolution », faisant appel à des méthodes qualitatives permettant de définir les « flux socioculturels » les plus caractéristiques d'« évolution » en société. Une typologie des individus – nommée « socio-structure » – est quant à elle constituée grâce à des outils dits « quantitatifs » (statistiques), et est actualisée tous les deux ans⁵⁶². Ces concepts énoncés sont appropriés au sein du processus de conception de tendances, notamment le terme de « socio-style » qui fait partie du langage courant du « terrain ». De plus, la différenciation entre la caractéristique éphémère d'une configuration et la tendance lourde est un paramètre inconditionnel à la méthodologie emprunte dans les bureaux de style.

⁵⁵⁸ Cf. Jean-Marc Lehu, *L'encyclopédie du marketing*, Paris, éditions d'organisation, 2004.

⁵⁵⁹ Flux culturel : reliés aux normes culturels. Tendance macrosociologique lourde, courant dynamique modifiant en nature, structure et intensité le système de valeurs de l'ensemble de la culture (définition établie en 1977 par Bernard Cathélat, fondateur du CCA, dans son analyse des « socio-styles »).

⁵⁶⁰ « Socio-structure » : configuration statique, tranche de vie éphémère définie à un moment donné, dans un espace limité.

⁵⁶¹ « Socio-style » : passage au réel et incarnation des flux culturels en termes de comportements et d'opinions. Concerne le produit ou le consommateur.

⁵⁶² Cf. Pierre Valette-Florence, *Les styles de vie, Bilan critique et perspectives*, Paris, éditions Nathan, 1994, pp.98-109.

Pour ce qui est du CREDOC, il n'utilise pas de questionnaire de type AIO, les modes de vie qu'il définit sont structurés en fonction des relations à un espace dans lequel se déroule la vie quotidienne, des relations au système économique, et, des activités de développement de la personne. La méthode par quotas est utilisée, les « indicateurs » de modes de vie sont sous formes de statistiques d'adhésion à des variables socio-économiques (questionnaires et observation de modes de consommation, d'un point de vue quantitatif). Ce mode d'analyse rejoint les études sur « l'évolution de la structure de l'opinion publique », établie par la presse nationale. Et, un questionnaire de type AIO a été mis en place en 1982, par Cosmas, afin de mettre en relation de manière simplifiée les styles de vie et les modes de consommation. Celui-ci est sans support conceptuel et théorique, il y réside une inadéquation méthodologique. Néanmoins, ce classement de profils de clients selon leur consommation est très utilisé par les entreprises de vente par correspondance. L'évolution des « styles de vie » peut donc suggérer des modifications de stratégie marketing et des transformations formelles au niveau de la communication (médias).

Aussi les systèmes de « valeurs organisationnelles » se coordonnent-ils selon cette typologie, par combinaisons : individus et groupes ; activité et métiers ; croyances, normes et valeurs ; histoire, dont dépendent les mythes et les légendes ; rites collectifs et tabous conditionnant leur développement. Dans ce contexte, la notion de « culture » est assimilée à l'« identité » de l'entreprise, selon des « valeurs organisationnelles » que sont l'*habitus* et le repérage des valeurs opératoires dans le système social. En sociologie, l'*habitus* est la résultante d'un montage social à forte valeur symbolique dépendante de « phénomènes » d'éducation et liée à la position sociale du sujet : pour le marketing, il est le produit de conditions économiques et sociales croisées, et engendre des pratiques socialement déterminées et différenciées. Les styles de *management* et les pratiques des entreprises s'adaptent à l'*habitus* esquissé comme fondement : il constitue le système de valeurs dans l'entreprise et définit son « identité ». De plus, il est pris en considération pour l'identification des nouvelles *tendances* de marchés et le choix des médias. Pour le marketing lui-même cette méthode est critiquable dans le sens où elle fait appel au questionnaire de type AIO (où réside une absence de méthodologie et de conceptualisation) et ne considère pas l'équilibre socio-économique lors du choix des « échantillons » humains, ceci peut donc entraîner une sur / sous représentation des dites « classes ». Selon Pierre Valette-Florence une conception des « styles de vie » doit s'établir en quatre pôles [nouvelle proposition de typologie propre au marketing] : « psychologique » (étude d'individualités), « sociologique » (analyse des structures sociales), « culturaliste »

(étude des « phénomènes » d'acculturation, diffusion et interpénétration des « cultures » entre elles) et « *behavioriste* » (repérage des données économiques et comportementales).

Pour modéliser ces catégorisations, la COFREMCA établit, pour sa part, des études spécifiquement relatives à un produit ou à un « segment de marché » et la CCA utilise une approche à « présentation globale », sous forme cartographique (mise en place du « paysage » « socioculturel » français tous les deux ans). On peut donc définir deux *tendances* au sein des méthodes marketing pour définir les « styles de vie » : l'une allant vers l'internationalisation des études et l'autre employant différents modes d'inventaires que l'AIO habituel. L'ensemble se dirige vers des études « transculturelles » en réponse à l'ouverture des marchés et la mobilité grandissante des consommateurs : une extension des études « traditionnelles » limitées à un pays s'effectue du fait de milieux culturels plus variés (lié au marché européen). Selon Pierre Valette-Florence, le marketing se doit de faire face à ces nouveaux paramètres en suivant l'adhésion aux différents « courants socioculturels » au niveau international, l'objectif est alors, selon lui, de constituer une typologie des « styles de vie » internationale, en la créant de toutes pièces avec l'aide de la CCA, ou en transposant des structures existantes (modélisations de substitution). L'orientation est donc structuraliste et compte définir les « grandes tendances interculturelles » : la segmentation marketing est un fondement qui ne semble pas prêt d'être remplacé... Du moins, tant qu'il sera conçu pour répondre à des objectifs propre à la production industrielle de masse, qui ne peut que tendre à une globalisation efficiente. Or, seule une compréhension de la *diversité* des pratiques locales et des terroirs pourrait redéfinir le concept prospectiviste de « tendance interculturelle », investissant les notions de *culture*, de *tradition* et de *rituel* (non seulement liées à des usages et à des *habitus*, mais aussi et d'abord à des *poïésis* et à des savoir-faire particuliers)⁵⁶³.

Aussi, dans une démarche globalisante, la segmentation est-elle toujours de mise, en témoigne son application dans le marché vestimentaire : le CCA a mis en place une étude⁵⁶⁴ portant sur les réactions des consommateurs afin d'« imaginer » (soit, de le construire grâce à l'édiction d'un programme) « l'avenir des modes de vie » et par conséquent des tenues vestimentaires. Selon l'étude, les vêtements sont toujours le « reflet » (soit, l'indice) d'une sociologie et concrétisent une stratégie d'adaptation aux conditions de vie, à un « climat social », à une

⁵⁶³ Au sujet d'une réflexion portée sur l'articulation recherche et R&D : valorisation des *terroirs* du point de vue de la *diversité* des pratiques, pour une articulation opératoire entre *innovation* et biodiversité, cf. la « partie conclusive et prospective » de cette thèse.

⁵⁶⁴ Études de marché par secteurs mises en ligne, cf. url : www.emapmedia.com

situation, à un contexte relationnel entre plusieurs individus. Ainsi, la multiplication des styles s'offre en réponse à un monde traversé par de multiples influences contradictoires. Selon le marketing, si les défilés de haute couture ou de prêt-à-porter de luxe dévoilent au public richesses et extravagances, la mode de la rue est plus sévère et anonyme ; les réactions des jeunes face à la société permettent de définir [nouvelle typologie repérée dans la démarche marketing] « quatre attitudes de mode » : l'*accept dress*, une façon de s'habiller en acceptant la « loi de l'évolution » (bouleversements économiques, politiques, sociologiques) ; l'*escape dress*, représentation d'une tendance de masse (manière de ne pas prendre parti, de chercher la discrétion maximale) ; l'*alternative dress*, une attitude de résistance aux vagues sociales de mutations du monde (on s'habille « contestataire » afin d'exprimer son refus et sa marginalité) ; et, l'*adapt dress*, une recherche d'équilibre entre soumission et contestation (elle est le miroir d'une attitude positive et constructive poussant à créer un style vestimentaire nouveau pour accompagner sans être soumis). Le vêtement comme « symbole social » est mis en avant dans cette conception et sert de faire-valoir à la mise en place des méthodes marketing pour un appauvrissement des divers systèmes symboliques.

Autre symptôme de la volonté émergente – « submergeante » – de maîtriser chaque démarche du consommateur : Gérard Mermet, sociologue et consultant pour différentes entreprises, publie tous les deux ans *Francoscopie* qui est une véritable référence pour le marketing puisqu'il est considéré comme un compte-rendu incontournable de la société française (modes de vie, changement social et consommation). Selon lui, c'est en observant la manière dont les individus consomment qu'on peut le mieux les « comprendre »⁵⁶⁵, leurs comportements à l'égard des produits sont révélateurs de leurs « modes de vie », de leurs « systèmes de valeurs », de leurs craintes et de leurs espoirs : selon Mermet, ils *traduisent* (dans le sens ici de « signaler ») le changement social et l'évolution des priorités individuelles. La spécificité de cette démarche est que la « compréhension » de la société se fait par l'étude de sa consommation, et cette étude va elle-même servir à transformer les produits de consommation. Ceci démontre clairement que le marketing fonctionne en circuit fermé : ce qui est donné à consommer est défini par ce qui a été consommé auparavant. Ce mode de fonctionnement participe activement à la prospérité de la « culture de marché ». L'individu n'est pas pensé en tant que « vivant », dans sa relation à un contexte historique et géographique, relié à des traditions, des rites et des systèmes symboliques. Même si ces

⁵⁶⁵ Cf. Gérard Mermet, *Tendances 1998, Les nouveaux consommateurs*, Paris, éditions Larousse Bordas, 1997.

paramètres *semblent* être étudiés, ils ne le sont qu'à l'intérieur du système de consommation, dans une analyse simplifiante des cimes culturelles « de masse ».

Comment, en regard de l'expansion des moyens d'information, une telle démarche peut-elle être pérenne ? Quels impacts cette méthode peut-elle engendrer sur l'organisation même d'une société et de ses modes de communication ? Observez par exemple : les systèmes d'automatisation développés par Henry Ford et d'autres fabricants automobiles américains du début du 20^{ème} siècle ont mis en lumière tous les avantages économiques que l'on pouvait tirer de la fabrication en grande série de produits similaires. La production de masse est à l'origine du développement de la puissance industrielle et de la hausse rapide du niveau de vie, mais aussi de la grande uniformisation des comportements d'achat. Avec les « *mass media* », la société a acquis une « connaissance commune » : l'un des *effets* les plus significatifs de son avènement est d'avoir permis à des populations situées dans des pays, voire des continents différents, de regarder les mêmes actualités, divertissements et événements sportifs. Ainsi, la multiplicité des moyens d'informations est-elle garante d'une multiplicité d'informations ? Jusqu'à quel point le *reflet* peut-il prendre la place de l'objet ?

Autre constat : cette « évolution technologique » a eu pour conséquence d'homogénéiser l'organisation de la société. Cependant, « la révolution de l'information » favorise *a priori* le retour vers une vie moins urbaine puisque l'on est alors censé pouvoir travailler, apprendre, se distraire et faire ses courses à domicile. Cette révolution, toujours selon les baromètres du « market » en péril, tendrait à renverser le « phénomène » d'uniformisation engendré par la production de masse et l'automatisation. Aujourd'hui, les entreprises peuvent exploiter l'information et la technologie pour offrir à chaque consommateur des produits et services dits « sur mesure ». Ce pourrait-il que l'informatique et la communication puissent remettre en question l'idée de « village global » annoncé par Marshall McLuhan dans les années 1960 ? Le marketing parle notamment de l'émergence future de nouveaux courants de communication grâce auxquels des individus de « même sensibilité » – autrement dit, ayant des intérêts similaires – échangeraient des produits, des idées et des informations, indépendamment de la distance qui les sépare : mais pour quelle *diversité* ? De quelle *diversité* parle le marketing ? De quelle « perte d'identité » est-il question dans ce débat ? En quoi les enjeux économiques déterminent-ils la notion même d'*identité* comme indissociable de la notion de temps (et aucunement du point de vue des *relations*) ?

Dans la culture de marché, l'expression qui décrit le mieux cet impact de la « révolution de l'information » sur la société est probablement celle de « retournement de tendance ». Si l'information renverse les « grandes tendances » de la société et défait nombre des mécanismes considérés comme « typiques » du 20^{ème} siècle, quelles répercussions ces évolutions ont-elles pour les professionnels du marketing ? Comment cette discipline compte-t-elle gérer l'hétérogénéité présupposée ? L'arrivée d'une prétendue nouvelle hétérogénéité est l'une des problématiques mise en question dans la recherche marketing actuelle. Non pas que le marketing ait compris la « richesse du divers », mais plutôt qu'il chemine dans un processus analytique « de cause à effet », selon ces étapes : « mise à distance » ininterrompue ; observation tronquée, constat simplifié ; transformation de l'offre, non pas du point de vue du processus de sa conception, mais de la manière dont elle va être vendue, grâce à la *traduction*. Ainsi, le postulat de départ est de rassembler par segments les individus de « même sensibilité » avec les « mêmes besoins », pour que les entreprises puissent produire de manière rentable une offre de produits ou de services « adaptée » à la demande d'un ou de plusieurs segments de marché. Pour que cette approche soit efficace, il faudrait que les « segments » soient suffisamment larges pour justifier une offre sur mesure et que l'entreprise s'adresse à un nombre suffisant de « segments » pour assurer sa rentabilité. Dans ce contexte mercantile, l'hétérogénéité résiste : l'existence de multiples « segments » différents rendra beaucoup plus difficile la conception d'une offre adaptée à chacun, l'identification des attentes de chaque « segment » deviendra plus délicate (complication pour trouver des individus représentatifs de ces segments en raison de l'« éclatement » de la société), et, enfin, la demande de ces segments sera plus large et plus différenciée à cause d'une plus grande hétérogénéité régnante.

Pour faire face à cette résistance, le marketing devra recueillir une plus grande information sur les clients et une information de meilleure qualité : c'est ce qui explique notamment l'apparition des blogs et autres lieux interactifs sur le Web (tels *myspace*, *facebook*, etc.), où il est aisé pour les « marketers » de visiter les « particularités identitaires » en terme de « segments de marché » : l'objectif de ces nouveaux outils de collecte est de formuler de nouveaux substituts, de construire de nouveaux types de groupes et d'élargir quelque peu les processus d'identification, tout en conservant le même système (de cause à effet), la même méthode d'analyse (construction de typologies) et le même programme d'anticipation (confondant « déterminisme » et « prédictibilité »). L'« avenir capitaliste » est aux entreprises qui assimileront cette nouvelle hétérogénéité et seront capables de concevoir une nouvelle

approche du marché intégrant ces nouveaux outils. Autre problématique qui se pose au marketing : le changement d'attitude des clients, qui demandent des produits adaptés à leurs besoins spécifiques. Auparavant, les clients se contentaient de produits qui leur offraient une valeur satisfaisante et d'acheter un produit standardisé parfaitement identique à celui acquis par un autre client. Le marketing présuppose aujourd'hui que les clients attendront des produits et des services personnalisés de la part de tous les concurrents rivalisant dans de multiples catégories de produits. Désormais, l'entreprise ne sera plus seulement obligée de recueillir l'information, mais aussi de développer des stratégies pour l'exploiter. Ces stratégies suppose de faire des choix dépassant la simple question de la personnalisation d'un produit ou d'un service, les « marketers » se posent alors cette question : comment personnaliser les produits pour chacune des cibles auxquelles l'entreprise a choisi de s'adresser ? Cette question étant conditionnée par une autre « réalité », à savoir qu'au sein des bureaux de style, la personnalisation va dans le sens de la globalisation : un « marché test » à Tôkyô pour des tendances à venir dans le reste du monde... En ces conditions, de quel particularisme est-il question ?

De plus, l'accroissement des médias lance un nouveau défi à la grande distribution dans de multiples catégories de produits dits « traditionnels » (soit, installés dans le circuit de production depuis longtemps). Aujourd'hui, la communication est l'un des outils essentiels que le « marketer » doit gérer et maîtriser pour assurer la rentabilité de l'entreprise : les « *mass medias* » (presse et radiodiffusion) restent les principaux supports utilisés pour véhiculer des informations sur les produits et les services, et, la prolifération des chaînes s'est accompagnée d'une augmentation du nombre d'émissions spécialisées. Par conséquent, le marketing actuel conseille aux entreprises d'affûter leur capacité à analyser la quantité d'informations qu'elles auront accumulée sur leurs clients potentiels. Recueillir, utiliser et analyser l'information sera désormais incontournable si une entreprise veut relever les nouveaux défis engendrés par les renversements de tendance évoqués. Ce n'est donc qu'en se familiarisant avec le « particulier » par un usage sophistiqué de l'information (opération de manipulation stratégique et plus *inventive*) que le « marketer » se donne comme objectif de « satisfaire » (soit, de « modéliser ») les nouvelles demandes du consommateur, les anciennes « méthodes de consommation » devenant rapidement caduques. Comprendre la conception de tendances ne peut donc pas se faire sans l'apport de la sémiologie, l'enjeu principal qui y règne étant de cibler par des signes.

Aussi la multiplication des informations exige-t-elle du « marketer » une plus grande « dextérité à cibler le client » : la « production de masse » ne sera bientôt plus une évidence de facilité économique et l'uniformisation ne se pose pas forcément comme un aboutissement de la mondialisation et des multinationales, en apparence. Désormais l'objectif [didactique] du marketing est de tout personnaliser : l'hétérogénéité sera *a priori* grandissante et engendrera des « segments » plus larges certes, mais aussi une multiplication d'entreprises et d'« identités » nouvelles. Deux questions se posent alors au sein du marketing : de quelle manière personnaliser au mieux les produits ? Et, quels seront les nouveaux supports et les nouvelles demandes du consommateur ? La solution face à un tel contexte est sans doute d'individualiser au maximum les services, ce qui correspond au métier de consultant. Ce poste existe aussi au sein des bureaux de style, ce qui démontre la volonté existante de personnaliser les tendances et donc les produits. Cette évolution en réponse à la complexification des modes de vie, se donne en réponse au « phénomène » (en tant qu'indice opératoire pour le marketing) de la « peur commune » de la globalisation : l'objectif est donc d'anticiper ce qui se définit comme un « signal fort » propre à l'« expérience commune. » Il se produit donc un effet inverse : le marketing conseille d'individualiser (dans leur forme) au maximum les offres pour « rassurer » les consommateurs prétendument en « mal de tradition ». Aussi, sous les conseils du marketing, les industriels s'adaptent-ils aux craintes des consommateurs, les modèles empruntés à la psychosociologie se joignant aux différentes méthodes. L'objectif n'est donc pas de faire écho à la particularité mais de donner le simulacre du *divers*, en multipliant les groupes et en les définissant de manière plus prononcée / engagée : ce qui est offert c'est un panel plus large de « synthèses » plus « saillantes » encore (engageant une production de masse à moindre coût et jetable). Cependant, au-delà des « systèmes d'identification » instaurés par le marketing et repris par les concepteurs de tendances, il y a des processus : ceux certes de conception en interne, mais ceux aussi engagés par les consommateurs. Ces opérations d'identification ne pourraient-elles pas rouvrir le débat sur « l'échappée belle » ou la possible *invention* par l'usage ?⁵⁶⁶

Aussi la compréhension des méthodes et des modèles définis par le marketing va-t-elle *nous* permettre à présent d'engager une analyse plus détaillée de la conception de tendances telle qu'elle existe aujourd'hui. Connaître les enjeux inhérents à la méthode de segmentation et de volonté de maîtrise du *divers* permet d'ouvrir le regard sur les « lieux images » produits au

⁵⁶⁶ Au sujet de la question de l'*invention* au niveau de la réception, cf. cette même partie, chapitre II.2, b-, pp. 424-435; et, II.3, c-, pp. 465-474.

sein des bureaux de style. Et, la posture du « nous » engagée, en vue de l'objectif de construire des espaces d'« expérience commune » propices à des identifications à venir, conduit à considérer les processus de conception selon d'une part, la pluralité des concepteurs, et, d'autre part, la prégnance du discours dans l'ensemble du « faire » des tendances.

II.2 Conception de tendances et langage : quand dire c'est faire la modernité

Les poétiques de conception instaurées dans les bureaux de styles investissent des règles en grande partie induites par le marketing (nécessité d'investir des modèles opératoires pour la construction d'espaces de références communs pour la « culture de marché », soit, la « grande distribution » et la production industrielle majoritairement). La posture du « nous » est alors efficiente dès le début de la conception : différentes réunions sont ainsi mises en place pour échanger en interne des « idées » et des matériaux collectés, afin de construire progressivement des typologies. Aussi les pistes lancées par les différents stylistes, agents [ayant la responsabilité de différents secteurs (liés à des activités, tel que le « prêt-à-porter », par exemple) et marchés (tel que l'Asie, par exemple) internes au bureau de style] et intervenants extérieurs (par exemple, un sociologue) au cours des « *brainstormings* », sont-elles triées et structurées afin de définir les « tendances » à venir. La sélection s'établit lors des réunions, puis en aparté entre différents responsables, sachant que le pouvoir décisionnel fluctue selon les bureaux, au sein de Trend Union, c'est Li Edelkoort qui donne le point final lorsqu'elle vient au bureau aux « phases » décisives du processus, au sein de l'agence Nelly Rodi, c'est N. Rodi qui mène le « mouvement », au sein de Carlin International c'est d'avantage en terme de consortium que cela se détermine, etc. Dans tous les cas, la conception se « fait » en grande partie par l'échange verbal, la discussion, tout comme le « nouveau » se crée grâce à l'emploi de néologismes, voire d'anglicismes (productions pour l'international). Aussi la *praxis* intervient-elle dès le début de la conception, ce qui signifie que le « faire » sera conditionné en amont par un « langage commun » : le concepteur est pluriel, ce qui sous-tend la structuration des *inventions* (des « designer matière », des stylistes, des graphistes et des agents) en vue de typologies prédéfinies. Le langage fait système en ceci qu'il est lui-même utilisé sur le « terrain » de la conception de tendances dans sa dimension performative. Aussi le « nouveau » est-il lui-même conçu, en tant que « saillance », grâce à la construction d'un « langage commun ».

a- De la *poïésis* et de la *praxis* : des néologismes et la construction d'un « langage commun » pour concevoir une *modernité* en train de se faire.

Aussi, pour instaurer la fiction d'une « expérience commune » et représenter le « nouveau » à chaque saison, le processus de conception de tendances investit-il la posture propre à la

méthode marketing et à la prospective : le « nous » est opératoire et régit l'ensemble des « faire », dès le début de la conception. Cette posture engage le « passage » de la *poiésis* à la *praxis*⁵⁶⁷ : grâce à l'apport du langage, la *praxis* répond à l'objectif de « fabriquer ensemble » quelque chose d'une « action commune », le « concepteur » n'étant alors plus un sujet individuel mais collectif. La posture du « nous » permet donc de définir des « saillances » et d'en concevoir les combinaisons afin de construire une « expérience commune », dont les « lieux images » ainsi répertoriés forment le cahier de tendances, dont l'objectif est de stimuler des processus d'identification, pour le plus large « panel » d'utilisateurs. Aussi, par le « faire ensemble », soit, la production d'objets grâce à une « action commune », est-il nécessaire à la fois de mettre en commun les expériences et les savoirs, et, de déterminer le système propice à définir un consensus.

Aussi la sphère de la *poiésis* est-elle celle d'une pluralité de techniciens dont l'objectif est de fabriquer des synthèses mimétiques utiles à la production industrielle : en tant que *traducteurs*, les « concepteurs » de tendances procèdent à une forme d'écriture fictionnelle signifiante, composée de représentations « sensibles » d'objets « absents » (d'où le terme d'« ambiance » employé pour définir les images présentées dans les cahiers, desquelles les objets qui en seront produits ne figurent pas). L'articulation de plusieurs statuts performatifs est alors singulière à la conception de tendances devant concilier une forme de « séduction » (« édulcorer » semble ici adapté), un « style » identifié et *traduit* en « lieu image », et des paradigmes propres au milieu industriel (couleurs typées, échantillons référencés). L'objet ainsi conçu entretient une triple relation complexe avec la rhétorique (employée dans l'objectif de « convaincre » l'utilisateur), la *traduction* (collectes combinées et structurées, grâce à des typologies) et l'*invention* (de celle « mise en forme » par le cahier à celle influée / à venir pour le styliste travaillant en interne de l'industrie acheteuse). Aussi est-il possible de pointer un passage opératoire entre une « représentation mentale » de l'ordre du souvenir (« saillance » de la « mémoire collective » identifiée) et une « représentation esthétique » produite par la *mimésis* : ce passage est opératoire dans le sens où il produit une « reconnaissance », et se fonde sur un système de cause à effet. Pour que le programme soit performant, le *hasard* est évincé des planches : les typologies répertoriées « font système », elles sont à la fois des outils modélisés et des collections de matières, de motifs et de « couleurs locales » (qui combinés définissent le « style ») pour les conceptions à venir.

⁵⁶⁷ La *praxis* désigne ici spécifiquement des activités codifiées, la manière générique de penser la transformation d'un milieu en prenant en compte les rapports sociaux, ceux-ci étant indissociables du processus nécessaire à cette transformation.

La conception de tendances fournit ainsi des hybridations grâce aux combinaisons de matériaux signifiants : ceux-ci sont à leurs tours manipulables, combinables, mais toujours « signifiants » grâce à la reproduction à la fois des « lieux images » et des mots qui les accompagnent. La poétique des tendances entend-t-elle ainsi fournir les « arrêts sur image » de la *modernité*, desquels l'industrie peut reproduire des objets, desquels les usages seront « communs ». Aussi est-il question ici d'une traversée, d'un passage entre le bureau de style comme microcosme social, « laboratoire expérimental » essayant, sélectionnant, combinant des « lieux communs », et l'espace public, soit, l'ensemble des consommateurs qui vont à leur tour essayer, sélectionner, combiner les objets ainsi conçus. Ce « passage » est significatif de la nécessité de concilier [dans l'ensemble du processus de conception de tendances] la *praxis* et la *poiésis*. La *praxis* se définissant non seulement selon l'idée d'un sujet [concepteur et usager] non plus individuel mais collectif, mais aussi dans sa relation à l'action, de *praxein* signifiant « agir », « faire », « performer », et, de *praxein* signifiant « manipuler », « traiter ». De plus, l'origine du mot *praxis* provient des deux prédicats *poros*, qui signifie la « limite », et *aporos*, signifiant l'« illimité » : en ce sens, la *praxis*, c'est ce qui permet de passer, en tant que sujet, d'un espace de sa propre limite corporelle dans sa rencontre avec l'autre, de traverser mais aussi d'agir, et, de cette « action commune », de fabriquer quelque chose.

Si au 5^{ème} siècle avant J.-C., Athènes était une cité présumée démocratique, où régnait une ample « liberté » de parole, l'accès au pouvoir et aux responsabilités politiques y était conditionné par l'art du discours et l'habileté à discuter, par la capacité d'*inventer* et de présenter des arguments en faveur de la thèse que l'on pouvait y défendre, et des objections contre la thèse de l'adversaire. La philosophie naissante trouvait, dans ce contexte, une fonction socialement intéressante, et lucrative : les sophistes enseignent aux jeunes Athéniens fortunés l'art de convaincre et de séduire par la parole. La rhétorique, comme théorie et pratique de l'argumentation visant non à « découvrir » la vérité mais à « convaincre » un auditoire ou à triompher dans une discussion, est née. Aussi, dans sa définition, la rhétorique grecque a-t-elle des objectifs similaires (notions substituées cependant) à ceux des bureaux de style : séduire et convaincre une audience, la plus large possible, en construisant plusieurs « synthèses » (que sont les tendances définies et mises en « lieux images » et en mots) et anticipant les « contre synthèses » (que sont les tendances « par opposition » elles aussi mises en « lieux images » et en mots). Aussi, si les sophistes usaient du langage pour défendre leur

thèse, les concepteurs de tendances usent-ils d'« énoncés performatifs »⁵⁶⁸ pour vendre leurs « synthèses ». En accord avec des stratégies marketing, les « concepteurs des tendances » de la *modernité* ont des impératifs : comment convaincre les consommateurs potentiels que, pour eux, grâce à eux, les produits, services, etc. ont progressé ou ont été créés ? Comment énoncer la différence ou la différenciation ? Dans un tel contexte, le discours, associé aux images, doit trouver des solutions pertinentes. De fait, la différence et ses variations peuvent s'énoncer par l'annonce du changement en termes de « nouveauté » : dire la nouveauté, assurer le discours d'une marque, d'un style, ou d'une tendance globale, et ce internationalement, sont autant de défis pour la conception de tendances.

Et, dans un contexte de « double internationalisation » (uniformisation des productions et ouverture des marchés), la néologie est alors le recours linguistique privilégié pour « dire » une différence et une « nouveauté » dont l'évidence aurait des difficultés à « s'imposer », soit, à « faire image » [signe, signifié et signifiant étant confondus]. En ce sens, le discours est ainsi pris dans un système de contraintes (nécessité de l'impact, et d'être mémorisé rapidement, pour devenir à son tour « acteur » de l'« expérience commune ») incitant les concepteurs de tendances à rechercher des formes discursives à « haute densité sémantique » et/ou « rares » (collecte de mots anciens pour « dire » les couleurs par exemple). Aussi la notion de *néologie* recouvre-t-elle à la fois le système permettant, dans une langue donnée, la création de nouveaux termes, et, les manifestations de créations lexicales effectives, sous-tendant des modes de constitution néologiques, eux-mêmes structurés par une typologie⁵⁶⁹, telle que regroupant des néologies de type : « phonétique » (productions « onomatopéiques », tels que « froufrou », « youpi », etc.), « sémantique » (sous-tendant une substitution, par l'emploi d'un mot existant pour un autre emploi, par analogie notamment, tel que le mot « souris » employé pour le matériel périphérique informatique), d'« emprunt » (notamment à l'anglo-américain) et « syntagmatique » (sous-tendant des opérations de combinaisons, par dérivation ou composition). Aussi l'emploi de néologismes est-il efficient pour dire le « nouveau » mais aussi pour qu'il se « fasse » : une hybridation néologique combinée à des « lieux images » est alors opératoire pour d'une part permettre au « récepteur » d'identifier ce qu'il observe comme « nouveau » mais aussi de le mémoriser, soit, de se l'« approprier » en le « manipulant » à son tour.

⁵⁶⁸ Cf. John Langshaw Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970, (1962).

⁵⁶⁹ Cf. Louis Guilbert, *La créativité lexicale*, Paris, Larousse, collection « Langue et langage », 1975.

C'est là où le précieux ouvrage de Frances Yates⁵⁷⁰ au sujet de « l'art de la mémoire » est à nouveau utile à la compréhension de tels systèmes : *invention* des Grecs, cet « art » fut transmis à Rome, pour devenir une « tradition européenne. »⁵⁷¹ Outil précieux à la rhétorique, il permettait aux orateurs de prononcer de très longs discours avec une précision impeccable, combinant des « lieux » et des « images », dont Cicéron précisera que les premiers sont les « tablettes de cire » sur lesquelles « on écrit » et que les secondes sont les « lettres qu'on y trace ». En ce sens, la *mémoire* est ici un « édifice » à but pratique, une sorte de musée où des tableaux seraient entreposés dans de petites salles bien proportionnées, ni trop claires ni trop obscures, que l'orateur pourrait ainsi parcourir en *imagination* au fil de son discours, pour le transmettre aux usagers, qui à leur tour manipuleront ces *mêmes* « lieux » et « images ». Aussi « l'art de la mémoire » permet-il non seulement de structurer le discours, mais aussi d'organiser le « chaos sans ordre [duquel il est nécessaire de] mettre de l'ordre dans cette diversité. »⁵⁷² Les mots ainsi énoncés et associés à une structure deviennent les « acteurs » de la « pensée commune » et confèrent aux « couleurs images »⁵⁷³, auxquelles ils sont combinés, un « supplément d'âme ». La « connaissance commune » étant ainsi construite grâce à la mémorisation des combinaisons et à leur « mise en acte » grâce à l'imagination, pour une pensée paradigmatique opératoire : *signifiant*, chaque objet ainsi conçu est reconnu par l'utilisateur.

Certes, concevoir des tendances ne se résume pas à produire des « lieux images », puisque les cahiers de tendances sont aussi des pièces uniques au sein desquelles les échantillons sont collés à la main, les motifs sont dessinés, les matières sont « désignées » : certes, au sein des bureaux de style y a-t-il des savoir-faire qu'on pourrait dire « à la française », une sorte de bricolage qui échappe à la reproduction justement. Oui, mais ce « savoir-faire » ne s'oppose pas à la rhétorique ou la conception de « lieux images », bien au contraire, une telle forme (« faite à la main ») participe à la « réussite » des cahiers de tendances : ils sont eux-mêmes identitaires des bureaux qui les produisent et « font système » de par le « style » qu'il donne à voir et à *imiter*. Ce qui « fait » l'originalité des cahiers de tendance c'est d'abord leur capacité

⁵⁷⁰ Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966).

⁵⁷¹ *Ibid.*, p. 7.

⁵⁷² Ainsi parle Giordano Bruno lorsqu'il exprime sa volonté d'*inventer* un « système universel » permettant, grâce à des combinaisons, de concevoir la « mécanique magique » de l'univers. Cf. Frances Amélia Yates, *op.cit.*, pp. 241-247.

⁵⁷³ La notion de « couleur image » renvoie directement au travail de modélisation du théoricien japonais Shigenobu Kobayashi, lequel la définit en anglais, soit « color image » : modélisation axée sur la sémantique marketing et le « terrain » de l'industrie, mettant en relation des couleurs « de synthèse » (coloris uniformes et simplifiés, qui renvoie particulièrement à la compréhension des couleurs du point de vue de l'imprimerie – quadrichromie –, le « faire » industriel de la couleur) et des représentations culturelles.

à concilier des méthodes issues du marketing et des savoir-faire issus du métier de stylisme. Aussi « faire des tendances » à Paris est-il significatif d'une histoire, celle de la mode et des confections de luxe⁵⁷⁴. Des « lieux communs » donc, tous opératoires dans la conception des tendances pour la *modernité*, laquelle investit de lourds investissements pour la prospérité d'industriels et garantir à la nation un équilibre monétaire « nécessaire ».

En écho à cet objectif commun à la rhétorique et au marketing, la conception de tendances emploie des outils particuliers à sa sphère de création (stylisme de mode et impulsion de tendances pour le renouvellement des biens de consommation, au sens large du terme), pour donner forme à un langage qui a la spécificité de s'adresser à des industriels qui eux-mêmes s'adresseront à l'ensemble des consommateurs. Autrement dit, le langage utilisé par les bureaux [de conception de tendances] emploie un style qui combine un vocabulaire propre aux industriels (codification, normalisation, modélisation), au « terrain » des stylistes de mode (échantillons de matière, collection) et aux consommateurs (néologismes et « lieux images »). En vue de ces vocabulaires conjugués et opératoires, un discours se construit pour assurer un impact sur les acheteurs (industriels / consommateurs) : le design de tendances a ceci de commun avec le sophisme grec, c'est qu'il vise le pouvoir et fédère toute sa démarche autour de la question de l'*effet* qu'engendrera sa production sur le « récepteur » (auditoire / lecteur / acheteur). Aussi la question de l'*effet* permet-elle d'articuler le mode de compréhension du design de tendances comme « sophistique actuelle ». Globalement, les cahiers de tendances conjuguent des *effets* discursifs (textes « socio poétique », mots clefs, noms et chiffres de référencement de couleurs – typages renvoyant aux nuanciers industriels) et des *effets* visuels (graphisme, images, couleurs), pour donner naissance à un discours qui insiste sur la singularité même de l'*effet* : « c'est pour cette raison qu'il [le discours des tendances] relève non seulement de la sémiotique ou de la rhétorique, mais plus encore de la sophistique. »⁵⁷⁵ Le maniement sophistique des « artifices » de la rhétorique est un outil (politique) d'une grande force de persuasion bien qu'il consiste sur le « terrain » des tendances à la manipulation d'une langue restreinte à des aspects communicatifs cadrés et limités⁵⁷⁶.

⁵⁷⁴ Au sujet de « Paris, capitale de la mode » comme « lieu commun » propice aux processus d'identification, cf. le chapitre II.3, a-, pp. 439-452.

⁵⁷⁵ Guy Lecerf, *Design critique, critique du design, Design et sophistique*, (in) Actes du colloque international : « La querelle des valeurs esthétiques dans l'art contemporain », 15~17 novembre 2006, Publication de l'Institut Supérieur des Arts et Métiers de Gabès, Tunisie, 2006, p. 66.

⁵⁷⁶ Cf. Barbara Cassin, « Sophistique, performance, performatif », *Bulletin de la Société Française de Philosophie*, Paris, Librairie Vrin, octobre - décembre 2006.

Ainsi, l'objectif central de la conception de cahiers de tendances réside d'avantage dans l'impact du discours et l'*effet* qu'il produit que dans la valorisation de singularités de savoir-faire ou de créations. Car, en effet, là où la conception de tendances s'éloigne de l'idée même de création [en tant que singulière, originale, voire individuelle et unique] c'est dans le fait que la sphère du public s'immisce dès le début de la conception de l'objet. Redessignons les jalons de la pensée ici engagée : si, en s'appropriant la catégorisation engagée par René Passeron, le lieu privé (voire clandestin ou secret) du « faire » concerne la poïétique (en tant que science et philosophie de la création) et que le lieu public (lieu du langage et de la diffusion) concerne l'esthétique et le marketing, alors la conception de tendances soulève le problème de l'investiture du second lieu dans le premier à tous les niveaux de la « création ». Le regard porté ici sur le processus de conception de tendances soulève donc la question de la difficulté d'une possible analyse poïétique d'un « terrain » qui transforme (par son statut et le double emploi du « nous » qu'il sous-tend, du point de vue de la posture et de la « finalité » de l'objet ainsi conçu) l'engagement premier des méthodes concernant une « science du faire ».

Donc, pour en revenir à l'analyse de la relation entre *poiésis* et *praxis*, et plus précisément à la compréhension du design de tendances comme « sophistique moderne », localement, le processus de création de tendances débute par la pratique de collecte de matériaux (*loci*) et d'idées (*imagines*), par les différents stylistes et consultants qui travaillent dans le bureau de style, pour une « mise en commun » en vue de construire des typologies. C'est donc à la suite de nombreux « *brainstormings* » que le répertoire, ou classement de couleurs, aura lieu pour mettre en relation des *effets* et construire une « ambiance » : « collecte, répertoire et artefact de climat chromatique, le processus vise la mise en œuvre d'un discours anticipateur, un discours de projet au centre duquel se trouvent les gammes. »⁵⁷⁷ L'objectif final étant de pouvoir convaincre le plus large « panel » d'individus, de la « nouveauté » et de la « singularité » des objets qui en seront produits. D'où la dimension « expérimentale » du « jeu sophistique » en interne consistant à convaincre, soit, « persuader avec pour visée l'utile et

⁵⁷⁷ Guy Lecerf, *Design critique, critique du design, Design et sophistique*, (in) Actes du colloque international : « La querelle des valeurs esthétiques dans l'art contemporain », 15-17 novembre 2006, Publication de l'Institut Supérieur des Arts et Métiers de Gabès, Tunisie, 2006, p. 67.

l'efficace »⁵⁷⁸, ses collègues que l'idée trouvée fera « image », confondant ainsi déterminisme et prédiction.

Ceci dit, le marketing, comme « forme moderne et bureaucratique de la sophistique »⁵⁷⁹, ne s'est pas développé que dans les bureaux de style, mais bel et bien dans toutes les sphères de la vie sociale. De plus, l'illégitimité de ces deux disciplines [que sont la rhétorique et la sophistique] au regard des études universitaires découle de leur enjeu principal : convaincre. Aussi, pour échapper à cette *doxa*⁵⁸⁰, la notion de légitimité étant liée au droit, l'objectif central du marketing est-il là encore d'anticiper : « anticiper » la réponse d'un juge afin de s'assurer gain de cause. Pour mettre en place son système de légitimité, le marketing procède donc à la construction d'une cosmologie dotée d'une dichotomie entre deux « lieux » (employant ici la dialectique, comme système, propre à la sophistique) :

Le premier est le lieu d'origine du pouvoir légitime, le second est le lieu d'application de ce pouvoir légitime. On voit alors que le type charismatique correspond à une division du cosmos entre le sacré et le profane, où le profane est soumis au sacré ; le type traditionnel correspond à une division du cosmos entre la culture traditionnelle et la nature, où la nature est soumise à la culture ; le type rationnel-légal correspond à une division du cosmos entre nature et culture, où la culture est soumise à la nature.⁵⁸¹

⁵⁷⁸ Barbara Cassin, « Du faux ou du mensonge à la fiction (de *pseudos* à *plasma*) », (in) Barbara Cassin (sous la direction de), *Le plaisir de parler*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 10.

⁵⁷⁹ Cf. Romain Laufer, « Système de la légitimité, marketing et sophistique », (in) Barbara Cassin (sous la direction de), *Le plaisir de parler*, Paris, éditions de Minuit, 1986.

⁵⁸⁰ La *doxa* ici assimilée au « sens commun », comme « ensemble de représentations socialement prédominantes » : *doxa*, mot grec, est posé comme notion par Platon [en particulier dans *La République*], ainsi définie selon deux « triades » platoniciennes : la « triade supérieure » du « Beau » (fondant l'esthétique), du « Bien » (fondant l'éthique), et du « Vrai » (fondant la logique), formulée par le discours philosophique, le « Logos », discours unitaire des principes qui se déploie dans le domaine de la théorie, lieu de la permanence des « Idées » ; et, la « triade inférieure » de la « Tekhnè » (la technique, i.e. « l'utile » et « agréable » de l'art), de la « Doxa » [comme ensemble de « règles ou recettes pour un comportement efficace qui puisse convenir à la plupart », cf. Anne Cauquelin, *L'art du lieu commun, Du bon usage de la doxa*, Paris, éditions du Seuil, collection « La couleur des idées », 1999, p. 28] et du « Vraisemblable » (issu de la dispersion du « Vrai » en *vérités* particulières et contingentes) ; ce « trio trompeur qui correspond au trio sublime » [cf. Anne Cauquelin, *op.cit.*, p. 28.], nous place dans le domaine de la pratique, de l'action et de la variation, il est formulé par le « discours doxique », du nom d'un des trois éléments.

Aussi la *doxa* est-elle à la fois la forme dégradée du « Bien » à l'intérieur de la « triade inférieure » et le « régime de parole » approprié à cette triade. En ce sens, la sophistique est un langage doxique, puisque le sophiste est pour Platon un « technicien de la parole ». C'est dire que l'ambiguïté pèse sur la notion dès ses origines, entre règles de comportement et attitudes langagières. À partir de là, se tisse une tradition philosophique un peu souterraine, constituée par « tous ceux qui ont senti qu'il se passait quelque chose du côté du sens commun, de la parole ordinaire ou de l'argumentation basée sur des hypothèses invérifiables » [cf. Anne Cauquelin, *op.cit.*, p. 34.]

⁵⁸¹ Romain Laufer, *op.cit.*, pp. 215-216.

C'est donc autour de ces deux couples « sacré / profane » et « nature / culture » que le marketing trouverait sa « légitimité mythique », celle de la « rupture » comme système (et non comme possible « échappée ») et d'une typologie des doubles (l'un n'allant *jamais* sans l'autre), sous-tendant non seulement un comparatisme aiguë mais aussi un principe de causalité « fédérateur » (« croyance » véhiculée faisant « lieu commun » d'une confusion entre causalité et prédictibilité). Si Romain Laufer défend une certaine légitimité du marketing c'est donc en l'affiliant à la sophistique : toutes deux se destinent à persuader, en tant que « disciplines rhétoriques », le marketing faisant « l'objet de réprobation » « comme » la sophistique à l'époque de Platon [la comparaison est-elle à ce point opératoire du point de vue de la démocratie ? Il semble que l'auteur de cette « légitimation » exclue fortement le contexte et avec lui les processus de construction de telles méthodes...]. L'objectif ici n'est cependant pas de contredire cette revendication de « terrain » (celui des sophistes), qui témoigne d'avantage d'un intérêt porté sur des objectifs et des systèmes [voire, des « poétiques »] communs que sur des *intentions* de départ et les moyens employés pour se faire ; mais plutôt de définir le plus objectivement possible l'articulation qui s'opère en interne de cette discipline pour en souligner les manques en vue d'une nouvelle conception de ce que « pourraient être » les *tendances*⁵⁸² [si la *doxa* n'était point celle qu'elle « est » aujourd'hui : soit, si le « sens commun » n'était pas programmé par une « poétique de substitution » et structuré par des croyances que sont les *identités*, mais plutôt énoncé comme possibles poétiques et « fictionnalisations », dont le « lieu commun » serait celui de savoir en quoi l'objet de leurs instaurations peuvent produire des processus d'identification (et non des « reconnaissances » *mythiques*...), qu'en serait-il des usages] ?

Ainsi, du point de vue de la conception de tendances actuelle, la notion de *praxis* concerne avant tout la prise de parole effectuée selon une volonté de « mise en commun » des idées à travers la conception. Son rôle central dans cette conception influe sur la production : comment le fait que la *praxis* précède le « faire » participe-t-il à la construction d'un nouveau dogmatisme visuel ? Quel statut peut avoir une « image » (empruntée pour être réintroduite dans les cahiers, sans même en citer la source) lorsque le processus de création qui l'a fait

⁵⁸² Les « tendances » en tant que mouvements, sous-tendent des relations et des usages spécifiques qui méritent d'être définis grâce au va-et-vient opératoire entre « immersion », expérience et expérimentations, et, « mise à distance », construction de connaissance et modélisations. La conception de méthodes propices à une telle investigation sera abordée en « partie conclusive et prospective » de cette thèse, pour une mise en relation de la recherche universitaire et de la « recherche et développement », afin de proposer des méthodes autres que l'emploi de « lieux images » et de typologies : en tant qu'ouverture d'explorations à venir, cette dernière partie posera les jalons en terme de conception [méthodes ethno-poétiques et outils cartographiques].

naître n'est pas questionné ? Lorsqu'une image n'est qu'une *traduction* et non plus une création (au sens où le *hasard*, l'expérimentation, laissent la place à l'*invention* et au « non anticipatoire »), la *mimèsis* subsiste, résiste. Dans ce système bien ancré, l'image ne peut donc être que le résultat exclusif d'une pratique mimétique (*mimèsis*), qui copie le modèle. En ce sens, la « perte de sens » et d'originalité est-elle engendrée par l'imitation ? C'est là où la poïétique peut compléter cette étude, en tant qu'analyse de :

[...] la production des œuvres, [...] idée générale de l'action humaine complète, depuis ses racines psychiques et physiologiques jusqu'à ses entreprises sur la matière ou les individus. Elle se compose de l'étude de l'invention et de la composition, du rôle du hasard, de la réflexion, de l'imitation, de la culture et du milieu ; de l'examen et de l'analyse des techniques, procédés, instruments, matériaux, moyens et supports d'action.⁵⁸³

Aussi la poïétique en tant que discipline⁵⁸⁴ est-elle centrée pour Paul Valéry et René Passeron sur l'amont et le « pendant » de l'œuvre qui existe d'abord matériellement avant son existence sociale, tandis que l'esthétique concerne, quant à elle, le lieu de la réception de l'œuvre, dans sa mise en relation publique : « la poïétique est la promotion philosophique des sciences de l'art qui se fait : pour elle, par exemple, la peinture est un phénomène d'atelier. Inversement, l'esthétique est la promotion philosophique des sciences de l'art qui se consomme : la peinture y est un phénomène de galerie, de musée, de lieu public. »⁵⁸⁵ Cet exemple [celui de l'atelier] caractérise la problématique du « terrain » ici étudié : de quelle *création* s'agit-il lorsque la sphère de la *praxis* est non seulement active dès le début de la conception (mise en commun des idées) mais, de plus, produit les matériaux (soit, majoritairement des « lieux communs » empruntés) nécessaires à cette même conception ?

Si, d'une part, la *technè*, la *poiésis* et la *mimèsis* vont de pair et déterminent la confection d'objets, à partir de « matériaux », grâce à l'emploi d'« outils ». Et que, d'autre part, l'individu a pour vocation de s'extérioriser collectivement par le geste et la parole, son action et sa création lui permettant de rentrer dans le « patrimoine commun », toute action tirant son sens et sa valeur de la dimension publique qui l'anime. Alors, « agir » signifie aussi « agir

⁵⁸³ Paul Valéry, « Discours sur l'esthétique » prononcé au « Deuxième Congrès International d'Esthétique et de Science de l'Art », le 8 août 1937, *Œuvres complètes*, tome I, éditions Gallimard, collection « La Pléiade », 1957, p.1311.

⁵⁸⁴ Cf. ouvrage collectif, sous la direction de René Passeron, *Recherches poïétiques, Revue de la société Internationale de Poïétique*, n°1, Presses Universitaires de Valenciennes, automne hiver 1994.

⁵⁸⁵ René Passeron, *Recherches poïétiques*, groupe de recherches esthétiques du CNRS, tome I, Paris, éditions Klincksieck, 1975-76, p. 16.

politiquement »⁵⁸⁶ : dans ce contexte, la *poiésis* signifie la « simple » fabrication et va de pair avec le glissement de sens de la *mimésis*. Si dans la *Poétique*⁵⁸⁷, la *mimésis* est thématisée et métaphorise le « réel », en ce sens elle est *inventive* : elle « re-présente » l'action, le « faire ».

Dans ce système, la *praxis* est en quelque sorte le procès même de tout « apprendre » humain dans sa dimension d'essai : là où se légitime l'ordre de l'esthétique [dans sa définition « populaire », comme modèle de « bon goût » et non comme discipline], le concepteur se doit de libérer et de manifester, par l'acte de la représentation, la « beauté » et « l'intelligibilité » de son action. Il y a alors « représentation de l'action » dans l'action même de représenter. En ce sens, la *poiésis*, ici comme « imitation », ne reproduit pas une « réalité » mais produit ce qui « pourrait être », ce qui, conjugué à des méthodes de persuasion, « fait » ce qui « sera » : c'est l'« effet-monde » provoqué par le discours.

[...] la signification du *logos* ne peut être appréhendée qu'ensuite, après coup, [...] par l'effet-monde qu'a produit la performance discursive. [...] Le discours sophistique n'est pas seulement une performance au sens épideictique du terme, c'est de part en part un performatif au sens austinien du terme : « How to do things with words ». Le discours sophistique est démiurgique, il fabrique le monde, il le fait advenir.

[...] Le dehors se fait le « révélateur » du discours, au sens où ce qui advient accomplit, comble la prédiction. Ce qui advient, quoi qu'il advienne ; car quoi qu'il advienne, une chose ou son contraire, l'oracle et le rêve auront toujours raison. Ce n'est pas la une affaire de destin, c'est simplement une affaire de *logos*.⁵⁸⁸

L'objectif second de la *mimésis* est alors, sur le « terrain » de la conception de tendances, de « représenter » des hommes, non point « meilleurs » que les hommes actuels, comme le pensait Aristote, mais tels que la production industrielle le nécessite. Aussi la prétendue « prédiction » n'est-elle qu'une « impulsion », une combinaison d'énoncés de type « performatif » en ceci que par l'usage d'un *logos*⁵⁸⁹ (en tant que le « langage » compris dans

⁵⁸⁶ Université d'été de Rennes, Département d'arts plastiques, Université de Haute-Bretagne, *Pratiques et Arts plastiques*, « Actes de l'université d'été d'août 1997 », Université de Rennes 2, 1998. pp.46-47.

⁵⁸⁷ Cf. Aristote, *Poétique*, traduit par J. Hardy, Paris, éditions Gallimard, 1996.

⁵⁸⁸ Barbara Cassin, « Du faux ou du mensonge à la fiction (de *pseudos* à *plasma*) », (in) Barbara Cassin (sous la direction de), *Le plaisir de parler*, Paris, éditions de Minuit, 1986, pp. 17-18.

⁵⁸⁹ Le *logos* est ici défini dans sa dimension sophistique et « performative », cependant cette notion englobe un large panel de possibles, tel que « toute mise en rapport (calcul, proportion, valeur), discours (parole, argument, récit, explication, énoncé, proposition, définition), raison (intelligence, fondement, motif) », cf. Barbara Cassin, *L'effet sophistique*, Paris, éditions Gallimard, « Essais », 1995, p. 684.

sa dimension performative) structuré par des *topoi* (ici compris dans leur relation à la rhétorique, comme des « lieux communs » – images, mots, voire « lieux images » – combinés), le « monde » se crée. Dans une visée sophistique, le *logos* fabrique de toutes pièces l'« être » qu'il dit, et que dans cette mesure, il le « fait être ». Du point de vue de cette relation, sous-tendue par un *logos* entre le « faire » et le « dire », le marketing comme « sophistique moderne » trouve tout son « sens ». Définir des « actants », les structurer grâce à des typologies, n'est point une manière de « dire l'être » ni ne découle d'une volonté de définir une « vérité » individuelle ou même sociale, l'objectif sous-tendu est de « faire le monde », celui d'une *modernité* productrice et consommatrice.

De plus, la stylisation qui s'exerce du point de vue du « fond » (processus de conception de tendances), se retrouve au niveau de la « forme » (cahiers de tendances), l'esthétique de l'image combinée au langage se trouve résultante du procédé de sa fabrication : lorsque la fabrication de celle-ci se conceptualise par une *praxis* cela engendre ce qu'Aristote nommait la *mimèsis* ; l'image n'a plus d'« essence », son esthétique est neutralisée, voire *neutre*. Les significations que le regardeur peut y trouver sont « réduites » et très peu individuelles : elles sont évacuées par la suppression du regard poétique. La *mimèsis* opère tout au long de la conception d'images dans un contexte marketing en vue de son rôle principal : c'est un outil de communication qui a des objectifs économiques ; la publicité, les photographies de magazines stéréotypés (de mode, de décoration, à scandale, etc.) en sont les exemples les plus « parlants ». Ainsi, du point de vue des *effets* propres à la poétique de la conception de tendances, des liens unissent la *mimèsis* à la *phantasia*⁵⁹⁰ : comme pensée « pré discursive », non pas irrationnelle ou illogique, mais *intuitive*, basée sur « l'image » (comme *topos* matérialisé), sans encore la scinder en relations. L'« intuition », en tant que « connaissance immédiate », est alors de l'ordre du « sensible », elle prévaut quand apparaît l'objet étranger jusque là, il semble alors au regardeur qu'il en a une intuition immédiate. En ce sens, l'intuition prévient et prépare en quelque sorte le raisonnement. Et la pensée est « discursive », c'est-à-dire dans le sens de courir « de ci - de là », progresse quant à elle d'un jugement à l'autre. Aussi le discours, comme système performatif (ici considéré en interne des bureaux de style), employé par les « concepteurs » de tendances agite-t-il le terme d'« intuition » à toute

NB : Sachant que le *logos* présuppose toujours une « éthique » qui fonde rationnellement, logiquement ou logistiquement, une politique d'exclusion de ses « autres », qui ne pourront plus apparaître que comme des *insensés*. Cf. Barbara Cassin, *Aristote et le Logos, Contes de la phénoménologie ordinaire*, Paris, PUF, « Bibliothèque du Collège International de Philosophie », 1997.

⁵⁹⁰ Sophie Klimis, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote, Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, Ousia, 1997, pp.189-191.

question posée sur le processus de création⁵⁹¹ : esquive ? Induction ? Ou justement « opacité » du « faire » mit en mot ?

Posons l'hypothèse⁵⁹² qu'il soit ici question d'*induction* (du point de vue de la posture des concepteurs, parlant eux-mêmes de l'objet de leur travail – l'*intuition* ici définie dans sa relation à l'*induction*), aussi serait-il opératoire de saisir par quel truchement le mot « intuition » surgit-il lorsque la question de l'*invention* au sujet de la conception de tendances est posée. De quelle manière les « concepteurs » eux-mêmes parlent-ils, soit, « perçoivent-ils » leur manière de « faire » ? La notion de « perception » se définit, selon Aristote (dont la *Poétique* est une clef indéniable de la compréhension de certains mécanismes de constructions fictionnelles propres au « terrain » des tendances), par la mise en relation d'une construction mentale et d'une « intuition sensible » (celle-ci jouant, c'est certain, un rôle considérable dans la construction de connaissance⁵⁹³), « mise en relation » qui permettrait de « dire » et de « voir » l'objet duquel il serait question. Selon lui, la « perception » serait alors impossible sans « l'intuition », les « images » dont elle se compose n'étant elles-mêmes que des résidus de « sensations » antérieurs (autrement dit, des fragments de *mémoire*), lesquelles sont indispensables à la construction de connaissance. Dans une *mimèsis*, toute « image » (mentale ou matérielle) est *image* de quelque chose et ne prend sens que par le jeu de ressemblance et de dissemblance avec son référent ; pour construire *a posteriori*, ou du même mouvement, des *topoi*, la « mémoire commune » devenant, par sa *transmission*, « expérience commune ». En ce sens, creuser la « différence » dans l'*image* ce serait « risquer » (du point de vue de la stratégie employée par les concepteurs de tendances) de la réduire à « l'irréel », voire à « l'insignifiant », perdant tout « impact » sur le regardeur. Mais, « surcharger » à l'inverse la consistance de l'*image* serait alors « risquer » de réunir le signifiant et le signifié ; autrement dit, de produire un *effet* de confusion entre le « signe », construit par sa relation à un signifié et un signifiant, et la « réalité ». Historiquement, la question du statut ontologique de l'*image*

⁵⁹¹ L'« intuition », énoncée par les « concepteurs » de tendances, comme ce qui échappe au « programme » soulève ici la question de la « possibilité créatrice » (au sens de combinant le *hasard*, l'*invention* comme « découverte », le « non prédictible »), au sein de la poétique de conception de tendances. Cf. les interviews donnés auprès des bureaux de style, retranscrits en Annexes 3 et 4.

⁵⁹² Considérant qu'une « intuition ne se prouve pas, elle s'expérimente » [cf. Gaston Bachelard, *L'intuition de l'instant*, Paris, éditions Stock, « Biblio Essais », 1992, (1931), p. 8.], il ne peut être ici question que d'*hypothèse*. Au sujet de son expérimentation, cf. la troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

⁵⁹³ « Rien ne nous est donné de ce que nous sommes ; et tout ce que nous sommes d'humain est le produit d'une métamorphose. Tout surgissement de conscience "retentit" dans les profonds couloirs où s'enténébre notre passé, et tout instant nouveau projette sa lumière neuve sur des réalités jamais tout à fais comprises. Peu à peu se dessine un progrès dans l'acte même qui fait paraître à l'instant le monde et moi-même. » [cf. « Introduction à la poétique de Bachelard » par Jean Lescure, (in) Gaston Bachelard, *op.cit.*, p. 127.]

s'enracine dans la tradition platonicienne grecque, qui l'a approché du point de vue de la génération de « l'image », ou plutôt, de la « mise en image » : créer de l'image c'est projeter la forme dans une configuration « accessible » aux sens. C'est à cette dialectique de l'image que répond la démarche au sein des bureaux de style et participe alors à cette croyance « indétrônable » : le « tiers instruit » [non seulement en tant que compréhension des connaissances comme constructions « en train », dans un système de relation « en travers » de la construction d'une *doxa* au quotidien par les usagers (laquelle est largement investie, voire même « produite » par les concepteurs de tendances, discours « faisant »), mais aussi comme une *autre* « loi », celle « de transformation à bifurcations imprédictibles »⁵⁹⁴] échapperait au contrôle marketing (ne permettant pas une communication simplifiée pour vendre au plus grand nombre) et aux programmes prospectivistes.

Les impératifs marketings qui assaillent les informations et monopolisent le fonctionnement global de la société de consommation, la « mondialisation » sur toutes les lèvres et le monopole grandissant des multinationales : voilà les mythes contemporains qui éveillent des volontés identitaires. Convaincre pour que ces mythes se fassent, visant l'utile et l'efficace, voici de quelle sophistication il s'agit sur le « terrain » de la *modernité* en train de se faire. La rhétorique du côté de la sophistication c'est l'emploi de signes et de combinaisons au gré du discours pour provoquer en l'auditeur / le lecteur / le regardeur les *effets* souhaités :

Le discours est à l'âme ce que le *pharmakon*, la drogue, remède/poison, est au corps : il induit un changement d'état, pour le meilleur ou pour le pire. [...] Le sophiste comme le médecin sait utiliser le *pharmakon* et peut transmettre ce savoir, il sait enseigner comment faire passer, non pas, selon la bivalence du principe de contradiction, de l'erreur à la vérité ou de l'ignorance à la sagesse, mais, selon la pluralité inhérente au comparatif, d'un état moins bon à un état meilleur.

[Les textes sophistiques ou pro-sophistiques pourraient autoriser] à faire de la sophistique [...] une pratique à la fois utilitariste et behaviouriste du langage, plus proche de la rhétorique que de la philosophie. Le meilleur une fois déterminé par le calcul de l'utile, et la difficile pondération des utilités privées et publiques, il s'agit de savoir quels mots assembler et dans quel ordre pour que l'âme de l'autre ou des autres souffre grâce à ces *stimuli* l'émotion requise.⁵⁹⁵

⁵⁹⁴ Michel Serres, *Le tiers-instruit*, Paris, éditions François Bourin, 1991, p. 80.

⁵⁹⁵ Barbara Cassin, « Du faux ou du mensonge à la fiction (de *pseudos* à *plasma*) », (in) Barbara Cassin (sous la direction de), *Le plaisir de parler*, Paris, éditions de Minuit, 1986, pp. 10-11.

Une fois considérés les « lieux images » combinés aux énoncés performatifs, au transfert du déterminisme confondu avec la prédiction, pour considérer l'« effet-monde » du langage, le « dire » qui « fait », la question se pose au niveau de la réception de tels *effets* : comment l'« effet-monde » se construit-il ? Quels procédés sont-ils mis en place pour garantir que le « monde » se fait en accord avec les *tendances* influées ?

b- De la manipulation des réceptions jusque dans la *traduction* des « discours » énoncés : le programme tend à structurer l'*invention* du quotidien, pour des identifications opératoires

Considérant la variabilité quasi infinie des interprétations possibles que les « formes du langage » peuvent susciter ainsi que le vaste panel de représentations pour chaque « lecteur », voire du *plaisir* que peut provoquer la « mise en images » (mentale, au sens d'une *imagination* dans sa relation à la *mémoire*⁵⁹⁶, le lecteur confondant, au paroxysme de leur *rencontre*, « instinct » et « reconnaissance », aux dépends d'une compréhension de l'*identification* opératoire, laquelle tente d'évincer toute *interprétation*) individuelle, certes les bureaux de style peuvent-ils faire le pari de construire des « lieux images » performatifs assez efficaces pour qu'ils transforment la *modernité* selon ce qu'ils ont « anticipé ». Soit, peuvent-ils procéder à une double *traduction* (il est ici question des consultants travaillant en interne des bureaux procédant, notamment en Asie, à des « accompagnements » pour s'assurer que les cahiers de tendances seront « bien » lus et surtout utilisés comme cela est « attendu »), en ajoutant du discours (accompagné de son « effet-monde ») à leurs conceptions.

La combinaison de différents *topoi* construisent des mythes (pour une consommation « innocente ») : représentation d'actions mises en images et en mots, le mythe circule, se nourrit des lectures, s'épanouit dans l'*imagination* de ses contemporains et devient « réel » en ce qu'il modélise leurs actes. Le circuit est ici « inversé » : le mythe n'est non plus simplement, du point de vue des conceptions de tendances, une histoire synthétisée d'actions, mais se « crée » par la réception / appropriation même du « discours » énonçant des « lieux images ». Aussi, considérant les présupposés liés à un programme (en terme de *scénarii* produits par les bureaux de style), la démarche des concepteurs de tendances procède-t-elle à

⁵⁹⁶ Cf. Clément, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, pp. 87-97.

une volonté d'*interprétation* à tous les niveaux : au service de l'industrie, les cahiers de tendances répondent au projet de concevoir un monde « en ordre », en accord avec une poétique investissant des méthodes propres à la sophistique. Le jeu d'une telle ambition réside dans l'art et la manière de provoquer ce qui est attendu / anticipé pour garantir aux productions [dont les énoncés performatifs] d'être « mangées », ingérées, transformant ainsi celui qui les « avalent ».

Dans les cahiers de tendances, l'image comme outil de séduction et de vente (sous-tendant une opération de *mimèsis*) soulève par le rôle qui lui est assigné la nécessité de mettre en relation la poétique et l'esthétique. Selon Yves Michaud⁵⁹⁷, le « monde actuel » est régi par l'« esthétique » (considérée ici comme objet de dogme et de pouvoir, notion liée intrinsèquement à l'apanage de ce qui est considéré dans une société comme ayant « la valeur du beau ») et le « cosmétique » (qui rejoint dans son propos la première occurrence), alors que d'un autre côté il n'existerait plus d'œuvre d'art dans le sens « fort » du terme. Yves Michaud, par cette affirmation, fait ici preuve d'induction quant au consensus qu'il dénonce... Ainsi, l'esthétique (en tant que discipline : comme étude des œuvres d'art, de leur statut et propriétés, de leur réception et des évaluations dont elles font l'objet) connaît des limites en ce qu'elle exclue un regard sur les questions de l'ordre de la production et de la poétique ; les questions de l'esthétique étant uniquement de l'ordre de la réception et de l'évaluation. Pour argumenter son point de vue, Yves Michaud s'appuie sur le changement des conditions dans lesquelles l'esthétique s'est développée pour la remettre en question, selon de nouveaux paramètres actuels. Soit, l'hyper « muséalisation » en relation avec le développement du tourisme, l'industrialisation de la production artistique aussi bien d'« élite » que « populaire », la globalisation et la circulation des produits artistiques, l'*esthétisation* générale de la vie (il est ici question de la transformation des usages liée à l'industrialisation des « faire » et à la multiplicité des moyens de leur *transmission*). Yves Michaud participe, par son affirmation, à construire la « pensée commune » selon laquelle « l'art est mort » et définit le dogmatisme publicitaire comme une *esthétisation* sans en soulever les limites, notamment concernant la *neutralisation* de ce qui est produit. Ainsi, il ne remet pas en question sa propre démarche comme partie prenante et induite elle-même par la fiction d'une globalisation intrinsèque à tout consensus, comme construction d'une « expérience commune ». Aussi son « terrain » d'exploration est-il celui des productions de masse, prenant en compte ses propres

⁵⁹⁷ Cf. Yves Michaud, *L'art à l'état gazeux, Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Paris, éditions Stock, « Les Essais », 2003.

expériences en regard du cinéma, du jeu vidéo, de la musique techno, de la bande dessinée, etc. Par ce faire, Yves Michaud propose un développement de l'étude même de « l'expérience esthétique », souvent considérée comme une « évidence » (du point de vue global) sans jamais être décrite dans sa *diversité* à la fois anthropologique et verbale. Il a alors pour objectif fécond de « redimensionner » l'esthétique. C'est alors qu'il tente de revenir à certains thèmes de la philosophie de l'art, à la question inéliminable de la « beauté », et, enfin, à la poïétique.

La mise en relation entre les disciplines de la philosophie et de l'esthétique n'est pas chose nouvelle mais aborder la poïétique dans une volonté d'ouvrir le champ des possibles de l'esthétique nourrit le débat actuel. Et, ce qui est atypique dans sa démarche c'est le fait qu'il parte du monde de la consommation de masse pour questionner le monde de l'art : il déhiérarchise les notions mêmes de ce qui est dit « populaire » et de ce qui appartiendrait à « l'élite » (au sens où l'art ne serait destiné qu'à une « élite » et où le peuple devrait se contenter des artefacts produits par l'industrie...autre mythe qui « fait monde »). Ainsi, la notion même d'« élite » pose question – et c'est là où sa démarche mérite d'être complétée : « l'élitisme » prétendu est aussi un prétexte politique à la vulgarisation de l'art comme partie prenante du consensus. Car définir l'art comme appartenant à « l'élite » évince la puissance de « partage » que sous-tend l'œuvre créée : la « présence » des œuvres, qui « maintient autour de chacune d'elles, et surtout des plus puissamment "réussies", une *aura* qui témoigne du génie créateur de l'homme. L'œuvre rayonne en tant qu'œuvre, et c'est, en elle, l'opération instauratrice, comme source "universelle" de toute œuvre, qui lui assure une "universalité" spirituelle, exemplaire pour toutes les époques. »⁵⁹⁸ Et il n'est point ici question de soupeser une quelconque valeur du « faire » comme si ou mieux comme ça..., ce dont il est question ici c'est de ce qui est évincé dans le discours (pourrais-je dire « commun ») à propos de ce qui « fait » justement l'œuvre (l'objet créé), et qui n'est point affaire de discours : il est bien question ici d'un paradoxe, soit, accordons aux sophistes le pouvoir du « dire » qui « fait » mais n'en oublions pas pour autant que ce qui se « fait » alors échappe en partie (en grande partie même...) à celui qui « dit ». Que rien de l'anticipation ou du programme ne pourra évincer les « débords », l'opacité même de tout « être » et de tout « faire » ou « dire ». Autant les sociologues apporteront-ils au marketing des structures et des « actants » bien polis par la

⁵⁹⁸ René, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 40.

« lumière » de leur connaissance ou de leur « pensée en acte », autant il y aura des instaurations qui échapperont à cette lumière.

Modeler la matière, modeler le « chaos », le « modeler », n'est point le « mettre en ordre » : osez un peu *vous* pencher sur *votre* pensée, nettoyer les quelques *topoi* repérés « de ci - de là », et imaginez vous « en train de faire », de modeler justement, un bloc de terre glaise, d'argile, ou de *je* ne sais quoi de malléable et de « plein », n'y distinguez-vous pas quelques pulsions, une subtile dynamique de fond viscérale et sourde poindre ?

C'est cette opacité « retranscrite » qui « fait l'art », et par extension, *traduit* « l'être » et le « fait » à son tour, sur le lieu de sa réception (qui n'est jamais passive). Cette « élite » que le cinéaste Andreï Tarkovski nomme « l'aristocratie » est ce qui permet justement de réveiller en chacun (que l'on nomme à tort ou à raison « peuple ») un mouvement profond, singulier et « opaque » :

L'art est surtout d'esprit aristocratique. L'art ne peut être qu'aristocratique, parce qu'au moment de sa création il exprime le niveau spirituel des masses, ce vers quoi elles tendent inconsciemment. Si tout le monde était capable de la comprendre, alors le chef d'œuvre serait aussi ordinaire que l'herbe qui pousse dans les champs. Il n'y aurait pas cette différence de potentiel qui engendre le mouvement.⁵⁹⁹

Il est fondamental de ne pas tomber dans les travers pernicieux d'une « vulgarisation »⁶⁰⁰ sous couvert d'une démocratisation ; ce qui amène au langage : il ne revient pas au *même* de nommer un art qui se « consomme » *populaire*, que de le nommer « art démocratique »⁶⁰¹ (dont notamment, le *design*). Cela soulève des questions du point de vue de la réception de l'œuvre / objet et permet de construire une pensée nouvelle de ce qui permettrait de décloisonner les analyses esthétique et poïétique, considérant « l'aura » de l'objet créé (pour

⁵⁹⁹ Dernière interview donnée par le cinéaste Andreï Tarkovski, à Paris, le 28 avril 1986 ; propos recueillis par Thomas Jonhson. Cf. http://www.nouvellescles.com/article.php?id_article=666

⁶⁰⁰ Au sujet de la « vulgarisation » de l'art contemporain, et de la manière dont les discours politiques favorisent la construction d'une « pensée commune » aux dépens de la création : de type, « l'art par tous » confondu avec « l'art pour tous », sous-tendant non seulement des *traductions* (de type, « guide touristique ») telles que l'œuvre n'a plus l'espace de se donner à « lire » et à « faire » (ce qui se « fait » dans la *rencontre* entre l'œuvre et le « spect-acteur », est toujours singulier), mais aussi des créations qui se confondent aisément avec du « bricolage » ou de la « distraction », pour une dévalorisation du métier d'artiste lui-même [d'ailleurs qui « ose » aujourd'hui emprunter le terme si galvaudé d'« artiste », duquel sera préféré celui de « plasticien » ? Du quel le statut lui-même préférera être dénommé « *free lance* » plutôt qu'« artiste indépendant »...].

⁶⁰¹ Cf. Edmond Nogacki, *L'artiste a le dernier mot ou le critique aux « lèvres inutiles »*, (in) Actes du colloque international, « La querelle des valeurs esthétiques dans l'art contemporain », 15~17 novembre 2006, Publication de l'Institut Supérieur des Arts et Métiers de Gabès, Tunisie, 2006, p. 81.

reprandre René Passeron), voire, son « opacité singulière », soit, ce qui échappe à toute lecture sémiotique. Il en est de même de la notion de *culture* tant galvaudée lorsqu'il s'agit de penser sa diffusion, soit, sa consommation : ce qu'il importe ici c'est bel et bien d'insister sur la manière dont ces notions sont définies sur le « terrain de la consommation » et d'ouvrir le débat sur les possibilités d'une reconsidération de ces mêmes notions, au regard du lieu de la « réception », afin de dénoncer la confusion éloquente entre *fiction* et *croyance*.

Aussi le rapport actuel entre « art » (du point de vue de l'esthétique et de la mise à distance) et « culte » participe-t-il à une remise en question de cette polarité. Cette relation s'observe aujourd'hui dans l'espace même où se donne à voir de plus en plus l'art contemporain : le lieu de culte. Car en sortant des musées, l'art se désacralise et, ce qui pourrait sembler être un paradoxe, s'installe – entre autres – dans des espaces construits au départ pour les pratiques religieuses. Par ce faire, le lieu de culte lui-même se désacralise et l'œuvre d'art se donne à être visitée. L'art ne se « sacralise » pas pour autant de ce nouveau contexte mais donne au contraire lieu au dialogue, voire au débat, et mène à la rencontre entre la création contemporaine et le *patrimoine* (rencontre qui permet d'ailleurs de rendre à cette notion le caractère dynamique qui la constitue). C'est aussi là l'accès aux « non initiés » qui est permis, à ceux qui étaient en visite, dont les pas les conduisent à la « découverte » d'une œuvre contemporaine : « les expositions d'art contemporain dans les lieux de culte, si elles n'attirent pas forcément le grand public attirent un "autre public", celui du patrimoine »⁶⁰², et, cela participe à une décentralisation de l'art contemporain. Ce que ce déplacement permet c'est donc avant tout la naissance d'une multitude de rencontres potentiels et de dialogues entre l'artiste, le lieu, l'œuvre et le visiteur ; soit, le terrain propice à la « mise en relation ». Sans pour autant cloisonner de telles démarches artistiques à la conception spécialement élaborée pour un tel lieu, parce qu'elle correspondrait à un travail *in situ* ou parce qu'elle traiterait du sujet religieux, la pratique de l'installation favorise, par son statut même, l'intégration au lieu (circulations, interactions avec le visiteur, etc.).

Ainsi, l'enjeu majeur du tel parti pris d'Yves Michaud (symptomatique de la « pensée commune » actuelle) au sujet de la « déhiérarchisation », est qu'il découle des paradigmes « la peur de la mort de l'art » (qui rejoint celle de la mort de « dieu ») et « la vulgarisation du génie » (de la création, de l'unique), qui, dans leur mise en relation (évinçant les croyances et

⁶⁰² Lara Blanchy, *L'art contemporain dans les lieux de culte*, Paris, éditions Complicités, 2004, p. 30.

les représentations qui les constituent), grâce au « faire » justement, permettent de pointer la richesse sous-jacente à un tel parti pris (pour une « déhiérarchisation »). Ce positionnement permet avant tout de saisir les *fictions* qui participent à l'élaboration du dogme qui régit toute production : en dépassant la « peur » même de cette « mort », se présente au chercheur et à l'artiste (voire, au concepteur / designer) la possibilité d'ouvrir le champ des possibles propres à sa discipline. Car au sein même de l'art, le pouvoir (même si considéré comme « élitiste ») règne et juge en des termes économiques pour un dogmatisme du « beau », du « bon goût », ou de l'avant-garde. Au fond ce qui se joue dans ce débat c'est la question de la mort d'une certaine forme de pouvoir, laquelle a tout intérêt à cloisonner, « structurer » et typer les *poiésis*. Et c'est là où intervient le pouvoir de l'image, comme interstice possible, fenêtre ouverte sur le monde ou filtre inconditionnel de ce qui est donné à voir. Car au croisement des mises en relations subsiste un carrefour, un fragment, une scène figée choisie comme une sensation *fictive* pouvant appartenir à chacun, singulière « à nouveau » par l'acte même du regard. Ainsi, au sujet des lieux de la « réception », « l'opposition entre art et commerce ou entre public de connaisseurs et masse de consommateurs passifs et manipulés ne fonctionne pas : c'est d'un même mouvement [celui de la « mise en *mémoire* » – expographie, muséographie, etc. –] que s'est constitué un marché [de l'art] et que le répertoire s'est constitué en *patrimoine* autour d'œuvres "éternelles" et d'interprétations qui viennent sans cesse les "renouveler". »⁶⁰³

Paul Valéry parlait déjà du rôle du spectateur comme producteur lui aussi de la « valeur » de l'œuvre. Abordant ici l'interaction entre la poïétique et l'esthétique, il permet d'étendre la question du temps « à faire » : où l'« œuvre en train de se faire » ne se limite non pas au temps où l'artiste – non comme fondateur, *mais plutôt* – comme acteur « fait » l'œuvre, mais s'étend là où le spectateur/acteur entre en jeu. Pour ouvrir le débat à la sphère industrielle, dont la cellule – où la *praxis* règne – de conception de tendances est *la fondatrice*, il apparaît impérieux d'éviter la question fondamentale du « faire pour » (au niveau de l'intention). Car si le spectateur/acheteur participe lui aussi à l'existence de la « conception », l'aspect pervers naît d'un circuit inverse où la conception ne serait que démagogique. Pourtant le

⁶⁰³ Vincent Debaene, *Miles Davis contre Bourdieu*, revue « Minotaure », n° 1, Paris, Les Éditions du Minotaure, Printemps 2003, p.153.

Il est ici intéressant de noter que le « Minotaure » [reprenant d'ailleurs le titre ancien de la revue des surréalistes, des années 1930, dont l'ambition (pour l'éditeur Albert Skira) était de publier « la production d'artistes dont l'œuvre est d'intérêt universel »] était une revue qui résultait d'une collaboration entre chercheurs universitaires, artistes et journalistes, et, qui avait pour objectif de « donner des clés de compréhension des tendances lourdes, des lignes de rupture ou des idées nouvelles », comme l'expliquait (le 14 mars 2003) le directeur de la rédaction Guillaume Dasquié, cf. [article en ligne] url : <http://www.strategies.fr/actualites/medias/r28058W/le-minotaure-scrute-les-tendances.html>

« concepteur » est, par définition, celui qui donne le jour à la conception : l'origine ne peut être exclue du processus. Là encore le milieu des tendances l'a compris, d'où la mise en *grâce* d'une Nelly Rodi (directrice de l'agence Nelly Rodi – Paris) ou la « gouroutisation » d'une Li Edelkoort (directrice du bureau Trend Union – Paris).

Ce qui détermine l'esthétisme normé des cahiers de tendances réside donc dans le paramètre inchangé du pouvoir : la cahier donne à voir ce qui « doit être » vu comme l'*objet du désir* et donne l'illusion que ce désir est né en chacun de manière libre et quasi *instinctive*. Les fictions se superposent pour un enjeu central : manipuler l'individu pour le conduire à acheter les artefacts nécessaires pour « vivre la fiction ». Seul cet enjeu maintient les fictions et les modèles proposés à leur place et permet un flux incessant entre chacun des acteurs, de manière active (caractérisé ici par l'achat des artefacts) ou « imaginaire » (le consommateur n'ayant point le « pouvoir d'achat » requis). De plus, les limites des « lieux communs » sont elles aussi investies dans le cadre de la conception de tendances, d'un point de vue dialectique, le « conformisme » étant considéré comme une amorce créatrice dans le sens où « il fait naître l'envie de s'en différencier. »⁶⁰⁴ Aussi est-il indispensable pour les concepteurs d'anticiper à la fois les « tendances de fond » ou « lourdes » et les « tendances alternatives » déclenchées par celles-ci, dans un système de cause à effet.

L'imagination au pouvoir prend dans ce contexte un tout autre sens : l'*imaginaire* donné à voir comme individuel n'est que la cartographie sublimée de ce qui est donné comme permis / possible à « rêver ».

Les bureaux de styles offrent donc à leur clientèle différents services : une conception de cahiers de tendances qui se définissent en termes de « nid d'idées » pour insuffler de « nouvelles » créations. Par saison, les cahiers se déterminent selon différents domaines : la couleur, le motif, la mode femme, la mode homme, la mode enfant, l'accessoire ; pour des outils ciblés, toujours sectorisés (pour la décoration ou le design), il y a aussi des cahiers annuels avec des couleurs, des matières, des motifs et des mises en situation ; et, la « tendance » comme « idée de départ » (les cahiers portent alors le nom de *Impulsion*, pour Carlin International, *Pilote*, pour Nelly Rodi, etc.) ou comme « transversale » (parution annuelle ou bisannuelle selon le bureau) qui détermine les grands courants dit

⁶⁰⁴ Cf. l'interview d'Émilie W. (ex. stagiaire de Trend Union), en Annexe 5.

« socioculturels », en terme de définition d'« influences », d'« individus », d'outils clefs pour la recherche et le développement, pour faire le lien entre les créatifs et le marketing. En plus de ces cahiers, chaque bureau de style offre un service personnalisé à ses clients, où une étude de marché va être effectuée et des gammes de couleurs fournies en fonction du secteur ciblé.

Pour le « marché Asie », la démarche est la même (la globalisation est efficace certes, mais surtout dans la manière d'employer des « saillances » comme substituts aux savoir-faire locaux) : des agents employés par les bureaux de style parisiens se trouvent dans les pays acheteurs afin de « faire le lien » avec les clients, soit de *traduire* les outils en terme de compréhension méthodologique pour une utilisation immédiate. Autrement dit, ces agents ont la mission d'accompagner le client dans son « interprétation » des cahiers de tendances et de vérifier que la conception s'établit en corrélation avec les tendances « insufflées », selon un pouvoir centralisateur :

Les conseils se font exclusivement de Paris. Là-bas on a des agents, en termes de relais (informations marché et marketing) qui travaillent avec eux, ils font valider les projets avec le client réel, en fonction de la demande actuelle du pays. Ils sont comme des baromètres et ils expliquent au client la validité du produit conseillé.⁶⁰⁵

L'objectif des bureaux de style n'est donc pas de s'adapter à une clientèle mais de faire en sorte que cette clientèle (typée) ait les mêmes besoins que n'importe quelle « autre » (du *même* type). Et, pour garantir cela, l'objectif du bureau est de fournir au client une méthodologie « clef en main », l'objectif étant que le processus de conception de tendances soit *imité* [programme, modèles, méthodes] par le processus d'« appropriation » des tendances données, afin de garantir que la « création » de l'industriel client [au sein duquel le/les styliste(s) auront « assimilés » les conseils des « tendanceurs » missionnés par Paris] soit en totale correspondance avec ce qui est entendu comme « étant attendu » par les consommateurs :

On va commencer par mettre en place une nouvelle ligne et un nouveau nom (définition du positionnement, de « comment vendre », mise en place du merchandising, du packaging, ...). Puis, on propose une gamme avec trois thèmes en fonction de la saison donnée, comme par exemple : *City Wear*, *Casual* et *Habillé* pour le même magasin. Il y a des croquis, des

⁶⁰⁵ Interview donnée à Peclers Paris le 20 janvier 2006, auprès de Marie-Françoise Gane (Développement Asie), cf. Annexe 4, p. 655.

coupures de presse, des matières et des motifs. Tout est très détaillé : liste des endroits où acheter le tissu, contacts des agents Taïwanais et plans de collection en fonction du tissu. C'est énorme, il y a trois visites de faites chez le client pour vérifier la bonne marche. C'est l'importance de la présence du modéliste là bas. C'est lui qui doit interpréter le cahier.⁶⁰⁶

La réception n'est donc pas questionnée en tant que telle puisque le modéliste est là pour garantir la « bonne lecture » de l'outil, il a pour rôle de *traduire* (au paroxysme de l'interprétation) les éléments visuels – échantillons, photographies, couleurs référencées et mots – pour une utilisation précise : la conception de produits. Ce qui importe c'est que les tendances circulent, et « bien » si possible, car plus le discours s'installera plus il « fera » les consommations à venir, que ce soit à Paris, à Londres, à Shanghai ou à Tôkyô. La notion de choix n'existe pas dans ce contexte, l'apparente démocratie créative n'a même pas lieu d'être puisque l'enjeu est simple : le « client asiatique » veut être sûr que ses créations se vendront et il croit au dogmatisme du style parisien. Aussi la manipulation est-elle efficiente à bien des niveaux : l'industrie globale a ainsi toutes les chances de prospérer.

Dans cette optique, l'idée de départ des bureaux de style n'est pas de vendre des produits français ou européens au dit « marché asiatique » mais plutôt de leur permettre de concevoir des produits qui répondent à une tendance « réelle » (comme « saillances » communes à l'ensemble de la planète, à quelques « couleurs locales » et combinaisons près), conçue de toutes pièces en interne. Concernant les entreprises asiatiques désireuses de vendre leurs produits en France ou en Europe, le bureau fournit alors une « charte des tendances » et un profil des « segments » principaux définis pour le « marché ciblé » par l'entreprise. Les bureaux vendent les mêmes cahiers partout dans le monde lorsqu'ils sont demandés, il n'y a pas de cahier de tendances destiné à tel ou tel pays, la conception est destinée au marché mondial. Autrement dit, seules les conceptions « sur mesure »⁶⁰⁷ (sous-tendant une nouvelle typologie de *tendances* liées à des « segments cibles » préconçus par le marketing), que ce soit en France ou partout ailleurs dans le monde, sont censées s'adapter à un marché spécifique et à une « identité culturelle » prédéfinie. En ces termes, il ne serait pas frileux de dire que les bureaux de style participent activement à la globalisation par la « culture de marché ». Puisqu'ils ont comme clients tous les secteurs d'activité, du marché du luxe au

⁶⁰⁶ Interview donnée à Peclers Paris le 20 janvier 2006, auprès de Marie-Françoise Gane (Développement Asie), cf. Annexe 4, p. 655.

⁶⁰⁷ Le terme « sur mesure » est employé par Peclers Paris pour ce qui concerne les conceptions de type *consulting*. Cf. l'interview donné à l'agence "Peclers Paris" le 20 janvier 2006, auprès de Françoise Serralta (Directrice de Recherche et Prospective) et de Marie-Françoise Gane (Développement Asie), Annexe 4.

« *mass market* », que ce soit l'habillement, l'alimentaire, la décoration, l'automobile, etc., tout ce que l'on consomme dans *notre* quotidien est conçu avec l'apport des « tendances », voire même le cinéma [l'œuvre cinématographique de Wong Kar-Wai en est un bon exemple puisqu'elle est scénarisée en fonction de conseils donnés par un bureau de style et participe à l'image que le spectateur occidental peut se faire de Hongkong, et par extension, de la Chine] ou la musique dite « populaire ». Aussi, dans la *modernité*, le jeu de création de « mondes » et de « guerres esthétiques » prévaut-il sur la compréhension de la *diversité* des techniques, des imaginaires et des talents [et cela fait « sens commun » à bien des niveaux] :

L'entreprise multinationale tend à abandonner l'usine, en gardant uniquement les fonctions, services et employés qui lui permettent de créer le monde où la marchandise existe. Les agences de publicité inventent la dimension spirituelle de l'évènement qui doit s'incarner dans les corps, motiver les comportements. Mais cette relation sociale est contradictoire avec la logique des biens communs (connaissance, langage, œuvre d'art, science, etc.).⁶⁰⁸

L'opération de « création de mondes », soit, de « fictionnalisation », engage l'idée que seules les fonctions, les services et les employés qui sont nécessaires à son existence perdurent dans une entreprise multinationale (soit, ceux concernant le marketing, la conception, la communication, etc.). Une telle « entreprise ne crée pas l'objet (la marchandise), mais *le monde où l'objet existe*. Elle ne crée pas non plus le sujet (travailleur et consommateur), mais *le monde où le sujet existe*. »⁶⁰⁹ Autrement dit, l'objectif de telles productions réside dans la mise en correspondance de produits / producteurs / consommateurs / industriels et de « mondes » tels qu'ils ont été créés en amont : le dictat des bureaux de style est précisément à cet endroit. Concevoir des tendances correspond à « concevoir des mondes », des *fictions* à partir desquelles l'ensemble de la chaîne de production et de consommation devra s'identifier / se « reconnaître » (indifférenciation du monde de l'entreprise et des ouvriers / consommateurs). Cette « fictionnalisation », non nommée (la *fiction* étant alors confondue avec la *croyance*), est le leurre majeur de la société capitaliste, car il y a une contamination réciproque d'éléments fictionnels et d'éléments non fictionnels⁶¹⁰. Aussi consommer ne se

⁶⁰⁸ Maurizio Lazzarato, « Créer des mondes : capitalisme contemporain et guerres « esthétiques » », (in) Olivier Assouly (sous la direction de), *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1997, p. 335.

⁶⁰⁹ Maurizio Lazzarato, « Créer des mondes : capitalisme contemporain et guerres « esthétiques » », (in) Olivier Assouly (sous la direction de), *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1997, p. 335.

⁶¹⁰ Cf. Jean-Marie Schaeffer, « Fiction et croyance », (in) Nathalie Heinich et Jean-Marie Schaeffer, *Art, création, fiction, Entre sociologie et philosophie*, Nîmes, éditions Jacqueline Chambon, 2004, pp. 163-186.

réduit-il pas à acheter un service ou un produit : « consommer c'est appartenir à un monde, adhérer à un univers. »⁶¹¹ Et, l'ensemble de ces « mondes » est constitué d'agencements d'énonciation et de régimes de signes qui composent un ensemble de croyances portée sur le monde, sur « soi » et sur les « autres ». Ainsi, la sollicitation de l'image publicitaire est une incitation – elle fait signe – et contribue à la confusion opératoire entre *fiction* et *croyance*. Ce n'est donc pas tout à fait de *création* dont il s'agit lorsqu'il est question de conception de tendances, mais plutôt d'un « processus de constitution de la différence et de la répétition » (*mimèsis*), pour une neutralisation du monde qui est donné à voir, et *a posteriori* à vivre. En ce sens, « vendre » signifie d'abord et surtout « construire un consommateur, une clientèle »⁶¹².

Pour « faire monde », c'est en grande partie l'image qui permettra de véhiculer « l'impression d'un voyage », d'une « ambiance » (comme univers signifiant, visuel et textuel), d'une « mise en situation » (des *loci* et des *images* combinés pour des « lieux images » constitués et performatifs), soit, d'une *tendance* de consommation, séduisante et colorée (voire, « édulcorée »), *fiction* d'un *ailleurs exotique* ou d'une réalité « sublimée », neutralisée. Aussi cette « image » participe-t-elle non seulement activement à la communication, faisant le lien entre tous les acteurs du « monde du marché », elle « fait » aussi la *modernité*, celle-là même où vous allez sortir dîner ce soir. Sans ces « lieux images », reproduits et diffusés quotidiennement, « l'expérience commune » ne serait pas la *même*, « nous » ne serions pas les *mêmes*. Autrement dit, « nous » ne serions pas ce « nous » sommes aujourd'hui : avoir conscience de cet « état de fait » émancipe d'avantage le pouvoir du « faire », chaque usager étant à même d'*inventer* son quotidien, non seulement en combinant à son tour les collectes effectuées, mais ayant aussi le pouvoir de se poser la question des « lieux » choisis pour la ponction de ces collectes.

Et, si « clivage » il y a, s'impose donc d'une part au chercheur de d'abord « déconstruire » un à un les rouages des « machines à penser » repérées pour construire « sa » machine à « lui » [combinaisons efficaces des savoirs], mais aussi de considérer le rôle actif de chacun des usagers de la *modernité* : chaque « réception » étant, au-delà (ou « au travers ») de toute *traduction*, singulière au même titre que chacun des « faire avec » ; l'*intention* étant l'ultime

⁶¹¹ Maurizio Lazzarato, *op.cit.*, p. 336.

⁶¹² *Ibid.*

mouvement tendant vers l'*invention* et avec elle le large panel de libertés qui peuvent « faire l'échappée belle » aux identifications cristallines, et si brèves.

Nous allons donc à présent nous pencher au plus près du processus de conception de tendances : de quelle « fictionnalisation » est-il question en interne ? Quels sont les outils opératoires à cette construction ? Et de quelle manière des *identités* sont-elles combinées pour produire des processus d'identification ?

II.3 Conception de tendances et « fictionnalisation » de la modernité : construction d'« expériences communes » pour des processus d'identification

Si la combinaison de *loci* et d'*images* favorisent la *mémoire* et la dimension performative du discours, elle construit aussi des processus d'identification : « fictionnaliser » la *modernité* signifie en ce sens définir des *identités* (« saillances » décontextualisées du « faire » et de l'ensemble des *relations* qui les construisent), les structurer (typologies) et les rendre « à nouveau » signifiantes (combinaisons de « lieux images » et de néologismes) afin qu'elles « fassent monde ». La particularité de la mise en fiction dans le cadre des cahiers de tendances est qu'elle est construite avec des « synthèses » (ponction de différents « matériaux » sans tenir compte des processus qui les « font »), lesquels sont alors potentiellement identifiables par l'utilisateur comme « éléments fictionnels » (tels les « ambiances » que sont les images composées par le graphiste ou le styliste) et « non fictionnels » (échantillons de matières, gammes de couleurs référencées répondant à des objectifs industriels, « mises en situation » – stylisme de mode, décoration d'intérieur, etc.).

L'*effet* produit (du point de vue de la réception) correspond alors à une sorte de « double fantasmagorique » [statut conféré à l'image (matériau « acteur » de la composition globale d'une page du cahier de tendances) donnée à voir] qui élimine « l'original » [la source, *identifiante* (nom du photographe, œuvre d'artiste, etc.), dont provient l'image est évincée] et « qu'il [le « double fantasmagorique »] tue ou essaie de tuer en prétendant se substituer à lui [l'original]. »⁶¹³ Autrement dit, au sein d'une « poétique de substitution », ce qui fait l'*effet* « fantasmagorique » est une *fiction* non identifiée : elle est « effet » lorsque le processus de sa construction est gommé. Or, lui conférer le statut de « fiction » permet à la fois d'établir un questionnement sur ce même processus et une reconnaissance de son existence comme « réalité construite ». Ainsi, mener une réflexion sur le processus de « fictionnalisation » dans la conception de tendances permet de redessiner le cheminement qui est volontairement rendu « opaque » par les concepteurs, répondant à des objectifs marketing [le pouvoir est à celui qui « dit », sans dire d'où il tient son récit, ni comment il l'a construit] :

Est fantasmagorique « l'éclat [...] dont s'entoure la société productrice de marchandises » et c'est un éclat qui paraît coïncider autant avec la « belle apparence » de l'esthétique idéaliste qu'avec le caractère fétiche de la marchandise. Les fantasmagories sont les « images magiques

⁶¹³ Clément Rosset, *Fantasmagories – le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 74.

du siècle », ce sont les « images de souhait » de son collectif au moyen desquelles celui-ci « cherche tout ensemble à supprimer et à transfigurer l'inachèvement du produit social aussi bien que les carences de l'ordre social de production ». La fonction de la fantasmagorie semble être d'abord une fonction de transfiguration : ainsi les expositions universelles transfigurent-elles la valeur d'échange des marchandises en réalisant une sorte de fondu cinématographique avec leurs valeurs abstraites ; ainsi le collectionneur transfigure-t-il les choses en les dépouillant de leur caractère de marchandise [...].⁶¹⁴

Les *fantasmagories*, comme « réalités à part entière »⁶¹⁵, sinon comme doubles témoignant du « réel », participent à une production de sens, et confèrent au concepteur de tendances le rôle de *traducteur* des « mondes » des consommateurs, énoncés et mis au service des producteurs des objets de consommation qui leurs seront destinés. Pourtant, le travail de designer de tendances correspond d'avantage à une construction de *fictions* comme « lieux communs » de référence à la fois pour les producteurs et les consommateurs. Ainsi, engager une réflexion plus précise sur le statut et l'utilisation de l'*image* dans le cahier de tendances et, par extension, d'une fiction de l'« autre », de l'*exotisme* et des lieux mythiques qui y trouvent leurs représentations, correspond, en termes de méthode, à définir les domaines visuels et vocables qui y participent. De plus, l'entrelacement des différents niveaux de représentation, opératoires dans la conception de tendances, nécessite l'analyse poïétique des paramètres visuels (couleurs, images) et textuels (champs sémantiques). Cette analyse poïétique s'établira grâce à l'outil cartographique appliqué à des études de cas. Dans ce contexte, l'argumentation s'appuiera sur la notion de *fiction*, telle que la questionne Jean-Marie Schaeffer, dans sa relation à l'origine des images ou à leur champ référentiel :

[...] ce qui la caractérise la fiction ce n'est pas que tous ses matériaux représentationnels soient inventés, mais que la question de leur source et de leur cible de renvoi est mise entre parenthèse. [...] ces œuvres ne se bornent pas à mélanger fiction et « factualité », mais opèrent un effacement des signaux qui, généralement, nous permettent de décider si nous sommes dans le champ de la fiction ou non.⁶¹⁶

⁶¹⁴ Rolf Tiedemann (in) Walter Benjamin, *Paris Capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des passages*, Paris, Les éditions du Cerf, 2002, p. 22.

⁶¹⁵ Clément Rosset, *Fantasmagories – le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 11.

⁶¹⁶ Jean-Marie Schaeffer, « Fiction et croyance », pp. 163-186 (in) Nathalie Heinich, Jean-Marie Schaeffer, *Art, création, fiction, Entre sociologie et philosophie*, Nîmes, éditions Jacqueline Chambon, 2004, p. 169.

C'est donc non seulement au niveau de l'entrelacement entre « éléments fictionnels » et « non fictionnels », mais d'avantage dans l'*effacement* de leur source et, plus encore, des signaux qui permettent au « lecteur » (soit ici, celui qui reçoit et qui « fait avec », c'est-à-dire, l'usager) de définir le statut de ce qu'il « lit », que l'image donnée à voir devient *fantasmagorie* et conditionne la réception. Du plus, par la « combinaison de faits » (*sunthesis tôn pragmatôn*)⁶¹⁷, comme « structure » mythique, les artefacts (tel qu'une représentation de *geisha* en train de se peindre les lèvres) sont confondus par le « récepteur » avec des *identités* [la *fiction* « mise en scène » devient « réelle » ; même si le « lieu » signifié par l'image est lointain, méconnu, celle-ci est « reconnu » (produisant un système d'identification « non dit », camouflé), provoquant une forme de plaisir] en même temps que les éléments perçus comme « fictionnels » (tel que dans l'image la présence d'un élément perturbateur, incongru, comme un animal sauvage, par exemple) produit de l'*ambivalence* et « fait » « lieu image ». Dans le sens où le mélange de différents niveaux fictionnels produit non seulement un processus d'identification (pris pour une « reconnaissance »), mais aussi un impact (ludique) fort qui en même temps qu'il s'inscrit dans la *mémoire* du spectateur, provoque son articulation avec l'*imagination*.

Cependant, au-delà d'analyser les *effets* produits, de l'ordre de la réception, l'objectif ici est de questionner le processus de construction de telles fictions, en éradiquant le statut fantasmagorique qui leur est attribué, car c'est ce dernier qui empêche la compréhension des productions de tendances comme « réalité fictionnelle ». De plus, sur le « terrain » de la conception de tendances, l'utilisation outrancière de visuels issus de magazines et le fait de ne pas indexer les représentations fictionnelles comme telles revient à faire passer une production pour, sinon du « réel » ou de la *vérité* (selon une vision platonicienne), des « représentations factuelles ». Or, le bureau de style s'adresse à des industriels désireux de « connaître », sinon la société à laquelle ils s'adressent, le « marché » auquel ils vont pouvoir proposer leurs biens ou leurs services (d'où la nécessité d'*identifier* des « segments cibles »). Dès lors, de quelle manière les représentations fictionnelles vendues par les bureaux de style produisent-elles une « neutralité » de sens [opérateur pour le marketing, au niveau de la réception, par la confusion provoquée chez le « récepteur » non seulement entre *mémoire* et *imagination*, mais aussi entre « reconnaissance » (des mythes véhiculés auparavant) et « découverte » (l'usager ayant l'impression de « trouver » sur le marché les produits dont il

⁶¹⁷ Sophie Klimis, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote. Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, éditions Ousia, 1997, pp. 163-164.

« rêvait » quelques temps plus tôt), vers un dit « phénomène » de globalisation, dont la conception de tendances elle-même est l’instigatrice] ?

a- Des « lieux images » [« *Paris, centre de la mode* » et « *exotisme de l’Orient* »] et des histoires individuelles : *intentions* et traversées pour la construction d’une *modernité*

Pour que le discours soit « performatif » encore faut-il à la fois combiner des « lieux communs » et des néologismes : faire des tendances à Paris c’est déjà définir un *loci*⁶¹⁸, dont les contours sont tracés habilement par l’histoire de la mode, laquelle véhicule aisément quelques *images*, tel le savoir-faire des modistes, mais aussi les talents d’artistes qui ont fait l’histoire. « La ville française » par excellence habite la *mémoire* de toute une série de « lieux images » en celui qui s’éprend de romantisme ou de « bon goût » évoqué, à l’autre bout de la planète. Aussi construire une fiction commence-t-il par définir un lieu, que celui-ci soit *déjà* un « lieu commun » et la fiction ne pourra que mieux « prendre » celui qui la reçoit. D’autant plus le *loci* est « déjà » signifiant, d’autant mieux il va susciter l’*imagination* de celui qui n’en aura eu que quelques minces expériences, voire aucune. Ainsi, observez les yeux écarquillés « d’un tel » face à un discours au sujet d’un lieu dans lequel il n’est lui-même jamais allé, si ce discours est rempli de « lieux images », tous mieux définis les uns que les autres, la fiction « prendra » et sera le « réel » de cet « autre lieu » aux yeux et aux oreilles de celui qui, médusé, se voit confondu de *mémoire* et d’*imagination* fiévreusement mêlées. La fiction ainsi construite devient la « réalité » traduite de celui qui ne pourra jamais aller lui-même à la découverte du « lieu » dont il aura eu vent (et s’il va, y « trouvera »-t-il certainement les *images*⁶¹⁹ dont il aura si bien entendu parler).

Cependant pour que cette « mémoire fictionnelle » soit transmise, il ne suffit pas d’en parler, encore faut-il l’écrire et la mettre en images. Aussi le texte est-il sous-jacent à toute conception de tendances, il la structure, lui donne forme, voire, la légifère :

⁶¹⁸ [Jacopo Ragore : traité sur l’*Ars memorativa (in) Artificialis memoriae regulae*, écrit en 1434] : « La mémoire artificielle est réalisée grâce à deux choses, les *loci* et les *images*, comme l’enseigne Cicéron et comme le confirme St Thomas d’Aquin. ». Cf. Frances Amélia Yates, *L’art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966), p. 95.

⁶¹⁹ Au fond, il est question ici des « mythes obstacles à la *rencontre* » dont le chapitre I de la première partie de cette thèse faisait le récit, au sujet du Japon et de l’Orient, comme « lieux images » de fantasmagories diverses.

Le publicitaire produit une image et la propose comme équivalent du texte à son client. Cette équivalence entre image publicitaire et texte appartenant à la rhétorique normative de l'organisation est un principe fondamental du marketing. Derrière toute image publicitaire, il y a un texte écrit. Sans un tel texte, aucune organisation n'engagerait les sommes nécessaires pour les diffuser.⁶²⁰

La rhétorique interpersonnelle et l'argumentation, qui se déroule en interne de tout bureau de conception pour des commandes industrielles, présupposent une organisation des contacts entre « l'orateur » et son « auditoire », la cellule de conception et ses clients. Dans un tel système, se profilent des institutions composées de textes : modèles, codifications, référents. Se dessine alors une forme de « fiction législative » (nécessaire à toute rhétorique) composée de personnages, de lieux et de leurs relations. Les conseils apportés par les concepteurs de tendances sont chers payés par les industriels et les entreprises du luxe, s'ils le sont c'est parce qu'ils fonctionnent : les *fictions* sont non seulement opératoires à bien des niveaux de la conception / production / consommation, mais elles structurent les échanges, les rendent possibles. Aussi le « paysage fictionnel » des tendances se compose-t-il de « lieux images », des lieux référentiels qui participent au fonctionnement bien rôdé du monde de la mode et soulèvent des enjeux politiques : la centralisation des savoir-faire (Paris, capitale de la mode, et par extension toute capitale *moderne*, New York, Milan et Tôkyô), pour l'externalisation des productions à moindre coût [faut-il le préciser ?], et, ce qui se donne comme les « traces » d'un passé colonial, la collection des représentations qui construisent la *fiction de l'exotisme*, confondant l'étranger avec l'*imitation* qu'elle en fait.

Concernant le premier « lieu image », il s'est construit avec l'histoire de la « rupture industrielle » : la ville de Paris a le rôle du « centre de la mode » depuis la fin du 19^{ème} siècle et c'est en grande partie lié à l'urbanisation et à la révolution industrielle, avec elle, la France est aussi identifiée au pays d'artistes peintres célèbres, lieu des "Expositions Universelles"... Tous ces paramètres « font images » et à ce titre, font vendre à travers le monde. En témoigne le regroupement de vingt-et-un salons professionnels « de la mode et de la maison » sous la marque "Paris Capitale de la Création", depuis 2003. Leur slogan est celui-ci : « Paris, Capitale de la Création, renforce le dynamisme tout au long de l'année des salons de la mode

⁶²⁰ Romain Laufer, « Système de la légitimité, marketing et sophistique », (in) Barbara Cassin (sous la direction de), *Le plaisir de parler*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 231.

et de la maison. Cette offre unique, que Paris est la seule ville au monde à rassembler, galvanise les prescripteurs du monde entier. »⁶²¹

L'*identité* du lieu est liée à des « images », celles que la *mémoire* combine et dont la réactualisation factuelle nourrit l'*imaginaire* : celles-ci, discours faisant, confèrent à ce qui y est produit, les « valeurs » du luxe et de la « qualité ». Pour mieux comprendre la construction des fictions opératoires dans la conception de tendances [voire, dans le monde de la mode], l'œuvre de Walter Benjamin, *Paris capitale du 19^{ème} siècle*⁶²², apporte des *matériaux historiques* qui permettent de définir les notions d'« utopie », de « mode » et du « mythe de l'éternel retour⁶²³ de l'identique » comme matériaux utiles à la « fictionnalisation » d'une *modernité*. L'approche historique de Walter Benjamin est particulière dans le sens où elle ne se donne pas à lire comme une construction abstraite et linéaire, mais comme le commentaire d'une « réalité » : descriptions, observations, expériences, extraits choisis, tous collectés dans le « Paris nouvellement moderne », « terrain » lu et interprété par l'auteur, en ceci que « la Grande Ville est devenue le « laboratoire » de la modernité »⁶²⁴. Mutations et expériences du citadin, les « passages » sont ceux des circulations des habitants dans la ville et des transformations des pratiques, des formes culturelles comme forces productives, voire « productrices » d'une *doxa* mais aussi de possibles *inventions*⁶²⁵ :

⁶²¹ Mise en réseau des informations concernant les salons des professionnels de la mode et de la maison, cf. <http://www.pariscapitalede lacreation.com>

⁶²² Cf. Walter Benjamin, *Paris Capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des passages*, Paris, Les éditions du Cerf, 2002.

⁶²³ Au sujet des mythes comme obstacles à la *rencontre*, et particulièrement celui de « l'éternel retour », cf. la première partie de cette thèse, chapitre I.1, pp. 48-63.

⁶²⁴ Philippe Simay, « Walter Benjamin, d'une ville à l'autre », Philippe Simay (sous la direction de), *Capitales de la modernité : Walter Benjamin et la ville*, Paris-Tel-Aviv, éditions de l'éclat, 2005, p. 9.

⁶²⁵ Si la *doxa* [du point de vue du langage dans sa relation à des pratiques], pour Anne Cauquelin, se construit par les « rumeurs » (ce que les gens disent à propos de leur ville, soit, comment ils la voient, de quelle manière ils en parlent, donnent des noms aux lieux et s'en souviennent), comme « fantasmatiques » (des noms de rues aux récits, comme « matériaux »), elle est aussi « dynamique » (elle dynamise l'espace) et « oblique » (tel « un discours qui ne va pas droit »). Cf. Anne Cauquelin, *Cinéville*, Paris, Union Générale d'Éditions, « 10/18 », 1979.

Aux notions de « lieu » (intime et faisant « image ») et d'« espace » (ce qui structure l'ensemble des « lieux », leur permettant d'être performatifs) est-il alors pertinent d'ajouter la notion de « site » (dans son rapport à « l'usager », se l'appropriant). Ensemble propice aux pratiques plurielles au sein desquelles l'*invention* se « fait » individuellement par les usagers, notamment grâce aux « temps accidents ». Cf. Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990.

NB : La question de la « réception active », dans sa dimension « pratique » et inventive, se posera du point de vue de l'installation (espace duquel les règles sont d'abord *inventées* par l'artiste, « concepteur individuel ») et questionnera la mise en relation entre différents types de « lieux ». Définis comme « symbolisations » dans leur relation aux *poïésis* et aux « pratiques-usages », soit du point de vue de leur processus de construction : des « couleurs matières » *signifiantes* pour différents *ethnos*, des fibres entremêlées pour donner forme trouble à deux sculptures hybrides (« femmes végétales »). Définis comme « mythes » dans leur relation au *logos* et aux « pratiques-usages » : des « lieux images » et des figures mythiques [Morpée, Daphnée, des *mythologies* qui font « sens » dans le langage : interprétations, *imagination* parfois confondue avec la *mémoire*]. Et de leurs croisements et actualisation par les discours et les « pratiques-usages ». Cf. La troisième partie de cette thèse, chapitre II, pp. 526-559.

Il s'agit là d'une démarcation importante : la Grande Ville n'est pas le type de la société – rationnelle et désenchantée – mais le lieu de production de mythes et de fantasmagories modernes résultant de l'effet de saturation du capitalisme avancé et dont il importe de se libérer.

À travers ses analyses sur les matériaux et les formes architecturales aux XIXe et XXe siècles, sur les pratiques urbaines, sur les médias de la culture de masse, dans l'attention portée aux grandes transformations de la métropole aussi bien qu'aux détails les plus modestes de la vie citadine Benjamin a cherché à définir ce que pouvait être une compétence, voire une expertise citadine à partir de laquelle l'habitant des grandes villes prend conscience de son rôle dans le processus de production capitaliste. En ce sens, la modernité n'est ni une culture ni un état d'esprit : elle est indissociable de la manière dont la ville est ressaisi dans la réflexivité d'une l'expérience. Cette expérience, Benjamin ne l'a jamais vécu en un lieu unique, ni même privilégié. Elle s'est toujours tenue dans un entre-deux où s'est joué le sort d'une modernité contradictoire: entre Paris et Berlin, ou pour le décliner autrement, entre la capitale du XIXe siècle et celle du XXe siècle, entre la grande ville naissante et la métropole triomphante, mais aussi entre la ville de l'exil et celle de l'enfance.⁶²⁶

Ainsi, si le « Paris du Second Empire » fut pour Benjamin le « lieu » où les fantasmagories urbaines transfigurent « faussement » le capitalisme en promesse de bonheur, son œuvre permet de mieux comprendre les relations entre les citadins et les nouvelles marchandises, et comment, par elles, se sont construites des *fictions* constitutives d'une poétique de la *modernité*. Des déambulations du flâneur, distrait par les vitrines, stimulé par les nouveaux signaux que la ville lui transmet, interagissant avec son environnement, et par là même, le redéfinissant. En ceci, les écrits de Benjamin constituent « une topographie de la modernité où les lieux et les choses constituent aussi bien le matériau de la mémoire que celui d'un sursaut révolutionnaire »⁶²⁷ Entre distraction et ennui, le citadin ainsi décrit est dans une forme d'attente, celle de « nouvelles fantasmagories culturelles ». De plus, la méthode d'écriture de Benjamin (fragments mis les uns à la suite des autres) permet au lecteur de faire des correspondances entre les objets observés et les écrits de divers auteurs sur le sujet concerné. En ce sens, il dresse une sorte de cartographie du « Paris moderne », utile à l'analyse de la « construction fantasmagorique » et à la compréhension des « processus de fictionnalisation » actuelles, tel qu'intégrant « Paris capitale de la mode », comme *fiction* opératoire pour les

⁶²⁶ Philippe Simay , « Walter Benjamin, d'une ville à l'autre », Philippe Simay (sous la direction de), *Capitales de la modernité : Walter Benjamin et la ville*, Paris-Tel-Aviv, éditions de l'éclat, 2005, p.11.

⁶²⁷ *Ibid.*, p.14.

concepteurs de tendances. Ainsi, dans la ville même, se mêlent les fictions produites par les concepteurs de tendances et celles qui se construisent, au quotidien, par les usagers / consommateurs. Pour mieux définir la *doxa*, certes « oblique », voire « transversale », comme « dessinée » par les productions industrielles [modélisation des usages], l'ouvrage d'Edward Bernays (l'*inventeur* du « marketing global ») est à nouveau signifiant. L'extrait ci-dessous est volontairement cité dans son intégralité afin de permettre au lecteur de considérer l'ensemble du processus de « fictionnalisation » de la mode, à partir d'une nécessité de relancer un secteur d'activité (ici la production du velours aux Etats-Unis), et comment Paris devient le « centre », le point de départ stratégique de la *nouvelle tendance* :

Le commerce offre des exemples imagés des effets que certains groupes d'intérêt peuvent produire sur le public. Prenons le cas d'industriels du textile menacés de perdre leur marché. Le problème s'est posé il y a quelque temps aux fabricants de velours, acculés à la faillite parce que leur produit s'était démodé. Après analyse, il s'avéra qu'il était impossible de ressusciter la mode du velours en Amérique. Ils se lancèrent alors dans la recherche anatomique du point vital. Paris ! Évidemment ! Ils se refusèrent pourtant à tout miser dessus. Paris est la capitale de la mode, Lyon la capitale de la soie. L'attaque devait être portée à la source. Décision fut prise de cibler l'objectif sans rien laisser au hasard, en utilisant les grands foyers de la mode pour influencer le public, puis de mettre sur pied un département de mode spécialisé dans le velours et ouvertement soutenu par les industriels du textile. Sa première mission consistait à entrer en contact avec les manufactures lyonnaises et les couturiers parisiens pour s'informer de ce qu'ils faisaient, les encourager à prendre parti pour le velours et les aider en échange à bien exploiter leur production. Un Parisien intelligent fut enrôlé dans l'équipe. Il alla voir Lanvin et Worth, Agnès, Patou et d'autres afin de les inciter à employer le velours pour leurs modèles de robes et de chapeaux. Quant à la présentation de l'idée au grand public, elle se résuma à montrer aux acheteurs américains, ou plus précisément aux élégantes américaines, les créations en velours sorties des ateliers des couturiers et des modistes. Les femmes se mirent à porter du velours par goût, et parce que c'était à la mode.

Placés, eux aussi, devant cette situation objective (bien que délibérément fabriquée), les rédacteurs des magazines américains et les rédacteurs de mode des journaux américains en firent état dans leurs articles, soumettant à leur tour aux mêmes influences le grand public des consommateurs. Et, de fil en aiguille, le goût pour le velours s'étendit au pays tout entier. La demande créée lentement mais sûrement à Paris gagna l'Amérique. Un grand magasin désireux de s'imposer sur le marché de la mode présenta des robes et des chapeaux en velours conçus par des couturiers français, et rendit publics les télégrammes reçus de ces derniers. L'écho du nouveau style se propagea d'un bout à l'autre du pays, dans d'autres grands magasins animés

par les mêmes ambitions. Les communiqués prirent le relais des dépêches, les échanges de courrier celui des télégrammes, et c'est habillée de velours de pied en cape que la voyageuse américaine apparut devant les photographes de presse venus attendre l'arrivée du bateau.

Cet enchaînement de circonstances fabriquées produisit l'effet voulu. « La mode volage revient au velours », ironisa un journal, mais des milliers de personnes purent garder leur emploi dans l'industrie textile américaine.

Si l'on envisage la société dans sa globalité, force est d'admettre que la nouvelle propagande sert plus souvent qu'on ne veut bien le croire à cerner les désirs des masses et à les réaliser. Pour qu'un désir de réforme s'inscrive dans les faits, il ne suffit pas que de nombreuses personnes le partagent : elles doivent l'exprimer assez clairement pour l'imposer avec force au législateur.⁶²⁸

Le système de cause à effet (« enchaînement de circonstances fabriqué ») est ici utilisé à des fins économiques : les *effets* de mode transmis par les médias est alors le moyen de fédérer des populations entières [de Paris à New York] vers une consommation prédéfinie. Une telle « fictionnalisation » tente donc d'évincer le *hasard*, et défini des « lieux » stratégiques [« attaquer » le centre ; considérant le peuple comme un « corps social » duquel il suffit d'« appuyer » ici ou là, grâce à un système sémiotique], ceux qui font « images », ici en l'occurrence, « Paris ville de la mode ». L'impact industriel sur les créateurs eux-mêmes [l'exemple cité ci-dessus au sujet du velours] permet ainsi la relance d'un secteur d'activité par la manipulation des usagers (jeu des croyances), grâce aux médias (les « stars » – « signifiants mythifiés » – se mettent à porter les « nouvelles » créations faites de velours) : la *doxa* (au sens des « lieux communs » véhiculés) se fabrique par le discours combinant des « lieux images ». Ainsi, sur le « terrain » qu'est la ville du début du vingtième siècle, dans le va-et-vient des usages, de « lieux communs » en « chemins de traverses », l'*invention* pointe uniquement chez ceux qui en ont le « loisir », l'offre n'étant alors point diversifiée pour le « peuple » (dont l'histoire se construit autrement que par la consommation ludique de nouveaux produits) :

La mode [...] est un témoin, mais un témoin de l'histoire du grand monde seulement, car chez tous les peuples [...] les pauvres gens n'ont pas plus de modes que d'histoire et leurs idées,

⁶²⁸ Cf. Edward Bernays, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

leurs goûts ni leur vie ne change guère. Sans doute [...] la vie publique commence à pénétrer dans les petits ménages, mais il faudra du temps.⁶²⁹

La *modernité* continue de se construire avec l'arrivée de la mode dans « les petits ménages » dans les années 1930, notamment avec l'ouverture du premier supermarché "Prisunic", qui offre à sa clientèle des marchandises en série, moins onéreuses, grâce à l'industrialisation des productions. C'est alors que cette « production en série » nécessite la conception de nouvelles modélisations : en 1953, la chaîne de magasins engage Denise Fayolle, ex-rédactrice de la revue *Votre beauté*, afin qu'elle donne aux produits une « esthétique séduisante »⁶³⁰. Elle devient alors la « directrice du style, du conditionnement et de la publicité », c'est en grande partie grâce à elle que "Prisunic" connut sa « période phare » : entrée en 1956, pour y diriger le bureau de style interne, elle applique son leitmotiv, « Arrêtons de faire du laid pas cher, faisons du beau pas cher ! »⁶³¹ Denise Fayolle est alors un précurseur dans le sens où elle pose les « jalons » poétiques à la conception de tendances : elle diversifie « l'offre » du monde de la mode, en s'entourant de designers tels qu'Andrée Putman ou Terence Conran (début des années 1960) et en envoyant les stylistes en « mission » à l'étranger pour « trouver » des nouveautés susceptibles d'être importées. Et elle préconise à Prisunic de diffuser deux fois par an, au sein du magazine *Elle*, ses « sélections mode et design », définissant ainsi ce qui était alors nommé le « style prisu » modélisant les usages et provoquant la clientèle assidue à « s'arracher » les quelques séries « limitées » saisonnières.

Denise Fayolle y rencontre alors Maïmé Arnodin avec qui elle fonde, en 1968, le premier bureau de style indépendant nommé MAFIA : c'est une « unité de style », dans le sens où c'est le premier bureau de style couplé à une agence de publicité, qui se pose les problèmes en termes de « créativité ». L'idée est de prendre chaque produit « dans son ensemble », soit, de la production à la distribution, jusqu'à l'image publicitaire. Ainsi, MAFIA propose ses « conseils » dans le secteur du « prêt-à-porter » : au niveau de la production, ce sont les filateurs (pour les fibres et les couleurs), les tisseurs (pour les contextures et le choix des dessins) et les confectionneurs (pour le choix des tissus, l'esprit des articles et les formes) qui sont « conseillés » ; et, au niveau de la distribution, interviennent la sélection des articles, leur

⁶²⁹ Eugène Montruc, *Le 19^{ème} siècle vécu par deux Français*, Paris, p. 241, (in) Walter Benjamin, *Op. cit.*, p. 97.

⁶³⁰ Cf. « Denise Fayolle », *Art'chitecture*, [article édité et mis en ligne le 6 avril 2006], url : <http://artchitecture.skynetblogs.be/post/3234619/denise-fayolle>

⁶³¹ L.D., Émilie Renard et Anita du Poudrier, « Back to the 60's » (in) *Born to be unique*, pp. 42-43, [mis en ligne], url : http://www.un1que.fr/doc/UNIQUE16_60.pdf, p. 42.

conditionnement, leur étiquette et même leur présentation en magasin. Globalement, l'équipe ainsi constituée par les deux femmes cible leur action sur les « objets de consommation de masse » : du meuble à la vaisselle, à très bas prix, presque tout est « encore à faire ». Sur abonnement, l'ensemble des professionnels de la mode peut ainsi recevoir, à chaque saison, le « cahier de coloris » conçu par le bureau MAFIA :

Mafia naît en 1968, sous l'impulsion de Maimé Arnodin et de Denise Fayolle, qui a travaillé douze ans chez Prisunic. Maimé Arnodin, centralienne, a commencé sa carrière comme responsable de la rubrique prêt-à-porter du magazine Jardin des modes. Après un passage éclair au département publicité du Printemps, elle monte son propre bureau de style en 1961. Denise Fayolle la rejoint en 1968, et elles décident de mettre à profit leur expérience pour aider les confectionneurs à évoluer. Les deux « papesses du style » aident les industriels du textile à se développer, mais elles ne restent pas longtemps seules sur ce créneau porteur. Dominique Peclers, directrice du bureau de style du Printemps depuis cinq ans, ouvre son bureau, Peclers Paris, en 1970. Didier Grumbach participe aussi à l'évolution des tendances en lançant Créateurs et Industriels qui conçoit la mode comme un élément indissociable du design.⁶³²

Leur volonté première était alors était de diversifier « l'offre textile » du marché français et de démocratiser le marché en combinant l'industrialisation des produits (à bas prix) et la créativité des designers (formes et couleurs en accord avec des matériaux synthétiques ou pétrochimiques) : la « diversité » est alors « offerte » à la majorité, objets « en série » faisant, cette « diversité » n'a duré que le temps du contraste, aujourd'hui le nouvel *establishment* des bureaux de style et de la mode soulève de nouveaux enjeux au sein desquels la globalisation effective des offres tend à « globaliser » les usages eux-mêmes. Aussi les fictions de l'« anticipation » et du « nouveau » mises en scène, « discours faisant », permettent-elles à cet *establishment* de perdurer malgré la complexification accrue du marché [liée non seulement à la rapidité de *transmission* des « lieux images », mais aussi à la mise en réseau des « chemins de traverse » de plus en plus en plus prégnante, nécessitant une « veille » accrue de la part des bureaux de style et du marketing]. Ainsi, c'est le mythe de la *prédictibilité* (la « femme pythie » et son « instinct ») des « tendances » [au sens ici des « usages communs »] à venir, associé à celui de la *scientificité* des systèmes structuraux conçus par le marketing qui valident la pérennité de la conception de tendances.

⁶³² L.D., Émilie Renard et Anita du Poudrier, « Back to the 60's », (in) *Born to be unique*, [mis en ligne], url : http://www.un1que.fr/doc/UNIQUE16_60.pdf, p. 42.

Pour le philosophe, l'intérêt le plus grand de la mode réside dans ses anticipations. [...] L'artiste individuel a, en outre, une sensibilité à l'avenir certainement plus grande que celle de la femme du monde. Pourtant, la mode est en contact, beaucoup plus constant, beaucoup plus précis, avec les choses qui arrivent, grâce au flair incomparable que les femmes, dans leur ensemble, possèdent pour ce que l'avenir réserve. Chaque saison de la mode, avec ses toutes dernières créations, donne certains signaux secrets des choses à venir. [...] C'est là, assurément, que réside le plus grand attrait de la mode, mais de là vient aussi la difficulté qu'il y a à l'exploiter.⁶³³

À ces mythes s'ajoutent celui du « corps social », conférant au « monde de la mode » le « lieu » privilégié pour effectuer à la fois des analyses de type sémiologique et des « manipulations » sémiotiques, confondant ainsi le « signe » avec le couple « signifié - signifiant », évinçant les processus de constructions fictionnelles et de fabrication des « objets ». Ainsi, du point de vue de la « pensée globale » (marketing et conception de tendances, discours faisant), la mode devient le « signe » des « sociétés » elles-mêmes : celles-ci s'explicitent dans l'apparence (soit, « apparaître » signifiant « émettre et recevoir des signes ») et se donnent à lire du point de vue de leurs usages et des *effets* produits. Cependant, la sémiologie est une discipline à laquelle échappent les images, dans le sens où elle ne permet de définir qu'une certaine forme de relation entre un signe, un signifiant et un signifié, une sorte de rapport de cause à effet, en référence à des images *déjà* vues. Présenter ce qui est le plus près de l'individu et ce qui le conditionne permet de saisir en partie ce qui a pu être « rêvé » dans un passé proche. Anticiper ce rêve devient le rôle principal accordé à ceux qui « font » la mode. Dans ce sens, le contenu symbolique de la mode est un enjeu et un moyen de pouvoir. Aussi l'idée que la « mode se fait à Paris », comme à Londres ou à Tôkyô, fédère-t-elle à la fois les créations, les productions en série et les usages : « lieu commun » statufié en *mythe* auquel de nombreux créateurs de Haute Couture et des marques de luxe participent à la pérennisation. Le « lieu » comme garantie de « qualité » et de « bon goût » amène des stylistes étrangers, notamment Japonais, à venir créer leur *show room* à Paris pour le cachet du lieu⁶³⁴ : ce qui est né à Paris matérialise un territoire. Ainsi, « discours faisant », « l'expérience commune » se construit et produit à son tour ce qui se consommera en commun. Les *loci* combinés à des *images* pour construire le mythe favorise la

⁶³³ Walter Benjamin, *Paris Capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des passages*, Paris, Les éditions du Cerf, 2002, pp.89-90.

⁶³⁴Cf. l'interview donnée auprès de l'attaché de presse de Yohji Yamamoto, Annexe 6.

« reconnaissance » (soit, des processus d'identification) du « lieu mythique », là où les pythies professent.

Cette noblesse du centre se répercute donc sur un second « lieu commun » : l'*exotisme de l'Orient*. Des *images* circulent : « lieux » des contrastes, l'*Asie* serait « intemporelle / traditionnelle » et « contemporaine / consumériste », le *Japon* étant l'exemplification de ce stéréotype, avec ses deux villes « mythiques » : le « traditionnel Kyôto » (avec ses temples shintoïstes, ses *geisha* et ses maisons en bois garnies de *tatami* et de *shôji*⁶³⁵) et le « moderne Tôkyô » (avec ses rues animées, ses *manga*, ses monomaniaques, ses jeunes aux cheveux et aux vêtements bariolés). Un cliché étant, comme un mythe ou une rumeur, forcément né d'une réalité partielle (et partielle) [la « *doxa* oblique », selon Anne Cauquelin], les tendanceurs savent où aller chercher leurs clichés, cette fois, photographiques. Les bureaux de style envoient donc leurs *trend shoppers* en « mission » dans les lieux attendus, participant eux-mêmes à la composition de cette lecture formatée, comme par exemple : prises de vues et collecte d'objets et de textiles dans les « quartiers branchés » de Tôkyô, tels Shibuya ou Harajuku. Ceux-ci ne vont en aucun cas à la « découverte » d'une *diversité* autre que celle qu'offre l'industrie, voire quelques jeunes créateurs, et, pas extension, les boutiques du centre ville. Rapporter les « trésors » du Japon réveille la curiosité des Parisiens et « appelle au voyage », tel que c'était le cas dans la bourgeoisie du début du 19^{ème} siècle : l'appel au voyage a valeur d'« être à la mode » et participe à la construction de nouveaux cycles.

Cette analyse de la mode éclaire également la signification des voyages qui, pendant la seconde moitié du 19^{ème} siècle, devinrent à la mode dans la bourgeoisie. [...] Ce processus commence avec les symptômes les plus insignifiants, par exemple le ... remplacement du cigare par la cigarette ; il se manifeste dans le goût des voyages qui fait autant que possible vibrer la vie de l'année toute entière en plusieurs périodes brèves, avec les accentuations de départ et d'arrivée. Le [...] rythme de la vie moderne ne traduit pas seulement le désir de voir changer rapidement les contenus qualitatifs de la vie, mais la force de l'excitation formelle de la frontière, du commencement et de la fin.⁶³⁶

⁶³⁵ *Shôji* : panneaux de papier de riz, aux cadres de bois, coulissants ; séparant les pièces des maisons traditionnelles japonaises.

⁶³⁶ Walter Benjamin, *Paris Capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des passages*, Paris, Les éditions du Cerf, 2002, p. 102.

Ainsi, la société moderne se voit attribuée de nouveaux cycles définis⁶³⁷, non pas seulement par la mode ou le voyage « réel » ou « imaginé » (ou encore, « réel » mêlé de *fantasmagories* et de récits « mythiques » fictionnalisant ce qui sera effectivement « découvert » une fois sur les « lieux »), mais par le marché comme « nouvelle culture ». Les frontières « imaginaires » qui séparent alors le Parisien du Japonais sont propices à la rêverie et aux projections les plus grisantes, dont les images rapportées par quelques voyageurs avivent les couleurs des imaginations en train. Aussi, au sein de cette culture, comment l'*exotisme* est-il défini ? Ou plutôt, quels *effets* le « discours fait-il » advenir au sujet de l'*Orient* ou de l'*Asie*, quels artefacts en sont-ils produits ?

L'*exotisme*, du grec *exô* [au dehors] et *exôticos* [extérieur], puis du latin *exoticus* [lointain, étranger], est à la fois le caractère de ce qui est « étranger » et le « goût » (l'attrait) pour tout ce qui possède un tel caractère. Il sous-tend donc à la fois les *effets* d'une « étrangeté » et des processus d'identification envers des objets (des « lieux images »), lesquels sont alors définis comme « exotiques » (identifiés à d'autres « lieux images »). L'*exotisme* tel qu'il se présente au sein de la « culture de marché » se définit donc comme une production de signes : un « champ sémiotique exotique » se dessine (se « substitue ») à chaque « époque » (du « siècle » à la « saison ») et répond au besoin de l'« ailleurs » (appel « imaginaire » de l'autre côté de la « frontière », de la limite). En ce sens, il se joue au niveau de la représentation et des discours. Cet *exotisme*, identifié dans les conceptions de tendances, se compose d'épices et de détails « dépaynants » : il correspond à un « ailleurs » qui ne peut exister qu'ici et maintenant, qui ne prend sens que parce qu'il est « étranger », *différent*, lointain et donc intrinsèquement mêlé au *fantasme*. L'*exotisme* tel qu'il est « mis en images et en mots » dans les cahiers de tendances ne se définit pas comme compréhension du *divers*⁶³⁸ : l'esthétique de la « variété » et du multiple ne se constate pas non plus d'un point de vue esthétique. La conception de tendances n'attribue pas à l'*exotisme* l'enjeu de la rencontre : il n'est pas offert au client la possibilité de s'imaginer lui-même comme « exotique » pour un autre qui lui ressemblerait peut être. L'*exotisme* est sur le « terrain » des tendances un attribut commercial,

⁶³⁷ Aujourd'hui, le repère temporel chrétien noté sur le calendrier grégorien ne s'oublie pas lorsqu'il est férié, Noël « fait image » encore aujourd'hui car il doit se préparer par des achats, la « nouvelle année » débute avec la rentrée des classes, dès début août, avec les publicités pour les fournitures scolaires : voilà les nouveaux cycles calendaires de la « culture de marché ».

⁶³⁸ Le *divers* est une « énigme », en partie opaque (impénétrable), il soulève des altérités [puissance « plastique » et « climatique » des contrastes : étouffement (longueur, langueur) et enrichissement, surgissements et singularités] mais aussi des *rencontres*, lesquelles sont à la fois des fictionnalisations et des moyens [*relations*] d'accéder à un « regard neuf » à la fois sur sa propre condition [« je » suis construit d'*identifications*, d'exclusions et d'apprentissages] et sur le monde [pratiques, usages, fictions, récits, etc.]. Au sujet de l'*exotisme* comme « expérience », cf. Victor Segalen, *Essai sur l'exotisme*, Paris, Le Livre de Poche, 1986.

en ces termes, il participe à la composition d'un paysage normé, « l'exotisme est une façon de désigner l'atmosphère qui entoure un objet, un site, un plat ; il désigne un goût »⁶³⁹, selon des modèles préétablis, ceux longuement tissés par le marketing, comme sophistique actuelle. Dans ce contexte, il est associé à l'*orientalisme*, à la fois comme *invention* et représentation d'un « ailleurs » fictionnel, confondant *mémoire* et *imagination* :

L'Orient a presque été une invention de l'Europe, depuis l'Antiquité lieu de fantaisie, plein d'êtres exotiques, de souvenirs et de paysages obsédants, d'expériences extraordinaires. [...] L'essentiel pour le visiteur européen, c'est la représentation que l'Europe se fait de l'Orient et de son destin présent, qui ont l'un et l'autre une signification toute particulière, nationale.⁶⁴⁰

Le lointain voisin de l'*Europe* s'est vu devenir le vaste paysage colonisé, source de ses langues et matrice des images de « l'autre » les plus profondément ancrées : « l'orientalisme » est un style occidental de domination, de restructuration et d'autorité sur l'*Orient*. Autrement dit, l'*Orient* est un produit des anciens colonialistes : produit qui a permis à son producteur de renforcer sa propre *identité*, par contraste – intrinsèquement lié au refoulement et au complexe de supériorité. L'outil cartographique, qui sera utile en tant qu'outil dans l'analyse visuelle qui va suivre [section b-], participe à cette construction au sens géographique du terme : l'homme fait son histoire et ne peut (re)connaître que ce qu'il a *déjà* fabriqué, des entités culturelles et historiques qui se dessinent en régions, secteurs, « lieux », jusqu'au sens large, pour une césure dialogique (opératoire à bien des niveaux) mondiale : « l'Orient » et « l'Occident ». En ces termes, l'*Orient* comme entité identitaire, voire comme « idée », est signifiante par l'identification d'une *tradition* de pensée, d'un vocabulaire et d'une imagerie globale qui construisent une « réalité » pour l'*Occident*. Les deux entités se reflètent, « s'identifient par contraste » [la *coincidentia oppositorum* « archétypale et mythique » fait ici sens commun au sens large, mythe notamment alimenté et validé par François Jullien, « le sinologue de référence » français ; mais aussi « pain béni » pour toutes les pensées à « tendance universalisante », telles que celles de Gilbert Durand, Mircea Eliade, ou encore Michel Juffé, qui par effet de contraste travaillent à effacer les « limites imaginaires »], et ne *semble* pouvoir exister l'une sans l'autre. La conception de tendances participe à maintenir en vie ce binôme où l'*Occident* serait devenu maître en « orientalisation », comme exercice de style. Car il serait bien naïf de penser qu'une telle scission puisse s'opérer entre deux parties

⁶³⁹ Véronique Nahoum-Grappe, *Le cumul d'exotismes, ou la séduction esthétique du pire*, (in) Olivier Assouly (sous la direction de), *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1997, p. 285.

⁶⁴⁰ W. Edward Said, *L'orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, Paris, éditions du Seuil, 2005, (1978), p. 13.

du globe (aux pôles imaginaires) et se manifester par des pensées radicalement différentes. Autant qu'il le serait à s'évertuer à chercher du « commun » jusque dans les « fondements mythiques », afin d'effacer cette « limite », comme en témoignent par exemple les recherches du philosophe japonais Hajime Nakamura⁶⁴¹ qui repère, un peu comme le fait Mircea Eliade au sujet des mythes, la similitude des problèmes abordés dans sa discipline, que ce soit en Inde, en Chine ou en Europe, pour arriver à la conclusion qu'il y a un développement parallèle dans l'histoire des idées, dans les dites *Orient* et *Occident*⁶⁴². Que des traverses communes soient observables du plus local au plus global de la surface terrestre n'enlève en rien la *diversité* abondante et vitale de chaque parcelle qui la compose. Et il n'est nullement le lieu ici de justifier (comme a pu le faire Hajime Nakamura) des similitudes ou de revendiquer des différences. Au fond ce qui subsiste c'est d'avantage l'idée que le rationalisme – intrinsèquement lié au capitalisme – est la particularité accordée à l'*Occident*, et que c'est bien plus cette croyance, plutôt que les fondements historiques et les mouvements de pensées internes aux différents peuples, qui filtre nombre des investigations universitaires en *Orient*. La dite « rationalité », comme modèle, transforme l'objet rapporté de l'autre côté de la « limite imaginaire » qui sépare les deux « entités » géographiques et culturelles et évince la *rencontre* sur le « terrain », celles-ci étant prises au piège d'une forme de globalisation de la pensée.

Cela recentre le débat sur la question de la conception de tendances du point de vue de sa poétique globale. Considérer l'*Orient* – ou tout secteur géographiquement délimité – comme « culturellement identifiable » c'est se heurter inmanquablement à des « saillances » de contrastes et à des contours arbitraires à la fois construits et filtrés par les « lieux images », construisant une « mémoire commune », des *mythes*, des présupposés, et l'attente qui en découle une fois immergé dans le « paysage » (dans ce qu'il sous-tend de « mise à distance » et de fictionnalisation), empêchant toute « découverte » d'une *diversité* opératoire lors de l'expérience. Dans ce contexte, l'homme n'est plus un *homo faber* mais un *homo depictor*⁶⁴³ : il « fait des images », la représentation est ce qui le caractérise. L'ambivalence est alors consubstantielle à la « représentation collective », celle issue d'un processus où la *praxis* est en amont de la conception, là où le signifié et le signifiant se confondent et mutent en une

⁶⁴¹ Cf. Hajime Nakamura, *Ways of thinking of Eastern Peoples : India, China, Tibet, Japan*, Delhi, Inde, Motilal Banarsidass, 1991. [en anglais]

⁶⁴² Cf. Jack Goody, *L'Orient en Occident*, Paris, éditions du Seuil, 1999, pp. 48-49.

⁶⁴³ Jack Goody, *La peur des représentations, L'ambivalence à l'égard des images, du théâtre, de la fiction, des reliques et de la sexualité*, Paris, éditions de La Découverte, 2003, p. 20.

fantasmagorie dont la source est un « nulle part ». Dans un tel contexte, ce qui est nommé « exotique » est indissociable de « l'effet » à la fois sophistique et esthétique, sous-tendant que l'image est considérée comme un « phénomène », engageant des paradigmes ou vocables de l'ordre de l'*étrange* ou de l'*inconnu*, séduisante mais devant être conservée « à distance » :

[...] « exotique »

Rarement employé à la fin du 17^{ème} siècle sauf dans l'art compliqué de la rhétorique, il signifie tout simplement étranger et un peu barbare. La question de « l'étranger » est centrale dans la séduction de ce terme, en ce sens que « l'inconnu », au sens d'étrangeté (l'ailleurs est ici celui de l'incompréhensible) est parfois une donnée positive en esthétique, [...], lorsque l'expérience esthétique est pétrie de cette « emprise émotionnelle notamment redevable à la part irréductible d'inconnu entourant l'objet » devient l'argument non formulé d'une préférence.⁶⁴⁴

En ce sens, la relation – à sens unique – qu'instaure le caractère « exotique » de l'objet pour le consommateur est de l'ordre de la fascination : celle indissociable d'une incompréhension (voire, d'une méconnaissance) envers sa propre « culture », soit, à la fois des mythes qui la structurent et des « fictionnalisations » qui la construisent, et donc d'avantage encore envers « celle » qu'il pense être en train d'observer, mêlant ainsi « fantasmagorie » et « réalité ». L'image de l'objet devient l'*effet* d'un ailleurs énigmatique qui annule le désir de savoir, de comprendre ce que l'on est censé regarder, et qui semble combler du même coup le plaisir éphémère du regard assoiffé et curieux, voire *curieusement glauque*. L'image « exotique », qui rassemble une certaine forme de « suspend de la pensée » et un excès de consommation visuelle, prend le pouvoir.

Pour compléter cette analyse, l'étude de cas est nécessaire, grâce à l'apport de la cartographie comme outil d'analyse poïétique. Aussi des cartographies vont-elles à présent permettre de rendre compte de la notion d'*exotisme* identifiée au sein des cahiers de tendances (grâce aux enquêtes effectuées auprès des bureaux de style, dont notamment "Trend Union") : « mise en image et en mots », elle résulte de combinaisons qui actualisent les « lieux images » propres à « l'expérience commune », au sujet de *l'Orient* notamment. Cette analyse permettra de rendre compte de la prégnance des stéréotypes, pour une « fictionnalisation » de *l'Orient*, et plus spécifiquement de *l'Asie*, en Europe.

⁶⁴⁴ Véronique Nahoum-Grappe, *Le cumul d'exotismes, ou la séduction esthétique du pire*, (in) Olivier Assouly (sous la direction de), *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1997, p. 287.

b- Cartographie exploratoire de la notion d'*exotisme* définie sur le terrain de la conception de tendances : localisation de « couleurs locales » et d'*images*, actrices d'une fiction

La cartographie (comme outil d'analyse) de l'*exotisme* (ici selon la mise en correspondance de mots, couleurs et images appartenant à un champ signifiant identifié comme *exotique*) au sein des cahiers de tendances va permettre de mieux comprendre le « processus de fictionnalisation » mis en place dans les bureaux de style. De plus, discerner les éléments fictionnels – couleurs, images, mots – soulève non seulement la compréhension de la couleur comme lieu des passages entre « faire » et « dire », mais aussi comme « lieu » à la fois d'identification (quand le discours fait « monde ») et de pouvoir (industriel au niveau des savoir-faire ; et, politique au niveau d'une *doxa* « manipulable » du point de vue de sa structure – les *mythes*). La couleur, comme notion, pourrait dans ce contexte s'organiser schématiquement comme suit, dans un va-et-vient opératoire (la sophistique interpersonnelle propre à la conception de tendances « discours faisant » et les modèles investis au plus près du « faire » individuel, deux « pôles » acteurs d'une « expérience commune ») :

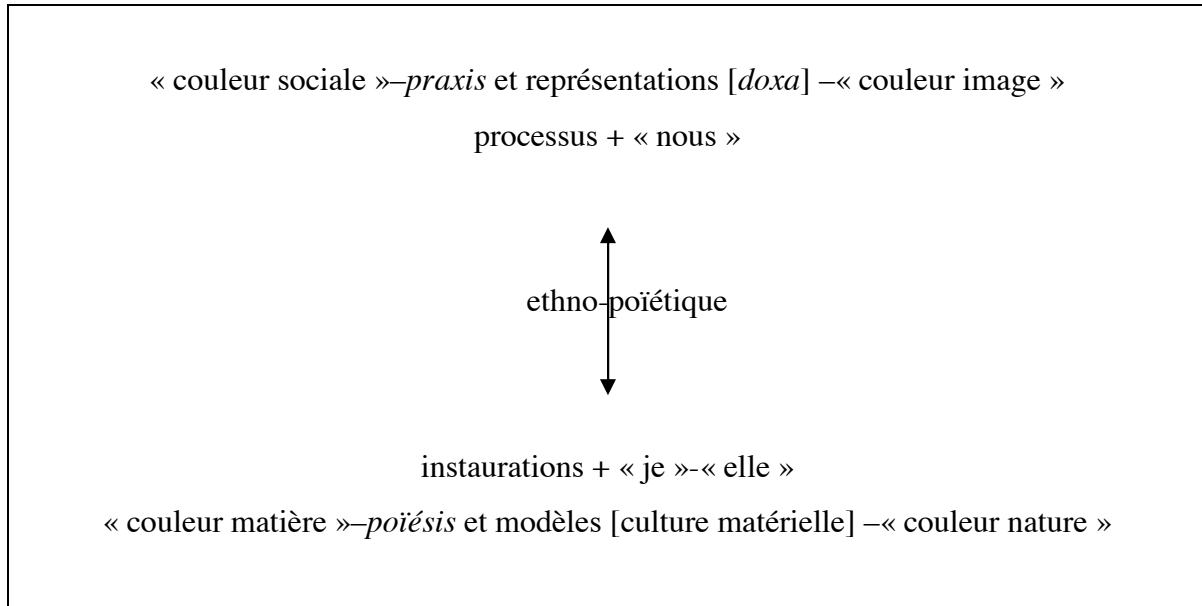


Fig. 78 – Schéma de mise en relation des notions de « couleur matière » et de « couleur image »
Structuration des « expériences communes » de la couleur

Ce schéma permet d'articuler les notions clés définies sur différents « terrains » d'usage de la couleur, il permet de visualiser la « construction mythique » propre à toute expérience de la

couleur usant de modèles / types / représentations / répertoires / etc. (lieux de la « mémoire commune », à la fois de sa *transmission* et de son actualisation) pour concevoir / dire / faire avec la couleur : les relations et les circulations se faisant entre différents paradigmes ici énoncés. Les deux prédicats « couleur nature » et « couleur image » sont ici particulièrement définis en relation à la conception de tendances (culture de marché), lieu où ils sont utilisés comme des *phénomènes*, « représentations clefs » utiles pour toute volonté de construire des processus d'identification opératoires. Ils sollicitent les mondes de la mode (savoir-faire, créations et productions), de la politique (des volontés identitaires vers des enjeux mondiaux) et de la sophistique (« l'image » fait l'*effet* de la « nature », soit, fait appel à des « lieux communs » du point de vue du discours et à la représentation). Ainsi, nommer les « couleurs natures » (du point de vue de la fiction d'une « nature »), « couleurs matières » (du point de vue d'une culture matérielle) permet un premier passage, par le langage, vers la compréhension non plus des seuls *effets* mais de la fabrication (lieu des techniques textiles et de la création postindustrielle, soit, « avant » sa reproduction en série...). Et donc incite à ouvrir la réflexion sur le processus de fabrication de ces mêmes couleurs (*processus* qui sont cependant évincés par la conception de tendances, soit, uniquement « représentés » dans le sens de « mises en scène », ne considérant que les *effets* produits par les couleurs). De même, nommer les « couleurs images » (du point de vue des *effets*), « couleurs sociales » (du point de vue des processus de construction de ces *effets*) permet d'ouvrir la réflexion portée sur ces couleurs, non plus du simple point de vue de la « représentation », mais des *relations* (liées aux usages, voire à des « pratiques du quotidien ») à la fois qu'elles permettent (« lieux communs ») mais aussi qui les réactualisent, voire les fabriquent. Autrement dit, ces différentes nominations témoignent d'une variation de lecture sur des prédicats identiques : « couleur nature » et « couleur image » correspondent à des couleurs considérées comme « phénomènes », du point de vue de la conception de tendances, indissociables du lieu de leur représentation ; tandis que « couleur matière » et « couleur sociale » correspondent à ces mêmes « types » de couleurs considérées du point de vue des pratiques (fabrications et usages).

De plus, cette différenciation nominale permet de signifier la construction de l'analyse ethno-poïétique et conduit à se poser de nouvelles questions : sur le « terrain » de la conception de tendances, quelles « couleurs matières » sont-elles repérables ? Du point de vue de la construction sémiotique, dans l'emploi des « lieux » et des « images » comme signes, quelles techniques subsistent-il ? Autrement dit, quelle place est-elle accordée au « faire »

(instaurations ou processus) ? Et, quels fragments visuels et textuels participent-ils à la construction fictionnelle d'une « couleur nature » (du point de vue des *effets* – signifiants la « nature »), indépendamment de la considération des processus du « faire » la couleur (il n'est pas question sur ce « terrain » de couleurs issues de végétaux, mais d'*images* liées à « l'idée » du végétal : des couleurs locales dont le territoire est offert au désir d'*exotisme*) ?

Dans ce contexte, les notions de « couleur image » et de « couleur sociale », soit, les couleurs considérées du point de vue de la représentation et des usages qui en sont faits (lieu de la réception et de l'appropriation), correspondent aux notions de « lieu commun » et de *fantasmagorie*, dans leur assimilation mais aussi leur actualisation. Aussi, dans les cahiers de tendances, de quelle manière les *loci* de couleurs produisent-ils des processus d'identification ? De quelles couleurs s'agit-il lorsqu'il est question d'*exotisme* (en tant que construction d'une forme de charte chromatique signifiante, comme « espace de références commun ») ? Et, quels sont les paradigmes choisis pour la « fictionnalisation » d'un « ailleurs », devenu accessible par des « lieux images » construits ?

Pour répondre à ces questions, une cartographie de l'« exotisme vendu » a donc été conçue grâce à des interviews (l'*Asie* à la fois comme source d'inspiration et « marché », pour les concepteurs de tendances) et des études portées sur les cahiers de tendances eux-mêmes [*loci* et *images* repérés non seulement dans les cahiers (comme outils d'une certaine forme de *traduction* d'une *doxa*) mais aussi chez les créateurs et, *a posteriori*, dans ce qui véhicule une certaine « image » de l'*Asie* – tels le cinéma ou les magazines, en limitant l'état des lieux à quelques exemples typiques⁶⁴⁵]. Cette analyse sous-tend de nouvelles questions, telles que : existe-t-il une charte esthétique au sein des bureaux de style ? Est-il possible de la définir ou tout au moins d'en dessiner les contours ? Car, en effet, l'usage à outrance de deux prédicats, opératoires dans une pensée paradigmatique, conduit à un non choix (ni l'un ni l'autre) qui non seulement empêche l'introduction d'un tiers (pensant et opératoire) mais produit une sorte de « neutralité esthétique », celle là même qui renvoie à une annulation du sens, aux dépens d'une matérialité [plastique]. De plus, l'analyse poïétique (utilisant ici l'outil cartographique et l'étude de cas) permet de questionner la relation entre l'*état* (comme instant

⁶⁴⁵ La sélection des quelques exemples qui vont suivre découle d'un cheminement qui s'est effectué à partir de 2002, au gré de découvertes intuitives, afin d'établir un champs visuel global. Elle ne se donne donc pas comme un corpus, mais comme un outil visuel supplémentaire à la compréhension de la notion d'« imaginaire asiatique » qui renvoie aux « lieux images » auxquels tout à chacun peut accéder en ouvrant un magazine de mode, en passant devant la vitrine d'un « hammam », d'un restaurant, etc.

de l'être, « saillance) répété (procédé de *mimèsis* intégré dans le processus de conception de tendances) et son statut de cliché ou « lieu commun » – stabilité et paradoxe du *même*. La construction de modèles et d'outils cartographiques permet donc de prédéfinir les champs d'action de cette recherche et d'évoluer progressivement vers une ethno-poïétique, en questionnant notamment la notion d'*exotisme*, du point de vue visuel, matériel et textuel (différents paramètres acteurs d'une *fiction*)

De plus, la couleur comme transversale fait aussi écho au processus [en interne] de la conception de tendances (mais en ce lieu d'un point de vue non réflexif) : le point de départ de conception de tendances étant la « réunion couleur » suivie de la conception du « cahier couleur ». C'est sur ce cahier que repose la « charte esthétique » (gammes de couleurs et « lieux images ») de toute une saison, tous secteurs confondus. La réunion – lieu de la *praxis* – permet à chacun (stylistes, « marketers », sociologues, consultants) d'argumenter son *intuition*, *envie* ou « idée » avec des échantillons de couleur, des images extraites de la presse, d'objets chinés, fruits de leur *shopping* internationaux, d'objets ou de catalogues rapportés de visites d'expositions, de photographies personnelles, etc. Une fois l'ébauche du cahier conçue, l'étape de la « mise en texte » intervient : nommer les couleurs, les gammes, les « harmonies »⁶⁴⁶ et réaliser les textes d'« ambiance » (« lieux images » identifiés et actualisés, du point de vue d'une substitution de signifiante) et d'application (typages industriels). Par exemple, pour le bureau de style "Peclers Paris", c'est Françoise Serralta – *directrice de recherche et prospective* – qui en est chargée. Les terminologies sont alors fixées selon un système sémantique référentiel : « Les noms de couleurs sont déterminés à partir de *loci* "réels" [soit, des « saillances » signifiantes, *loci* identifiés] attachés aux référents iconographiques proposés »⁶⁴⁷. Ce sont des noms de couleurs qui font « image » puisqu'ils sont issus de lexiques d'objets ou de matériaux signifiants, pour former un vocabulaire qui se doit d'être à la fois précis, vendeur, technique, poétique et *traduisible* en anglais pour l'exportation. Ainsi, de nombreux néologismes et anglicismes sont véhiculés en interne par tous les stylistes, ils participent au bon fonctionnement du système professionnel comme

⁶⁴⁶ Ici, le terme d'« harmonie » correspond à l'identification structurale d'une « gamme ». Une *gamme* de couleurs se définit comme un ensemble de couleurs organisées, en premier lieu, selon un point de vue phénoménologique, soit, en référence à Munsell et à sa conception pyramidale, selon leur luminosité, leur tonalité et leur saturation. En deuxième lieu, la notion d'*équilibre* ou d'*harmonie* sera définie plus particulièrement par le concepteur. Ainsi, si une *gamme* se définit selon un « ensemble de couleurs », elle peut aussi se composer de combinaisons de [couleurs / images / mots], auquel cas une « harmonie » serait par exemple un ensemble de couleurs ayant la même tonalité, luminosité ou saturation, au sein de cette même gamme, laquelle étant signifiante (« lieux images »).

⁶⁴⁷ Emmanuelle Leblanc, *Styliste coloriste, Recherche produit, prospective, outil de communication couleur (le cahier de tendance)*, DESS arts appliqués « couleur et projet », sous la direction de Guy Lecercf, Toulouse, UTM, 2000-01, p. 117.

« langage commun » de la petite sphère. Toujours d'un point de vue formel, il existe aussi un outil de communication audiovisuel, le premier produit par "Peclers Paris" est celui sur les *matières et couleurs*⁶⁴⁸. Il est diffusé lors du salon "Première Vision" auprès de professionnels de la filière et en interne, auprès des agents et des clients du bureau. Il permet de présenter les « grandes orientations » de la saison en terme de « courant » et d'« influences générales », de « matières » (en textile et éventuellement en design d'objet) et de « couleurs » (typées, répertoriées). Il coordonne et rassemble les données sectorisées de « l'homme », de « la maille » et dans une partie du secteur « maison ». C'est en tout cas toujours le secteur « femme » qui mène le jeu, secteur plus *audacieux* et *innovant* que les autres, la mode féminine étant définie comme le *leader* des tendances. L'impact visuel du DVD se veut plus immédiat et le message plus rapidement lisible : l'objectif est de trouver « l'image » signifiante, qui va pouvoir illustrer le propos de façon littérale. Les bases de données iconographiques sont multiples, chaque secteur d'activité du bureau reçoit des magazines provenant de nations et de disciplines diverses : la mode, la décoration, l'art, l'architecture, la presse écrite, etc. Les rayonnages s'organisent en général par thème – mode, costume, art classique, moderne, contemporain, photographie, design, géographie, nature, nouveautés, etc.⁶⁴⁹ – ou simplement par séries de magazines (comme pour Carlin International, par exemple). La « transversalité » comme elle se définit en interne de la conception de tendances se définit comme suit : par les chemins qu'elles empruntent entre les différents médias et productions industrielles (re-productions, séries, *mimésis*), et en terme d'exploitation (usages). Les tendances « lourdes » ou « fondamentales » s'apparentent au « style de vie » : la « fictionnalisation » de grandes thématiques est à l'ordre du jour, comme l'écologie ou la féminisation de la société, pour une « longue durée ». Et, les « tendances de style » ou « dérivées » prennent forme quant à elles en fonction des offres ponctuelles de différents secteurs d'activité, et classées par saisons (renouvellement des productions). La *tendance* se diffuse donc de manière systémique entre les différents secteurs de production et de consommation.

À présent que la construction formelle [du point de vue de la classification et des étapes préparatoires et organisationnelles à la conception de tendances] est résolue et pour mieux définir sur ce « terrain » les notions de « couleur nature » (*effets* identifiés) et de « couleur image » (signifiante construite), en particulier dans leur relation à la notion d'*exotisme*, il est

⁶⁴⁸ L'exemple cité est nommé ainsi au sein du bureau "Peclers Paris".

⁶⁴⁹ L'exemple cité résulte d'une observation de ces classifications au bureau "Peclers Paris".

maintenant nécessaire d'établir une étude de cas. Le cahier *Tendances* pour l'été 2007 édité par le bureau de style "Trend Union" est intitulé : « *Museum. The curiosity cabinet of natural history.* » L'introduction du cahier [*Intro*] est écrite par Li Edelkoort, en anglais, et traite brièvement de la science et de ses avancées depuis le 17^{ème} siècle. Le cahier se divise en différentes parties correspondant à des thématiques. La patine (du point de vue de ses *effets*), notamment textile, est l'une des transversales prônées par ce cahier, *fiction* là encore, puisqu'elle ne fait qu'interpréter les mécanismes volontaires de patine ou l'apanage moderne pour les fripes, comme dans la section « *Depuis le début* » : « Les couleurs sont lavées, cuites au soleil et pourries [...] des textiles vieillis, le blanchiment, les finitions effilochées et des effets de surface fossilisés [...] Interroger le passé pour improviser le futur.⁶⁵⁰ Vieillir les textiles pour donner des ailes. »⁶⁵¹ Ainsi, « quand la technique devient représentation – pure ostentation de la "modernité" »⁶⁵², c'est un « lieu image » qui est offert : le texte (ci-dessus énoncé) s'accompagne d'une photo de Sarah Moon, l'auteur n'est cependant pas citée, l'image étant utilisée comme outil isolé de tout contexte autre que la fonction (signifiant le « blanchiment » de la patine, comme *effet* et non comme technique ou savoir-faire) qui lui est assignée au sein du cahier. L'utilisation d'une photographie de Sarah Moon est aussi significative, pour le bureau, d'une volonté de se positionner à la lisière de l'art et de la mode. Même si l'artiste est photographe de mode et qu'elle répond à des commandes, sa pratique photographique est quasi picturale et sort des clivages de la photographie de mode ou publicitaire souvent « léchée ». De plus, si son travail peut être qualifié de « maniériste » ou d'« esthétisant » dans le milieu de la mode et de la presse spécialisée, elle est dans son contexte un être à part, tout comme "Trend Union" se démarque des autres bureaux de style, notamment au niveau du champ exploratoire – accordé à la création – auquel le bureau fait participer des intervenants jeunes de tous bords (plasticiens, stylistes, étudiants en école de mode, etc., venant de différents pays).

L'interdisciplinarité et l'internationalité sont donc investies au niveau du processus de création des images et des textiles, ce qui confère aux cahiers une charte esthétique particulière et atypique, dite « avant-gardiste ». Pourtant, les études de cas qui vont suivre vont permettre d'exemplifier ce qui est un point commun à tous les bureaux de style au sujet

⁶⁵⁰ Trend Union, « Museum, The curiosity cabinet of natural history », cahier *Tendances, été 2007*, Paris, Trend Union, 2005, p. 7.

⁶⁵¹ *Ibid.*, p. 13.

⁶⁵² Yannis Tsiomis, « Le style c'est la démarche », (in) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 48.

de leurs productions : *intention* axée sur les *effets*, (re)formulation de *fantasmagories*, fabrication de mondes (par le « dire »), où le « faire en train » n'est pas accessible. Ainsi, dans la section « *De la terre* », la notion de « couleur nature » est transversale, elle prend forme par un champ lexical construit, acteur majeur de la « fictionnalisation » propre aux tendances :

Dans ses profondeurs les matières les plus riches, sous forme d'or, de minéraux, de cristaux et de pétrole, (...). Les textiles ici sont fibreux, un peu rustiques et dont les motifs sont en pleine éclosion, inspirés d'herbiers et d'études d'histoire naturelle (...). Les couleurs sont botaniques sur fonds neutres, ponctuées d'accents vifs.⁶⁵³

Par le langage, l'origine des couleurs devient la « terre », elles sont « botaniques », soit, couleurs signifiant la flore, ce qui est en soi infini et nécessite de faire appel à un « espace de références commun » : la construction d'une forme de « charte chromatique » est donc nécessaire. La collecte d'images issues du cahier *Tendances*, édité par "Trend Union" pour l'été 2007 [présentée ci-après] permet de constater les effets de matières, de patines : artefact, « artifices » ; les « matières les plus riches » dont il est question dans le texte sont ici représentées, mises en scène. Les peaux sont maquillées de pigments à effets iridescents, les images sont retravaillées sur *Photoshop* : lumières diaphanes et filtres numériques pour optimiser l'effet de matière souhaité ; patiner, cirer, enduire, lustrer, etc., opérations qui ne résultent que très rarement du geste de la main sur la matière, de la diversité des contacts, mais plutôt de la main aguerrie d'un graphiste habitué à *traduire* les demandes de ses collègues concepteurs. La « neutralité » est à son comble, les « *fonds neutres* » (cités dans le texte de présentation de la tendance) sont gris, blancs et noirs, ponctués de tonalités métalliques (rouilles, bruns, sépia) sur fonds de bétons apparemment cirés, très « à la mode » dans la décoration d'intérieure : « lieu commun » déjà « actif » et réactualisé, pour une « reconnaissance » à venir, soit, propice à des processus d'identification envers un *effet* signifiant déjà une « tendance » aguerrie et validée par le consommateur, faisant appel à sa *mémoire factuelle* de la saison passée, dont les usages ont validé et rendu réels les *images* actualisés par les tendances.

⁶⁵³ Trend Union, « Museum, The curiosity cabinet of natural history », cahier *Tendances*, été 2007, Paris, Trend Union, 2005, p. 43.

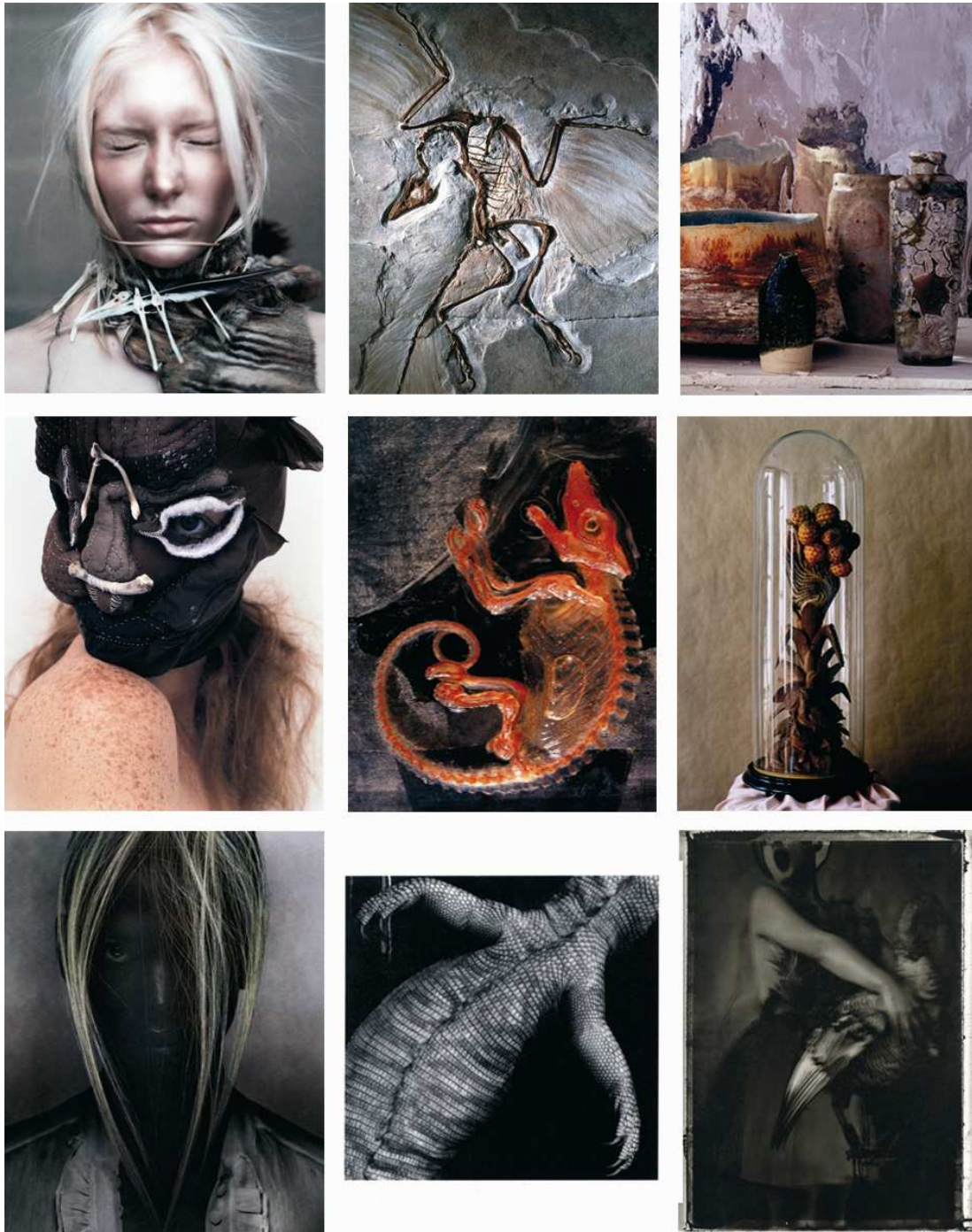


Fig. 79 – « De la terre », neutralité et mise à distance opératoires

Visuels extraits de « Museum, The curiosity cabinet of natural history », *Tendances*, été 2007, "Trend Union", Paris, 2005.

De l'« *histoire naturelle* » cité ne restent que quelques ossatures ou écailles reptiliennes, donnant naissance à un motif stylisé, en résine orange. Combinaisons chromatiques léchées : pas de gros plan sur des matières, pas de rencontre avec le geste et la technique ; le flou, la luminosité maximale et le mouvement participent à la mise à distance, à une sorte de « romantisation du faire », *fiction* d'une terre intouchable, sous verre... la « mise à distance »

est opératoire. Et, la notion de *reflet*, comme double témoignant du réel⁶⁵⁴, apparaît dans le texte, comme le nœud d'un paradoxe : « *Teindre avec des racines et refléter le naturel.* »⁶⁵⁵ Aussi n'est-il pas question ici de couleurs issues de quelconque racine mais d'une *mimèsis* d'une telle couleur en tant que « saillance », *loci* isolé et signifiant. Le cahier fournit à l'industriel les clefs du discours propice à faire vendre, mais participe-t-il réellement à la possibilité d'un retour à la teinture végétale ? Ce questionnement soulève ce nœud épistémique : le cahier est objet de *reflet* du « réel », il *traduit* des usages pour permettre aux producteurs d'aller plus vite (poétique d'anticipation) dans leur cheminement créatif. Autrement dit, le cahier est, avant d'être un outil de prospective, une combinaison de « saillances », de « reflets » localisés ici et maintenant : « ambiances », vagues « auras », évocations de lieux immatériels, pistes floues d'inspirations pour de futures stylistes et industriels dont les limites matérielles ne feront que réduire encore plus l'espace déjà incomplet de « l'image » du cahier. Ainsi, dans les textes, dans les visuels, il n'est question d'aucune technique, aucun geste ne se donne comme la clef d'une nouvelle création, ce qui est donné à voir c'est un répertoire d'*effets* à imiter, des champs de références chromatiques et conceptuelles.

Autre « fictionnalisation » mise en exergue par le cahier de tendances est celle de l'« autre » en tant que *personnage fantasmagorique* d'un « ailleurs » lointain et flou. Le cahier en donne des images « sublimées » : des lieux incertains teintés vaguement d'*Orient* ; des objets identifiés comme *exotiques*, aux formes et matériaux aux *effets* « naturels » et « traditionnels » ; des personnages aux peaux tannées par le soleil ou poudrées et nébuleuses. Dans le cahier se dessine alors une sorte de cartographie de ce que cet « ailleurs » à atteindre apporterait au quotidien : c'est un romantisme perverti qui se joue. Cet « ailleurs » n'est pas vraiment défini (loin tout compte fait de la *diversité* et de l'*étrangeté* « exotiques »), il n'est vraisemblablement « nulle part » et c'est tant mieux car l'idée n'est pas d'y aller mais d'en extraire un parfum pour embaumer les étoffes des vies citadines. Trouver de « l'ailleurs » ici et maintenant : comme des Esseintes [dans *À rebours* de Huysmans] qui, se promenant un jour pluvieux à Paris, s'imagine être à Londres. Empreinte d'un végétal trouvé sur une plage normande [aquarelle annotée, faite par une styliste de "Trend Union", ci-après] qui fait écho à l'ombre chinoise, au motif à l'encre sur une étoffe japonaise...

⁶⁵⁴ La notion de *reflet*, comme double du réel, renvoie à la photographie. Cf. Clément Rosset, *Fantasmagories, le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006.

⁶⁵⁵ Trend Union, « Museum, The curiosity cabinet of natural history », cahier *Tendances, été 2007*, Paris, Trend Union, 2005, p. 47.



Fig. 80 – Fiction de la collecte et « lieux images » de *nulle part*

Visuels extraits de *Pattern Book, été 2007* et *Well Being Bible, 2008*, "Trend Union", Paris, 2005.

L'annotation [lieu et date notés sur l'herbier imaginaire, à gauche] participe à la « fictionnalisation » de la collecte, du prélèvement. Le végétal présenté sous cette forme donne l'effet d'un objet rare et participe au « voyage imaginaire » proposé : n'importe qui peut s'éprendre du loisir d'être le voyageur de sa propre vie. Ce voyage, de l'ici et de maintenant, se donne d'abord et surtout à vivre dans le quotidien par l'alimentation : qui n'a pas remarqué le fleurissement de plus en plus prégnant de rayons de « produits exotiques » au sein de son supermarché ? C'est l'entrelacement des « couleurs nature » et « couleurs images », soit des « lieux images » signifiant à la fois la « nature » et « l'ailleurs » qui est ici l'objet de « fictionnalisation », où non seulement « l'ancien » et « le nouveau » se mélangent, mais aussi « l'ici » et « l'ailleurs » : motifs végétaux extraits d'un herbier imaginaire, pour des ombres chinoises fébriles et une mise en scène sur kimono léger, mêlant florescences opulentes et composition de style « art nouveau » revisité. C'est une représentation du métissage formel des espaces et des temps qui s'opère dans la démarche esthétique des concepteurs de tendances. L'étalage se propose non plus seulement au restaurant ou dans les boutiques chics, il s'installe dans le quotidien, dans chaque recoin des commerces de décoration, d'habillement, d'alimentation et de soins en tout genre : tels les spa aux noms évocateurs d'un Japon fantasmé ou les hammam proposant des gommages aux noyaux d'un fruit au nom *étrange*. Tous les effets se mélangent et les objets s'habillent de notes

« exotiques », ainsi, pour celui qui a voyagé dans l'une de ces contrées, la contrefaçon est démasquée.

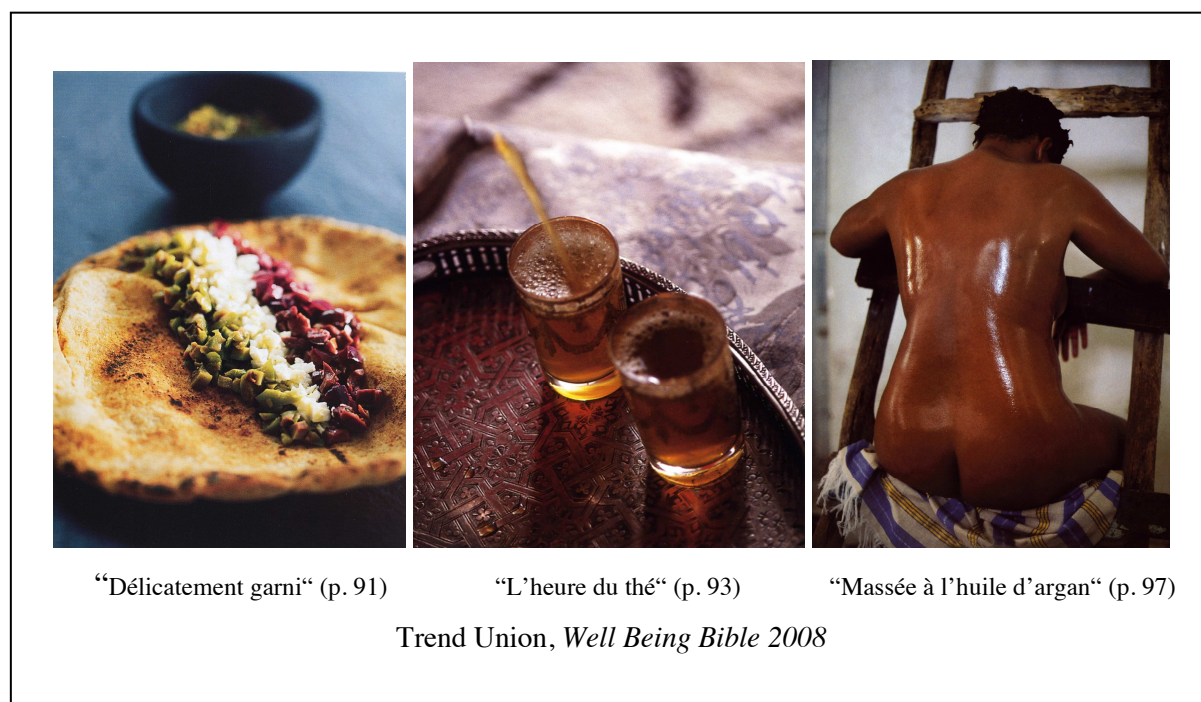


Fig. 81 – Fiction d’*Orient* et « lieux images » de l’*exotisme*

Visuels extraits de *Well Being Bible*, 2008, "Trend Union", Paris, 2005.

Au regard des images présentées ci-dessus, le lieu est difficilement identifiable : la Kabylie et son pain levé, le Maroc et son thé, la Turquie et ses bains ? Les tendances participent ici à la fiction de l’*Orient*, ou encore de l’*Arabie* (contrée aux frontières floues, identifiée grossièrement), tout se mélange de manière « populaire », rien n’est donné à voir d’autre que « l’image exotique » – comme évocatrice d’un « ailleurs » – d’un « lieu » tout droit sorti du conte des *Mille et une nuits*. L’*orientalisme* comme il s’exposait dans les expositions parisiennes à la fin du 19^{ème} siècle se donne aujourd’hui à voir dans les rayons marchands de la société de consommation.

Dans la topographie du cahier, le Japon est plus clairement identifié / identifiable, emprunt de d’une forme de poésie bourgeoise, délicate, sous-tendant un raffinement qui se donne à manger, à voir et à s’enrouler : en témoigne [ci-après] l’objet et sa méthode « identificatrice » (liée à des usages dits *traditionnels* identifiés), « *étudier le obi* » comme apprendre à jouer « au Japonais » : les clefs sont données pour permettre un processus d’identification efficient. Là encore la *fiction* du « métissage culturel » opère, où tout compte fait il n’y a plus de

discernement possible quant au lieu réel de fabrication ; ce qui compte c'est de « vulgariser » (au sens de simplifier, jusqu'à l'évacuation complète du contexte de sa fabrication) l'objet du désir afin qu'il puisse être accessible. C'est la fin de l'« imagination-crédation »⁶⁵⁶ pour laisser place à une « réalité fiction » : le cahier de tendances fournit une possible réalité aux illusions imprécises du consommateur qui n'a, de toute façon, pas le temps ni le loisir de « vraiment » rêver cette potentielle réalité autrement que par l'achat furtif d'une étole aux motifs rayés ou d'un kit d'encens *zen* (« lieu image » signifiant le *Japon*), dont les effluves l'amèneront à « s'imaginer être » (processus d'identification) au Japon.

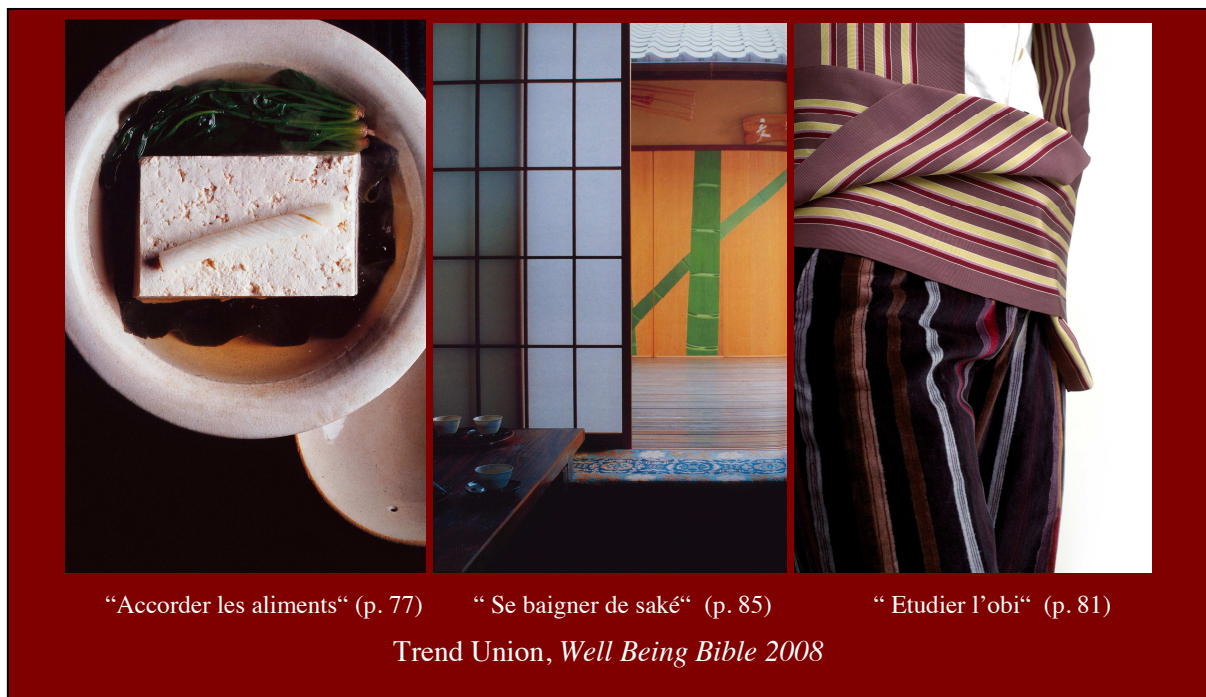


Fig. 82 – Fiction du *Japon* et schèmes d'identification
 Visuels extraits de *Well Being Bible*, 2008, "Trend Union", Paris, 2005.

L'image donnée à voir dans le cahier de tendances est ainsi composée de fragments visuels et colorés identifiés comme signifiants et opératoires pour la « fictionnalisation » d'un *exotisme*, non défini selon le multiple et la *diversité*, mais comme « production de signes », notion opératoire qui fait système : sur ce « terrain », ces *fragments* pourraient alors être nommés « schèmes d'identifications ». L'objectif premier de ces créations étant de produire à moindre coût et en série pour vendre à la plus grande majorité, l'*effet exotique* a valeur marchande et correspond à un domaine où différentes combinatoires de schèmes d'identifications cohabitent : noir et blanc / ombre et lumière / *zen*, *grande Asie* ; bruns, mordorés et couleurs

⁶⁵⁶ Cf. Clément Rosset, *Fantasmagories – le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 96.

chaudes / humide et chaud / langueur, *Orient* ; rouge, blanc, noir / algues, tofu et papier de riz / art de vivre, *Japon*. Une analyse sémiologique de l'image au sein des cahiers de tendances ne pourrait alors permettre que de désarticuler le système et d'établir une sorte de radiographie des signes et des codes. Les triades – simplifiantes, dénotées ci-dessus en écho aux trois cartographies – permettent seulement d'observer la manière de représenter l'*exotisme* et l'*autre* dans le cahier de tendances, et *a posteriori*, dans la « culture de marché » : les *identités* sont des *fictions* qui sont données à voir comme des « réalités » dont les *effets* peuvent s'approprier pour un soir, une journée ou une saison. Aussi, pour compléter l'analyse de ce processus de « mise en fictions », les cartographies présentées précédemment méritent-elles d'être complétées par une analyse des « fragments » du point de vue de leurs relations, en tentant, notamment, de répondre à ces questions : qu'est-ce que le fragment visuel sous-tend du point de vue de la poïétique ? Et, de quelle manière la mise en relation (des fragments, ici comme « schèmes d'identifications ») participe-t-elle à la « fictionnalisation », notamment de l'*exotisme*, dans le cahier de tendances [et, *a posteriori*, dans la « culture de marché », lieu des usages] ?

c- Des fragments et de leurs relations : des « effets-monde » pour des processus d'identification

Sur le « terrain » de la conception de tendances on ne « colle » (technique qui renvoie à la notion d'*instauration*) pas on « combine » (technique qui renvoie à la notion de *programme*) : le lieu des ponctions de l'ensemble des fragments est « globalement » le *même*, pas de force des contrastes, pas de « rupture », il n'est point ici question d'une forme de « richesse du discontinu », mais de recherche d'« harmonie ». Si en poïétique le fragment⁶⁵⁷ est autonome

⁶⁵⁷ Au sujet du « fragment » du point de vue de la poïétique, il est d'avantage question de « collage », au sens d'irruption d'éléments hétérogènes prélevés et incorporés tels quels sur une même surface : intertextualité, *diversité*, césures, assemblages incongrus, énigmes provoquant le sens... Cf. René Passeron, *Surréalisme*, Paris, éditions Pierre Terrail, 2005.

Et, le montage cinématographique selon Eisenstein : relation « irrationnelle », « incommensurable », « indirecte libre » entre l'image sonore et l'image visuelle, pour une exigence de la « discontinuité », soulevant la notion du « hors cadre » ; « choc », « collision » entre les « cadres-fragments » de montage et « conflit » des intensités matérielles à l'intérieur même du « cadre-fragment », selon une pratique évinçant cependant le *hasard* [Eisenstein affirme que la *rencontre* est « calculable » par la volonté, soit *programmable*]. Cf. Raymonde Carasco, « La cinématographie, Le cinéma et l'exigence du fragment », (texte d'ouverture du séminaire), *Le cinéma fragmentaire*, Bruxelles, Collège Européen de Philosophie, Octobre 1984.

Voire, pour une transition du « fragment » et du collage comme « esthétique du discontinu » vers une nouvelle forme de « continuité » [liée au langage] par la structuration, les analyses portant sur le travail de montage d'Eisenstein considéré comme « un précurseur du structuralisme » : « Or, la prégnance de modèles spatiaux concrets est aussi importante pour la méthode de l'anthropologie structurale que les modèles linguistiques. La notion de langage, voire de syntaxe, chez Eisenstein, renvoie en effet à celles de structure et d'enchaînement, entendus comme modes de superposition des "unités" ou "cellules" de montage et construction de l'image. Ces structures sont comparables aux proto-écritures, dont l'architecture demeure l'exemple le plus général, c'est-à-dire à des codes non linéaires. » Cf. Pascal Rousse, « L'Architectonique du montage selon

et prend un nouveau sens par l'opération du « collage » (la technique consistant à prélever des éléments dans des objets déjà existants et à les réintégrer dans une nouvelle création pour produire une « totalité originale » où se manifestent des ruptures de types divers⁶⁵⁸), cette technique témoigne d'une esthétique particulière : celle du « discontinu » et de la *diversité*. Aussi la sélection et la composition sont-elles les deux opérations directrices de l'assemblage par lequel des ruptures subsistent. Et, le fragment prélevé comporte des éléments fonctionnant comme des « unités iconiques »⁶⁵⁹, des domaines se créent et s'articulent les uns par rapport aux autres, d'un point de vue plastique.

Selon Anne Cauquelin⁶⁶⁰, il existe des « fragments chauds » et des « fragments froids » : les premiers signifient une certaine *continuité*, et les seconds renvoient à la *discontinuité*. Il y a donc une opposition entre ce qu'on pourrait décrire comme la chaleur d'une liaison constamment tendue entre l'objet observé et le reste (tel le contexte), et une fusion entre l'objet et le contexte (telle la cause et la finalité indissociables), soit, une « personnification » du fragment, devenu autonome. Ainsi, selon l'auteur, le « fragment chaud » se rapporte à un contexte, il est le morceau d'une « réalité », se rapporte à un ensemble. Il réfère à l'histoire, à la société, à la vie de son auteur, à des mouvements ou à des influences. Trouver ce lien amène le « fragment » à disparaître dans un flot de commentaires : l'objet (l'œuvre) ne peut exister dans son autonomie, il se rattache à tout un ensemble. Pour ce qui est du « fragment froid », il dénote la *discontinuité* dans le sens où il est fermé sur lui-même : la matérialité de l'objet (l'œuvre) est un « tout ». La fin est à l'intérieur et « l'origine » est perdue, la réflexion est centrée sur l'objet lui-même : la texture, par exemple, est celle de l'empâtement, elle ne renvoie à aucun objet extérieur à ce qui est regardé, « ici et maintenant ». Cette différenciation qui est exprimée par Anne Cauquelin relate en quelque sorte de la perception que l'on peut avoir d'une œuvre : ce qui la compose peut évoquer des mises en relations *imaginaires*, faisant appel à la *mémoire*. Mais, la posture du regardeur peut aussi être de l'ordre de l'« immersion », l'œuvre n'évoquerait alors que des sensations dénuées de référents :

Eisenstein et Benjamin : architecture temporelle et transformation du lieu », *Cadrage.net*, octobre 2006, [revue en ligne], url : <http://www.cadrage.net/dossier/architectonique.htm> ; et, Ivanov Viacheslav, « Eisenstein et la linguistique structurale moderne », *Cahiers du Cinéma*, n°220-221, mai-juin 1970.

⁶⁵⁸ Cf. l'étude du Groupe μ , *Traité du signe visuel, Pour une rhétorique de l'image*, Paris, éditions du Seuil, 1992.

Le Groupe μ est un centre d'études poétiques situé à l'Université de Liège, sous la direction de F. Edeline, de J-M. Klinkenberg et de P. Minguet. Leurs travaux sont interdisciplinaires en esthétique, théorie de la communication linguistique ou visuel, et en sémiotique.

⁶⁵⁹ Les unités iconiques signifient typiquement la source d'où elles ont été extraites.

⁶⁶⁰ Cf. Anne Cauquelin, *Court traité du fragment*, Paris, éditions Aubier, collection « Sciences Humaines », 1992.

« tactilomotricité »⁶⁶¹ ou *plaisir* des couleurs. Il peut néanmoins sembler surprenant que cela puisse être le cas, et amener cette question : est-il possible de mettre l'affect ou les sensations hors du champ des signifiants ? En considérant les paramètres notamment psychologiques, il semble que non : la mise en relation, la signification est toujours présente, qu'elle soit consciente ou non. Cette réponse amène cependant une nouvelle question : cela oblige-t-il le concepteur à se poser des questions par rapport au sens, à l'origine des matériaux qu'il emploie ?

Là encore ce sont les paramètres du *hasard* et de l'*intention* qui déterminent la posture du concepteur : si, pour Eisenstein, la *rencontre* est « programmable » [du point de vue d'une technique et d'un savoir-faire] puisque le « faire » est conduit par l'*intention* d'une « rupture » (un « fragment froid », pour Anne Cauquelin), dont l'ensemble des « unités » construisent un langage ; pour un « concepteur de tendances », l'acte de combinaison des fragments répond à une volonté d'« harmonie » (ni « chaud » ni « froid »), dont les *loci* renvoient à des *effets* (nulle origine, des « climats »). L'alchimie de l'image visuelle résultante est alors de l'ordre de la rhétorique : elle propose un certain nombre d'*effets* visuels, des « arrêts sur image » d'une *modernité* en train de se faire, celle que l'on voit à travers les reflets des vitrines, temps d'une poésie qui « dit » et « fait » l'histoire de la « culture de marché ».

Dans les cahiers de tendances la technique de composition image (« ambiance ») / échantillons (couleurs typées et tissus) / mots-clefs (néologismes et anglicismes majoritaires) conduit à la possibilité pour l'utilisateur de saisir en un regard le « lieu image » qui « fait sens » et produit des *mouvements* : les *tendances* proposées pour de futures productions et usages. Le système à « trois dénominateurs » est donc efficace, mais il s'annule dans un « non choix » (une collecte programmée, un montage didactique). Le contexte visible de tous les fragments est un *effet* unilatéral (systématisation des modes de présentation et de composition), l'ensemble des fragments sont des combinatoires participant à une esthétique « neutre » : effacement des matérialités, pas de contraste « à la Eisenstein », ni d'incongruité ou d'énigme (que l'on trouve chez les surréalistes) ; ici, réside une transparence des *effets* qui

⁶⁶¹ La « tactilomotricité » pourrait être définie d'un point de « primal » comme l'attrait du corps (la main) pour une matière, par ses caractéristiques plastiques et matérielles (reliefs, plis, humidité, soyeux, doux, etc.). Le terme désigne un désir, un mouvement de la main vers la texture, la surface de l'objet, pour en saisir les particularités, par le toucher. Cette notion renvoie à un état « primal », dans le sens où il est intimement lié à l'*instinct* qui pousserait au mouvement vers l'objet en regard, pour en compléter sa « perception ».

ne renvoient à rien d'autre qu'à des *effets*. Une telle conception mériterait donc d'être enrichie pour une *réelle diversité* (un exotisme des contrastes, de l'étrange, de la rupture, auxquels renvoient les fragments et la technique de montage employée par Eisenstein, par exemple) de créations insufflées, et de se poser la question de la « source » (de la *poiësis* et de la *technè*) : « où et comment obtenir cette "couleur – matière" ? Comment obtenir ce motif ? etc. » Cependant un tel parti pris remettrait en question la posture même des bureaux de style qui est celle d'une globalisation pour une rentabilité effective du point de vue de la production industrielle (nécessité de reproduction, en série). De plus, le support en deux dimensions conduit l'utilisateur à prendre chaque ambiance proposée comme un « état figé », produisant ainsi une « mise à distance » opératoire : la *mémoire* est confondue avec l'*imagination* [le « souvenir » avec la *fantasmagorie*, dont le « non dit » quant au lieu de ponction et au mode de fabrication empêche l'alternative], ne laissant aucune possibilité à l'utilisateur (soit, le styliste en interne d'une entreprise) de s'appropriier l'ensemble pour en faire quelque chose d'original (potentiellement né d'une relation entre son potentiel créatif et celui fourni par le bureau de style) : il n'y a pas de *relation* instaurée entre les deux, mais une *mimèsis* unilatérale. En effet, le processus de création interne au bureau de style (normalisée par une « poétique de substitution ») induit une réception du même ordre : le styliste prend le cahier comme *modèle* pour créer des « comme si », des *fictions* de *fictions* en quelque sorte. En ce sens, le milieu des tendances emploie une écriture de la « non différence » (ou de l'*indifférence*), au sein de laquelle ce qui est représenté prend le statut de redoublement du monde, ayant pour *effet* de l'immobiliser. Les *scénarii* proposés sont propices à des identifications qui se substituent les unes aux autres, ne permettant pas de se poser la question de « comment elles se construisent ».

La pensée de la représentation qui y est instaurée n'est donc jamais dans une relation d'étrangeté avec ce qu'elle « représente » : elle présume, préjuge de sa « forme », dépendante d'un « contenu » déjà connu (dans le sens de *déjà signifiant*, les « lieux images » faisant la « *mémoire* commune » pour des processus d'identification à venir). En ce sens, la représentation est une langue morte, elle ne donne rien à penser, elle ne fait qu'identifier et reproduire à l'infini ce que l'on « connaissait » déjà ; elle fige une *identité* : un « ailleurs », une *Asie*, un *Orient*, un *exotisme* du point de vue de leurs « effets-monde » modélisés. Elle donne des clichés filtrés par la lumière numérique de la tendance : papier glacé ou cartonné, l'image est lavée de tout doute, faille ou inquiétude.

Dans le monde de l'image de quelle éthique parle-t-on ? Quelles « couleurs naturelles » composent les cahiers ? Quel sens donne-t-on à l'écologie ? Quelles limites donne-t-on au nœud politique sous-tendu par toute activité [ici, la conception de tendances] se voulant être le point de départ de toute industrie bien établie, la genèse de la « culture de marché » ? Qu'en pense la « première dame »⁶⁶² des tendances?

Li Edelkoort [...] will discuss the new bridges between Lifestyles and Architecture in the context of Green: the window into our souls that is altering our society, our landscapes, our aspirations, our surroundings, our surfaces and our notion of home and design.

Green is more than the new black. It is the window into our souls and the blueprint for our future. Greening has emerged as a state of mind, a deepening and widening philosophy for living that is altering our landscapes, our aspirations, our surroundings, our surfaces, and our notion of home.

[...] We are drawing locally-harvested colors, textures, and customs into the home in socially and environmentally responsible ways and collapsing the divide between rural and urban. [...] Encouraging slowness and reflection in the conception, construction, and consumption of our environments, greening is a movement with deeply emotional, political, and personal implications.

Never before has our choice of materials, colors, lighting, and structural configurations said so much about who we are, and where we are heading as a society.⁶⁶³

Un tel discours « fait sens », il s'adresse à « l'âme » (« dieu » est « nature » aurait-elle pu dire...) du consommateur (ou plutôt à l'ensemble de la « société de consommation » : « *the window into our souls that is altering our society* ») et renvoie à l'idée d'écologie. Il est ici question d'une *traduction* d'un état du monde industriel pris par les remords provoqués par son propre fonctionnement [pollutions dues à la consommation (production industrielle, consommation jetable, nouvelles technologies, circulation routière et aérienne, etc.)]. Ce que propose Li Edelkoort c'est donc de « vivre », ou plutôt, de « consommer autrement » : du « vert responsable » ; « l'animal social » porte la responsabilité du discours qui « produit », responsable du dogmatisme des effets-mondes. Elle détaille ici les replis communs à une société qui ne peut y faire face (selon cette proposition) que par un « nouveau » mode de

⁶⁶² Li Edelkoort, telle que créatrice et directrice du bureau de style Trend Union, d'Edelkoort ETC, d'Edelkoort Inc., de l'organisation à but non lucratif Heartwear© et présidente de l'Académie de Design de Eindhoven (Pays Bas).

⁶⁶³ Li Edelkoort, "Greening Perspectives 2010", (in) *Taxi Design Network*, New York, The Tishman Auditorium, le 19 mai 2008, [mis en ligne ; consulté le 25 juillet 2008], url : <http://74.125.39.104/search?q=cache:YkwKKj2cl5gJ:www.designtaxi.com/news.jsp%3Fid%3D18631%26monthview%3D1%26month%3D6%26year%3D2006+li+edelkoort+alta&hl=fr&ct=clnk&cd=1&gl=fr&client=firefox-a>

consommation (soit, de nouveaux substituts, de nouveaux *pharmakons*), et celui-ci commence par une couleur symbolique : le vert, « portons la nature sur notre peau, achetons du vert ! » Voilà ce que dit le message : il y a de nouveaux *effets* pour pallier à *vos* culpabilité, « discours faisant ».

De plus, le discours renvoie directement à la posture de l'ethnologue, en ce sens que les concepteurs de tendances « témoignent, prouvent et traduisent »⁶⁶⁴, mais, ce sont les méthodes et le « terrain » qui sont différents : le concepteur n'est point là pour parler de singularités mais pour « décrypter » / construire une *doxa* (un ensemble de « lieux communs », substituts structurant les usages à venir) ; et, son « terrain » est celui du « marché », il est régi par des stratégies et ne peut échapper au programme sous peine de sortir du « circuit capitaliste ». Qu'en serait-il alors si le lieu de ponction des *tendances* était celui d'un pays de l'Afrique subsaharienne [pas de quartier de « *shoppers* » comme à Shibuya...] ? Li Edelkoort a lancé le « concept » : dans son ouvrage *North meets South*⁶⁶⁵, elle compare des objets produits par le « design néerlandais » et ce qu'elle nomme « l'artisanat primitif du sud ». Voici comment elle présente les choses :

Si loin et pourtant si proche en termes visuels et esthétiques, le miroir du design puriste du nord et celui de l'artisanat primitif du sud nous interpellent et nous enchantent ; comment l'attraction des opposés peut-elle être si forte, comment des cultures si éloignées peuvent-elles être si semblables ?

Des découvertes récentes ont clairement montré que le continent africain est le berceau de l'humanité et par conséquent de ses cultures. Avec nos racines fermement ancrées dans la terre rouge, nous avons migré vers d'autres horizons, des montagnes plus hautes, des climats plus froids, des mers plus vastes... perdant notre couleur au long du chemin.

Une norme esthétique semble être génétiquement enfouie dans la mémoire collective, nous permettant d'explorer tout territoire vierge en utilisant un ADN commun du design tendant à formuler un langage visuel organique d'une simplicité claire et archaïque, une direction graphique du design.

Découvrir ces liens formels apporte une soudaine conscience de la proximité et de la fraternité, de l'égalité aussi.

⁶⁶⁴ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), p. 10.

⁶⁶⁵ Cf. Li Edelkoort, *North meets South*, Paris, éditions jeanmichelplace/design, 2006.

Ce jeune siècle verra le nord et le sud s’embrasser, déclenchant une inspiration pour les décennies à venir, vers un modernisme à la fois archaïque et contemporain.⁶⁶⁶

Li Edelkoort emploie ici une double démarche : une étude comparative formelle de productions émergents de deux continents (Scandinavie et Afrique subsaharienne) et une analyse de type idéologique (liée à une approche globalisante), sous-tendant à la fois une suprématie intellectuelle des « *poiésis* scandinaves » (le terme de « design » sous-tendant une conceptualisation, soit des *inventions*, du « nouveau », voire de « l’avant-gardisme ») sur les « *poiésis* africains » (le terme « artisanat » sous-tendant des modes de fabrications mimétiques, liées à une *tradition* et à des savoir-faire indissociables de techniques, associés à une dimension « ludique », voire « instinctive » ou « primitive »). De ce fait elle constitue une « double typologie » : elle classe des objets selon leurs formes et leurs couleurs (matériaux similaires) et joue sur les nominations classificatoires [« *europe is ethnic* »⁶⁶⁷ ou « *africa is modernist* »⁶⁶⁸], pour une dialectique de l’*effet*. Aussi n’hésite-t-elle pas à non seulement définir le continent africain comme « l’origine » de l’humanité toute entière [les énoncés au sujet d’un « *ADN commun* » et de « *découvertes récentes [qui] ont clairement montré* » renvoient au modèle biologique emprunté pour justifier le discours, la « science » faisant « preuve », toujours dans un système de « cause à effet » ; pour un déterminisme confondu avec prédictibilité : « *pour les décennies à venir* » ; tout un programme...], mais à en faire le *reflet* d’un « archaïsme » ancestral commun : qu’y a-t-il de subversif ou de véritablement « nouveau » dans son discours ? Son regard sur les « *poiésis* africains » se positionne du point de vue d’une typologie définie par rapport au design européen. Aussi, sous couvert d’une « déhiérarchisation » des valeurs esthétiques, prolonge-t-elle l’idée de « collection exotique » [non plus cette fois du point de vue de l’*altérité* (comme ce fut le cas à l’époque des premières explorations – ethnographiques ou coloniales), mais du point de vue du « commun », ce qui participe à un même mode d’analyse comparatiste], cherchant du *même* entre le design d’objet suédois et « *l’artisanat primitif du sud* » [dixit L. Edelkoort] actuels, du point de vue de la forme, ne questionnant ni les « faire en train » (instaurations) ni les processus de conception. Par son discours, elle redouble l’idée d’une « origine commune » [« *le berceau de l’humanité* »] et actualise le *mythe* du « stade primitif » de l’homme : l’*Afrique* comme « lieu image » d’un « nous » primitif, avec tout ce que cela sous-tend d’idéologies pernicieuses. Aussi sa démarche n’est-elle pas si différente de celle, bourgeoise, visitant les

⁶⁶⁶ Li Edelkoort, *North meets South*, Paris, éditions jeanmichelplace/design, 2006, p. 25.

⁶⁶⁷ Li Edelkoort, *op.cit.*, p. 6.

⁶⁶⁸ *Ibid.*, p. 9.

"Expositions Universelles" au début du 20^{ème} siècle, mis à part dans un déplacement de la « forme » (substitut) : les créations africaines ne sont plus présentées en tant qu'« objets de curiosité », mais à la fois comme objets « dignes » d'appartenir au design et « preuves » d'un « inconscient collectif », duquel le « Sud » (divisant ici le monde en deux entités fictionnelles, considérées du point de vue du capitalisme) serait un *reflet* [« le miroir... »] « brut » [« archaïque »] et le « Nord », le pendant *contemporain*, tous deux acteurs d'une *même* modernité, d'un point de vue dialogique.

Qu'est-il de « nouveau » sur le « terrain » de la *modernité* et de la construction de sa *doxa*, hors mis le fait que le discours en actualise ses *topoi* ? Nulle part ne sont questionnés les processus de conception, les instaurations singulières : or, il ne peut y avoir de « structure » relationnelle sans *diversité*, le comparatisme aiguë est la voie du « binarisme étriqué », qui témoigne au fond de l'absence de *rencontre* et d'une expérience du discours seul ; Li Edelkoort a-t-elle seulement travaillé avec des artistes Maliens ? Ce qui est nommé *altérité* est aussi ce qui permet de se poser la question de la manière de faire : nul ne peut *savoir* véritablement « comment il fait » s'il n'a pas vu un autre que lui « en train de faire », et nul ne peut remettre en question sa « manière de faire » s'il n'a pas essayé de « faire autrement » avec autrui. Autrement dit, il n'est point seulement question de *miroir* ou de *reflet* dans l'échange avec l'*autre*, il est aussi question de « faire avec » et cela est très différent pour le coup. Aussi Li Edelkoort ne se positionne-t-elle que du point de vue d'une « mise à distance » (lieu privilégié des représentations et des *effets* opératoires) et ne peut, en ce sens, produire qu'un discours sur les représentations (*lumineuses et transparentes*), qu'elle pourrait certes combiner à sa guise et sans fin, mais sans jamais « trouver » ce qui est opaque, chaotique, *étrange*, soit, *différent* du « langage commun ». Voire du langage tout court, en ce qui « échappe » au sens : ce qui ne signifie pas un « non-sens » ou une « absence de sens », mais d'avantage un « sens » qui ne serait pas encore *identifié* ou construit ; soit, dont le « lieu » de référence ne serait point en *mémoire* laissant enfin place à l'*imagination-création*⁶⁶⁹ qui sait bien que le « réel » se transforme et se « fait » en même temps qu'elle. Aussi, pour concevoir une telle démarche (« observant » / faisant l'expérience de la *diversité*), seul un va-et-vient entre « mise à distance » et « immersion » est-il opératoire. En ce sens, les apports de l'ethnologie et de l'anthropologie sont utiles :

⁶⁶⁹ Si la notion d'*imagination-création* est empruntée à Clément Rosset, elle ne tient pas ici le « réel » pour rival, mais davantage les signifiants acquises accrochées au « réel ». Cf. Clément Rosset, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006, p. 96.

Aujourd'hui le local et le global s'interpénètrent réciproquement partout. C'est pourquoi on peut affirmer très sérieusement que, pour le moment, ces deux disciplines sont les mieux placées pour dire simultanément le désordre des choses et l'ordre de leurs représentations.⁶⁷⁰

Au sujet de la fiction de l'unité et de l'*identité* du signe et du sens, la notion de représentation correspond à la volonté de représenter autre chose que *soi-même*. Le langage fait *semblant* d'aller du contenu à la forme, du signifié au signifiant. Cette même représentation camoufle, masque l'écart béant qui sépare ce qui est dit de ce qui voulait être dit : c'est « le langage comme écart »⁶⁷¹. C'est ainsi qu'une telle écriture de la représentation appauvrit l'*altérité* et son caractère d'unicité pour n'obtenir qu'une forme banale, composée d'énumérations et de reproductions monotones :

[...] il n'existe pas de relations naturelles entre le monde et le langage, le signifiant et le signifié, mais des élaborations culturelles, ce qui suppose que nous en finissons avec ces fictions de la transparence du langage, de l'adéquation des mots et des choses, de l'isomorphisme du référent et du signe.⁶⁷²

L'instrumentalisation des représentations répond à la volonté d'éradiquer l'*erreur* et l'*errance* propre à tout processus de création (plus justement, à toute *instauration*) et conduit à une illusion d'unité, de stabilité et de permanence du sens. Placer, dans une communication, comme objectif premier celui de « bien se faire comprendre » (*intention*) conduit non seulement à une certaine forme de « vulgarisation » (dans le sens d'offrir des *synthèses* laissant de côté les *traversées* et les *écarts*). Mais sous-tend aussi la volonté de conditionner l'interprétation qui sera faite de « l'image » énoncée. Une telle démarche transforme toute création en une forme d'« information » (se questionner sur la véracité ou la qualité de celle-ci est un encore autre débat) qui ne laisse place qu'à un espace étriqué pour l'*imagination*. Ce processus participe à une transcription quasi automatique du « réel » dans le langage et l'image, et *a posteriori* dans la fabrication de produits de consommation : en ce sens, tout est *représentation* et presque plus rien n'est *création*. Cela conduit à une perception expéditive, liée à la parole, et empêche toute forme de relation « qui, elle, demande de l'attention, exige de l'apprentissage, du temps, de l'effort »⁶⁷³. Pour renverser un tel dogme, l'ambition pourrait

⁶⁷⁰ Jean Copans, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996), p. 10.

⁶⁷¹ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 91.

⁶⁷² *Ibid.*

⁶⁷³ *Ibid.*, p. 107.

être celle-ci : substituer la présentation à la représentation et le descriptif au prescriptif, sans pour autant s'engager dans une posture créatrice « réaliste ». Car, au sein de la démarche descriptive, il y a la rigueur de celui qui tente de rester au plus près de la « réalité observée », sous-tendant aussi des écarts, des errances, des troubles, des rencontres, etc. Dans un va-et-vient ininterrompu entre description, interprétation, explication, tout en tentant d'éviter de glisser vers l'imitation, la reproduction, la représentation, la transformation ou la transposition du visible, voire vers une variété de *traductions* de « lieux communs » (acte du concepteur de tendances), au lieu d'une *diversité* de productions. L'ethnographie est en quelque sorte une écriture des cultures, dans le sens où elle vise à faire advenir ce qui n'a pas encore été dit, elle fait surgir de l'inédit ; en ceci elle rejoint de nouveau les concepteurs de tendances dans leur rôle premier, à savoir l'écriture des « cultures ». Les deux disciplines / corps de métier *traduisent* l'*ethnos* qu'elles observent, là où elles sont disjointes c'est au niveau du mouvement : le concepteur de tendances fige des interprétations pour en faire des impulsions de consommation, pour façonner des types d'usages à venir, l'ethnographe tend vers la métamorphose et s'essaie à rendre compte des circulations, des relations et des zones « opaques » par le biais de l'écriture.

Afin de tenter de faire éclater les évidences piégées du dogme représentationnel, il est temps à présent d'engager des analyses de type ethno-poïétique. Soit, de tracer les territoires de ce que l'*ethnos* [du point de vue de l'*homo faber*] sous-tend pour des processus de conception et des instaurations. Outils ethnographiques et méthodologie poïétique permettront, dans le premier chapitre de la partie qui suit, de questionner la fiction des tendances de l'*intérieur* : pour produire à la fois une « simulation de cahiers de tendances » (reprenant l'idée de *braconnage* à Michel de Certeau⁶⁷⁴) et concevoir une cartographie répertoriant des couleurs et des images importées du Japon, classées en fonction de domaines de « couleurs matières » (celles des aliments *signifiants* ici le Japon). Ces « réalités fictions » seront exclusivement collectées dans des lieux accessibles à tout consommateur français, voire européen [revues distribuées en Europe, tendances conçues pour un marché global, dans les grandes lignes (*tendances de fond*)], et permettront de cartographier les « lieux communs » de cet *ailleurs* lointain, ceux qui modélisent l'*imagination* « mise à distance ».

⁶⁷⁴ Cf. Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990, pp. 239-255.

TROISIÈME PARTIE

**Du poétique à l'ethno-poïétique :
pratiques de l'invention et de la conception**

Introduction à la troisième partie

Les parties précédentes *nous* ont permis d'étudier différents types de poétiques : celles de la teinture [artisanat], engageant à la fois les notions de *tradition* et d'*invention* et celles propres à la conception de tendances [design management et prospective], investissant les notions de *programme* et d'*innovation*. Aussi cette étude *nous* a-t-elle conduits à définir différents modes de relation, en terme de posture notamment : de quelle *rencontre* s'agit-il lorsque l'enquêtrice pense « trouver » sur le « terrain » des *loci* identifiables ? De quel type d'entrecroisement s'agit-il lorsque ces *loci*, associés à des *images*, font sens ? En quoi l'articulation entre *mémoire* et *imagination* est-elle opératoire à différents niveaux de la conception ? Toutes ces questions *nous* ont permis de formuler des hypothèses quant à la définition des « terrains » investis, nécessitant de définir un juste « regard » entre « mise à distance » et *immersion*. Cette partie engage à présent le chercheur à concevoir à son tour (soit, non seulement de « se mettre à la place » du teinturier ou du concepteur de tendances, pour en compléter l'analyse ethno-poétique, mais aussi d'*inventer* les territoires propice à la *rencontre*), ce qui pose de nouvelles questions : de quelle manière représenter des *relations* (le « terrain », défini comme « ensemble de relations ») ? Ou encore, comment concevoir une représentation dynamique (circulations) ? Faut-il nécessairement définir des *invariants* pour qu'il y ait *relation* ? Et, est-il possible de construire une « structure » propice au « surgissement » (non seulement du point de vue du *kairos* – définie *a priori* comme « juste mesure », « occasion », mais davantage considérée dans cette étude comme « passage », visant une « ouverture ou une série d'ouvertures » nécessitant de « viser juste »⁶⁷⁵ – mais aussi du *hasard* – qui n'est point attendu, et donc « non programmable ») ?

Cette dernière question, *vous* l'aurez compris, témoigne à la fois de l'ambivalence de l'*intention* ici engagée par le concepteur (concevoir une « structure » propice au « surgissement » qui n'est lui-même *a priori* pas prévisible, mais dont cependant il serait possible de définir, voire d'*inventer*, les conditions favorables à sa venue) et du jeu périlleux que cela engage du point de vue du chercheur : à la fois objet ne pouvant rejoindre

⁶⁷⁵ Cf. Richard Broxton Onians, *Les origines de la pensée européenne, Sur le corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin*, Paris, éditions du Seuil, 1999, pp. 405-407.

l'expectation (la *rencontre* ne peut être ni « typée » / préconçue, ni attendue) mais sous-tendant une anticipation (définition d'hypothèses). De plus, si le *mythe* est « structure » (à la fois « mémoire commune » et « structure » de l'*imagination* individuelle), il peut être aussi considéré comme « obstacle » (obstacle à la *rencontre*, dans ce qu'elle peut avoir de singulier, justement). Aussi est-il nécessaire de redéfinir la posture engagée ici : si le *mythe* est obstacle c'est lorsqu'il est « consommé innocemment » (du point de vue d'une réception « passive », si tentée qu'elle puisse l'être tout à fait). Or, si celui-ci est considéré du point de vue du concepteur ou du plasticien (voire, *a posteriori*, du « regardeur », dans sa capacité actrice), il est davantage « source d'inspiration », il active l'*imagination* et permet à l'*invention* de surgir, voire permet de construire des *fictions*.

À partir de ce postulat, l'ambition de cette partie sera donc de s'appropriier non seulement des poétiques préalablement identifiées mais aussi des « lieux communs » (des stéréotypes acteurs d'une « culture de l'image »), des *mythes* (compris comme des structures modulables) et des symbolisations [des symboles (équivoques, opaques) en construction] opératoires. Cela ne signifie cependant pas que le point de départ de telles conceptions sera celui des représentations. Chacune des appropriations et *inventions* qui suivront partira du « faire », soit, de « couleurs matières » sous-tendant des pratiques (techniques, matériaux, gestes de « celui qui fait » / crée / fabrique ; et usages, symbolisations, circulations de « celui qui fait avec » l'existant / l'objet créé), étudiées et expérimentées pour concevoir. Si le premier chapitre sera davantage axé sur l'appropriation de poétiques repérées dans les domaines de l'ingénierie et du marketing (« lieux images », modèles, typologies), le second concernera quant à lui à la fois celles apprises sur le « terrain » de la teinture (recettes, techniques, expérimentations) au Japon et les significances « fortes » repérées du point de vue des usages des « couleurs matières japonaises » ainsi faites et appropriées (interprétées, imaginées en partie, présentées comme des « évocations » potentiellement propices à de nouvelles *identifications*).

Aussi le premier chapitre pourra-t-il être considéré du point de vue de la *transmission* de modèles réinvestis (lieu de *praxis* revisités, articulation des « lieux images » avec différents types de territoires. Tandis que le second se définira davantage comme accomplissement et « dynamique », expérimentant et questionnant l'ensemble de l'instauration jusqu'à sa réception. Les deux questionnant une *mémoire*, comme « héritage » transmis et approprié, dans son articulation à l'*imagination*, à la fois singulière au concepteur et structurée par des « lieux communs ». C'est donc d'une forme d'inscription d'une *mémoire* articulée à

l'*imagination* qu'il s'agira lorsque les objets / œuvres une fois créées se donneront à voir / visiter. Au terme de ces réceptions, des questions se poseront alors une fois encore au niveau de la posture du concepteur / plasticien, considérant la réception : est-il à chaque fois question de territoires construits propices à de nouveaux processus d'identification ? De quelle manière, par la pratique, est-il possible de jouer avec les règles données et d'offrir au « regardeur » la possibilité de jouer à son tour (par le parcours notamment) avec les « lieux images » conçus ? Et, revenir à l'intention de départ : qu'est ce qui a motivé la plasticienne lorsqu'il était question de « rendre visible » une *mémoire* articulée à une *imagination* singulière ?

Du point de vue de la construction méthodologique, le premier chapitre rend compte de différents modes d'appropriation de poétiques [étudiées en deuxième partie] et correspond à une exploration conceptuelle (par l'expérimentation) de plusieurs niveaux de relations, opératoires entre différents types de « terrains » (la France vs le Japon, le patrimoine chromatique vs le nuancier industriel, le conte / le récit vs l'installation). Soit, il sera question des « passages » entre différents « lieux » et modes de représentation (va-et-vient entre du « deux dimensions » et du « trois dimensions »). En ce sens, il s'agira de l'articulation de trois phases [trois sections] d'exploration. La première s'attellera à constituer un répertoire (typologique) de « lieux images japonais » ou *fictions* du Japon en France, *traduisant* des « schèmes d'identifications » (représentations véhiculées, appropriées) repérés dans des sources majoritairement communes à la conception de tendances. Non cependant comme « scénarii prospectivistes » mais davantage considérés en tant que l'écriture d'une « mémoire collective » susceptible de modéliser l'imaginaire au sujet du *Japon* comme « lieu mis à distance » (vecteur d'*identités*). La seconde phase engagera, quant à elle, un questionnement sur l'articulation entre relations au « terrain » (le *patrimoine* visité, investi) et contre typages industriels (du point de vue du coloriste), symbolisations (liées à des usages à travers l'histoire), et « unités signifiantes » (projet de « balisage » à visée touristique). En d'autres termes, il s'agira là d'une exploration de « passages » instaurés entre « couleurs matières » (liées à des savoir-faire, etc.) et « espaces de référence communs », pour l'instauration de parcours « à venir ». Celle-ci ouvrira la réflexion sur la question du *territoire* compris dans sa diversité et de la nécessité de le représenter, pour le *traduire* : est-il possible de transmettre une « mémoire en acte » ? L'outil cartographique sera donc expérimenté et renverra à la partie « conclusive prospective », comme piste procédural pour les recherches à venir. Et la

troisième section rendra compte d'une mise en relation entre différents niveaux fictionnels repérés : le conte à la fois comme véhiculant des « lieux communs » à l'*imagination* et « synthèse signifiante » (personnages, lieux et actions symboliques) propice à des processus d'identifications, produisant des archétypes de femmes imaginées en France et au Japon. Celle-ci s'instaurera grâce à la collecte de fragments contés, de l'opération de collage de ces mêmes fragments (conception de livres de contes) et de la réalisation de deux « sculptures textiles » matérialisant les deux figures féminines imaginées, pour une installation. Il s'agira donc ici d'une exploration de la notion de *relation* entre les deux continents (Europe et Asie) du point de vue de la lecture (acte solitaire) de récits considérés comme « mémoires imaginaires communes », puisque supposés *transmises* très largement. Cette dernière phase soulèvera cependant des limites : si la *relation* est volontairement établie par la plasticienne entre deux figures féminines contées « ici » et « là bas », c'est du point de vue d'une sorte de comparatisme (quand bien même se portant-il sur l'imaginaire). Aussi le visiteur sera-t-il lui-même laissé « à distance » de cette « relation littéraire », la « structure » ainsi repérée en amont ne soulevant (apparemment) aucune possibilité efficiente et originale de *rencontre* lors de la réception de l'œuvre (le lieu d'exposition renvoyant à l'idée d'un « laboratoire expérimental »).

Cette dernière exploration amènera donc le lecteur au second [et dernier] chapitre, pour l'appropriation de poétiques et de techniques étudiées en première partie de cette thèse : le « terrain » de la teinture au Japon, pour l'instauration d'une installation conçue et exposée au Japon. Celle-ci investira différents niveaux de la *mémoire* (mémoire de *traditions* tinctoriales enseignées et récoltées, d'observations d'usages et de symbolisations, de « découvertes » de lieux dits « sacrés », de *rencontres* avec des femmes chamanes) comme vecteurs d'une création originale. Une installation pour « re-crée » le parcours singulier de l'« enquêtrice-conceptrice » (les *mémoires* mises en acte) et « faire monde », soit, rendre au lieu d'accueil une *imagination* singulière et construite par son articulation avec les différents niveaux de *mémoire*. L'installation permettra donc à la fois de « mettre en acte » (rendre visible et vivant, grâce aux parcours des visiteurs) le cheminement singulier de la plasticienne et de matérialiser le processus exploratoire grâce à des « balises » : des « sculptures textiles » et des « totems » seront conçus afin de matérialiser la relation opératoire entre des symbolisations et des « couleurs matières », par la compréhension et l'appropriation du « faire » (techniques, poétiques) et des usages. Ainsi, des symbolisations singulières, nées de *rencontres*, en partie opaques, seront prises en comptes, mais aussi des « croyances populaires » (toujours dans leur

relation aux femmes et aux matériaux / lieux végétaux), au titre de ce qui « fait lieu commun » à Okinawa ou plus largement au Japon.

CHAPITRE I

Appropriation des poétiques de l'ingénierie et du marketing dans des conceptions en arts

I.1 Des « couleurs importées » comme *fictions* du Japon : conception de cartographies et simulation de cahiers de tendances

Cette partie concerne une conception qui fut établie avant d'aller au Japon, elle correspond à la fois à une analyse d'anticipation (définir le « territoire imaginaire » japonais, celui qui est amplement nourri par les « lieux communs » transmis par les médias en France, mais aussi les *rencontres* et interprétations personnelles), d'appropriation (collectes, classement, construction de typologies signifiantes) et d'expérimentation du travail de conception de *tendances* (le concepteur est ici singulier et échappe à la *praxis*⁶⁷⁶ lors de la pratique de l'*invention*). Les « lieux images » ont donc été répertoriés, avec eux les « couleurs importées » du Japon : cette collecte permet donc à la fois de concevoir une cartographie de « couleurs importées » (matières, échantillons et « lieux images ») et de « simuler » des cahiers de tendances, comme répertoire des « lieux communs » actuels en France au sujet du Japon. Ainsi la conception qui va suivre « se charge d'investissements symboliques relatifs à la vie quotidienne, fonctionne sous le signe des particularités collectives ou individuelles, devient en somme la *mémoire* à la fois légendaire et active »⁶⁷⁷ : articulation de « lieux communs » et de collectes individuelles, ponctions de poèmes empruntés ou écrits, correspondances de significances (état des lieux des significances françaises et japonaises au sujet de pratiques alimentaires « typiques » importées du Japon : « saillances » identifiées du point de vue des « couleurs japonaises qui se mangent » dans leur articulation avec l'*imagination* de celle qui les mangent) et typologie à partir des couleurs alimentaires localisées. Le travail de typologie fait écho au travail de conception de tendances : des

⁶⁷⁶ La *praxis* désigne ici spécifiquement des activités codifiées, la manière générique de penser la transformation d'un objet / milieu en prenant en compte les rapports sociaux, ceux-ci étant indissociables du processus nécessaire à cette transformation. Ici, elle renvoie spécifiquement aux méthodes engagées pour la « conception de tendances » (en bureau de style) qui sous-tendent un processus de conception se faisant à plusieurs et nécessitant des « mises en commun » des idées, etc. Cf. la deuxième partie, chapitre II.2, b-, pp. 424-435.

⁶⁷⁷ Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990, p. 109.

couleurs [*loci*] sont combinées à des images [*images*], nommées et mises en correspondances avec des textes d'« ambiance » [ici, une sorte de *climat* à la fois poétique et singulier sous-tendant un état psychologique global, de type « psycho sociologique »]. Aussi cette conception articule-t-elle des poétiques propres aux bureaux de style [collecte dans les magazines de mode, productions industrielles ; images prises comme « signes » sans noter la source de leur provenance ; typologies] et l'*invention* : pratique autonome [pour une analyse poétique, « se mettre à la place » des concepteurs de tendances], collecte de trois couleurs alimentaires japonaises « saillantes » à partir desquelles seront conçus les cahiers, chaque couleur comprise comme « domaine »⁶⁷⁸ duquel deux gammes à chaque fois seront conçues (combinant des *loci* de couleurs et des *climats* « psycho poétiques »), agencement global qui s'établit en partant des « couleurs matières »⁶⁷⁹ et de ses usages au Japon (significations et *mythes* japonais, liés à ces « matériaux », répertoriés grâce à différentes recherches depuis la France).

a- Méthodologie de projet et conception

Afin d'anticiper le voyage au Japon et les enquêtes de « terrain » qui ont suivis, il était nécessaire de tenter de définir l'interrelation opératoire entre le lieu de la représentation [*mythologies* au sujet du Japon] intégré en France et l'*invention* liée à l'opération de la collecte [anticipations et « découvertes »]. Pour ce faire, un état des « lieux communs » au sujet du Japon [mis à distance et inconnu jusqu'alors] a été établi. Dans cette même volonté, et afin de définir des types de relations entre Europe et Asie dans la conception de tendances, la conception expérimentale d'une cartographie définie comme une simulation de cahiers de tendances apparaissait opératoire. Cette série investit les notions de « couleur image »

⁶⁷⁸ La notion de « domaine de couleurs » permet de considérer la « couleur », non seulement comme phénomène (selon sa tonalité, sa luminosité et sa saturation), mais aussi selon ses variations (liées à la particularité et aux fluctuations du matériau / du support, de la lumière, de l'hydrométrie, etc.). Par exemple, le « domaine des rouges » comprendra une grande variété de rouges et pourra même s'étendre, selon le contexte, jusqu'aux orangés et aux rosés, puisqu'ils sont composés en partie de rouge [d'un point de vue « pigmentaire » (par mélange pictural, du rouge avec du blanc donne du rose, du rouge avec du jaune donne du orange) ou « optique » (perception des couleurs dans leur relation à la lumière, selon l'interaction de trois types de cônes, rouge – vert – bleu, avec les bâtonnets, sensibles aux réfléchissements lumineux)].

Un « domaine » se définit particulièrement selon des objectifs prédéfinis et la particularité de l'objet étudié, et permet de considérer [dès sa nomination] la « couleur » comme « matière » sujette à des variations causées par de multiples paramètres contextuels (éclairage, effets de matières, regard, proximité des « autres couleurs à côté » et interférences, etc.).

⁶⁷⁹ La notion de « couleur matière » sous-tend la compréhension de la couleur comme indissociable de son origine matérielle (végétale, animale, minérale, ...), du processus d'extraction du colorant / du pigment (savoir-faire tinctorial / pictural) et du « support » (type de texture, mode de tissage, nature de la fibre, etc.). Ici, il n'y a point de processus d'extraction de colorant / pigment, puisqu'il s'agit de la couleur des aliments « bruts » [*saké*, *wasabi*, algue *nori*] ; de plus, ces « couleurs matières » seront définies en relation avec les champs symboliques [liés aux usages et parfois au mode de production (cf. sur le saké, *mythologies* répertoriées au sujet des femmes)] qui les accompagnent.

(couleur liée à un champ sémantique prédéfini et signifiés d'états ; cf. le travail de modélisation de Shigenobu Kobayashi⁶⁸⁰) et de « lieu image » [combinaison de *loci* (couleur, mot, objet, etc.) et d'*images* (action, geste, style, etc.) signifiants, faisant « lieu commun », souvent structuré par des *mythologies* existantes et actualisées dans leur forme ; cf. *l'art de la mémoire* selon Frances Amélia Yates⁶⁸¹] empruntées par les bureaux de style, mais dont les processus de conception débiteront ici par la collecte de « couleurs matières » et de *mythes* importés du Japon. Une conception de cahiers de tendances, comme cartographiant des « *identités* asiatiques », en termes de couleurs communément assimilées à l'Asie puisque importées (notamment au travers de magazines) et *traduites* comme telles. Les « couleurs matières » sélectionnées, volontairement engagées comme premiers paramètres *acteurs* de la conception, sont culinaires : cette volonté fait écho au processus d'intégration d'une « culture » prédéfinie (typologiquement associée à la notion de nation et comprise du point de vue de ses « *habitus* communs ») dans une « autre ». En effet, la première rencontre se fait traditionnellement, en France en tous les cas, par le partage d'un plat : la restauration offre la possibilité de goûter à des mets dits *exotiques*, soit d'une *autre culture*, mêlant des ingrédients et des saveurs inconnus, elle incite au voyage au coin de sa rue ou de son quartier. C'est cette consommation qui participe au dessin des premiers contours du paysage encore méconnu : couleurs, odeurs et textures composent ses mélodies. De plus, empruntant la notion de « langages-objets »⁶⁸² à Roland Barthes, comme assemblage d'images, de « lieux couleurs » et de textes, les cahiers traduisent les *mythologies* actuelles au sujet du Japon, véhiculées en France. Ainsi, les « couleurs imaginées » deviennent des territoires communs : nommées selon le prisme de *l'inconnu fantasmé*, vendues par les bureaux de style, elles composent une cartographie de la « culture de marché » au sujet du Japon, reprenant des « schèmes d'identifications » sélectionnés indifféremment dans différents médias (mangas, revues, sites internet, etc.), reprenant alors la méthode propre aux bureaux de style : l'opération de collecte s'établit dans des lieux *similaires*. Cependant, la méthode de conception diffère quelque peu de celle engagée dans les bureaux de style (les objectifs sont ici différents), notamment pour la première étape, en voici détail : le point de départ de la création présentée ici, intitulée « *Inspirations culinaires* », correspond à la sélection de trois aliments de base identifiés

⁶⁸⁰ Cf. Shigenobu Kobayashi, *Color Image Scale*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1990. Et, au sujet de son travail de modélisation, cf. La « partie transition » de cette thèse, chapitre II.2, pp. 290-304.

⁶⁸¹ Cf. Frances Amélia Yates, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966). Et, au sujet de la compréhension des systèmes [articulant *mémoire* et *imagination*] construits par les concepteurs de tendances, cf. l'introduction à la deuxième partie, pp. 307-313 ; les chapitre I.2, pp. 331-350 , et II.3, pp. 436-474.

⁶⁸² Selon Roland Barthes, l'écriture et l'image se trouvent côte à côte, *signes* doués d'une même fonction au seuil du *mythe* et constituant un « langage-objet » : « il est le langage dont le mythe se saisit pour construire son propre système », cf. Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957, p. 222.

comme « typiquement japonais ». Ils vont donner lieu à la définition de trois « couleurs matières »⁶⁸³ importées [mise en correspondance des matériaux et de la couleur dominantes] : le riz et le saké (alcool de riz : *nihonshu* en japonais) – blanc laiteux et translucide –, le *wasabi* (sorte de moutarde faite à base de racine de raifort, accompagnant les *sushi*) – vert acidulé –, et l’algue *nori* (algue qui entoure certains sushi, les *maki sushi*) – vert sombre. Puis, chaque « couleur matière » permet de concevoir une *tendance* de fond, nommée selon des critères catégoriels (en anglais, pour une communication à l’international) utilisés dans le monde de la mode : *wasabi* (« acidulé ») devient *Ludic* (lié à l’enfance, signifiante associée au vert fluo en France), *nori* (« sombre ») devient *Natural* (signifiante associée au sous-bois), riz / saké (« laiteux et flou ») devient *Poetic* (signifiante associée au nébuleux, à l’*aura*) ; chaque paradigme faisant référence à des profils dits « psychosociologiques », autrement dit, des « états d’être » associés (*à la manière de Shigenobu Kobayashi*) à des modes de vie ou à la manière d’appréhender le monde à un moment donné : territoires signifiants localisés. À titre d’exemple, voici ci-dessous le cheminement effectué (lors de la conception) pour construire le territoire sémantique pour le *wasabi* en tant que « couleur matière » signifiante :

Comparatisme des signifiants de couleur « wasabi » (vert acidulé) pour la France et le Japon :

Wasabi, « couleur importée » : emballages (vert acide, fluo...), produisent un « goût imaginé », pour nous ce vert serait plutôt signifiant de bonbon acidulé, un goût présumé de pomme granny, un peu chimique, qui pique et s’installe plus longtemps dans la bouche (comme une pastille à sucer).

Pourtant le goût du *wasabi* est puissant et fugace (pas comme du piment, c’est très fort un court instant ce qui amène à y revenir), la texture proche de celle de la terre : il s’installe dans la bouche et les narines aussi vite que de la moutarde.

Trouver les « verts fluos », pas la même notion que pour nous (ponctuations / fugaces / localisations), chez eux c’est une couleur très présente (habits, objets, packaging...) rechercher les signifiants pour eux : « festif, accessoire, enfantin, frais, joyeux, féminin, lumineux »⁶⁸⁴.

Et, se pencher sur le mode de fabrication du *wasabi* afin de se l’approprié, soit, construire le « lieu image » japonais, du point de vue des usages de la « couleur matière » :

⁶⁸³ Ici, ces « couleurs matières » correspondent à des « domaines de couleurs » ne pouvant être considérés indépendamment des matières qui les constituent, et donc des variations ou effets qui leurs sont propres, aussi bien du point de vue phénoménologique, que de la texture / odeur / etc. du matériau.

⁶⁸⁴ Notations effectuées grâce à des questionnaires : analyse quantitative (non représentative d’une société, juste des « saillances » identifiées) comme il est d’usage d’en faire pour la conception de tendances.

Souvent comparé au raifort occidental, le *wasabi* est aussi une racine qui sert de condiment mais sans aucune similitude d'espèce. Il a le même usage mais son goût est plus doux.

Origine: Japon

Étymologie: le mot "wasabi" signifie en japonais "rose trémière de montagne"

Famille: plante vivace de la famille des crucifères

Culture : il faut compter deux ans entre la plantation et la récolte ; la plante a besoin de beaucoup d'eau et d'ensoleillement. La ville de Hotaka, au Japon, est un des principaux fournisseurs de wasabi pour le pays. Les habitants doivent consacrer beaucoup de temps pour le désherbage, la destruction des insectes nuisibles

Achat : Au Japon, la racine est râpée et réduite en pâte dans laquelle on incorpore un peu de sauce soya mais en dehors du pays, il est très difficile de se procurer cette racine fraîche. On la retrouve sur le marché sous deux formes : en poudre - il suffit d'ajouter quelques gouttes d'eau et/ou de sauce soya pour former une pâte ; en pâte vendue dans des tubes - réfrigérer après ouverture.

Utilisation : principalement comme condiment pour accompagner le sushi et le sashimi, de petits hors-d'œuvre à base de riz enroulés dans une feuille d'algue.⁶⁸⁵

Pour chaque « couleur matière » importée va donc s'effectuer des cheminements, des explorations (depuis la France) au sujet des usages, des champs symboliques, voire des *mythologies* auxquelles elles sont liées, pour localiser des territoires de significances « communes » au Japon. Ainsi, chaque *tendance* (nommées respectivement *Ludic*, *Natural* et *Poetic*) se compose de deux gammes⁶⁸⁶ de « couleurs importées japonaises » (sous forme de cahiers) localisées, nommées (la nomination est là encore établie selon le modèle des bureaux de style) et articulées avec des usages français, pour « faire monde » : pour *Ludic* [*wasabi*] : *Fairy Tales* (autour de l'enfance, des contes de fées européens) et *Synthetic Geisha* (autour des adolescents dont les clichés pris dans les « quartiers à la mode » de Tôkyô font référence) ; pour *Natural* [algue *nori*] : *Vivifiant Landscapes* (reprenant la « tendance de fond » actuelle autour du « mouvement vert » et du « retour » prôné à la « nature ») et *Basic Terms* (autour des « trois couleurs anthropologiques fondamentales »⁶⁸⁷) ; pour *Poetic* [riz et

⁶⁸⁵ Ces informations avaient été récoltées sur internet, cf. url : <http://japans.free.fr/pages/japon/divers---wasabi.htm>

⁶⁸⁶ Une gamme de couleurs se définit comme un ensemble de couleurs organisées, en premier lieu, selon un point de vue phénoménologique, soit, en référence à Munsell et à sa conception pyramidale, selon leur luminosité, leur tonalité et leur saturation. En deuxième lieu, la notion d'équilibre ou d'harmonie sera définie plus particulièrement par le concepteur. En bureau de style, une gamme s'équilibre par un ensemble composé majoritairement de couleurs à la tonalité, la luminosité ou la saturation proche / similaire (d'une même *famille*), et, ponctuellement d'une couleur nommée « contrepoint », « accent » ou « tonique » soit, d'une tonalité, luminosité ou saturation radicalement opposée à l'ensemble des autres couleurs proposées. Ici les gammes seront organisées selon l'idée de *famille*, définie à chaque fois dans le texte explicatif qui suit.

⁶⁸⁷ La « triade fondamentale » correspond, dans le système de Berlin & Kay, aux « trois premiers termes » de couleur (noir, blanc et rouge), du point de vue des usages de couleurs et de leur nomination, et forment un « trio fondamental » en Afrique,

saké] : *Origine Imaginaire* (« lieux images » au sujet d'une japonaise lointaine) et *Ineffable Fugitive* (autour de la nudité et de figures du trouble, du « non matériel »). Au sein de chaque cahier se décline donc une première gamme de couleurs sous forme de carrés, un texte de présentation de la gamme en terme d'« ambiance »⁶⁸⁸ et des visuels accompagnés d'échantillons de matières, de couleurs similaires à celles présentées en gamme d'introduction. Le processus de mise en forme est donc proche de ce qui est fait dans le cadre des bureaux de style : l'idée est pour cette conception de reprendre la forme du cahier de tendances pour la création des gammes de « couleurs imaginées »⁶⁸⁹ japonaises. Voici ci-dessous la présentation de ces gammes, soit, les trois *tendances* (liées aux trois « couleurs matières ») et la couverture des deux cahiers qui les composent à chaque fois :



Fig. 83 – *Inspirations Culinaires* : Simulation de cahiers de tendances et fictions japonaises

Asie et Europe. Cf. John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008, p. 79.

Du point de vue des usages liés à des « couleurs matières » au Japon : le carthame (rouge), le carbone (noir) et la poudre de riz (blanc), cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1, e-, pp. 153-163.

⁶⁸⁸ Sur le « terrain » de la conception de tendances, les « lieux images » sont des combinaisons d'échantillons textile, de « couleurs locales » et d'images (collectées dans des magazines ou produites en interne) construisant des « ambiances » dites « sociologiques » ou « culturelles » (univers signifiant, visuel et textuel). Grâce à ces « lieux images » opératoires, les concepteurs de tendances *traduisent* à la fois les productions industrielles « nouvelles » et les « profils » des futurs usagers.

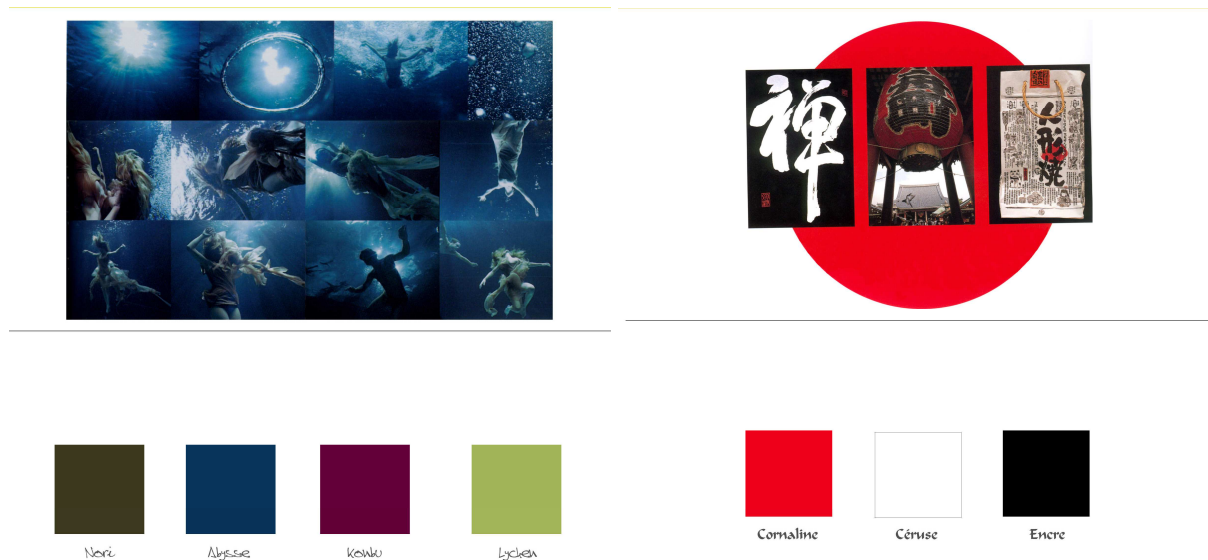
⁶⁸⁹ Cf. Partie I.2, c- de cette thèse, au sujet du carnet de bord préparatoire au voyage, pp. 93-99.

Chaque cahier reprend donc en partie des visuels importés (productions japonaises diffusées en France) du Japon, après avoir été classés selon les domaines assignés : mangas de grande diffusion (TV) pour enfants et jeunes adolescents, et, photographies issus de *Fruits*⁶⁹⁰ pour les gammes de la tendance « *Ludic* » ; mangas de production alternative (tel Abe Yoshitoshi) pour adolescents et jeunes adultes, et, estampes classiques pour les gammes de la tendance « *Natural* » ; photographies de Nobuyoshi Araki et photographies personnelles pour les gammes de la tendance « *Poetic* ». Pour compléter cet apport et témoigner de la *relation* entre France et Japon du point de vue des représentations, des visuels (« lieux images » signifiants potentiellement le *Japon* en France, voire en Europe) issus de sites internet, de magazines de mode (tel que la revue « Citizen K International »), de magazines de graphisme (tel qu'« Étapes ») et d'illustrations d'auteurs (tel que Paula Alavesa, artiste Finlandaise). Soit, des visuels issus de sources potentiellement utilisées par les bureaux de style sont reprises ici, de point de vue d'une « poétique de substitution » appropriée pour construire les *fictions japonaises*. Reprendre ce modèle permet de rendre compte des « couleurs » et des « images » importées du Japon ou pouvant évoquer la « poétique japonaise » telle qu'elle est perçue par le consommateur européen. Voici [ci-dessous et ci-après], le détail des gammes pour les tendances « *Ludic* » et « *Natural* », en terme de combinaisons de *loci* de couleurs et d'*images*, pour des « ambiances » globales (correspondant aux premières pages de chacun des cahiers) :



Fig. 84 – Tendance *Ludic*

⁶⁹⁰ Cf. Aoki Shoichi, *Fruits, Fashion pictures book*, Paris, éditions Phaidon, 2001.



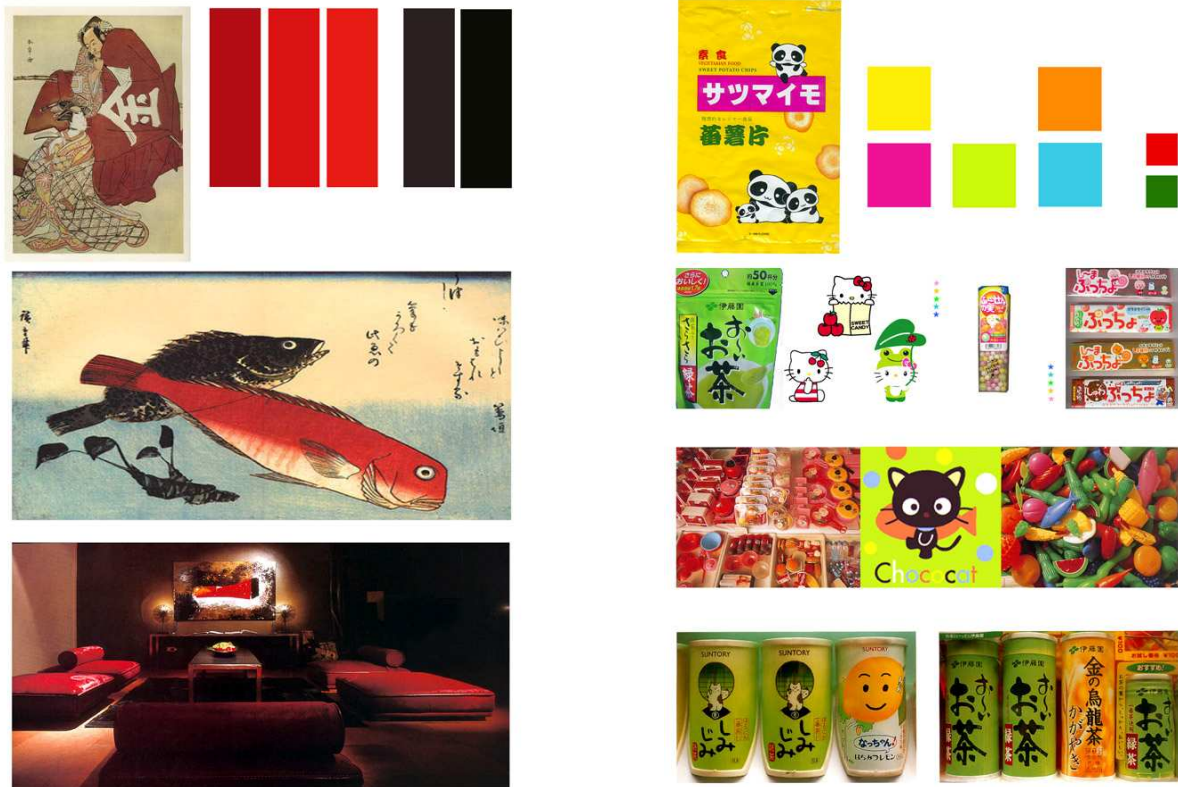
Cahier n°3 *Vivifiant Landscapes*

Cahier n°4 *Basic Terms*

Fig. 85 – Tendance *Natural*

Ces « couleurs importées » forment des domaines reliés à des paradigmes issus de la culture visuelle importée du Japon, ou de l'Asie d'un point de vue global. Par exemple, la gamme « *Synthetic Geisha* » [couleur domaniale *wasabi*, « tendance *Ludic* », cahier n°2] rend compte des domaines de couleurs observées dans les quartiers à la mode de Tôkyô (Shibuya, Shinjuku), portées par les adolescents, comme domaine chromatique typiquement *identitaire* du Japon actuel. Alors que la gamme première de « *Basic Terms* » [couleur domaniale *nori*, « tendance *Natural* », cahier n°4] signifie la « triade fondamentale » et correspond davantage à ce que le Japon *traditionnel* évoque en terme de tonalités d'ombres et de matières patinées⁶⁹¹. Les deux « lieux communs » majeurs au sujet du Japon (soit, le contraste *tradition* – *modernité* véhiculé comme spécifiquement identitaire d'une nation) sont ainsi mis en « lieux images ». Pour mieux rendre compte de ce « lieu commun » paradigmatique fort, deux typologies ont été conçues *a posteriori* : voici [ci-après], deux « cartes de couleurs » composées (synthèses) des visuels figurant dans les deux cahiers de tendances créés, « *Synthetic Geisha* » et « *Basic Terms* » (au sein desquels figurent des échantillons –matières, aliments en sachet, etc. – non présentés ici), ainsi que les couleurs dominantes et ponctuelles des « lieux couleurs » isolées sous forme de carrés ou de rectangles (en terme de rythmes et de proportions correspondants aux compositions internes).

⁶⁹¹ Cf. Junichirô Tanizabi, *Éloge de l'ombre*, traduit par René Sieffert, Paris, publications Orientalistes de France, 1977.



Gamme *Basic Terms*

Gamme *Synthetic Geisha*

Fig. 86 – Paradigme identitaire japonais « *tradition – modernité* »

Ces deux gammes mettent en « lieux images » le paradigme identitaire « tradition / modernité » communément employé en France au sujet du Japon. Et, elles correspondent à ce qui est *identifié* (du point de vue des représentations, et donc *traduits* par les conceptions de tendances) comme, d'une part, étant des couleurs dites « naturelles » (communément liées à des matériaux dits « nobles », à des objets traditionnels, à des pièces muséales, faisant globalement référence à un *patrimoine*) et, d'autre part, comme des couleurs dites « artificielles » (communément liées aux nouveaux matériaux, aux colorants pétrochimiques, à l'indexation numérique, au graphisme publicitaire), au sein de la « culture de marché », et plus particulièrement au sein des bureaux de style.

Ainsi, la gamme de gauche [« *Basic Terms* »] fait référence à la triade fondamentale « rouge/blanc/noir », combinaison des trois couleurs dites « primaires » d'un point de vue anthropologique, puisqu'elles correspondent aux trois « couleurs matières » les plus usitées

dans le monde, en tant que pigments : le cinabre (Chine), le rouge de carthame (Japon)⁶⁹², l'ocre ou l'argile rouge (Afrique noire) / la poudre de riz (Japon), le kaolin (Afrique noire) / l'encre de seiche (Europe), l'encre de noir de fumée (Asie), le charbon de bois ou la suie (Afrique noire). Ces trois domaines de couleurs sont alors liées à un champ symbolique particulier selon leurs usages : en ce sens, ce paramètre permet d'enrichir la définition de la notion de « couleur culture »⁶⁹³. Ainsi, par exemple, en ce qui concerne la coloration des masques en Afrique noire, les couleurs sont indissociables de leur substance et sont complètement assimilées à leurs fonctions magico-religieuses⁶⁹⁴ ; elles sont symboliques et rituelles, au travers de différents types de pratiques. Il est, à ce sujet, intéressant de noter l'apport de Platon à propos de sa création d'un système de couleurs, à partir de « trois couleurs de base »⁶⁹⁵, le blanc, le noir et le rouge, qui se combinent à une « qualité de luminosité » (*étincelant* ou *brillant*) : de ces quatre « fondamentaux », l'obtention des autres couleurs était alors considéré comme possible. Selon ce mode classificatoire basé sur les *effets*, le *doré* s'obtient par le mélange du blanc, du rouge et du brillant ; le *pourpre* par le mélange des « trois couleurs de base » ; et, le *bleu lapis* par le mélange du blanc, du noir et du brillant. Ce système difficile à saisir d'un point de vue pigmentaire, apporte néanmoins la trace historique d'une considération chromatique où le blanc, le rouge et le noir étaient considérées comme des couleurs dites « primaires ».

La gamme de droite, « *Synthetic Geisha* », quant à elle, aborde le monde de la consommation et revêt des « couleurs performatives »⁶⁹⁶ : sous-tendant la capacité des couleurs industrielles à être « citations ». Ainsi, la nomination des couleurs de cette gamme réfère au champ linguistique de l'enfance édulcorée, des friandises et des aliments aux couleurs acidulées : « *écarlate, rose fluo, turquoise, wasabi, citron, sorbet anis, trutti, cabotine, citron vert, frizzy pazy, pom pom, pousse de bambou* ». Ces noms confèrent une séduction particulière à la

⁶⁹² Concernant l'étude sur la relation entre les symbolisations et les usages des couleurs, intrinsèquement lié à des *poésis* singulières (processus de coloration), et plus spécifiquement au sujet du carthame au Japon, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1, e-, pp. 153-163.

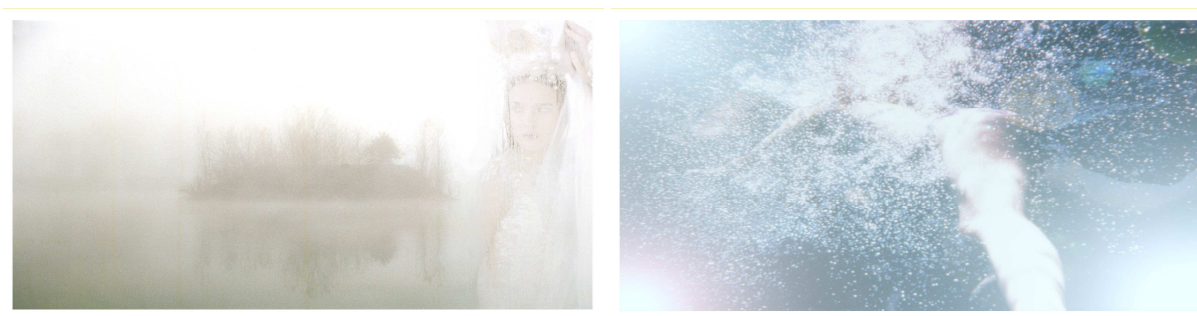
⁶⁹³ La notion de « couleur culture » renvoie ici à la relation entre combinatoires et usages particuliers, du point de vue de leur construction et de l'histoire. Cf. John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008.

⁶⁹⁴ Cf. Le précieux ouvrage à ce sujet de Luc Stephan et Christiane Falgayrettes-Leveau, *Formes et couleurs, sculptures de l'Afrique noire*, Paris, musée Dapper, 1993. Et, pour un résumé sur les valeurs symboliques liées à des applications particulières, cf. Delphine Talbot, *Rouge : notations et symbolisations dans le cadre d'un projet de scénographie*, maîtrise d'arts plastiques, sous la direction de Guy Lecerc et de Patrick Barres, Toulouse, Université de Toulouse Le Mirail, 2000, pp. 43-48.

⁶⁹⁵ Platon, *Timée Critias*, présentation et traduction par Luc Brisson, Paris, éditions Flammarion, 1992, p. 307.

⁶⁹⁶ Claude Briand-Picard, Antoine Perrot (sous la direction de), *La couleur importée, Ready-made color*, Paris, éditions Positions & Maison de la Culture d'Amiens, 2002, p. 130.

gamme et supposent une connivence avec le regardeur. Les coloris quant à eux renvoient à un certain type de production industrielle : saturés, vifs, presque fluorescents ; ils communiquent une certaine fraîcheur immédiate, un « plaisir » du quotidien. En France, ce sont des couleurs codifiées (comme peuvent l'être celles de la circulation routière) : elles sont communément associées aux jeunes Japonais, modernes et *atypiques*. Ainsi, ces deux gammes associées, inspirées d'un plateau de sushi (thon rouge, riz blanc et algue *nori* « noire colorée de vert ») accompagné d'un peu de *wasabi* (vert acidulé) qui invite par les papilles et le regard au voyage, déterminent la cartographie chromatique d'un *Japon imaginé* et mettent en relief la relation stéréotypée intrinsèque au paradigme « tradition / modernité ». Mais que serait un plat de sushi sans un peu de saké ? Le saké a donc donné naissance à la troisième *tendance*, nommée « *Poetic* » : les deux cahiers qui la composent mettent quant à eux en « lieux images » la vision européenne (véhiculée par les médias et particulièrement le « monde de la mode ») actuelle de la notion de « monde flottant » (*ukiyo-e*, en japonais). L'image d'un Japon « sur un fil », d'une population menacée au quotidien par les tremblements de terre et les typhons, propices à de multiples *mythologies* (*namazu* le poisson chat turbulent de sous les eaux, geishas initiatrices de plaisirs éphémères, etc.). Voici, ci-dessous, les gammes chromatiques de chacun des cahiers (première page) de cette tendance :



Cahier n°5 *Origine Imaginaire*



Cahier n°6 *Ineffable Fugitive*

Fig. 87 – Tendance *Poetic*

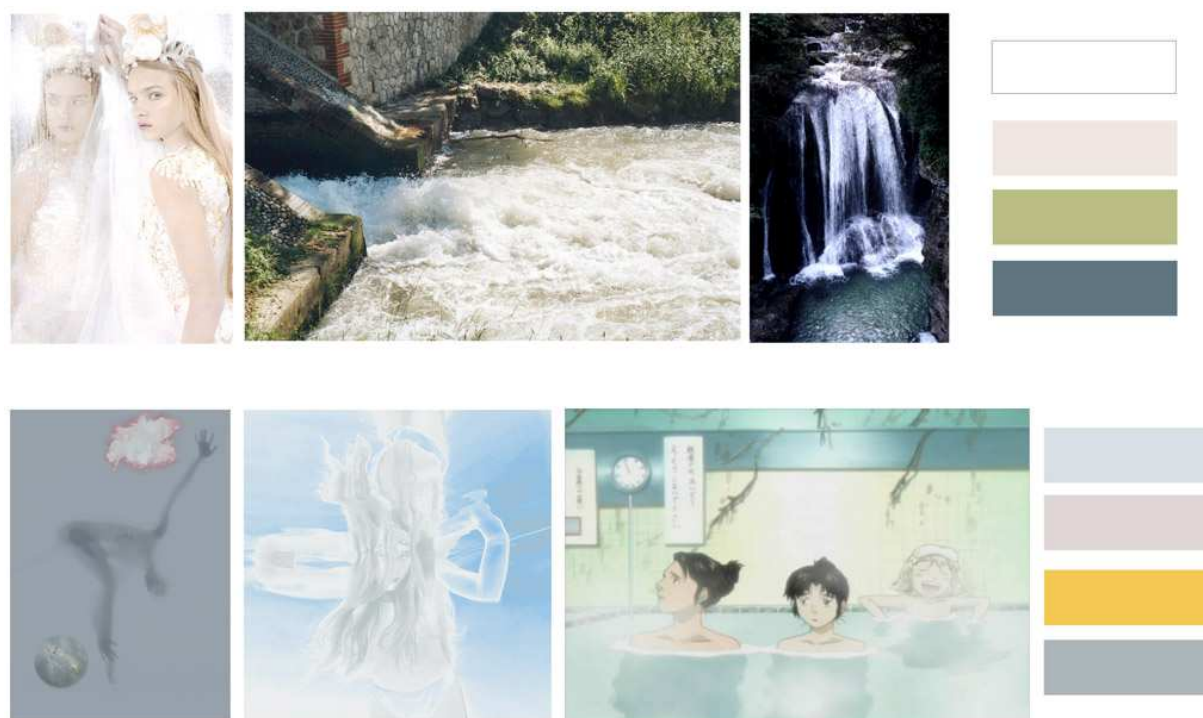
Dans son sens ancien, le terme d'*ukiyo-e* est lié au bouddhisme et véhicule l'idée centrale que la seule certitude de la « réalité du monde » est l'*impermanence*, elle-même source de regrets. L'expression circule déjà au Japon à l'époque de Heian (794-1185), « l'esprit du temps », clairement perceptible dans la littérature, goûte une forme de mélancolie élégante (une forme japonaise du *romantisme*) : entre nostalgie et tragédie, hommes et femmes répondent aux coups du sort en les traitant avec une gravité à la fois légère et résignée. En effet, le concept de l'*ukiyo-e* correspond à l'idée majeure que tout n'est qu'illusion : les êtres passent, s'évanouissent et réapparaissent sans fin, pris dans la roue de la loi, avec la certitude que la fin des temps actuels – la « loi déclinante », *mappô* – est proche. Cette notion de « monde flottant » est aujourd'hui *traduite* par le regard occidental (dans le cadre d'articles de presse, de critiques cinématographiques ou de mangas) et participe à la construction de ce « lieu commun » au sujet du Japon, comme résultant d'une société vivant sur un sol menaçant, chaque jour, de trembler : la population japonaise serait hantée par le doute (selon une approche historique mettant en relation des *images* mises en *mémoire* par les estampes du 17^{ème} siècle et certains mangas actuels), et sa considération ancestrale au sujet de l'*impermanence* signifierait aujourd'hui les caractères instantané et provisoire du mode de consommation moderne (liés aux fluctuations des désirs, aux successions des modes) :

L'imaginaire collectif nippon s'y déploie, les Japonais semblent jouer à se faire peur, les mangas mettent parfois en scène un univers instable, menacé de disparition. Cette angoissante sensation de précarité se ressent à travers les fictions, les images les plus dynamiques rejoignent alors la poésie de l'instantané : brèves, concises, énigmatiques, elles nous font basculer dans un monde en métamorphose.⁶⁹⁷

Bref, de multiples « latences fictionnelles » participent à l'idée que se fait l'Europe du Japon et nourrissent le « lieu commun » d'une population prise dans une course de consommation et de créations en tout genre pour contrebalancer la sensation quotidienne de l'instabilité de sa terre, du caractère éphémère de sa vie. S'y rajoute la vision fantasmée d'une ambiance floue, d'un air troublé par les particules d'eau et les souvenirs imaginés de cendre et de silence laissés par Hiroshima. Cette *fiction* du Japon correspond donc à la troisième série de la collection conçue, la tendance nommée « *Poetic* », dont les gammes permettent de dresser une cartographie chromatique et visuelle du concept d'évanescence, d'impermanence. Les domaines de couleurs correspondent à des transparents, des épidermes laiteux, des gris et des

⁶⁹⁷ Cf. Eko Sato, *Le minimalisme technologique*, « Le Monde Interactif », parution du mercredi 13 juin 2001.

blancs colorés : couleurs quasi imperceptibles, teintes de brumes et d'eaux. Les visuels, quant à eux, correspondent à des paysages aquatiques sous une forme chaotique, voire fantomatique (buée, givre, écume, etc.) ; paysages dans lesquels la femme disparaît dans les ondées, en référence aux contes liés à la fabrication du saké [selon le *mythe* japonais, à l'époque de Nara (8^{ème} siècle), seules des femmes virginales étaient aptes à la fabrication du meilleur alcool de riz japonais...]. Voici [ci-dessous], les cartes de couleurs composées des visuels extraits des deux cahiers de tendances créés, « *Origine Imaginaire* » (cahier n°5) et « *Ineffable Fugitive* » (cahier n°6) :



Gamme Origine Imaginaire et Gamme Ineffable Fugitive

Fig. 88 – Mythe japonais du « monde flottant »

Les noms qui correspondent aux échantillons présentés dans les deux cahiers sont ceux du champ linguistique de l'eau et des matériaux blancs ou gris colorés, connotant le précieux, le fragile, le fugace, l'informel, et renvoient à l'« ambiance » véhiculée par les « lieux images » combinés dans les deux cahiers : « *peau azurée, vermeil doré, nacre, opale, plume d'ange, bismuth, ambre gris, vert de gris, neige, trésor des mers, écume* » (cahier n°5) ; « *nacre, malachite, albâtre, nuage, tumulte, diamant, souvenir, colombine, épiderme, goutte, étain de glace, bleus ondés* » (cahier n°6). Ces dernières gammes reflètent l'image identitaire

culturelle japonaise dans son « culte » de l'eau au quotidien : bain partagé par la famille, *onsen* (littéralement, « source naturelle d'eau chaude »), bain public... Elles permettent donc de rendre compte d'un autre pan figé de « l'image » que l'Europe se fait du Japon, soit, par la « mise à distance » (correspondant à des *images* résultant des « saillances », des différences majeures pouvant être constatées entre deux cultures), soit, par un regard lointain mêlé de *fantasmagories*, nourri des « lieux images » importés (mangas, cinéma, magazines).

b- Mise à l'épreuve de l'expérimentation de conception de tendances et perspectives engagées

Ainsi, du point de vue de la conception, pour chaque cahier de tendances, une étude a été menée sur certaines croyances et *mythologies* japonaises et européennes : mise en relation opérationnelle des *imaginations structurées*. Ainsi que sur des champs symboliques liés à des pratiques : contes de fées occidentaux et japonais (*Ludic*) ; mythes contemporains occidentaux liés aux éléments et au « retour à la nature » comme *tendance de fond*, la fiction de *nature* du point de vue des usages au Japon⁶⁹⁸ – poétique des jardins et rituels – (*Natural*) ; *mythologies* et techniques traditionnelles liées à la fabrication du saké et à la figure de la « femme méduse »⁶⁹⁹ (*Poetic*). Et, une sélection de visuels qui sont ou peuvent être reliés aux paradigmes énoncés : illustrations d'*heroic fantasy* européennes et packaging de produits importés du Japon ou de Corée (*Ludic*) ; photographies de jardins dans lesquels prend place la cérémonie du thé, visuels de fétiches ou talismans occidentaux et asiatiques (*Natural*) ; photographies de paysages ou de personnages dans des éléments flous, évanescents (*Poetic*). Ces clichés, de type « cartes postales », font échos aux planches des cahiers de tendances proposés par les bureaux de styles et utilisent des *mythes*, des contes ou des « lieux communs », pour une mise en relation sociale et marchande, en terme de langage, de *traduction* d'un « imaginaire commun » au sujet du Japon.

⁶⁹⁸ Cf. Augustin Berque, *Le sauvage et l'artifice, Les Japonais devant la nature*, Paris, éditions Gallimard, 1986.

⁶⁹⁹ Figure de femme insaisissable, si bien photographiée par Nobuyoshi Araki, dont le montage avec une photographie de méduse (en transparence) fait la couverture du cahier intitulé « *Ineffable fugitive* ». Si cette caractéristique est *traditionnellement* accordée à la femme japonaise (blanche impassible et inaccessible) elle est aussi une figure antique : polymorphie du poulpe, blancheur de la seiche comme celle de la femme, rusée et astucieuse « aux prises avec les réalités fuyantes, multiples et imprévues du devenir » [p. 142], portant en elle l'encre noire qui, émise, crée autour d'elle « une obscurité impénétrable au sein de laquelle [elle se dissimule], un nuage de nuit où se brouillent et se confondent toutes les routes de la mer. » [p. 165]. Cf. Marcel Détiéne, Jean-Pierre Vernant, « La mêtis orphique et la seiche de Thétis », *Les ruses de l'intelligence, La mêtis des Grecs*, Paris, Flammarion, « Champs essais », 1974, pp.129-166.

Une telle conception correspond au regard mis à distance d'une culture donnée, elle permet de rendre compte de ce qui est véhiculé, en terme d'images et de couleurs, au sein de la culture de marché européenne au sujet du Japon. Une telle approche est donc utile mais partielle, puisqu'elle n'aborde que des « lieux communs » articulés par des systèmes de représentations stéréotypées. Elle nécessite donc d'être complétée par une approche de « terrain », une immersion, un regard « du dedans ». Et, afin de faire éclater les évidences piégées du dogme représentationnel, il convient aussi de réintroduire, en transformant la forme même du support, la notion de « couleur matière » ainsi qu'une considération de ses usages et des techniques qui la définissent. En effet, une esthétique de la représentation engage une *mimèsis* et tend à simuler une certaine forme de « réalité ». L'objectif est donc de proposer une réflexion, ou un lieu d'action, au sein même de l'image ; comme une « rupture » avec les évidences de la représentation. Un dilemme subsiste cependant : comment représenter le changement, le mouvement, en d'autre terme, la *relation* ? Que resterait-il, alors, de « re-présentable » au sujet des lieux ou « terrains », justement mis en relation ?

Le travail d'expérimentation engage donc une réflexion ethnologique, car celle-ci permet de considérer le *divers* et de remettre en question la dite « stabilité » du référent (« stabilité » actualisée, du point de vue des « lieux images » *traduits*, par la conception de tendances) et la nécessité de définir des *invariants* dans une pensée de la relation et de la transformation. Le postulat de départ pourrait être, en quelques sorte, une volonté de passer de « l'autre côté du miroir » et de considérer le processus de création comme un objet en perpétuelle transformation : une conception qui engagerait en sa forme même le potentiel expérimental pour une appropriation plus libre et singulière. En effet, les schèmes d'identifications, au regard d'une sémiologie de la représentation, ne peuvent contenir que des « saillances », des substituts à la *rencontre* qui elle, est toujours singulière. Aussi « substituer » fait-il advenir ce qui n'existait pas encore, ou plutôt transmue, par la *traduction*, un *même* « lieu commun », un *même mythe* actualisé. De sorte que l'objet qui en résulte semble contenir en lui-même la totalité de ce qu'il y a à dire / à voir, au sujet de ce à quoi il fait référence. Quoiqu'une telle conception ait engagé des *inventions* au sein du processus de conception, l'analyse qui a été effectuée dans les parties précédentes permet de vérifier que *rien* n'est *inventé* du point de vue de la forme, celle-ci ayant été conditionnée par les « lieux communs », vers une forme de « neutralisation esthétique ». Ainsi, ce que ces cahiers permettent de saisir ce sont des *topoi* fictionnels, des *climats* japonais filtrés par le regard « mis à distance », induit par les « lieux

images » importés. Ceux-ci, s'ils sont combinés à des énoncés performatifs⁷⁰⁰, à la fois déforment et transforment la *réalité* :

Avec les énoncés performatifs, on réalise que toutes les relations de signification sont loin de se réduire aux seules relations de représentation.

[...] le langage est enfin considéré pour lui-même et non dans sa faculté instrumentale à désigner autre chose que lui.⁷⁰¹

L'expérimentation ici effectuée et la considération des énoncés performatifs permettent de comprendre que la démarche scientifique et la création artistique ne procèdent pas à l'*imitation* de quelque chose qui serait antérieur ou extérieur au chercheur. L'art et la science ne peuvent être des copies conformes de la « réalité », des reproductions ou des *reflets*, mais consistent davantage à l'élaboration de systèmes symboliques pour tenter d'en rendre compte : un système peut donc présenter une interprétation provisoirement satisfaisante dans tel ou tel domaine. Le risque du système engagé par les concepteurs de tendances réside donc dans le fait qu'il s'impose comme modèle international de représentation et s'octroie la fonction de présentation du « réel », sans jamais permettre de saisir les failles et possibilités naissantes au creux des représentations qu'il permet d'articuler. En effet, ne pas donner au regardeur / récepteur la possibilité de considérer le statut de ce qu'il observe comme étant de l'ordre de la *fiction*, le conduit à *croire* que ce qu'il observe résume la « réalité » de l'objet auquel il fait référence (en l'occurrence ici, le Japon). Au sein d'un tel système, aucune relation, en terme d'échange, ne peut prendre place, sinon celle opératoire [puisqu'elle est à la fois signifiante et structurante] entre des *mythologies*.

Pourtant, la connaissance ne peut naître que grâce au travail de mise en relation et coïncide avec cet engagement : il faut montrer des connexions, collecter et transformer le visible en le disant (rendre compte de la trame, du discours engagé, du contexte). Dans une telle démarche, il est important de ne pas conforter une forme dans la stabilité d'un référent absolu dont on voudrait ignorer, sciemment, le caractère conventionnel : offrir une compréhension simplifiée éloigne le regardeur de ce qu'il y a à voir / observer. Dans une démarche anthropologique il importe, pour ce faire, de répudier l'expérience pour la réintégrer plus tard dans une synthèse. Car, si le langage des bureaux de style se réclame du dogme de la représentation et de la dite

⁷⁰⁰ Cf. John Langshaw Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970.

⁷⁰¹ Jean Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 119.

identité, utilisant des images d'images infiniment recyclées pour une sorte de « reprographie de reproductions d'œuvres et d'objets », sa méthode de conception donne le simulacre de la pluralité toujours subordonnée à l'unité, au sein de laquelle l'*exotisme* est un processus par lequel le *divers* est transformé en divertissement (résultant d'une *traduction* tronquée).

Pour une nouvelle méthodologie de conception, toute la difficulté engagée est de s'essayer à saisir le « jeu », le singulier, l'instabilité, l'étrangeté et le doute. La conception et réalisation des cahiers, exposés et analysés dans cette partie, a donc permis de mettre en « lieux images » les représentations engagées par les bureaux de style, et *a posteriori* véhiculés par la « culture de marché » (une culture de l'image). Ce processus de conception, établi dans le cadre d'un processus de déterritorialisation, soit, en étant dans le langage emprunté comme un étranger (une immersion « à distance critique » en quelque sorte, ou le *je* et le *elle* cohabitent dans un même objectif méthodologique), a permis de terminer l'analyse des « processus de fictionnalisation » [engageant des processus d'identification] propres à la conception de tendances.

Il convient donc à présent, pour continuer dans cette démarche (appropriation des poétiques de l'ingénierie et du marketing), de problématiser la relation opératoire entre les procédures de modélisation (ici, la typologie) et le « terrain » (ici, celui des « lieux communs » au sujet du Japon, dans une « mise à distance »). La partie qui va suivre correspond donc à la deuxième étape, nécessaire à l'anticipation au voyage (celle-ci fut aussi effectué avant de partir au Japon), afin de compléter la notion de cartographie comme construction de modèles, articulant la compréhension des « couleurs matières » *identitaires* d'un « terrain » (localisation géographique : collectes et prises de vue photographiques) à la fois avec des *loci* de couleurs typées (contre typage avec des nuanciers industriels : modélisation), et des schèmes d'identifications (« lieux images » emprunts à la cosmologie antique : structuration). Le « terrain » de cette expérimentation sera celui du Tarn-et-Garonne, zone géographique proche du lieu d'habitation de l'« enquêtrice-conceptrice », mais cependant méconnue à l'époque où l'exploration fut menée.

I.2 Géographie des couleurs : par quels processus concevoir la « cartographie chromatique » d'un lieu pour des « pratiques-usages » à venir ?

Ce chapitre questionne la *relation* au « terrain », du point de vue de la collecte et de la « découverte » de paysages (délimitation de zones géographique et identification de domaines chromatiques matériels) et son articulation avec des « types » (*loci* identifiés et classés). La question du contretypage des « couleurs matières » sera donc explorée : elle permettra de considérer davantage les matériaux, du point de vue des pratiques (savoir-faire et techniques) et des usages (symbolisations), et, *a posteriori*, leur mise en correspondances avec des espaces de signification communs. Autrement dit, au sein de cette étude, c'est le « terrain » (investi, lié à l'*immersion*) et les matériaux localisés qui vont déterminer l'opération de typage. Cette exploration permettra de mieux définir l'articulation entre la notion de *patrimoine* et de « traduction pour l'industrie », afin de saisir les enjeux épistémiques liés à une telle pratique. En ces termes, la question du « faire pour » le tourisme sera posée : concevoir des cartographies pour l'usage touristique sous-tend à la fois l'emprunt de « lieux communs » [au sens large du terme] et de *traduire* un territoire singulier, à la fois localement prédéfini en tant que *patrimoine* (institutionnalisation des paysages et répertoires) et « construction, produit de l'histoire que reconstitue et déforme, au fil de ses pratiques et de ses représentations, chaque acteur social. »⁷⁰²

Aussi la cartographie, au sens géographique du terme, correspond-t-elle à la représentation d'un espace : soit, le passage d'un espace en trois dimensions (voire, *courbe*) à un espace en deux dimensions (voire, *plane*). En ces termes, et toujours selon l'approche géographique, *cartographe* c'est concevoir, rédiger et diffuser des cartes (soit, des représentations planes et simplifiées de tout ou partie de la surface terrestre). Passer d'une forme d'espace à une autre forme d'espace nécessite donc une *traduction* particulière puisqu'elle engage l'*invention* d'un nouveau type de langage, emprunt d'un parti pris : une carte donne du « terrain » une « image » forcément incomplète. Ainsi, par le biais d'un système signifiant (formes et « codes couleurs »), le géographe / cartographe doit s'employer à « montrer ou suggérer au lecteur la diversité des relations, visibles ou invisibles, qui sont l'essence même des réalités géographiques. »⁷⁰³ Cartographe correspond en ces termes à interpréter et à communiquer en un même mouvement, d'où la nécessité signifiante simplifiée de sa présentation, pour une

⁷⁰² Guy Di Méo, *Les territoires du quotidien*, Paris, éditions L'Harmattan, collection « Géographie Sociale », 1997, p. 23.

⁷⁰³ Fernand Joly, *La cartographie*, Collection « Que Sais-je ? », Paris, Presses Universitaires de France, 1985, p. 6.

lecture et une compréhension du message proposé immédiates. En ces termes, la cartographie permet de « mettre en valeur, parmi d'autres détails, les points considérés comme les plus importants et de bien souligner les relations hiérarchiques et dialectiques qui existent entre les différentes composantes du système étudié. »⁷⁰⁴ Autrement dit, c'est en fonction des objectifs prédéfinis que la conception de la carte est établie, en tant qu'outil de simplification du « réel » pour une compréhension immédiate de particularités observées localement, et de leurs relations au sein d'un espace délimité ; efficace, elle doit cependant aussi faire appel au raisonnement du lecteur ainsi qu'à sa *mémoire*, puisqu'elle sous-tend à la fois une relation à l'espace (qu'elle représente) et au temps (qui *transforme*), nécessitant l'apport de l'histoire.

À partir de ce postulat de départ, il est à présent possible d'engager une réflexion plus particulière au sujet de la conception cartographique nécessaire au processus de création du coloriste. Dans ce cadre, différents types de relations opératoires méritent d'être soulignées : entre les « représentations / images » et les « matériaux / techniques », faisant intervenir la collecte ; et, entre le « lieu géographique » et ses différents modes de représentation, sous-tendant un parti pris conditionné par les objectifs et l'impact communicationnel désiré (limites conceptuelles propres à l'outil et aux fonctions qui lui sont conférées).

a- Relations au « terrain » et typage : articulation de territoires patrimoniaux et de nuanciers industriels

Dans le cadre de cette étude, les notions de « couleur matière » et de « couleur culture » engagent la considération d'une troisième notion, celle de « couleur patrimoniale ». Ce troisième terme correspond au fait que des matériaux et des techniques, ainsi que le champ symbolique et sémantique qui les accompagnent, participent à créer des domaines chromatiques « patrimoniaux » [notion qui ajoute à celle d'*identitaire* le paramètre du « vivant », comme considération du singulier, en tant qu'entité non stable mais pourtant *reconnaisable* (plutôt qu'*identifiable*)] : une localité, avec son climat, sa terre, ses habitations, sa population, etc. La notion de « couleur patrimoniale » fait référence au travail de Jean Philippe Lenclos⁷⁰⁵, dont la problématique centrale se définit autour de ce questionnement : par quel processus est-il possible de dresser la « cartographie chromatique » d'un lieu ? En

⁷⁰⁴ Fernand Joly, *La cartographie*, Collection « Que Sais-je ? », Paris, Presses Universitaires de France, 1985, p. 111.

⁷⁰⁵ Cf. Jean Philippe Lenclos, *Couleurs du monde, Géographie de la couleur*, Paris, éditions Le Moniteur, 1999.

sachant que la posture de Jean-Philippe Lenclos est celle d'un coloriste, engagée à concevoir des outils et des méthodologies, utiles notamment à la restauration, prenant en considération l'histoire de « cultures matérielles » ; et définissant des « chartes chromatiques », outils utiles à la conception urbanistique ou architecturale, en tant que référentiel de « l'existant ». Ainsi, différentes étapes sont nécessaires à sa méthode d'investigation : au plus global, une observation photographique permet d'installer une première vision des couleurs existantes dans un paysage (ses sols et ses bâtiments). En terme de géographie des couleurs, des « couleurs matières » sont donc répertoriées : terres et murs, en terme de teintes dominantes (enduits) et de teintes ponctuelles (ferronneries).



Contretyper⁷⁰⁶

Croquis, modénature et matériaux⁷⁰⁷

Fig. 89 – Jean-Philippe Lenclos : Dresser la carte des couleurs d'une modénature architecturale

La seconde opération consiste à prélever des matériaux et à les contretyper à l'aide d'un nuancier de type "Pantone", en vue d'un référencement industriel pour des utilisations à venir, utilisant ici un « espace de références commun ». L'étape du croquis permet en un troisième temps de dresser la modénature architecturale de certains bâtiments, pour la construction effective d'une cartographie chromatique [cf. photographie de droite, ci-dessus]. Cette démarche permet de considérer la dimension tactile de la couleur : la granulométrie et les aspects de surface des matériaux sont des paramètres à prendre en compte dans la « perception », soit dans la compréhension de la couleur. Cet engagement témoigne de l'impossibilité assumée de dissocier la couleur de son support, ce qui correspond à la définition majeure de la notion de « couleur matière » : notion centrale dans toute démarche

⁷⁰⁶ Jean Philippe Lenclos, *Couleurs du monde, Géographie de la couleur*, Paris, éditions Le Moniteur, 1999, p. 16.

⁷⁰⁷ *Ibid.*, p. 21.

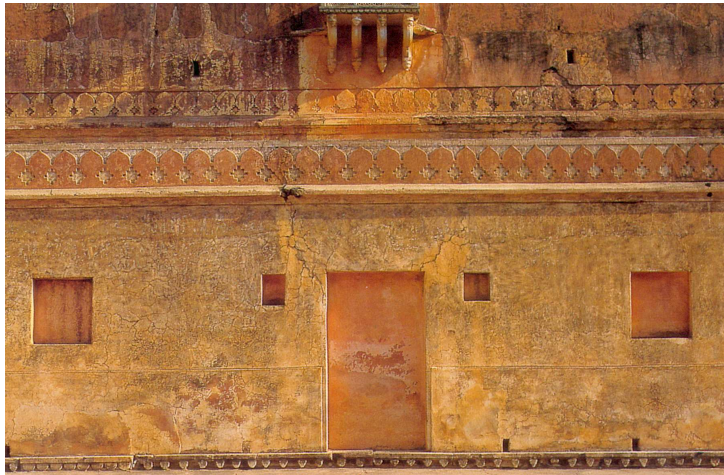
de restauration ou de patrimonialisation architecturale. L'enjeu d'un tel parti pris est de considérer le *patrimoine* chromatique historique d'un lieu, non pas comme matière à *imiter* mais comme matière « à vivre » (faire avec les matériaux déjà présents est un paramètre incontournable pour la restauration), propice à des processus d'identification. L'idée de surface perceptive est donc controversée pour laisser place à la notion de « patrimonialisation » : soit, l'acte de penser la couleur et le matériau existants en tant que paramètres constitutifs aux processus de conception du coloriste, lié au métier d'urbaniste ou de restauration. Cette nouvelle manière d'observer les couleurs permet de valoriser la *diversité* des paysages, du point de vue cependant de « couleurs locales »⁷⁰⁸ répertoriées. En ce sens, le bâtiment est considéré ici comme :

[...] objet culturel dont la tradition atteste qu'il a pris force de règle (mais une règle ne s'invente pas, ni ne se découvre : elle est affaire d'institution), la puissance législative ne se laissant pleinement reconnaître, et justifier, qu'à la reconduire à sa source et dresser, de cet objet, l'acte de naissance en bonne et due forme (procédure qui n'ira pas sans requérir l'intervention de témoins). Comme s'il n'avait pas suffi d'une démonstration pour en garantir la légitimité, et qu'il ait fallu en lieu la question à celle de son origine, en même temps qu'à celle de la tradition dont elle relève et du mode d'historicité spécifique auquel elle ressortit.⁷⁰⁹

En ce sens la démarche de Jean-Philippe Lenclos rejoint celle de l'archéologue, qui irait à la « source » des vieux bâtiments, « ponctionnant » les murs dans leurs profondeurs, collectant les strates, les matériaux, les identifiant et les classant pour construire des cartes desquelles le regardeur peut saisir les « couleurs patrimoniales » d'un territoire donné. J.-P. Lenclos questionne le lieu du point de vue des techniques et des usages de ses habitants : fabrication des murs, pigments utilisés, caractéristiques intrinsèques aux matériaux colorants, symbolisations qui prennent vie par les usages, circulations des modes de vie, appropriations de la terre et création d'histoires... pour des palettes de couleurs qui saisissent le « terrain », répertorient et actualisent du même coup ce en quoi il est « patrimonial ».

⁷⁰⁸ La notion de « couleur locale » renvoie ici directement à la notion d'*identité* et à l'acception d'une chose figée, immuable, « là » de tout temps : figure mythique dont la construction et toute trace de son instauration aurait été effacée, lui conférant par là même une valeur « sacrée », outil politique par excellence et affaire d'institution (qui en érige les règles), elle sous-tend des luttes de pouvoir.

⁷⁰⁹ Hubert Damisch, *L'origine de la perspective*, Paris, « Champs », Flammarion, 1993, (1987), p. 99.



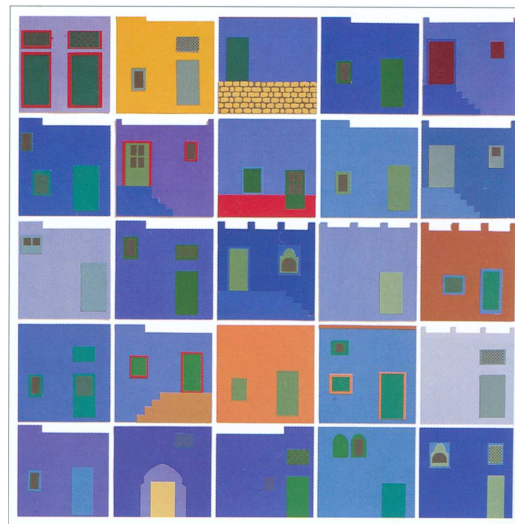
*Enduits à l'ocre à Jaipur*⁷¹⁰



*Carte des façades des rues adjacentes, Jaipur, janvier 1996.*⁷¹¹



*Badigeons à l'indigo à Jodhpur*⁷¹²



*Carte des habitations de Jodhpur, 1996.*⁷¹³

Fig. 90 – Jean-Philippe Lenclos, Cartes des couleurs de l'Inde

Les exemples ci-dessus, de deux célèbres villes indiennes, témoignent de la méthodologie de Jean Philippe Lenclos : pour une géographie de la couleur dans le bâtiment, constats visuels qui révèlent des données d'ordre social, ethnique et culturel. Dans ces deux villes, les maisons sont construites avec de la brique, du grès rouge, rose ou jaune. Les façades sont laissées dans leur matériau d'origine ou sont plâtrées, puis recouvertes de peinture ou colorées dans l'enduit : ocre rose à Jaipur (capitale du Rajasthan) et bleu indigo à Jodhpur. L'observation de

⁷¹⁰ Jean Philippe Lenclos, *Couleurs du monde, Géographie de la couleur*, Paris, éditions Le Moniteur, 1999, p. 245.

⁷¹¹ *Ibid.*, p. 245.

⁷¹² *Ibid.*, p. 256.

⁷¹³ *Ibid.* p. 258.

ces compositions chromatiques citadines s'accompagne, au sein de l'étude menée par Jean-Philippe Lenclos, de constats historiques, matériels, industriels, politiques et religieux, afin de permettre au regardeur (potentiel acteur d'une telle démarche) de saisir la complexité anthropologique de la couleur. Ainsi, il définit les enjeux politiques, historiques et les qualités matérielles des couleurs engagées. Concernant la « ville rose » (dénomination appartenant à la typologie « couleur locale ») elle doit d'abord son nom à la couleur des monuments publics que Jai Singh édifia en grès rouge : le nom synthétise le « réel » et engage une perception chromatique réduite. C'est seulement au siècle suivant (en 1876) que la ville elle-même fut peinte en rose, en signe de bienvenue du futur roi Edouard VII ; et depuis, les pouvoirs publics veillent de près à l'entretien des remparts et des façades ocres roses (du moins sur les artères principales), ce qui confère à la capitale du Rajasthan une certaine « unité » architecturale et chromatique : *identifiée* « rose ». Les maisons quant à elles sont faites avec la terre ou le sable trouvé sur place et se fondent presque complètement avec le paysage et sa nature minérale. La grande dominante rose et ocre du paysage urbain est cependant ponctuée par les détails architecturaux blanc, ivoire, vert jade et brun. Dans ces « couleurs ponctuelles », certaines révèlent quant à elles le monopole détenu par de grandes puissances privées multi industrielles, comme le constructeur automobile Tata. Ce sont des couleurs appartenant à la « culture de marché », des couleurs codifiées. De plus, celui-ci envahit les routes rajasthanaises de ses nombreux camions de couleur orange : le orange est, avec le blanc et le vert, une des couleurs du drapeau indien et pourrait être définie comme la « couleur emblématique de l'Inde » (robes safran et curcuma des religieux, tonalités ocre des sols), d'un point de vue global.



Fig. 91 – Couleurs patrimoniales de l'Inde : Le domaine des oranges⁷¹⁴

⁷¹⁴ Visuel (prêtres hindous jouant au football) extrait de l'url : <http://titlap.free.fr/images/titlap-foot/football%20indien.jpg>

Pourtant par la patine du temps et des usages, la dominante ocre du centre ville se décline dans des tonalités voisines allant du rose clair au brun rouge profond, teintes qui se retrouvent aussi sur les tenues traditionnelles hindouistes (comme le montre la petite carte de couleurs ci-dessus). Localement, dans les rues adjacentes, les façades se ponctuent de vert, de jaune et parfois de bleu, les menuiseries, en contraste chaud-froid, font vibrer la palette chromatique. Le domaine des ocres roses est du à l'utilisation traditionnelle, et toujours actuelle, des sables riches en oxyde de fer présents sur les lieux. Pour ce qui est de Jodhpur, l'application bleue sur les façades est beaucoup plus signifiante. Ce choix de mise en couleur est lié à des propriétés curatives et au champ symbolique religieux et social du pays. Le domaine des couleurs froides est à l'honneur : domaine des bleus dominant la palette et ponctuations de menuiseries vertes. Et, les maisons anciennes sont construites dans le matériau local, du grès rose ou du grès rouge plus tendre, donc plus facile à tailler, mais la plupart d'entre elles sont enduites et peintes en bleu indigo. Cette tradition remonte au 16^{ème} siècle et concernait alors uniquement les Brahmanes : cela permettait au maharadjah de les repérer du haut du fort. À présent, les habitations bleues sont très nombreuses, et ne sont plus exclusivement réservées aux Brahmanes. Dans le vieux Jodhpur, la dominance bleue est donc ponctuée par quelques tonalités d'ocres et de grès rouge, cependant, la palette ponctuelle est presque exclusivement composée de tons verts qui se déploient du vert jaune au turquoise, sur toute l'échelle de la clarté. L'utilisation de la couleur bleue correspond est donc liée à des caractéristiques physiques, curatives et renvoie au champ symbolique qui s'est construit avec son usage : Jodhpur est une ville très ensoleillée et le bleu est moins réfléchissant que le blanc, la teinte éloigne les moustiques et l'indigo est la couleur signifiant la divinité Krishna (les symboles chromatiques utilisés dans l'architecture sont une des formes de langage de l'hindouisme). Les décors peints composés de personnages issus des *mythologies* hindoues confirment ce parti pris. Cependant, Jean-Philippe Lenclos constate, au gré de ses enquêtes, que les significations des couleurs ont quelque peu changées, aussi le constate-t-il dans les usages de l'habitat (il manifeste ici un point de vue « global » et trace les contours de nouveaux « lieux communs » du point de vue des usages de couleurs en Inde), listant les couleurs majoritairement usitées : les maisons récentes arborent désormais le grès rose (signifiant pour les habitants une certaine notion de « propreté » et de « nouveauté ») et le bleu (qui dénote, quant à lui, la « vieillesse » et « l'ancien », du point de vue des usages toujours selon Lenclos).

Ainsi, par une pratique « géographique des couleurs », Lenclos délimite des zones chromatiques citadines « contrastées », pour des processus d'identification à venir : les

« teintes emblématiques » (*loci*) des villes de Jaipur, Jaisalmer et Jodhpur sont identifiées comme étant le rose, le jaune et le bleu ; Jaisalmer (construite en grès jaune) est globalement *dorée*, Jaipur est *rose* (en son centre ville et sur ses artères principales) et Jodhpur est *bleue* (en particulier à l'intérieur du quartier où habitent les Brahmanes). De manière globale, les croyances hindouistes [castes : trois « Varnas » ou « couleurs » bénéficiant de certains privilèges, les *Brahmanes* (intellectuels), les *Kshatriyas* (guerriers) et les *Vaisyas* (paysans et commerçants)] ont conditionné la coloration par « territoires ». Par son analyse, Lenclos rend visible ces résurgences : l'emploi des « couleurs matières » dans le bâtiment *traduit* non seulement les pouvoirs instaurés sur les lieux (lorsque *patrimoine* rime avec institution et luttes de pouvoirs), mais aussi des pratiques singulières (liées parfois à des buts curatifs) et des usages constructeurs et *vecteurs* de symbolisations en mouvement (la *doxa* plus ou moins « oblique » selon le pouvoir politique instauré).

b- Des couleurs locales identificatrices : du *patrimoine* représenté pour le tourisme aux chemins de traverse

Grâce à l'étude de cas établie au sujet du travail de Jean-Philippe Lenclos sur l'Inde, il est désormais possible de mieux définir la notion de « couleur culture » : elle signifie que la compréhension d'une couleur est indissociable des usages qui en sont faits et du contexte dans lequel elle est utilisée. Ces utilisations sont liées à des symbolisations, des croyances, des gestes et des techniques, des propriétés intrinsèques à la « couleur matière » (l'indigo curatif, par exemple) et à la proximité des matériaux utilisables alentours. Parler de « couleur culture » correspond donc à parler des hommes et du milieu dans lequel ils vivent : cela correspond à une définition à la fois historique et anthropologique de la couleur. Aussi est-il possible de définir trois notions de couleurs dans leur articulation, et de les définir comme suit : « couleur matière », la couleur d'un matériau (pierre, terre, brique, bois, épice, etc.) / couleur « de » quelque chose ; « couleur culture », liée aux « pratiques-usages » d'une couleur dans une culture donnée (symbolisations et particularités intrinsèques à la couleur – curative, magique, protectrice, etc.) / couleur « dans » et/ou « pour » ; « couleur patrimoniale », *identitaire* d'un lieu (pays, région, quartier, ville, campagne, etc.) / couleur « avec » (liée à des enjeux politiques, sous-tendant une institutionnalisation). Et, de les résumer selon les trois paradigmes visuels suivants (prenant ici l'exemple du pigment ocre).

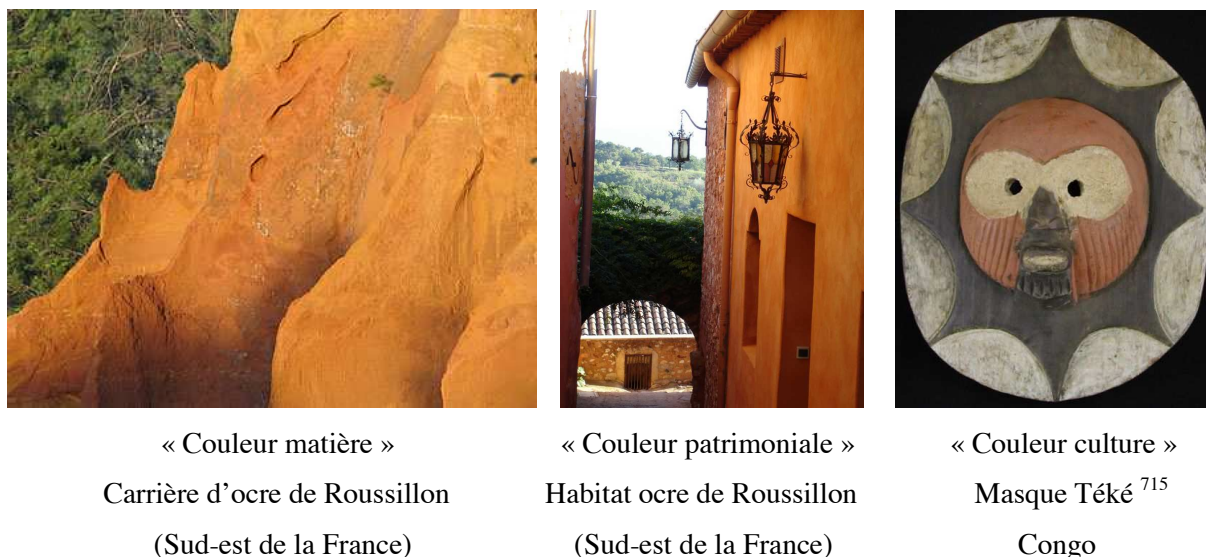


Fig. 92 – Trois notions de couleur opératoires : exemple de l'ocre et de ses usages

Le Vaucluse et ses carrières d'ocre permet d'exemplifier la relation entre la notion de *patrimoine* (sous-tendant une institutionnalisation et des enjeux) et celle d'*identité culturelle* (sous-tendant une approche historique et matérielle d'un lieu et de sa population), dans le cadre du concept de « géographie des couleurs » investi dans un projet en arts. Selon cette approche, la notion de « couleur locale » est au centre du débat. Nécessitant des processus d'identification opératoires pour le tourisme et sous-tendant des jeux de pouvoirs politiques (d'une région, d'une communauté ou d'un département), elle se définit alors du point de vue de la communication, dont l'objectif est de fédérer de nouveaux usages à des fins économiques locales. Dans ce cadre, la définition de « couleur locale » correspond le plus souvent à des « codes couleurs », dans le sens où ceux-ci sont déterminés en fonction d'une volonté d'impact et d'une appropriation / « mise en mémoire » immédiats, prenant modèle sur les couleurs utilisées dans la démarche cartographique en géographie. Pour interpeller le consommateur (le touriste), des couleurs « simplifiées » sont donc définies en référence aux enseignes publicitaires et au marché du graphisme destinés au « grand public », reprenant le typage industriel considéré comme « langage commun ». Cette forme de démocratisation de la couleur a mené bien des départements à communiquer non plus sur leur patrimoine « réel » (matériaux du bâti, végétation environnante, fabrications locales traditionnelles et actuelles, etc.) mais sur une représentation simplifiée (pour ne pas dire, vulgarisée) de ce *patrimoine*, se trouvant alors figé par son institutionnalisation et ne prenant pas en considération pas les

⁷¹⁵ Masque Téké (ocre rouge, noir de charbon de bois et blanc du kaolin) : porté lors de cérémonies rituelles, il sert aussi à réguler la structure sociale et politique du groupe initiatique.

chemins de traverse. Dans cet engouement, la forme et la volonté de communiquer ont pris le pas sur une considération matérielle et durable du *patrimoine* existant (circulations, actualisations), ce qui a pu conduire à des manques de documentations et de références historiques dans bien des domaines, notamment concernant (par exemple) le pastel du "Pays de Lectoure" : très peu de bâtiments, de matériaux et d'ouvrages peuvent réellement *témoigner* aujourd'hui de son histoire. Considérer une « couleur locale » doit pourtant d'abord correspondre à considérer un *patrimoine* matériel (lié à des techniques, des savoir-faire, des « acteurs » ; et, des bâtiments, des matériaux, etc.) et géographique (lié à une végétation, un relief, un climat, une nature de sol, etc.). Créer une « charte chromatique » signifie donc, en premier lieu, composer des « cartes des couleurs » observées, contretypées et prélevées (processus d'identification) dans un paysage donné à la fois actuel et empreint d'histoire. Et, ce sont ces mêmes « chartes chromatiques » qui peuvent permettre de définir en détails quelles sont les « couleurs locales » d'un lieu : matériaux du bâtiment et végétaux étant au centre de cette considération chromatique. De plus, pour les habitants d'un lieu, appliquer les couleurs de « son » sol, de « sa » terre, sur ses façades représente déjà l'affirmation d'une *identité*, d'une « appartenance locale ». Reprenons l'exemple du Vaucluse : de quelle manière la « couleur matière » (l'ocre) est-elle *redevendue* l'identité du lieu et quels enjeux cela engage-t-il dans une volonté de *patrimonialisation* ? D'abord, une grande hétérogénéité est constatée au sein des éléments constitutifs : l'existence matérielle d'une ancienne usine et de ces composants (pour la transformation du pigment), une organisation sociale et différentes façons de communiquer sur le sujet sont ce qui définit au départ la notion d'*identité* du « lieu » en regard d'un groupe social. L'objectif tenu alors, par des politiques en majorité, est de représenter cette *identité* par des moyens muséographiques : cette forme d'institutionnalisation permet de répondre d'une part à une volonté de « *mémorisation* collective ». Et, d'autre part, à l'objectivation d'une *identité* « marquée » ; ce qui fera que le « lieu » (comme pays, région, département, ville, etc.) sera *identifiée* par les usages à venir : « reconnaissance » d'une singularité et « attraction », d'un point de vue touristique, le « lieu » faisant « image ».

Dans le « lieu » (au sens institutionnel du terme) se retrouvent donc des allées et retours entre une certaine forme de « quête identitaire » (lié majoritairement à une posture politique) et à la volonté de s'intéresser à tout ce qui peut être lié à la couleur (lié majoritairement à une posture économique), en tant que matériau « riche » de potentiels, particulièrement liés aux

différents usages (techniques, applications, recherche et développement industriel, etc.) qu'il permet : c'est là où la *relation* entre les différents acteurs se met en place – relation dont la notion clef et centrale est celle de *patrimoine* (sous-tendant des poétiques et une institutionnalisation des savoir-faire). Dans ce contexte, l'emploi de la notion d'*identité* se traduit par une forme de capacité à considérer les mouvements humains d'un point de vue historique (transformations, « crises » et « ruptures ») et par une interaction de *tensions*, en un sentiment de conformité ou de non-conformité à des normes, des valeurs, des buts et des modèles communément acquis au sein du groupe social. Cette *identité* est donc ici « collective » et impose une démarche patrimoniale complexe : après une déconstruction (soit, un changement politique par exemple) s'impose une nécessité sociale d'*identifier* les représentations mentales qui accompagnent, d'une part, des critères d'« appartenance identitaire » et, d'autre part, un *substrat* matériel, social et symbolique « fort », comme « structure commune » aux usages. La reconstruction de cette « identité collective », liée à un *territoire*, est alors souvent tissée de stéréotypes passéistes et d'affirmations contradictoires, d'un point de vue idéologique, ce qui donne lieu à des consommations locales : la population devient alors spectatrice et actrice d'une recherche de référence patrimoniale et/ou d'une attraction touristique. Pour ce qui est de l'ocre, sa particularité est que le matériau et la nomination de la couleur (domaine comprenant des nuances allant du jaune au rouge, en passant par des oranges) sont indissociables et sont donc immédiatement liés à des techniques et à une histoire. L'utilisation de l'ocre remonte à la plus haute antiquité et à la préhistoire (utilisée pour peindre sur les parois des grottes), mais son exploitation n'a pas plus de deux siècles, et les carrières du Vaucluse en sont le *témoin matériel* : le bassin d'Apt, vaste cuvette entre les monts du Vaucluse et la montagne du Lubéron, comporte la totalité des réserves d'ocre du sud de la France.

En ce sens, l'ocre permet d'*identifier* la région par la coloration qu'elle donne à ses terres et, de plus en plus (et à « nouveau », selon des volontés politiques territoriales), à ses habitations, incluse dans les enduits à la chaux, au sein de la *mouvance actuelle* (en terme de « tendance lourde ») de réappropriation de techniques dites *traditionnelles* incluant des matériaux dits « naturels » (soit, non pétrochimiques). Et, en terme d'« ancrage culturel », de nombreuses *mythologies* populaires sont véhiculées, notamment par la tradition orale, au sujet du « lieu » et des *fictions* qui s'y sont construites ; à titre d'exemples : les populations locales parlent de « dieux et de magiciens » qui aimaient investir la *Fontaine des Naiades* et le *Val des Fées*

(noms donnés à deux carrières d'ocre) à Roussillon, ou encore que le « Colorado Provençal » fut le théâtre du combat entre l'archange Gabriel et les anges déchus dont le sang teinta les pentes, ou encore, qu'Adam, dont le nom signifie *terre rouge*, naquit sur cette terre... Ces croyances populaires deviennent fatalement des accroches touristiques séduisantes et composent le « paysage *patrimonial* » du Vaucluse. D'un point de vue géographique, la nature du gisement, au faciès sans continuité ni uniformité, s'est construit par le vent et la mer (il y a 230 millions d'années), là où le processus de sa fabrication a engendré la multiplication des sites d'extraction. Le travail de l'homme joint aux impacts de l'eau et du vent restituent un paysage aux reliefs hétérogènes et aigus, d'une grande variété de formes et de couleurs : un dédale de microreliefs et de puissantes falaises flamboyantes, jalonnent le site, des cirques secrets se dissimulent au cœur des collines, une grande crête offre la béance mystérieuse de sa bouche obscure parmi des taillis. Et, au plus près de l'ancienne usine, des amoncellements de sables ocreux, le mécanisme rouillé d'une pompe, la maçonnerie lézardée d'un bassin de retenue et les ruines d'un atelier signalent la présence d'anciens lavages. L'architecture *traditionnelle* nouvellement réinvestie entre en *mimétisme* avec son environnement immédiat : des masses compactes et rouges correspondent aux rochers d'ocre brûlée par le soleil et aux maisons enduites du pigment chauffé au four de l'usine.

Le monument a pour fin de faire revivre au présent un passé englouti dans le temps. Le monument historique entretient un rapport autre avec la mémoire vivante et avec la durée. Ou bien il est simplement constitué en objet de savoir et intégré dans une conception linéaire du temps : dans ce cas, sa valeur cognitive le relègue [...] dans l'histoire en général ; ou bien il peut, de surcroît, en tant qu'œuvre d'art, s'adresser à notre sensibilité artistique [...], dans ce cas, il devient partie constitutive du présent vécu [...].⁷¹⁶

Le village de Roussillon est alors devenue l'*emblème* de cette région « ocrière », véritable figure de proue des gisements, la *mémoire* collective est volontairement *transmise* et « fait image » aux touristes en attente d'une histoire à laquelle ils pourraient *s'identifier*, ainsi guidés : visiter ses dédales permet de « se souvenir » ou d'*imaginer* [*mémoire* et *imagination* insidieusement mêlées] les ouvriers rentrant le soir des moulins, le cheveu rouge, le visage vermillon et les plis des vêtements sculptés par la poussière fine et ocrée. Car, à cette époque là l'ocre était partout, sur le sol mais aussi dans l'air, pénétrant dans les endroits les mieux

⁷¹⁶ Françoise Choay, *L'allégorie du Patrimoine*, éditions du Seuil, collection « La couleur des idées », 1992, p. 21.

fermés et les voies respiratoires des travailleurs, colorant l'eau des fontaines. C'est par la médiatisation et la considération du *patrimoine* « vivant » (par le biais d'écomusée⁷¹⁷ et d'ateliers de formation, en techniques picturales entre autres) que le Vaucluse devient un « pôle coloré » *identifiable* en France, au même titre que la côte d'Azur : « couleurs locales » identifiées et identifiables par une population touristique ou simplement curieuse de ce que peut véhiculer la notion de *patrimoine*. Cependant, considérer les « couleurs matières » et « patrimoniales » permet de soulever d'autres considérations, indépendantes d'un regard politique et touristique, et de recentrer le débat sur des techniques et des usages singuliers, ce qui intéresse davantage l'ethno-poïétique. Ainsi, dans un même visuel, il est aussi possible de rendre compte de l'interrelation opérante entre les deux paradigmes énoncés, soit la « couleur matière » et la « couleur patrimoniale », en rendant visible les techniques, au plus près de certaines localités, comme ici au Mali, dans le pays Dogon, au village de Telly [photographies prises par l'auteur lors d'une de ses investigations, en janvier 2008] :



Ocre

Indigo

Village de Telly, Pays Dogon, Mali, janvier 2008.

Fig. 93 – Interrelation entre « couleurs matières » (sous-tendant des techniques particulières) et « couleurs patrimoniales » (engageant des processus d'identification)

De ce fait, le passage de la notion de « couleur locale » à celle de « couleur patrimoniale » s'effectue grâce à une « recontextualisation » des éléments prélevés ou isolés en terme de localités. Les photographies présentées ci-dessus exemplifient ce processus de

⁷¹⁷ « Ôkhra, Conservatoire des Ogres et Pigments Appliqués » [entreprise à vocation culturelle], située à Roussillon (84) sur le site de l'ancienne usine ocrière Mathieu, était au départ une association créée en 1994, devenue depuis 2004 une Société Coopérative d'Intérêt Collectif, dont les objectifs sont à la fois de constituer un « écomusée » (transmission de savoir-faire) et un lieu d'échanges et de rencontres autour de la couleur (ateliers de pratiques de coloration diverses, colloques, expositions).

« contextualisation » : celle de gauche témoigne de l’usage du sol dans la fabrication des murs de l’habitat, pour la formation d’un *paysage* ocre (coloration et usages) ; celle de droite, quant à elle, témoigne du processus tinctorial particulier de l’indigo, assuré par des femmes (couleur et techniques). Pour mettre en exergue ce passage, une « étude de cas »⁷¹⁸ préalable à une conception à visée touristique a été menée dans le Tarn-et-Garonne : en première étape de cette étude, la relation entre la notion de « couleur locale » et la forme existante de ses représentations a fait l’objet d’une analyse (recensement des coloris utilisés dans le tourisme, correspondant à une communication simplifiée du département), par le biais d’un contre typage numérique des « codes couleurs » existants dans une telle charte. Une cartographie des couleurs utilisées dans la communication touristique (internet et plaquettes) du département a donc été mise en place, en relation aux lieux géographiquement déterminés : villes et villages définis par le département (soit, le pouvoir politique en place) comme étant les plus « représentatifs » (soit, faisant « lieu image »), d’un point de vue *patrimonial* (bâtiments anciens employant des matériaux locaux, lieux de cultes, vignobles, etc.).



Fig. 94 – Carte géographique du Tarn-et-Garonne et Carte des « couleurs locales »
Analyse de l’existant communicationnel

Sur la droite, figure la cartographie rassemblant les visuels de communication, des lieux « vendus » aux touristes comme étant les « lieux emblématiques » du département à visiter. Les couleurs isolées sous forme de carrés (jaune et rouge) correspondent aux couleurs ponctuelles, elles proviennent (avec le bleu) de l’emblème du département. Les rectangles de

⁷¹⁸ Cette étude de cas a été présentée dans sa globalité sous forme de poster, intitulé *Couleurs du Tarn-et-Garonne : valorisation d’un patrimoine coloré contrasté*, dans le cadre du colloque « Couleurs gourmandes », Abbaye de Belleperche, juin 2003.

couleurs bleue, verte, rose pâle et orange clair, correspondent aux dominantes (d'un point de vue de la quantité de ces teintes dans les paysages représentés). Toutes ces couleurs sont saturées et uniformisées, elles correspondent aux trois couleurs primaires (bleu / rouge / jaune), ce qui participe à une communication d'impact, ciblée [(couleurs codifiées) et participe à la construction d'une *identité* simplifiée de la région : les « codes couleurs » étant supposées mémorisables plus rapidement, garantissent un *effet* immédiat. La saturation des couleurs originelles des matériaux (ici, les briques) et des paysages (ici, le vert de la flore et le bleu des cours d'eau) est communément employée dans la communication, par simplicité de « reconnaissance » du lieu (exemple typique : « Toulouse, ville rose »), et procède ainsi à l'*imitation* du modèle cartographique en géographie, en terme de codification. Les schèmes chromatiques sont des « codes », au même titre que les couleurs signalétiques urbaines, afin de garantir, sinon une compréhension, une reconnaissance des signes qui sont assimilés au lieu. Pourtant, une telle démarche sclérose l'approche du lieu dont il est question (comptes tenus du contexte et des objectifs prédéfinis) et freine la curiosité du potentiel visiteur. Voici en effet les questionnements qu'une telle conception sous-tend : comment créer une mise en relation entre le terrain et le touriste ? Quels outils sont-ils modélisables dans le cadre d'un processus de conception propre au métier de coloriste ?

Tout d'abord, une analyse des pratiques touristiques (considérant les effets-mondes produits par le langage) en accord avec des thématiques utilisées par la communication instituée permet de compléter l'étude de cas : l'*écologie* (parcs naturels, restauration des rivières et plantation de haies), la *détente* (« Pays de l'aventure douce », des sentiers de randonnée et des plans d'eau) et le *plaisir* (vins goûteux). Et prépare à la visite du lieu : *immersion* du concepteur dans le département, cheminement hasardeux et prises de vue photographiques. La ligne directrice de cette « étude de terrain » est aussi née de cette question : qu'est ce qui fait que le Tarn-et-Garonne est pour bon nombre de touristes un lieu de passage ? Celui-ci est en effet limitrophe d'autres départements plus touristiques : le Lot au nord, l'Aveyron à l'est, le Tarn au sud-est, la Haute-Garonne au sud, le Gers au sud-ouest et le Lot-et-Garonne à l'ouest. Le concept du projet s'est donc défini autour de cet objectif : mettre en valeur un département qui rassemble les qualités de ses voisins limitrophes et affirmer le contraste paysager qui s'y opère. Ainsi, une deuxième cartographie a été mise en place, rendant compte cette fois-ci des « couleurs matières » présentes au nord et au sud du Tarn-et-Garonne, en réintégrant les thématiques mises en avant par la communication touristique locale, en terme de « patrimoine

vivant » (par exemple, le vin : vignobles et « pratiques-usages »), pour une approche globale enrichie.

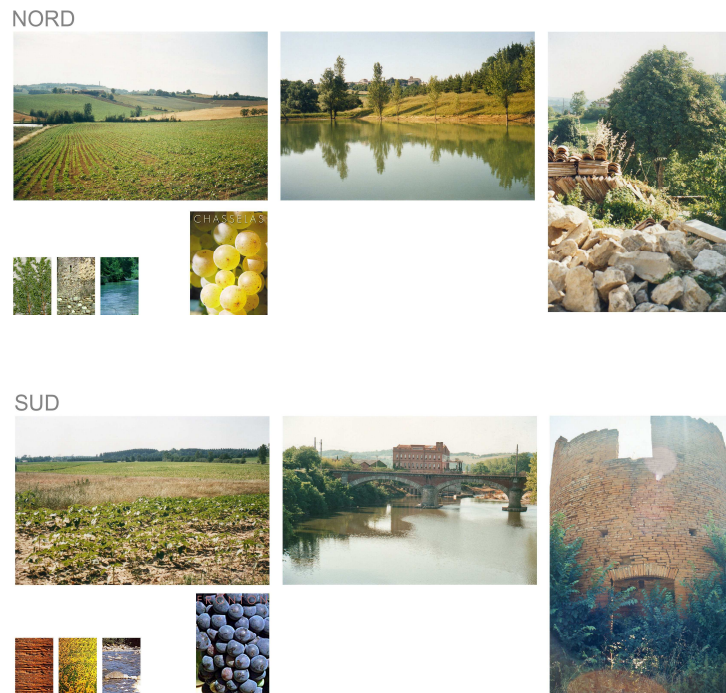


Fig. 95 – Carte des « couleurs matières » du Tarn-et-Garonne
Analyse de l'existant matériel

Cette carte permet de revisiter visuellement les dominantes et les ponctuelles chromatiques (« couleurs matières » repérées d'un point de vue quantitatif), sans en oublier le matériau qui est intrinsèquement lié à des pratiques locales. Les contrastes mis en avant correspondent à trois secteurs d'activité, en lien avec la terre :

- vignobles et cépages : doré au nord (Chasselas), rouge et rosé au sud (Fronton) ;
- vallées et vallons : plat et humide au nord, vallonné et sec au sud ;
- matériaux de construction : pierres calcaires au nord et briques au sud.

Elle permet aussi de visualiser plus aisément et de rendre accessible au visiteur le « potentiel du *divers* » du paysage, selon ces trois domaines matériels :

- eau : Tarn, Garonne, Aveyron et canal du midi ;
- champs et arbres : genévriers et cause couvert de forêts de chênes au nord, céréales et tournesols au sud ;
- constructions : pigeonniers, abbaye (Moissac), église.

Et, afin de proposer une carte mettant en jeu la relation entre le territoire et le visiteur, l'usage d'une *doxa*, comme « ensemble de représentations socialement prédominantes » (« lieux communs », *vecteurs* d'un échange premier, amorce de *relation*), typée et investie en tant que problématique conceptuelle, a été investie afin d'utiliser une communication compréhensible par le plus grand nombre, sans pour autant vulgariser ou simplifier la *diversité* paysagère. L'idée du parcours initiatique, en terme d'itinéraire éveillant la curiosité et laissant place au *hasard*, par le cheminement, a donc été mise en avant : mise en place d'une carte sans axes ou balises, mais induisant une circulation, par l'usage de noms évocateurs mais non « chargés de sens ».

La marche obéit en effet à des tropismes sémantiques ; elle est attirée ou repoussée par des nominations aux sens obscurs [...] Dans les espaces brutalement éclairés par une raison étrangère, les noms creusent des réserves de significations cachées et familières. Ils « font sens » ; autrement dit, ils impulsent des mouvements, à la façon de vocations et d'appels qui tournent ou détournent l'itinéraire en lui donnant des sens (ou directions) jusque-là imprévisibles.

[...] Des riens, ou des presque riens, symbolisent et orientent le pas. Des noms qui précisément on cessé d'être « propres ». En ces noyaux symbolisateurs s'esquissent (et peut-être se fondent) trois fonctionnements distincts (mais conjugués) des relations entre pratiques spatiales et pratiques signifiantes : le *croyable*, le *mémorable* et le *primitif*. Ils désignent ce qui « autorise » (ou rend possibles ou croyables) les appropriations spatiales, ce qui s'y répète (ou s'y rappelle) d'une mémoire silencieuse et repliée, et ce qui s'y trouve structuré et ne cesse d'être signé par une origine enfantine (*infans*). Ces trois dispositifs symboliques organisent les *topoi* du discours sur / de la ville (la légende, le souvenir et le rêve) d'une manière qui échappe aussi à la systématisme urbanistique.⁷¹⁹

Aussi la « géographie chromatique » du Tarn-et-Garonne, « mise en relation » avec des points cardinaux et des « éléments fondamentaux », permet-elle de composer une carte de correspondances, incluant des photographies prises sur les lieux. « Saillances » ponctuelles éparses sur fond blanc, sans axe ni tracé : sous-bois alentours aux chemins de traverses, pigeonnier abandonné au milieu d'un verger, escaliers, mais aussi « centres villes », vignobles,

⁷¹⁹ Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990, pp. 156-158.

fleuves , « lieux communs » et recoins à « découvrir », pistes du « trouvère », pour « celui qui compose, et donc crée ou invente »⁷²⁰ à son tour le *paysage* offert, dans sa nudité.



Fig. 96 – Carte conceptuelle de mise en relation en Tarn-et-Garonne
 « Couleur matières » – Géographie – Parcours initiatique

Ainsi, la « géographie chromatique » du lieu s’observe au niveau de la carte grâce aux correspondances suivantes (mises en place suite à une localisation de domaines chromatiques dominants sur le terrain), selon ce schème : 4 points cardinaux / 4 éléments / 5 domaines de « couleurs matières » / une circulation. Les quatre éléments permettent d’amorcer, par la carte, la compréhension de la richesse des paysages et nourrissent (accompagnent) la *lecture* (usages, cheminements à venir) des « domaines de couleurs »⁷²¹ dominants : l’*air* pour le « domaine des blancs » (couleur matière / pierre calcaire) au nord ; le *feu* pour le « domaine des roux » (couleur matière / brique, terre cuite) au sud ; la *terre* pour le « domaine des bruns » (couleur matière / humus) à l’ouest ; l’*eau* pour le « domaine des bleus » (couleur matière / ciel dans l’eau) à l’est ; et, en terme de circulation entre les éléments, le « domaine des verts » (couleur matière / végétal) présent sur l’ensemble du territoire. Cette nouvelle communication destinée

⁷²⁰ Alain Giré, « Conception de la conception », (in) J. Perrin (sous la direction de), *Conception entre art et science, regards multiples sur la conception*, Lausanne, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2001, p. 48.

⁷²¹ La notion de « domaine de couleur » permet une compréhension de la couleur non comme teinte isolée, mais comme la variation de ses tonalités et de ses textures, au sein même de la couleur énoncée ; elle insiste donc sur l’interrelation entre la matière et la teinte et renvoie, de ce fait, à la notion de « couleur matière ».

au tourisme reprend donc la notion de « couleur patrimoniale » et permet, par l'idée de cheminement, d'amener le visiteur à redécouvrir le *patrimoine* coloré du département en éveillant son regard (laissant libre cours à l'*invention*). Pour ce faire, le concept de cosmographie ancienne est emprunté dans le projet de communication, en terme de mise en correspondance entre les éléments et les points cardinaux : *mythèmes* (unités isolées des mythes qui les structurent) antiques, ils renvoient aux systèmes développés en Grèce, dès le 6^{ème} siècle avant Jésus-Christ, pour « mettre en image » l'univers. Les Pythagoriciens reprirent dès lors une base fondamentale de cinq éléments (l'eau, l'air, le feu, la terre et l'*éther*, cette dernière assurant une circulation entre les quatre autres éléments). Ces systèmes permettaient à la fois de représenter les « pôles » et les circulations entre chacun d'entre eux (le plus souvent, le feu était placé au nord, l'eau au sud, la terre à l'ouest, l'air à l'est et l'éther au centre).

Diverses théories ont vue ainsi le jour, offrant des systèmes de mises en relation entre *loci* géographiques et *loci* matériels pour différents types de représentation de l'espace géographique / cosmographique. Ainsi, il n'est pas rare de trouver des confusions de traduction ou de dénomination quant à ces correspondances. Notamment au sujet de la relation faite à tort, notamment par Jack Goody⁷²², au sujet du *feng shui* (littéralement, « vent et eau ») comme l'équivalent de la géomancie, alors que cette dernière engage une démarche de divination. Or, le *feng shui* est une discipline qui est censée améliorer la qualité de vie en assurant une circulation optimale des énergies dans l'habitat : mise en relation des éléments avec l'espace, en terme de circulations et de correspondances. Et qui reprend le concept philosophique chinois de *wu xing*, pour un « agencement cohérent » des éléments, notamment utilisé dans la conception des jardins chinois. Celui-ci, quant à lui, privilégie davantage les *relations* entre éléments que les éléments eux-mêmes : chaque élément (bois, feu, terre, métal, eau) correspond à – dans l'ordre de leurs assignations respectives – une direction (est, sud, centre, ouest, nord), une couleur (vert, rouge, jaune, blanc, noir), une saison (printemps, été, fin d'été, automne, hiver), une étape du cycle de vie animale, humaine ou végétale (naissance, croissance, maturité, vieillesse, mort), un organe (foie, cœur, rate, poumon, rein), un sentiment (colère, joie, réflexion, tristesse, peur), une saveur (acide, amer, sucré, piquant, salé) et un sens (vue, toucher, goût, odorat, ouïe). Ces correspondances sont

⁷²² Cf. Jack Goody, *L'orient en occident*, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 61.

similaires à celles établies par Platon, notamment celles-ci, pour une compréhension symptomatique des maladies dans leur relation à des signifiés élémentaires⁷²³ :

- feu / chaud / bile jaune / fièvre continue
- eau / humide / sang / tierce
- air / froid / phlegme / quotidienne
- terre / sec / bile noire / quarte

Même si bon nombre des potentiels visiteurs ne connaissent peut-être pas les détails de telles correspondances, elles leur sont cependant familières. En effet, elles sont constituantes d'une « mémoire collective » et permettent une approche à la fois singulière et commune du territoire, puisqu'elles stimulent l'*imagination* par leurs ébauches de sens et la mise en relation symbolique qu'elles engagent entre l'espace (orientations géographiques et couleurs), l'homme (organes et émotions, voire symptômes) et leurs variations, voire interactions. Faire intervenir des mythes, des croyances ou des systèmes antiques au sein d'une conception permet donc ici d'ouvrir le dialogue avec le visiteur et de construire un terrain propice aux relations. Afin de compléter l'ébauche d'un tel processus de création, investissant des outils ethnographiques et des questionnements anthropologiques, une nouvelle expérimentation va donc à présent être effectuée. Celle-ci investira des contes, composant l'« imaginaire collectif », et questionnera cette fois-ci la possibilité de représenter des circulations grâce à l'instauration d'une installation (parcours, cheminements) : pour une mise en relation opératoire entre différents niveaux fictionnels identifiés (l'*Europe*, l'*Asie*, deux figures féminines contées).

⁷²³ Platon, *Timée Critias*, présentation et traduction par Luc Brisson, Paris, éditions Flammarion, 1992, p. 276.

I.3 D'une auto fiction duale pour une mise en relation de l'Europe et de l'Asie : continuité et rupture entre deux figures féminines contées

L'étude de la relation a conduit cette recherche, à différentes phases de l'analyse, à la question opératoire du processus de construction d'un « terrain » propice aux relations. En effet, l'ethno-poïétique – se définissant non seulement comme l'analyse d'installations artistiques investissant des outils ethnographiques, mais aussi de créations (arts qui se font) utilisant des techniques, des usages, des opérations de symbolisation, ... *culturellement étrangers* à l'artiste (et donc nécessitant une investigation particulière, d'ordre ethnographique, au sein de laquelle la *rencontre* entre deux *ethnos* est opératoire) – induit un questionnement sur la relation à différents niveaux de la poïétique (lieu réservé à l'artiste – *invention*, conception, création, réalisation, mise en espace) jusqu'à sa rencontre avec le terrain jusque là réservé à l'esthétique (lieu de la rencontre avec le visiteur / « spectateur-acteur » – *lecture*, appropriation, analyse, interprétation). En regard de ces étapes, mettant en jeu différents types de mises en relations, la méthodologie de recherche et de création engage des allers et retours entre *ethno-poïésis* et *auto-poïésis*. Soit l'observation (enquêtes, immersion, l'*autre* comme projection de *soi*) et l'appropriation (pour une conception investissant le jeu de l'entrelacs du *je* et du *elle*⁷²⁴) questionnant différents niveaux fictionnels. En effet, la question de la posture engage une compréhension particulière de la relation : le *je* (lieu de l'immersion, de l'intime) et le *elle* (lieu de la pensée objectivante ou anticipatrice) se rencontrent grâce à l'espace de la création, dans lequel la construction fictionnelle participe à l'identification de deux figures féminines. La particularité d'une telle fictionnalisation se définit donc non seulement dans la rencontre du *je* et du *elle*, mais aussi de l'*autre* comme entité identificatrice de l'artiste, et *a posteriori* du visiteur.

Ainsi, ce qui pourrait être nommé des « universaux mythiques » (comme représentations symboliques appartenant à des lieux communs) véhiculés par des contes, vont être investis dans le cadre d'une installation artistique. Un des objectifs de cette mise en espace est alors de mettre en évidence des relations entre *croyance* et *fiction* opérantes à différents niveaux de la représentation et de l'interprétation entre deux cultures dites « opposées » : quel usage contemporain de représentations symboliques – véhiculées notamment par la tradition orale –

⁷²⁴ Au sujet de l'entrelacs du *je* et du *elle*, opératoire pour l'enquête de terrain et du point de vue de la conception en art, cf. la première partie de cette thèse, chapitre I.2.d- : *Méthodologie de terrain pour une anticipation particulière de la rencontre : auto-poïésis et fictionnalisation de l'enquêtrice définie comme « je » et « elle »*, pp. 100-106.

peut-il permettre de matérialiser différents types de relations interculturelles ? De quelle manière le repérage d'un mode de fonctionnement de représentations particulières peut-il permettre de créer de nouveaux champs d'interprétation ? Comment la mise en relation de deux personnages fictifs existants dans différentes civilisations peut-il engager une forme d'auto fiction singulière et pourtant familière ? L'exemple qui va suivre, ayant pour statut l'expérimentation, va mettre en jeu de nouvelles modélisations fictionnelles – appropriation de *fictions* existantes et *invention* (pratiques de la collecte et du collage intertextuel pour les livres, et, pratiques de la couture et de la sculpture pour les « personnages » mis en formes nouvelles) – à partir de référents littéraires singulièrement choisis pour leur point commun (l'animalité de la femme, hybride).

Le point de départ de cette expérimentation est double : il engage la notion de « couleur matière » d'une part, et deux « universaux mythiques » (français, chinois et japonais) – soit, deux figures féminines contées – identifiés au sein de différents contes, d'autre part. Ainsi, le processus de création débute au niveau des couleurs métalliques, propices à l'oxydation. La volonté première d'une telle démarche correspond à celle de mettre en relation la France et le Japon dans le cadre d'une conception artistique. Le second point de départ correspond quant à lui à la dénomination identificatrice du Japon comme « pays du soleil levant ». Puis, en terme d'objectif, du point de vue de l'interdisciplinarité, une telle installation permet d'engager une réflexion sur la mise en relation de l'art contemporain et de la mode (pouvant aller jusqu'à une conception de tendance nouvelle). Aussi, du point de vue formel, l'installation se compose-t-elle de deux « sculptures textiles », formes féminines sculptées, comme des robes vidées de leur corps. Du point de vue du processus de conceptualisation, différentes pistes ont été retenues :

À partir du conte français de *Peau d'âne* et de contes chinois et japonais traitant du mythe d'une femelle renard se transformant en femme pour séduire les hommes – *extraits choisis pour une écriture originale de contes illustrés*.

De la teinte des deux pelages (gris et roux) découle deux univers, deux gammes chromatiques. Des « robes couleurs du temps » du conte de Charles Perrault découle l'idée matrice de l'exposition.

Les deux « femmes animales » ont disparu, laissant derrière elles leur robe abandonnée comme une chrysalide, une dépouille animale.

La sculpture textile *Dame Renarde* est couleur de l'aurore (or, cuivre, rouille) ; sa forme est inspirée des costumes traditionnels chinois (col haut et rigide, plastron et brocard brodé).

Design textile : organza métal teint et oxydé.

La sculpture textile *Peau d'Ane* est couleur d'une nuit de pleine lune (argenté, blanc, vert de gris) ; sa forme est inspirée d'une tenue de danseuse (jupe de tulle et serre taille).

Design textile : organza métal oxydé.

Deux livres de contes *Sur les traces...* participent à l'installation ; ils se composent d'extraits de contes français et chinois et d'illustrations originales (photomontages et aquarelles).

Le territoire de l'installation se délimite par des fils dorés et argentés partant du plafond vers le sol.

Ainsi, du paradigme « le pays du soleil levant » (Japon), est né celui du crépuscule (France) comme représentation fictionnelle commune aux contes européens [*loci* identifiés] : forêt sombre, fées, lieux cachés au creux d'une « nature sauvage », etc. Deux gammes, composées des tissus teints et oxydés utilisés pour la réalisation des deux sculptures, ont été conçues à partir de ces deux paradigmes :



Gamme de *Dame Renarde*

Gamme de *Peau d'Ane*

Fig. 97 – Paradigme conté : Japon, Pays du soleil levant – France, Crépuscule lunaire

Deux domaines chromatiques sont ici conçus : celui de l'*aurora* et celui des *reflets lunaires*. Les deux personnages mi-femme mi-animal revêtiront donc respectivement ces teintes, pour une proposition de représentation des deux figures féminines contées, l'une Française et l'autre Japonaise ou Chinoise (interrelation culturelle entre ces deux derniers pays ; nombre de mythologies Japonaises ayant été importées de Chine, puis transformées) : deux « sculptures textiles » originales actualisant les *mythologies*. *Dame Renarde* est faite d'une armature métallique entièrement recouverte de lambeaux d'organza métallique teint et oxydé, cousus de fil d'or, le geste aléatoire conférant au volume des plis et des recoins de tension, pour un ensemble léger et lumineux, aux allures de chrysalide.



Fig. 98 – Installation : *Dame Renarde et Peau d'Ane, femmes imaginaires de Chine et de France*
 Abbaye de Belleperche (82), été 2004.

Cette première exposition dans une abbaye a permis de confronter un public particulier, à majorité touristique et « non averti » en art contemporain, à l'œuvre. Le débat, bien qu'hétéroclite, fut souvent de l'ordre de la croyance. Dans le sens où de nombreux visiteurs se questionnaient soit sur la fonction des sculptures, en tant que robes difficilement portables, soit sur le champ référentiel de *Dame Renarde*, qui s'apparentait selon eux davantage aux costumes de science-fiction qu'à une dépouille animale imaginaire, témoignant ainsi d'une volonté de se référer à un existant. Aussi une telle mise en relation permet-elle de mettre en relief des similitudes, ou plutôt des points de rencontre, entre deux mythes contés au sein de deux pays distincts. Des extraits du conte de *Peau d'âne* de Charles Perrault et des extraits de différents contes chinois traitant de la figure d'une femme-renarde ont permis, par fragments, de composer deux contes originaux (présents dans le cadre de l'installation) définissant respectivement en leur sein les lieux et la figure féminine fictionnels, ainsi qu'une trame narrative (composée de fragments extraits de contes existants). Concernant le conte français, il s'agit d'une jeune femme qui, vêtue d'une peau de bête afin d'échapper aux volontés incestueuses de son père, se réfugie dans la forêt et ne s'offrira aux regards que la nuit, au clair de lune. Pour ce qui est de la fiction composée d'extraits de différents contes chinois (opération de collage), le personnage est une revenante, réincarnée en renarde, elle reprend l'apparence d'une femme, chaque nuit, pour séduire un homme, cible et victime de son appétit sexuel dévastateur. À la fin du conte ici composé, celle-ci, devenue épouse et conservant une apparence humaine, redevient renarde effrayée par un chien pour se réfugier au fond d'un bosquet et mourir, ne laissant aux regards que sa dépouille.

Puis, la rencontre de la fiction, composée ici par le réinvestissement des deux figures féminines, avec une conteuse (Céline Verdier) a permis par la suite de créer une nouvelle installation dans le cadre d'un festival sur le Japon. En effet, l'intervention de la conteuse au sein de l'exposition, par un travail sonore (montage son de fragments musicaux traditionnels japonais et enregistrement de voix féminines, tournant en boucle sur le lieu d'exposition) d'une part, et par une narration contée ponctuelle (conte japonais reprenant la figure de la *dame renarde*), comme vecteur, a permis de requestionner la mise en relation.



Fig. 99 – Installation : *Dame Renarde et Peau d'Ane, femmes imaginaires du Japon et de France*
Festival "Les tribernales au Japon", La basse cour, Lavour (81), mars 2008.

Par cette interaction, le spectateur était détenteur d'une double *lecture* face à l'installation : en tant que création artistique ou scénographie théâtrale. De plus, la « clef » de lecture donnée par la conteuse a permis de valider la création comme appartenant à une *fiction* (et non plus comme représentation « illustrative » de contes préexistants, laissant le regardeur dans une distance perplexe), offrant du même coup (et paradoxalement) plus de liberté à l'imagination du regardeur. En effet, le caractère *mythique* d'une représentation s'accompagne toujours du « risque » de freiner le spectateur dans son appropriation, en ceci qu'elle éveille son désir d'en comprendre le « sens exact » et donc de se réfugier par défaut dans des champs référentiels partiels, de crainte de « mal interpréter » ce qui lui est donné à voir (bloquant son *imagination*). De plus, lorsque la compréhension est l'objectif premier dans le regard porté sur une œuvre, s'engage le risque d'une certaine forme de fermeture de l'interprétation, d'une sclérose de la *lecture*. Ainsi, permettre au spectateur d'entrer en relation avec l'œuvre c'est

aussi lui donner une certaine forme de liberté, qui se caractérise par la déambulation, la possibilité ou non de lire les textes (livres de contes) et de poser des questions à l'artiste (ou au curateur). Le fait de transformer le lieu de l'installation, pour un court instant, en lieu de spectacle, amène le spectateur à devenir un « acteur » plus à l'aise dans sa fonction, puisqu'il connaît les codes de la représentation théâtrale (vis-à-vis protecteur et espace tiers, « hors champ », disponible à la « divagation imaginaire » personnelle). Ainsi, les *figures mythiques*, comme clefs de lecture pour une mise en relation opératoire, ne peuvent fonctionner que dans une forme de représentation nouvelle (accueil libre de la découverte, espace fictionnel nommé) ou dans un mode de présentation codifié (structure conçue en tant que trame de « lecture »).

Ce niveau de la réflexion correspond au paroxysme de la mise à distance envers son propre terrain – celui de la création – où le *elle* (artiste et chercheur) questionne la lecture d'une « fictionnalisation » mettant en relation l'*ethno-poïésis* et l'*auto-poïésis*. Par un travail de collecte – fragments de contes familiers et étrangers – et l'appropriation de cette même collecte pour donner forme à une représentation interprétative, l'œuvre (installation) se donne à voir comme une *fiction* : une nouvelle factualité de sens faisant interagir la rencontre imaginée entre l'auteur et son *autre* inconnu jusque là. Non seulement l'installation met en relation deux paradigmes *a priori* opposés pour les conjoindre (et cela, dès le début de la conception). Mais elle crée un tiers relationnel par l'intervention du spectateur, qui devient à son tour lecteur de l'*ethno-poïésis*, dont les deux livres de contes issus d'*ethnos* différents sont les témoins, tels des carnets de bord, offrant au regard les collectes visuelles et littéraires, soit, les représentations initiales propres aux deux territoires des figures féminines contées. Et de l'*auto-poïésis*, dont les « sculptures textiles » témoignent, matérialisant l'interprétation personnelle de la créatrice, auteur et actrice d'une nouvelle *fiction*.

Cette construction, à partir de récits combinés, génère cependant une mise à distance problématique : le caractère illustratif d'une telle conception empêche la *rencontre* du spectateur avec le lieu [parcours hésitants, regard en vis-à-vis] nécessitant un « modérateur » (ici une conteuse). Aussi une conception née de formes littéraires nécessite-t-elle l'apport du langage pour qu'il y ait « surgissement », c'est l'énoncé qui active la mise en relation et le rapprochement (affectif, imaginaire) du visiteur avec l'univers proposé par l'artiste. Cette dernière conception, liée à une certaine forme de mise à distance du « terrain », correspond au point final de ce chapitre et à la dernière étape mise en place pour la préparation au voyage (anticipation méthodologique propre à l'*ethno-poïétique*). En effet, cette installation fut créée

l'été précédant le départ pour un an au Japon, véritable passage entre *l'imagination* de l'« enquêtrice-conceptrice » et la *rencontre* avec le « terrain japonais » à venir. Par la pratique plastique et la « mise en lieu » d'une forme de *relation mythique* entre les deux pays, il est possible de pointer ce qui structure en partie *l'imagination* de celle qui s'apprête à partir à la rencontre de lieux plus opaques que sont les symbolisations et les actes hors du langage. Le chapitre qui suit va donc, quant à lui, investir des « matériaux » collectés lors des enquêtes de terrain effectuées au Japon : collection de « couleurs matières » singulières (des couleurs végétales issues de techniques tinctoriales *traditionnelles*, actualisées par l'expérimentation) qui, au sein des pratiques individuelles (du *poiésis* et du « faire avec »), s'entremêlent de symbolisations étranges, de souvenirs troubles, d'histoires à soi, de *fictions* actives aux contours épars. Le voyage se donnera donc à voir, au travers de l'installation, comme à la fois *mémoires* de découvertes et *invention* de nouveaux lieux nés de la rencontre entre l'« enquêtrice-conceptrice » et Okinawa. En ces termes, la conception sera engagée autour d'une question centrale : comment construire un territoire à la fois propice, pour le visiteur, à la *rencontre* (surgissements, découvertes, *non programmables*) et mettant en relation deux *ethno-poiésis* [sous-tendant l'identification et le croisement de pratiques singulières pour les « mettre en forme », sans pour autant les concevoir comme des *invariants* (facilitant la reconnaissance), mais davantage en s'essayant à les comprendre comme des actions et des transformations, attentive à leur opacité] ?

CHAPITRE 2

Ethno-poïétique

Appropriation de techniques tinctoriales et de symbolisations japonaises et françaises dans le cadre d'une installation

Introduction préparatoire à l'ethno-poïétique au regard d'une instauration

La carte du voyage prolifère d'espaces originaux, parfaitement disséminés, ou, à la lettre, sporadiques, chacun, respectivement déterminé à la rigueur, dont l'errance globale, l'aventure mythique, n'est, au bout du compte, que le raccordement général. Comme si le discours n'avait pour objet ou pour cible que de connecter. Ou comme si le raccord, le rapport, constituait la voie par où passe le premier discours. [...] Raccordement, condition de transport. D'où Pénélope, au poste théorique. D'où la reine qui tisse et détisse, le féminin premier de qui, passé mâle, sera le Royal Tisserand de Platon. Comme le dit Descartes, à la *Règle X*, la tapisserie entremêle des fils aux nuances infiniment variées. Infiniment : le rationnel et l'irrationnel. Descartes dit cela d'une mathématique sauvage. Nous y sommes, encore une fois. Sauvage ou féminine, le logos est présent, mais dans les mains encore. Elles raccordent. Pénélope est l'auteur, la signataire du discours, elle en trace le graphe, elle en dessine le parcours. Fait puis défait ce tissu qui mime l'avance et le recul du navigateur. D'Ulysse à bord de son navire, navette qui lace et entrelace des fibres séparées de vide, des variétés bordées de crevasses. Brodeuse, dentellière, par puits et ponts, de ce flux continu coupé de catastrophes qui se nomme lui-même discours.⁷²⁵

Écrire ce dernier chapitre nécessite un regard à rebours, revenir au départ, revoir la conception depuis le début : de quelle manière structurer et dire (faire entrer dans le langage) une pensée « sauvage », voire l'animalité d'une « pensée du sensible »⁷²⁶ ? Comment trouver le fil directeur à ce qui s'est fait à la fois dans l'errance et l'apprentissage, mais aussi, par instinct,

⁷²⁵ Michel Serres, « Discours et parcours », (in) Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), pp. 35-36.

⁷²⁶ Cf. François Laplantine, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L'anthropologie au coin de la rue », 2005.

rencontres et « découvertes » ? Regarder l'objet créé et s'y plonger, se souvenir de celle qui a débuté son instauration par le cheveu et le fil de soie, se mettre à la place de celle qui a commencé l'écriture par définir le *mythe* comme « obstacle », démêler les paroles pour tisser un discours et « trouver l'espace unique ou l'ensemble des opérateurs par où ces variétés, à voisinage impraticable, inconcevable, se raccorderont. »⁷²⁷ Au regard de la première intention de cette recherche (axée sur les *relations*) d'aller à la rencontre des pratiques de l'*autre*, mais aussi de « sortir du langage »⁷²⁸, comme volonté première sous-jacente, différents questionnements complexifient la finalité de cette étude. En effet, la démarche entreprise pour « aller à la *rencontre* » a nécessité de déconstruire des lieux communs référentiels et avec eux de détendre la structure sienne, langage et *mythologies* mêlés et tenaces. Car oui, la pensée structurale fait obstacle à la rencontre du *divers* lorsque l'on part sur le « terrain » pour y chercher des structures ou des similarités (au regard de pratiques singulières, dans une volonté de regrouper au sein d'une même structure des singularités, elles mêmes identifiables comme structurées par des *habitus* sociaux internes), dans une prospection régulatrice des explorations et des parcours. Ou encore, si le *mythe* est « consommé innocemment » (reprenant ici Roland Barthes), dans une *induction* solide qui fait alors passer l'aveuglement pour de l'instinct, il [le *mythe*] empêche alors de voir que ce qui « fait sens » dans l'*autre* est en grande partie structuré par ses propres attentes. De quel *hasard* est-il alors question dans la *rencontre* ? Certes, celui-ci (*casus*) se détermine par une imprédictibilité mais aussi par l'idée sous-jacente de « mondes » constitués (terme préféré ici à celui de « séries causales », correspondant au référentiel donné par Clément Rosset pour définir le *casus*, second niveau de définition donnée au *hasard*⁷²⁹), rejoignant alors la notion de *contingence* (troisième niveau de définition du *hasard*, selon C. Rosset⁷³⁰), davantage centrée sur le principe même d'imprévisibilité.

⁷²⁷ Michel Serres, « Discours et parcours », (in) Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995. (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 38.

⁷²⁸ Il est ici question du langage comme structure, renvoyant à l'acte même du tissage : l'« enquêtrice-conceptrice », lors de l'immersion au Japon, s'est trouvée « prise au piège » du tissage, impossible « faire » avec le métier, mise en suspend de l'étoffe à tisser (celle-ci restera en attente, jusqu'à ce que le professeur décide de la sortir du métier à tisser...), gestes répétitifs non concordant avec la nécessité instauratrice de la « mise en œuvre ». Le tissage, croisement des fils de chaîne et de trame à l'aide de la navette, ne correspondait pas à l'énergie créatrice de la plasticienne. Nœud matériel de la réflexion : le tissage, à la fois structure et métaphore du destin qui se fait, faisait obstacle au *hasard*, la main nécessitait de toucher le fil, ou plutôt les fils entremêlés, pour construire la matière fibreuse et dense qui donnerait corps aux sculptures à venir, dont la forme finale ne pouvait être ni prédite ni prévue.

⁷²⁹ Cf. Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 74-75.

⁷³⁰ Cf. Clément Rosset, *op.cit.*, p. 75.

Sortir du langage, c'est-à-dire sortir de la structure et échapper au *programme* [je me souviens de l'insistance de mon professeur japonais pour que je lui fournisse un programme (aux termes de mon séjour, lorsque je travaillais à la conception de mon installation à venir) face auquel je restais sans voix, sans trouver le mot pour dire l'errance dans laquelle je nécessitais de *me perdre*]. Surestimer la perte de sens pour en trouver un tout à fait juste, pour « faire monde », nager en eaux troubles et ne pas avoir peur de s'y perdre. L'*invention* nécessitait de rester sur le fil ténu entre le « trop plein » et le vide, rejeter la violence de l'exclusion, refuser les mécanismes identitaires et, à la fois, échapper à la sombre et vaine pensée de l'« à quoi bon ». Trouver le lieu de la *relation* sans pour autant figer des entités (voire des *identités*) en ce qu'elles semblent être ; nouer, tresser, entrelacer, laisser le geste guider la main, offrir les réseaux complexes qui font le « terrain » investi depuis un an, voilà en quoi se condensait l'intention d'une telle création. Comprendre que le langage fixe des structures (au risque de les naturaliser) au regard d'une « réalité » qui n'est au fond que *transformations*, et tenter de construire avec ses mains un endroit au sein duquel les parcours à venir continueront de *lire* (recevoir mais aussi interpréter, s'approprier : « faire » à la fois *sien* et advenir *autre* encore) les « lieux » (ainsi conçus) comme des nœuds dont les symbolisations tisseront et détiesseront sans fin le sens. Car si le « réel » est muet, le *sens* (et non le sensible, qui lui est d'abord « non dit ») qu'on lui accorde n'est que dans le langage (en soi ou au dehors, faisant advenir lorsqu'il est dit). Et les symbolisations se définissent dans le passage entre le « faire » et le « dire », dans la *relation* elle-même : elles [les symbolisations] sont « en acte » et ne se définissent comme « symboles » que lorsqu'elles sont répétées, puis repérées comme « structures » (espaces de relations mis en commun). Il est donc question d'observer des « morphismes entre des modèles »⁷³¹ lorsqu'il s'agit de penser en terme de structures : mettre en série, trouver des rapports différentiels (et donc, référentiels), établir des transformations (doublant celles qui se font, les actualisant, voire les renouvelant – sous-tendant une certaine forme de *mimèsis*). C'est à cet endroit que cette étude ne rejoint pas celle de la pensée structurale, il n'est point question ici de détecter, à partir de signes divers, une quelconque « unité », ni de définir une structure formelle qui régnerait sur des pratiques singulières, mais davantage de constituer des mises en relation comprenant des écarts, des béances, quitte à formuler de l'étrangeté. Alors c'est à nouveau la question du sens qui se pose (voilà que *je* détiisse à nouveau) : la signification semble ne pouvoir émerger que d'une série au sein de

⁷³¹ Cf. Nicolas Delon, « Clément Rosset face à ses contemporains : un iconoclaste au temps des structures », Nice, 12 mai 2006, [article en ligne, consulté le 15 septembre 2009], url : <http://clementrosset.blogspot.com/2006/05/rosset-face-ses-contemporains-par.html>

laquelle l'objet étudié serait intégré, celui-ci se voyant ainsi accompagné d'un double (dont l'autonomie ne saurait survivre en dehors de sa relation au « réel »). Et, voici le paradoxe qui s'installe : l'évidence du « réel » s'annule dès lors qu'il semble impossible d'en parler (le *réel* étant en soi *alogos*).

Le cheminement ou, plus précisément encore, ce que dans le monde médiéval on appelait le *ductus*, soit le chemin conducteur de la pensée, se produit simultanément comme flux et comme articulation et, s'il y a bien alternance de moments plutôt articulés et de moments plutôt flottants, si l'on observe au long de ce long, de cet interminable cours, quantité de flous, de sautes et de surimpressions, il reste qu'avec toutes ces discontinuités internes la pensée se produit et s'exerce avant tout comme un continuum, et c'est pourquoi la comparaison avec le film, qui vient automatiquement, conserve sa validité lorsqu'il s'agit [...] de deux plans fixes qui sont associés.⁷³²

Saisir le « réel » et écrire la pensée à la manière de celui qui fait un film : l'opération de montage supposant à la fois une « mise en relation » intentionnelle (entre des fragments choisis, *identifiés*) et de comprendre la fabrication du sens (à la fois construire une structure dynamique et penser le hors champs). Ici s'engage cette hypothèse : tenter d'écrire « à la manière dont j'ai fait » l'installation (dont il est question dans ce chapitre) *me* permettrait de retrouver le fil directeur à la conception établie (une instauration n'étant pas linéaire et comportant nombre de chemins de traverses et d'opacités). Alors que concentrer *mon* effort à comprendre l'objet conçu *m'*amènerait à le détruire, ou plutôt à en effacer le sens, laissant s'évanouir la distinction entre le sens et son absence. Or, « à quoi [servirait-il] d'agir, si la pensée qui guide l'action conduit à la découverte d'absence de sens ? »⁷³³ Voilà bien une question qui concerne la « pensée structuraliste » (à la recherche de lois et d'invariants), voire le logocentrisme. Car, au fond, c'est la recherche d'une certaine forme de totalité (une « structure » au sens large) qui mène la pensée au non-sens, la volonté d'embrasser l'ensemble qui mène à l'épuisement du sens : « qui prenait trop de place la perd ; ce qui n'en tenait aucune la prend toute ; le rien peut devenir tout, qui peut s'effondrer dans le néant. Loi de transformation à bifurcations imprédictibles. »⁷³⁴

⁷³² Jean-Christophe Bailly, *L'instant et son ombre*, Paris, éditions du seuil, « Fiction & Cie », 2008, p. 123.

⁷³³ Claude Lévi-Strauss, *Tristes Tropiques*, Paris, éditions Plon, collection « Terre humaine / Pocket », 1984, (1955), p. 495.

⁷³⁴ Michel Serres, *Le tiers-instruit*, Paris, éditions François Bourin, 1991, p. 80.

De la première volonté (« s'échapper du langage ») se sont, par la suite, amoncelées nombre de questions en soulevant l'ambivalence, telles que : comment *traduire* la relation ? Comment dire ce qui est en train de se faire sans en trahir la complexité ? Et enfin, que restait-il après tous ces va-et-vient entre le langage et le « faire en train » ? Une image *m'*est venue, celle de l'ouroboros, du langage « qui se mord la queue ». C'est ce qu'il advient de celui qui cherche à structurer des opérateurs éparses, constitutifs d'un ensemble constitué par sa « seule » pensée (parcours en partie fait de *hasards* et de chemins de traverses). En effet, là où l'intention prédétermine la pensée, celle-ci trouve le non-sens, le « blanc » de la signifiante, à la fois perte et trop plein de référence ; ce qu'il arrive, au fond, lorsque l'identification est impossible. Cette absence, antérieure à la construction, « à toute possibilité de rencontre »⁷³⁵, « trouvée » par le trop plein de recherche de sens n'était cependant pas *mon* histoire. Car il n'est [et n'a] point [été] question de rechercher une « totalité » ou une quelconque unité structurale derrière les faits rencontrés. Ce sont davantage les « faire en train » (soit, l'*homo faber*, inventeur et constructeur) et les singularités qui préoccupent cette étude, et, du même coup, l'ethno-poïétique : « dans l'atelier, concrètement, c'est se saisir, non pas d'un langage pour dire quelque chose, mais d'un matériau pour construire un objet doué d'autonomie, quitte à ce que, plus tard, par l'assimilation sociale de l'œuvre [...] cette autonomie soit liquidée, aux prix d'une sorte d'invasion du sens »⁷³⁶. Ainsi, ce qui est ardu dans cette étude, c'est d'écrire au sujet d'une instauration qui a été faite par *soi-même*, sachant que « créer, c'est [non seulement] exprimer avant terme »⁷³⁷ mais c'est aussi « dire » et « faire monde » autrement qu'avec le langage.

Du point de vue de la conception de l'installation il fut donc question de croiser des symbolisations et des *mythes*, des techniques tinctoriales et des « couleurs matières », appartenant à des temps et des espaces différents : *ethnos* distincts de par leurs *habitus* et leurs gestes, de par leur climat et leur langue, de par leurs plantes et leurs eaux. Croisements, rencontres, étrangeté de cette mise en rapport volontaire : « symbolisation, mise ensemble de ce qui cohère sans être cohérent, de ce qui fait connexion sans être pensable. »⁷³⁸ Autrement dit, écrire sur une instauration « déjà faite » c'est à la fois se mettre à la place de celle qui en est l'auteur : ici, *soi-même* en un autre temps, compte tenue d'une conception dont certains fragments n'étaient ni programmés ni pressentis, et dont l'ensemble final ne pouvait être

⁷³⁵ Clément Rosset, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), p. 77.

⁷³⁶ René Passeron, *L'œuvre picturale et les fonctions de l'apparence*, Paris, Vrin, 1980, (1962), p. 341.

⁷³⁷ *Ibid.*

⁷³⁸ Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990, p. 296.

prédit, mais seulement esquissé. Et de celle qui reçoit l'œuvre : à la fois *mémoire* des parcours des visiteurs, de leurs aveux de réception *a posteriori* des expositions de l'installation, et regard mis à distance d'une œuvre qui fut la sienne.

L'installation, en tant qu'objet, met en relation des « lieux » articulant des « couleurs matières » et des symbolisations, sous-tendant à la fois des pratiques féminines singulières envers le végétal (matériau et symbole) et des usages féconds : *traditions* et *mythologies* identificatrices d'*ethnos* ; et *mana* « objet fuyant que l'on peut tout juste nommer (en l'appelant l'énergie, la force, la vie) sans parvenir pour autant à dire ce qu'il est »⁷³⁹. Aussi, à partir des « pratiques-usages » observés et imaginés, l'installation est-elle une *fiction* qui s'est construite par les parcours de l'« enquêtrice-conceptrice », mettant en relation des *mémoires communes* à son peuple et des *mémoires en acte* du « terrain » qu'elle visite, non plus tout à fait étranger ni tout à fait sien. L'objectif de cette instauration est alors de « faire monde », en investissant à la fois des techniques artisanales (la teinture) et des pratiques rituelles (de type animiste) identifiées, au travers l'histoire, au sein de deux *ethnos*. Identification de la France par ses *mémoires* pratiques (référence à l'histoire : la teinture végétale avant l'arrivée du colorant de synthèse) et mythiques (païennes, grecques). Et d'Okinawa, par ses *traditions* « en acte » (pratiques tinctoriales et chamaniques) et ses *mythologies* (contes et croyances populaires, histoire d'un royaume avant l'annexion japonaise). En ce sens, et au regard de cette instauration, l'ethno-poïétique se définira comme axée sur les savoir-faire (transmission et actualisation), les symbolisations liées à des usages et l'histoire de ces relations : dans un temps mis en suspend par leur matérialisation, au travers de l'installation.

⁷³⁹ François Laplantine, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L'anthropologie au coin de la rue », 2005, p. 125.

II.1 Identifications : « pensée sauvage » et mise en relation de « lieux », des occurrences plastiques pour une conception

Le voyage est fait de parcours et de *rencontres*, fortuites ou programmées, elles sont toujours signifiantes. Faire le tri dans les « découvertes », s'essayer à comprendre pourquoi une plutôt qu'une autre fut signifiante pour *soi* renvoie à se poser la question de l'identification : en quelle mesure la *rencontre* est-elle signifiante pour l'« enquêtrice-conceptrice » à un moment donné ? Autrement dit, dans quelle mesure est-il ici question de *rencontres* opératoires entre une « pensée sauvage » (aux besoins bruts et aux instincts opaques) et une « pensée domestiquée » (modélisation du regard et classifications opératoires), entre des surgissements, des béances et une structure ? Ce qui « fait sens » pour la plasticienne est abrupt, circonscrit en quelque sorte, et éveille son appétit créateur : troublée par la *rencontre* avec la sauvagerie d'un lieu [*utaki*]⁷⁴⁰ puis par les mains habiles d'une jeune japonaise lavant délicatement la soie, fibres mêlées de l'arbre tropical [*gajumaru*]⁷⁴¹ et fils soigneusement peignés pour être tissés. La plasticienne, éprise d'une pensée paradigmatique non tout à fait volontaire, pense aux cheveux : cheveux de femmes sauvages, broussailles ténébreuses du matin, chignon offrant la nuque parfaite de demoiselles estampées, lisses et longues mèches blanches de la prêtresse sur l'île du bout du monde [Kudaka]⁷⁴², récits fictionnels intimes qui se donnent à vivre au creux et deviennent, de plus en plus ardemment, sources nécessaires au « faire », à l'exergue de la main, pulsionnelle et envieuse de « dire » enfin le « monde » qui s'est fait de cheveux et de sacres. Intitulant ainsi l'installation conçue : « *Kami no Ki* » (premier terme homonyme signifiant à la fois 髪 *kami* « cheveu » et 神 *kami* « divinité » ; の *no* « de », formule grammaticale signifiant l'appartenance ; et 木 *ki*, signifiant à la fois « arbre » et « bois », la matière).

⁷⁴⁰ Il est ici question des *utaki* 御嶽 mot okinawaïen pour dire les « sites sacrés » ou les « bosquets sacrés », composé de 御 « honorable » et 嶽 « montagne » / « pic » ; ces lieux sont encore utilisés par les prêtresses de l'île : ils correspondent à des coins de forêts ou des recoins aux abords des plages, à l'abri des regards, parfois même interdits aux hommes [île de Kudaka], ces lieux sont nombreux à Okinawa.

La forêt de « Sefa-Utaki », notamment, est inscrite au patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO, ce site occupe une place prépondérante dans les pratiques religieuses d'Okinawa ; à partir du 15^{ème} siècle, ce fut le « grand lieu de culte » pour les rois des Ryūkyū.

⁷⁴¹ Le *gajumaru* ガジュマル : *Ficus microcarpia*. Il se trouve généralement dans les régions subtropicales et tropicales (en Inde, sous le nom de *banyan*, à Taiwan, etc.). Au Japon, il pousse surtout à Okinawa, à Yakushima, à Ogasawara et à l'extrême sud d'Osaka.

⁷⁴² Kudaka : petite île des Ryūkyū, elle est dite « divine » par les Okinawaïen. L'usage interdit d'en ramener quoique se soit (mis à part par les prêtresses, pour effectuer quelque rituel, notamment le passage du sable de l'île de Kudaka aux abords du château de Shuri, sur l'île principale), considérant que chaque chose y étant présente l'est selon la volonté des dieux. Encore aujourd'hui, nombreux sont ceux qui n'y sont jamais allés, de peur du pouvoir des esprits qui l'habitent. Elle est en quelque sorte une île hantée, un lieu préservé par les dieux (à Okinawa, l'on pense que tout défunt deviendra lui-même une divinité, au bout d'une certaine période – variable selon les îles – succédant la mort) : Kudaka possède la force « des âmes des ancêtres et des esprits de la nature », en elle Marcel Mauss aurait identifié le *mana* [cf. Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), p. 103].

Collectes hasardeuses, ponctions de-ci de-là qui font la collection à venir, édictée par la mise en relation signifiante entre les gestes parcimonieux de la tisseuse et la blancheur (des cheveux, de la robe pour le rite, ...) des *kaminchu* [prêtresses et prophétesses] et des *yuta* [voyantes]. Praticiennes que la pensée classificatrice rangera tout à tour dans le « chamanisme » (selon une acception « sauvage » de la transe, voire de la possession, dans sa relation au rituel) ou la « magie » (dans une considération de la pratique du point de vue de son processus, davantage contrôlée et méticuleusement ordonnée). Pour ce qu'il y a de *mana*, comme « action, qualité et état »⁷⁴³, notion soulevant à la fois des classifications propres à la vie collective et le caractère arbitraire de sa désignation [non seulement de la part de l'autochtone, mais aussi de l'« enquêtrice-conceptrice » qui s'éprend à « trouver » ça et là des « lieux » (géographiques, telles les *utaki*, mais aussi de l'ordre de gestes, de regards, de paroles, etc.) au sens fécond], dans de telles pratiques.

L'idée de *mana* est une de ces idées troubles, dont nous croyons être débarrassés, et que, par conséquent, nous avons peine à concevoir. Elle est obscure et vague et pourtant d'un emploi étrangement déterminé. Elle est abstraite et générale et pourtant pleine de concret. Sa nature primitive, c'est-à-dire complexe et confuse, nous interdit d'en faire une analyse logique, nous devons nous contenter de la décrire.⁷⁴⁴

Efficace et fécond, le *mana* est pluriel et dynamique, il corrobore l'action (mécanique) des choses, sans l'annihiler. Au Japon son souffle sera nommé « *ki* » 気 [énergie, flux vital], davantage lié à des techniques⁷⁴⁵, ou encore « *yu* »⁷⁴⁶ à Tarama (île des Ryûkyû), force dynamique. À la fois vague et dense, il habite et « fait monde » en même temps, il est « force-milieu » qui investit ou traverse le chamane (qui sait le convoquer) et touche l'ombre du passant aux abords de l'*utaki*. Si pour Claude Lévi-Strauss, la « pensée sauvage » ne précède pas la « pensée domestiquée », elle l'accompagne en permanence comme l'ombre accompagne le corps, anticipant même ses formes les plus élaborées. Intérioriser les végétaux, manger ses

⁷⁴³ *Mana* : mot choisi ici pour dire le matériau *intraduisible* convoqué pour les fabrications d'ordre « magique » et la particularité de sa force intrinsèque : « vitalité créatrice » transmise au regardeur. Cf. Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, précédé d'une introduction à l'œuvre de Marcel Mauss par Claude Lévi-Strauss, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950), pp. 101-115.

⁷⁴⁴ Marcel Mauss, *op.cit.*, p. 102.

⁷⁴⁵ Maîtrisé, le *ki* est ce qui articule nombre d'arts martiaux japonais et chinois.

À Okinawa, lorsqu'un jour j'arrivais plus tôt que prévu à l'atelier de tissage pour y teindre de la soie, je fus invitée à rejoindre les tisserandes, assises en cercle sur le sol, les mains à quelques centimètres les unes des autres pour faire passer le *ki*, de l'une à l'autre, traversant chacune pour se « vitaliser » avant de reprendre le travail.

⁷⁴⁶ « [...] *yu*, écrit en japonais avec le caractère de *yo*, signifiant monde, génération. Il désigne les forces qui animent la nature, la fécondent et accordent des récoltes abondantes » : Patrick Beillevaire, « Le Sutsu Upunaka de Tarama Jima », *Bulletin de l'Ecole française d'Extrême-Orient*, tome 71, 1982, p. 226.

forces, ingurgiter à la fois et du même coup la fibre matérielle et ce qu'elle symbolise (souvenir du regard intrigué porté sur la teinturière qui remercie l'arbre avec humilité, pour l'écorce qu'elle vient de lui ponctionner). En même temps saisir un fragment du monde et son sens, et le faire sien. Comprendre ici que « quand l'homme observe, expérimente, classe et spécule, il n'est pas plus poussé par les superstitions arbitraires que par les caprices du hasard »⁷⁴⁷. Occasions propices au « bricolage » [dans le sens de (re)constituer une logique interne pour un ensemble de fragments éparses, « résultat contingent d'occasions qui se sont présentées [...] ensemble de relations »⁷⁴⁸, non pas pour y trouver les « traces » d'un évènement (qui en serait l'origine ultime)⁷⁴⁹, mais davantage dans une volonté de rendre compte d'actes de la *rencontre*, dans sa multiplicité, pour une « fictionnalisation » à son tour singulière] de la pensée en acte. Voire du « braconnage » fécond du regard lorsqu'il se veut acteur de la scène alentour, le « penser-classer » du plasticien anticipe l'*à venir* sans pouvoir programmer ni prévoir l'objet qui sera créé en définitive. Ce cheminement de la pensée prédispose et sous-tend une sorte de « logique de l'ambivalence » : la « pensée sauvage » est à la fois éprise des tumultes et des secousses du *hasard* et rebelle au changement, polarisée d'ordre et de fixité, éminemment classificatrice, médiatrice entre les errances et les topologies, unissant le symbole et la matière, elle chemine et procède, du même coup, à l'instauration de *relations*. Aussi est-il possible de redéfinir, au travers la considération d'une « pensée sauvage » (ombre sienne et féconde), la notion même de *structure*. Celle-ci n'est ni « totalité » fixe, ni centrée, elle est dynamique et se déploie à différents niveaux pour donner sens à des « surgissements ». Terme préféré ici à celui d'« évènement », lequel (défini par Claude Lévi-Strauss) engageant non seulement une acception à la fois mythique et historique, du point de vue d'une séparation, d'une sorte de « rupture originelle », mais aussi sous-tendant des valeurs de modèle, dont la figure du « héros », empêche de concentrer la réflexion ici engagée sur le caractère singulier et « hors champs » d'une instauration en arts, et particulièrement d'une ethno-poïétique. Surgissements qui eux-mêmes, en actualisant la *structure* (lors de la collecte pour la conception, de l'instauration et de la réception de l'œuvre), la transforment. En ce sens, la « pensée sauvage » entre en action lorsque la

⁷⁴⁷ Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage*, Paris, éditions Plon, collection « Pocket », 1962, p. 263.

⁷⁴⁸ Claude Lévi-Strauss, *op.cit.*, p. 31.

⁷⁴⁹ Il est ici question d'une différenciation d'intention avec celle de Claude Lévi-Strauss, dont la pensée structuraliste vise quant à elle à « trouver » dans le *mythe* [qui est selon lui fondé par la séparation, notamment celle dite « première » entre « nature » et « culture »] des traces et des fragments qui resteraient d'un « évènement primordial » (mytho-logique régie par une « loi de l'évènement »), non pas pour en trouver le sens cependant, mais pour « reconstituer » une « logique interne » qui serait sous-jacente. C'est cette procédure qu'il nomme « bricolage », voyant dans la *contingence* un évènement, indissociable d'une nécessité / d'une structure [rejoignant, puisque contredisant exactement, là encore Clément Rosset, dans son acception du *hasard* comme *contingence* liée à une « non-nécessité »]. Cf. Claude Lévi-Strauss, *op.cit.*, pp. 30-49.

*contingence*⁷⁵⁰ « surgit » : celle-ci l’attrape et s’en saisit, l’ingérant par une symbolisation sourde, opaque et non encore tout à fait définie (aussi, à ce stade, n’est-il pas encore tout à fait question d’identification, voire tout au plus des prémices d’un processus). Ainsi, là où la cueilleuse d’écorces, s’apprêtant à teindre, signifie son geste à la fois dans une nécessité (de coloration) et dans un échange (don et contre don, par la prière) avec la divinité arborescente, l’« enquêtrice-conceptrice » met, quant à elle, en relation des pratiques féminines singulières (tinctoriales et chamaniques) avec des végétaux (à la fois matériaux colorants et symboles).

De cette mise en relation, des classifications se mettent en place : un répertoire de « couleurs matières », signifiantes car liées à des usages répétés (observations sur le « terrain » et transmission de *traditions*), est constitué par l’« enquêtrice-conceptrice ». Une liste de végétaux et d’animaux (tinctoriaux et féconds en fibres) symbolisant alors, selon elle, la féminité dans sa relation au *mana* à Okinawa (et, par extension, au Japon), et, dans une nouvelle mise en relation (articulant *mémoire* et *imagination*), la féminité dans sa relation au *mana* en France, est édictée sous forme de tableau. Celui-ci permet d’observer les domaines de couleurs renvoyant soit à la « féminité Okinawaïenne », soit à la « féminité Française », en tant que couleurs végétales ou animales utilisées au travers l’histoire (le pastel et la garance du sud de la France « faisant *mythes* », renvoyant à un passé préindustriel) et fictionnalisant deux entités « sauvages ». Aussi le tableau [ci-après] met-il en forme la rencontre étrange entre la *mémoire* et l’*imagination* de l’« enquêtrice-conceptrice » au regard d’un « terrain » qu’elle identifie tour à tour à son propre peuple (usages et mythes faisant « expérience et mémoire communes ») et à ses propres *fictions* (aux souvenirs et anticipations mêlés, au fil d’une pensée paradigmatique). Au sujet de cette étrangeté, signifiant à la fois l’immersion et les prémices de l’appropriation, les matières colorantes et fibreuses seront donc parfois interchangées entre Okinawa et la France. Signifiant ainsi que l’« enquêtrice-conceptrice » valide ses *mémoires* de couleurs d’une contrée qui ne fut pas encore la sienne (une *France passée* dans laquelle elle n’était pas encore née, dont les teintes « patinées » – bains d’épuisement d’indigo, ébullition de la garance, compression des fibres, etc. – symbolisent le passage du temps) par des matériaux qu’elle trouvera sur place, à Okinawa, pour « faire monde » (soit, les « sculptures textiles » qui prendront place dans l’installation).

⁷⁵⁰ *Contingence* en tant que *rencontre imprévisible* : par exemple, la simultanéité d’une « trouvaille » (*a posteriori* nécessaire à la conception) avec le cheminement hasardeux, non prospectif.

Lieu	Fibres [gestes : opérations pré tinctoriales]	Matières colorantes pour teindre	Domaines de couleurs obtenus
France	Ramie (dite « herbe chinoise » au Japon) ⁷⁵¹ [tressée, nouée, compressée, etc.]	Ryûkyû Ai (indigo des Ryûkyûs) ⁷⁵²	Bleus pâles
France	Ramie [tressée, nouée, compressée, etc.]	Ryûkyû Ai + Fukugi (écorces pour le jaune) ⁷⁵³	Verts profonds
France	Camel hair (poils de chameau) [mèches étirées, distendues, pressées]	Ryûkyû Ai + Fukugi	Verts blêmes
France	Yômô (laine) [feutrée, peignée, compactée, étirée]	Akane (garance) ⁷⁵⁴	Rouge dense
France	Yômô [feutrée, peignée, compactée, étirée]	Akane	Orange
France	Kinu (soie) [coiffée, baignée, effilée]	Cochenille ⁷⁵⁵	Rose pâle
France	Camel hair (poils de chameau) [mèches étirées, distendues, pressées]	Ukon (curcuma) Yamamomo (prunier) ⁷⁵⁶	Jaunâtre Mordoré
Okinawa	Bashô fu (fibre de banane) [arrachée au tronc, coupée, effilée, bouillie, rincée, séchée]	Taramabana (ligules de carthame) ⁷⁵⁷	Rose givré, profond et légèrement jaune
Okinawa	Yômô [feutrée, peignée, compactée, étirée]	Akane	Orange
Okinawa	Ramie [effilée]	Katekyu (catechu) ⁷⁵⁸	Bruns chauds
Okinawa	Ramie [effilée]	Kebulacho (quebracho) ⁷⁵⁹	Bruns
Okinawa	Kinu [coiffée, baignée, effilée]	Suou ⁷⁶⁰	Orange dense et profond

Fig. 100 – Tableau : « Couleurs matières » identifiantes d'ethnos et fictionnalisation d'une mémoire

Autre étrangeté que la *rencontre* occasionne : les mots figurant dans le tableau [ci-dessus] sont en japonais, signifiant à la fois la pratique qui prend acte à Okinawa et l'identification

⁷⁵¹ Ramie : « ortie de Chine », *Boehmeria nivea* (L.) Gaudich. var. *tenacissima* (Roxb.) Miq.

⁷⁵² Le *Ryûkyû Ai* 琉球藍 (*Strobilanthes cusia* O. Kuntze ; ou, *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine) est la plante à indigo cultivé sur l'île d'Okinawa : il sera utilisé pour l'instauration à la place du pastel (*Isatis tinctoria*).

⁷⁵³ *Fukugi* (*Garcinia subelliptica* ou *Garcinia Spicata*, Hook) est le bois utilisé pour le jaune à Okinawa, il sera utilisé à la place de la gaude (*Reseda Luteola* L.), dont on utilise les feuilles.

⁷⁵⁴ *Rubia akane* 茹蕪 (*Rubia cordifolia*) est la « garance japonaise », elle sera utilisée à la place de la « garance des teinturiers » (*Rubia tinctorium* L.).

⁷⁵⁵ La cochenille (petit puceron notamment présent sur le cactus nopal au Mexique) est utilisée (importé d'Amérique du Sud) dans nombre de pays pour la teinture, au Japon on le nomme コチニール [kochiniiru], emprunté à son nom local.

⁷⁵⁶ *Yamamomo* (*Myrica rubra*) : décoction d'écorces de prunier conditionnée sous forme liquide. Recettes et échantillons présentés dans la première partie de cette thèse, chapitre II.1. b-, pp. 128-129.

⁷⁵⁷ *Taramabana* (« carthame » en okinawaïen ; *carthamus tinctorius* L.) cultivée sur l'île de Tarama et utilisée pour teindre une des pièces de la tenue des danseuses traditionnelles okinawaïennes : processus tinctorial à froid, cf. la première partie de cette thèse, chapitre II.1. e-, pp. 153-163.

⁷⁵⁸ カテキキユ [katékyu] ou ガンピール [ganbiiru] : « acacia à cachou » (*Acacia catechu*), plante riche en tannins et flavonoïdes, de la famille du « gambier » (*Uncaria gambir*), contenant aussi de la catéchine.

⁷⁵⁹ ケブラチヨエキス [kepulacho ekisu] : bois tannique mexicain, « quebracho blanc » (*Aspidosperma quebracho-blanco*).

⁷⁶⁰ Suou : *Caesalpinia sappan*, dont les écorces sont utilisées pour la teinture. Recette présentée dans la première partie de cette thèse, chapitre I.b-, pp. 130-132.

opératoire (les matériaux sont identifiés en japonais), pour un métissage en construction. Par ses rencontres, et au fil de son parcours, l'« enquêtrice-conceptrice » met en relation des « pratiques-usages » identifiés okinawaïennes et françaises : elle collecte des croyances locales, des rites du quotidien, en questionnant les femmes. Elle fait des allers-retours entre les mythologies de sa *mémoire* et celles dont elle fait la « découverte » sur les îles visitées, elle fait des ponts par l'*imagination* entre chaque lieu qui éveille en elle l'inspiration – autre souffle d'identification. Voici [ci-dessous] un tableau mettant en relation ces « pratiques-usages » féminines, dans une articulation opératoire entre *mémoire* et *imagination*, utiles à la conception :

Pratiques-usages	Occurrence plastique	Okinawa « découverte »	France « lieu image » / mythe
Rituel occulte de rassemblement pour les pratiques oraculaires	Cercle ⁷⁶¹	Utaki Bosquet circulaire aux abords de la plage de Kudaka où se retrouvent les <i>kaminchu</i> [photo]	<i>Telos</i> (cercle) « les Anciens sont assis sur des pierres polies, en un cercle sacré » ⁷⁶² [cercles de pierre des sorcières]
Rituel féminin pour la protection de la famille	Nœud	Algue <i>konbu</i> La mère de famille noue le lambeau d'algue avant de le plonger dans la soupe [dessin et geste]	[nœud dans les cheveux]
Le destin : lien jeté sur les hommes ⁷⁶³	Corde filée	<i>Tsuna hiki</i> ⁷⁶⁴ La corde de la force, chacun en rapporte chez soi pour se protéger [collecte du matériau : talisman]	<i>Peirar</i> (corde ou lien) « Donne-nous, ô ceinture, pensée, sagesse. Toi que les anciens prophètes attachaient à ce qu'ils faisaient être, enlace-moi pour allonger ma vie, ô ceinture » ⁷⁶⁵
Prière et magie : ôter les liens ⁷⁶⁶	Corde tressée	追い出す <i>oidasu</i> ⁷⁶⁷ La corde tressée, bouts de paille, qui balaye les mauvais esprits du corps,	<i>Atè</i> (pêché, folie) « Détache-le pêché de moi comme une corde, détache le mal de moi

⁷⁶¹ « Le bandeau ou le cercle, symbolisant [à la fois] la complétude et la continuité, représentait la fortune dans sa forme achevée. » : « impliquent pour *telos* le processus complet, non pas simplement la "fin" ». Richard Broxton Onians, *Les origines de la pensée européenne, Sur le corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin*, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 525.

⁷⁶² Richard Broxton Onians, *op.cit.*, p. 524.

⁷⁶³ *Ibid.*, p. 387.

⁷⁶⁴ *Tsuna hiki* : « tir à la corde », lié aux rites chamaniques, prières offertes pour favoriser les récoltes à venir, devenu fête nationale aussi bien au Japon qu'à Okinawa, ayant cours à la mi octobre. Le but de cette compétition est donc de prédire la prospérité de la récolte : rite qui consiste à tirer une corde gigantesque de part et d'autre (deux « équipes »), à la fin, chacun repart chez lui avec un bout de corde « porte bonheur » お守り *omamori*.

⁷⁶⁵ *Atharva Veda* (VI, 133) : Richard Broxton Onians, *op.cit.*, p.426.

⁷⁶⁶ Richard Broxton Onians, *op.cit.*, p.425.

⁷⁶⁷ 追い出す *oidasu* : « mettre dehors, à la porte » / « expulser » / « déloger » / « renvoyer » / « chasser ».

		chassés par la chamane [geste et matériau]	comme la corde qui tient le veau captif » ⁷⁶⁸
Hybridation de sibylles : techniques oraculaires et végétaux	Femme-arbre	<i>Noro</i> Une jeune prêtresse de l'île de Kudaka se pend à un <i>gajumaru</i> de désespoir, son fiancé le prince du royaume des Ryûkyû s'est noyé en mer [photo et paroles]	<i>Daphné</i> Elle se transforme en laurier pour échapper à l'amour. Elle est prophétesse à Delphes, ayant le pouvoir d'entendre la voix des arbres. [dessin et texte]
	Figures mythiques utilisées à des fins symboliques pour ouvrir le dialogue [dessins et textes]		<i>Morphéus</i> Divinité des rêves prophétiques et, par extension, figure du sommeil. [symbolise la disparition des sorcières, et par extension, du paganisme : ensommeillés] <i>Orphéus</i> ⁷⁶⁹ Savoir oraculaire, polythéisme et dialogue avec la faune et la flore.

Fig. 101 – Tableau : Plasticité des « pratiques-usages » mises en relation

Les chemins de traverse engagés sur le « terrain » conduisent à comprendre les *identités* en tant que nœuds, *rencontres* qui « font sens » mais qui ne peuvent se définir hors des parcours qui ont mené aux lieux : tracer les contours de profils okinawaïens et français, au travers de « pratiques-usages », nécessite sans cesse de contextualiser les « trouvailles » qui conduisent à l'*invention*. En ce sens, concevoir correspond à faire des croisements : interdisciplinaire, la pratique de conception ne peut s'instaurer sans poser la question féconde des *relations*, des passages, mais aussi des écarts, de l'opacité des cheminements, soit, des « ponts » et des « puits », comme les nomment Michel Serres. Des dynamiques et des lieux construisent pas à pas la trame fructueuse qui sous-tend l'instauration. Et ce qui « fait sens » pour l'« enquêtrice-conceptrice » est en partie influé par une « connaissance commune », mais pas seulement : étrangeté de ce qui est « découvert », intrigue et à la fois sensation que ce qui est « trouvé » est déjà intime, entremêlement singulier et vitalité de ce que la *fictionnalisation* génère de

⁷⁶⁸ *Rig Veda* (II, 28, 5) : *Ibid.*

⁷⁶⁹ Orphée : « En Grèce ancienne, Orphée agit comme un passeur exercé entre les récits de la mythologie et les allées et venues constantes des dieux qui l'habitent. Son premier paysage, et ce livre aimerait en reconnaître deux ou trois sites, c'est le haut et profond massif de la mythologie, où font sillage les puissances divines qui s'entrecroisent, s'agentent et s'entrelacent comme il arrive dans les sociétés dites "polythéistes", où les dieux sont toujours au pluriel. » Cf. Marcel Détiéne, *Les dieux d'Orphée*, Paris, Gallimard, « folio histoire », 2007, (1989), p. 17.

multiplicité. Les « explorations de possibles, créatrices d'altérité »⁷⁷⁰, renversent l'idée même de *concept* (figé et univoque) pour conduire à la fragile élaboration de « lieux » : erreurs, écarts, voire égarements de l'« enquêtrice-conceptrice » en train de créer. Traversant les temps, pointant en sa *mémoire* des traces d'une *imagination* structurée par des *mythologies*, celle-ci procède au montage original entre des parcelles de « terrains » éparses, alors « infidèle » et se donnant par ce faire « les conditions de comprendre ce qu'il y a d'étrange »⁷⁷¹ en elle-même.

En ce sens, définir des « lieux » ne signifie pas identifier des *invariants*, mais plutôt tenter (et c'est là que le jeu est complexe) à la fois de construire une structure dynamique (installation réalisée), grâce à l'apport de champs symboliques (référentiels) traversants, et de « faire monde », comprenant ses transformations et ses opacités. L'intention de l'« enquêtrice-conceptrice » est alors de coller, voire de nouer des fragments : son parcours « franchit des accidents spatiaux [et temporels], bifurcations, catastrophes et boucles. [Son discours] est identiquement ce parcours. Il pose des chi sur des fractures, des carrefours entre des variétés qui ne sont pas à bord commun. Ce qui suppose qu'avant lui, c'est-à-dire avant le discours, il existait une multiplicité d'espaces sans rapport, le chaos. »⁷⁷² Ce dont il est alors question c'est à la fois de tracer les sinuosités d'un « parcours en train » et de modeler la « matière », elle-même faite d'accidents et de savoir-faire.

Le *kairos* renvoie au cours du monde, au hasard, au déroulement imprévisible des choses, mais aussi à un savoir antérieur. Le *kairos* n'est rien sans le savoir qui permet de le reconnaître ; il n'est qu'événement parmi d'autres pour celui qui ne sait pas. Mais, pour celui qui sait, il est ce qui lui révèle son propre savoir, par le choc de la réalité qui se révèle comme signifiante.⁷⁷³

Pourtant dans les processus d'identification n'y a-t-il pas que de la reconnaissance, au sens d'un savoir qui permettrait de [préparerait l'« enquêtrice-conceptrice » à] « trouver » dans le « réel » un acte ou un objet signifiant, il y a aussi du *hasard*, voire du « non-sens » justement : opacité, trouble de ce qui ne fait écho en soi qu'aux tréfonds, pour surgir plus tard comme signifiant, soit mis en relation avec d'autres objets, *identifié à autre chose*. La part instinctive

⁷⁷⁰ François Laplantine, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L'anthropologie au coin de la rue », 2005, p. 214.

⁷⁷¹ *Ibid.*, p. 215.

⁷⁷² Michel Serres, « Discours et parcours », (in) Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 34.

⁷⁷³ Jackie Pigeaud, *Louis Guillermit, lecteur de Platon*, [article mis en ligne], url: http://www.lyber-eclat.net/lyber/guillermit/lecteur_platon.html

et « sauvage » est à cet endroit précis du parcours, le « puits » du savoir, là où rien ne se voit d'ailleurs, amenant la pensée à traverser les contours, les parois solides qui contenait jusqu'alors ses « idées », localités éparses et fécondes non encore mises en relation. Et c'est alors le tissage du discours qui se fait : « Si tu parles à propos, si de beaucoup de choses tu tires les fils (*peirata suntanusais*) d'un seul coup, tu encourras moins de reproche de la part des hommes. »⁷⁷⁴ Mais c'est un discours qui comprend la « faille », la « brèche » comme passage ou césure à pointer : viser juste l'« ouverture » c'est saisir l'« occasion » d'échapper au destin, à ce qui est programmé, aux *Moirai* qui de leurs doigts tissent les fils des vies en cours (lieu obscure des croyances vaines conduisant aux simulacres de la transparence de penser). Du coup, parler (convoquer pour « faire sens ») de *kairos* c'est nier le *hasard* dans son sens plein, c'est réduire ce dernier à l'espace en creux d'entre les fils et oublier l'envers opaque de la « pensée en acte » : car « une telle ouverture est limitée »⁷⁷⁵ et fait écho à « l'art de lancer le fil de trame à travers la chaîne. »⁷⁷⁶ En ce sens, l'intention de viser le « point ouvert à la pénétration »⁷⁷⁷ ou le « passage à travers » des parois solides, sous-tend à la fois l'acceptation d'invariants figés (*identités*) et l'impossibilité qu'une *rencontre* « hors programme » puisse se faire : le *kairos* est une « cible »⁷⁷⁸ qui nécessite (si l'on souhaite pouvoir la viser dans une « juste mesure »⁷⁷⁹) de se préparer à la voir et à l'atteindre. Or l'*instauration*, au sens des parcours qui conduisent à la construction (à la fois) d'une pensée et d'une installation, comme *nous* l'avons vu précédemment, nécessite de s'égarer, voire d'errer : or, quel archer (entraîné et visant le *kairos*) peut-il se permettre d'errer lorsqu'il part en chasse du gibier ?

Autrement dit, l'« enquêtrice-conceptrice » dont il est question ici est davantage prise aux mors du *logos*, lorsque celui-ci lui fait l'injonction de tisser son discours au regard d'une instauration singulière et vive, dont l'immersion (en l'*autre* « terrain ») et l'intention première (d'aller à la *rencontre*) n'ont pas été sans exiger de laisser quelques dépouilles derrière elle. Celle-ci ne s'était alors point préparée (dans le sens ici de programmer) à « viser juste » ni non plus à « trouver » de dicible brèche ou *altérité*, l'objectif était tout autre : partir à la « découverte » de pratiques singulières (collectes, enquêtes, apprentissages) et transformer du

⁷⁷⁴ Richard Broxton Onians, *Les origines de la pensée européenne*, Sur le corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 409.

⁷⁷⁵ *Ibid.*, p. 407.

⁷⁷⁶ *Ibid.*, p. 408.

⁷⁷⁷ *Ibid.*, p. 407.

⁷⁷⁸ C'est quand elle frappe au *kairos* (à la suture de la tempe par exemple) qu'une flèche est fatale : cf. *Ibid.*, p. 406.

⁷⁷⁹ *Ibid.*, pp. 405-406.

même coup sa manière de faire (immersion, expérimentation) et de concevoir. Concevoir sous-tendant alors l'acte (et l'exercice) de *comprendre* (formé de *cum* « avec » et de *prehendere* « saisir »), au sens le plus large de ce qu'il signifie : « embrasser dans un ensemble – contenir en soi – appréhender par la connaissance – traduire – apprendre – sentir – avoir une connaissance intuitive – entendre – faire correspondre »⁷⁸⁰. Aussi *concevoir* concorde-t-il à « travailler sur les articulations entre "savoirs", sur les croisements des logiques ; [...] de matériaux, de textures, de techniques, bref du matériel et de l'immatériel, [...] du travail et des dispositifs qui ne se nourrissent plus d'une fiction d'une totalité écrasante. »⁷⁸¹ En ce sens, le concepteur rejoint le tisserand, « ouvrier qui démêle, entrelace, tord, assemble, passe dessus, dessous et renoue, le rationnel, l'irrationnel, savoir le dicible et l'indicible, la communication et l'incommunicable. »⁷⁸² Les deux construisent un espace, « font monde », topologie et nœuds créant. En ce sens, il est ardu de définir où et quand commence la conception. Certes l'*intention* de concevoir lorsqu'elle est énoncée détermine un premier pas, mais au-delà et en travers, la pensée elle ne peut cesser de cheminer en arrière et en avant des lieux visités, pour « faire sens » à présent au sein d'un territoire aux frontières mouvantes jusqu'à sa réalisation. Et qu'en est-il alors ? L'ethno-poïétique ne saurait ignorer la transformation continue au gré des parcours à venir et traversants l'œuvre ainsi conçue. Alors, prononcer un début et une fin renverrait à s'attacher d'avantage aux événements, aux « moments clefs » lumineux et fiers, aux dépends des ratages, des aller-retour, des croquis et prises de notes fébriles, des attentes silencieuses, voire des fragments de rêves qui participent, eux aussi, à l'acte de concevoir.

Aussi l'« enquêtrice-conceptrice » fait-elle le lien entre la chamane et la teinturière, entre la prophétesse et la tisseuse. Secousses et accidents des premières, répétition des gestes et méditations silencieuses des secondes. Ces femmes actent de tous leurs membres pour faire le lien entre les mondes, jouant avec la matière, « force-milieu » féconde et vive, ou reliant les morts aux vivants. Mémoires en acte, elles provoquent les surgissements et revitalisent l'*imagination* de celle qui les rencontre. Cette dernière va donc s'apprêter à composer avec des recettes et des *traditions*, des secrets de femmes, des techniques ancestrales, transmises précieusement. La cuve, le feu, l'eau qui bout, les couleurs difficilement maîtrisables, le

⁷⁸⁰ Fragments ponctionnés dans l'ensemble des définitions données à « comprendre » (*in*) *Dictionnaire le Petit Robert*, Paris, éditions Dictionnaires Le Robert, 2001.

⁷⁸¹ Yannis Tsiomis, « Le style c'est la démarche », (*in*) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 42.

⁷⁸² Michel Serres, « Discours et parcours », (*in*) Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 38.

temps qui altère les teintes, la volonté de jouer avec ces *altérités*, de dompter l'aléatoire, comme le temps lui-même ; catastrophes imprédictibles que l'instinct de la prêtresse soupçonne mais ne peut empêcher, juste préparer leur venue.

À partir de rencontres faites avec des techniques et des gestes créateurs, il est alors question d'investir à la fois des connaissances et des expériences pour construire une structure propice au surgissement. Offrir au regard un « terrain » fabriqué de processus d'identifications : béances et souvenirs, articulation entre la *mémoire* et l'*imagination*, phases de reconnaissances et de surgissements. Trouver, concevoir la mise en espace propice à la « découverte » et, en même temps, rendre visible le parcours instaurateur de l'« enquêtrice-conceptrice », fait de *hasards* et d'*inventions*, de « trouvailles » et de *fictions*.

II.2 Appropriations et transformations : matérialisation d'hybrides et mise en espace pour « faire monde » de traces et de fictions

À présent se pose la question de l'appropriation : impulsion motrice primordiale, elle permet la transformation des objets (savoir-faire, techniques, matériaux, paroles, etc.) avec lesquelles l'« enquêtrice-conceptrice » est entrée en relation. Celle-ci à la fois s'en saisie, s'en trouvant en quelque sorte possédée, et entre en dynamique d'action avec l'intention d'en construire un « monde ». Après avoir identifié des « couleurs matières » identificatrices *d'ethnos* [fig. 100] et dégagé la plasticité de « pratiques-usages » mises en relation [« occurrences plastiques » figurant dans le second tableau présenté précédemment (fig. 101)], celle-ci s'apprête à les transmettre en les « mettant en scène », pour que les symbolisations localisées surgissent (à nouveau, pour le regardeur). Il n'est donc pas ici question de récit mais davantage de « mise en acte », l'installation étant conçue pour que les parcours se fassent, de « lieu » en « lieu » mais aussi « en travers », l'ensemble étant circulaire, sans direction imposée.

Matérialiser des « lieux » et construire un ensemble, invoquant en quelques points la « connaissance commune » des « spectateurs », « une connaissance particulière qui use d'anciens savoir-faire et en annonce de nouveaux. »⁷⁸³ Ces « lieux » sont alors à la fois des clefs de réception (ouverture au dialogue, à l'échange) et des indices du parcours effectué par l'« enquêtrice-conceptrice », des traces mémorielles et des « fictionnalisations » étranges signifiant l'appropriation des « trouvailles ». En ce sens, l'objectif de cette conception est d'ouvrir le champ des possibles pour le regardeur, de lui permettre à son tour d'entrer en relation avec le « terrain » rencontré singulièrement. Les collectes effectuées en amont sont ainsi « mises en scène » : hybridation des matériaux symbolisants et de l'*imagination* de la plasticienne, gestes faisant, mêlés d'instinct. Topologies constituées, l'ambition est de permettre aux regardeurs de parcourir l'installation à leur convenance, en fonction d'un *hasard*, d'un désir, d'une envie. « Pas de linéarité dans le parcours, pas de durées préétablies ; seules des sollicitations diverses encouragent le spectateur à jouir de sa contemplation nomade, l'appellent à éprouver et à s'éprouver. »⁷⁸⁴

⁷⁸³ Yannis Tsiomis, « Le style c'est la démarche », (in) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 30.

⁷⁸⁴ Roland Huesca, « Images : est-ce toujours de la danse ? », (in) Jean-Marc Lachaud et Olivier Lussac, (collectif sous la direction de), *Arts et nouvelles technologies*, Paris, L'Harmattan, « ouverture philosophique », 2007, p. 179.

Des localisations donc, des « lieux » sont construits, et avec eux des cheminements, traces aléatoires du « parcours en train ».



Fig. 102 – Parcours : installation *Kami no Ki*, Urasoe Art Museum, Okinawa, Japon, Juin 2006.

La *traduction* des « découvertes » et d'appropriations, de techniques notamment, structure un monde singulier, fait de reports, de translations et de transpositions. Variété de lignes concordantes, interrompues, subites et aléatoires, concourantes en des points de *rencontre*, lieux à l'arrêt ou creux, vides, espaces à remplir ou à laisser choir. Dispositif qui investit des symbolisations hybrides, expériences du *divers* organisées, matérialisées, voire éparpillées : mise en espace par les circulations (errance, jeu, course, marche, etc.) et les « lieux » (identification, reconnaissance, « découverte », contemplation, rêverie, etc.). Ces « lieux » sont alors de différents types : un diaporama reconstitue le cheminement de l'« enquêtrice-conceptrice » ; quatre « totems » présentent des objets (talismans, « couleurs matières ») surplombés chacun d'une photographie en couleurs (portraits), matérialisent des « occurrences plastiques » ; trois photographies en noir et blanc (paysages) mettent en scène les formations circulaires destinées aux pratiques oraculaires (deux *utaki* et un cercle de plumes, « découvertes » propres au parcours de la plasticienne) ; un cercle de pierres ramassées sur l'île et de petits cailloux blancs tracent des motifs aléatoires ; et deux

« sculptures textiles » exemplifient les féminités végétales, hybrides modelés par les fibres et les colorants répertoriés en amont [cf. fig. 100 – tableau : « couleurs matières » identifiatrices d'*ethnos* et fictionnalisation d'une mémoire]. Le fil directeur à la conception renvoie à la parole donnée par Nao Uehara, dans son atelier de teinture, immergeant la soie dans l'eau avec des gestes doux, aériens, elle précise (comme une recommandation) : « laver la soie comme on se lave les cheveux ». Cheveux que la plasticienne coupera pendant son séjour en prenant bien soin de les conserver, pour les nouer, les tresser, leur donner forme.



Fig. 103 – Totems : *omamori*

La première photographie met en scène une jeune japonaise devant un *gajumaru*, elle prédispose le regardeur à saisir la mise en relation entre le cheveu et la fibre singulière de l'arbre tropical (photographie de droite) et renvoie au mythe de la jeune *noru* qui s'y est donnée la mort. Cheveux et fibres noués, emmêlés, tressés, « tortionnés », puis nommés en japonais du nom du pouvoir symbolique que chaque « talisman » [*omamori*] convoque : relation [*kankei*], entrevue [*menkai*], larme [*namida*], nid [*sookutsu*], cocon [*mayu*], pour ceux faits de cheveux et de soie sauvage restant du cocon défilé⁷⁸⁵ ; force [*chikara*], courage [*genki*], protéger [*mamoru*], chasser [*oidasu*], pour ceux faits de la corde ramenée du rite *Tsuna hiki*.

⁷⁸⁵ Les talismans ainsi conçus reposent sur des coupons de papier fabriqués à partir de fibres de coton et de cheveux.



Fig. 104 – Talismans : relation [kankei], entrevue [menkai]

Les tresses renvoient à la fois aux pratiques vodous et aux sculptures capillaires des femmes d’Afrique noire, « telle est encore le sens même du mot tresse dont la configuration dialectique implique le dépassement de deux données différentes par l’assimilation d’une troisième. »⁷⁸⁶ L’« enquêtrice-conceptrice » française *rencontre* des « pratiques-usages » okinawaïennes et pense à l’Afrique⁷⁸⁷ ; instinctive, elle noue ce croisement par le « faire ». Cordes tordues, nouées : *mémoires* du rite, fossiles ; instaurer et devenir du même coup l’« ethnologue de sa propre vie ou, ce qui revient au même, de celle de personnes inconnues »⁷⁸⁸. Traces de l’évènement vécu, résurgence de sa force. Le geste instaure et en même temps accompagne le matériau, lui laissant parfois « la possibilité de s’auto former »⁷⁸⁹. Les « sculptures textiles » sont ainsi structurées : par une armature souple (fin alliage de fer) moulée sur le corps de la plasticienne, puis nouée, serrée, pressée, ondulée. La teinture des fibres qui les habitent convoque à la fois des recettes artisanales, *traditionnelles*⁷⁹⁰, et le jeu du *hasard* des gestes (tressant, nouant, compactant – avant teinture) et des altérations dans la cuve : « couleurs d’accidents », morsures ; intentionnalités mêlées de la plasticienne et du matériau lui-même. Les fils désolidarisés ou emmêlés sont alors enchevêtrés, cousus, tressés, noués, passés par-dessus et par-dessous les trouées offertes par l’armature métallique. Encore une fois le geste trace, en même temps qu’il instaure et donne forme, la *mémoire* du « faire en train », poïétique rendue visible, matérialisée. Les œuvres instaurées renvoient directement aux *Abakans* de Magdalena Abakanowicz ou encore au travail de Christian Jaccard :

empreintes [...] réplique fossilisée des formes issues de ces exercices où tresser, serrer, lacer consiste bel et bien à greffer des formes entre elles mais aussi à introduire « une dualité du souple qui va bien au-delà d’un symbolisme sexuel facile où vont trouver à s’évoquer encore le fossile, la coquille, l’être moitié-pierre, moitié-chair »⁷⁹¹. [...] les catégories du mou et du désarticulé ne trouveront cette consistance nouvelle, celle du coton, du chanvre, du lin noués, torsadés, pliés et serrés qui les transforme en figures éventuellement identifiables.⁷⁹²

⁷⁸⁶ Maurice Fréchuret, *Le mou et ses formes*, Paris, École nationale supérieure des Beaux-arts, 1993, p. 223.

⁷⁸⁷ Cette mise en relation entre le Japon et l’Afrique ne se fera cependant pas que dans l’*imagination* de l’« enquêtrice-conceptrice » sur le sol okinawaïen, celle-ci « trouvera » au Mali, deux années plus tard, des « résonances » japonaises dans certains mots, gestes et *habitus*... Réminiscences à nouveau fécondes qui tendent à poindre une nouvelle instauration en marche.

⁷⁸⁸ Maurice Fréchuret, *op.cit.*, p. 215.

⁷⁸⁹ *Ibid.*, p. 211.

⁷⁹⁰ Pour la liste des fibres et des colorants utilisés pour chacune des « sculptures textiles » [féminité française et féminité okinawaïenne, dans leur relation au *mana* : « *French witch* » et « *Gajumaru spirit* »], cf. le tableau présenté précédemment, fig. 100.

⁷⁹¹ Yves Michaud, « Le seul triomphe du rite est de suspendre un moment la dégradation », (in) *Christian Jaccard, le roman des nœuds*, (catalogue d’exposition), Paris et la Maison de la Culture de La Rochelle, La Différence, collection « L’Etat des lieux », 1987, p. 17.

⁷⁹² Maurice Fréchuret, *op.cit.*, pp. 215-219.



Fig. 105 – Nouer, tresser, entremêler : détail de *French witch* (fibres et colorants végétaux et animaux)

Teindre la matière à sculpter et conjoindre le travail de l'artisan à celui de l'artiste, va-et-vient entre savoir-faire et expérimentation, échanges de gestes, emprunts de techniques pour « faire monde » et saisir le *hasard*, le convoquer comme « paramètre-acteur » de l'instauration artistique. Formulation chaotique qui ne renvoie, une fois autonome, plus à rien d'autre qu'à elle-même. Trouées entre les mailles comme des failles par lesquelles quelque chose peut « surgir » (le *kairos* encore, si l'on y est « préparé », ou bien l'évènement opaque⁷⁹³, qui pointe le cœur sans qu'on puisse le nommer), nées non plus par le tissage répétitif de la navette entre les fils de chaîne et de trame (prospectif), mais par des allers-retours instinctifs entre des gestes divers et impulsifs (temps qui se fait et se défait). Phases de répétitions interrompues par des accidents : nouer, tresser, entrelacer, tirer, ... Le « faire en train » dépasse l'intention, ou plutôt la prend « en travers », le temps est suspendu, le corps est en mouvement, convoque l'instinct. La « mise en jeu » rejoint le rituel en acte (qui est signifiant de manière intrinsèque) : « le rituel fait sens car il est d'emblée vécu comme une création ou l'exécution d'un faire et qu'à chaque fois, un autre épisode semble lui conférer un caractère inaugural et inédit. »⁷⁹⁴ En ce sens, l'instauration artistique à la fois complète et renvoie directement aux expériences du « terrain » :

[...] l'expérience du terrain comporte nécessairement des événements (car c'est "un lieu temporel où s'engagent les découvertes, les déceptions, les dialogues avortés ou encore les réussites involontaires"⁷⁹⁵) ; la compréhension de cette culture représente elle-même une histoire ; enfin l'anthropologie, comme science, a ses propres événements et sa propre histoire. Bref, "c'est le croisement entre ces cultures, ces événements en gestation et la rencontre avec l'ethnologue que nous appellerons un *monde*"⁷⁹⁶, un monde dans lequel se superposent des faits appartenant à deux cultures et les deux discours de compréhension de ces faits, celui de la culture sur elle-même, celui de l'ethnologue sur celle-ci. Ici (en ethnologie) comme ailleurs (par exemple quand il s'agit de l'analyse du rêve, ou de la compréhension des textes littéraires), l'interprétation représente la constitution d'un sens par l'élaboration d'un autre sens, c'est-à-dire la relation créatrice et problématique qui articule entre elles deux opérations actoriales.⁷⁹⁷

⁷⁹³ « En somme, en termes de méthode ethnologique, et paradoxalement, les événements sont " des données qui ne seraient pas encore prêtes " [Francis Affergan, *op.cit.*, p. 130], mais à constituer : des faits opaques et qui justement ne se *donnent* pas. » Cf. Pierre Campion, « La notion de fiction dans l'anthropologie, Francis Affergan et la question de l'évènement », (*in*) *Frontières de la fiction*, Paris, Fabula, janvier juin 2000, [actes du colloque mis en ligne], url : <http://www.fabula.org/forum/colloque99/PDF/Campion.pdf>, p.2.

⁷⁹⁴ Francis Affergan, *La Pluralité des mondes, Vers une autre anthropologie*, 1997, Paris, Albin Michel, p. 131.

⁷⁹⁵ Francis Affergan, *op.cit.*, p. 138.

⁷⁹⁶ *Ibid.*, p. 130.

⁷⁹⁷ Pierre Campion, *op.cit.*, pp. 2-3.

Croisements, rencontres, l'appropriation s'établit à bien des niveaux et le « monde » que constitue l'installation devient à son tour autonome, propice à de nouvelles mises en relation. Les objets et les « pratiques-usages » collectés (identifiés) sur le « terrain » habitent la plasticienne qui construit à son tour les « lieux », hybrides, acteurs d'un nouveau territoire qui fait sens, symbolise, à nouveau pour ceux qui le pénètrent. « Ce qui est en jeu ici, c'est la façon dont les objets qui nous entourent viennent habiter en nous et se muer en signes, pour former sous la conscience un réseau énergétique mystérieux, mobilisable à tout instant et qu'aucune instance volontaire ne parvient à éliminer totalement. »⁷⁹⁸ Il y a des résistances et des processus d'identification et d'appropriation dans tout regard. Les traces articulant la *mémoire* et l'*imagination* de l'« enquêtrice-conceptrice » deviennent à leur tour objets signifiants, surgissements ou errances contemplatives, pour celui qui les rencontre.

⁷⁹⁸ Jean-Christophe Bailly, *L'instant et son ombre*, Paris, éditions du seuil, « Fiction & Cie », 2008, p. 85.

II.3 Mémoires et imaginations en partage : l'installation comme nouveau territoire propice aux hasards

La terre est mesurée, géométrie, par la juste mesure du Roi. La multiplicité, le troupeau dangereux des morphologies chaotiques est assujéti. D'où les grands retours du XIXe siècle. Sous l'unicité apparente de l'espace euclidien, la mathématique retrouve, dans son reflux aux origines, la multiplicité grouillante d'espaces divers et originaux. Et la topologie émerge comme sens. On n'en a plus fini, et on n'en finira plus avec les espaces. Or, au même moment, dans la vieille Europe endormie sous la raison et la mesure, la mythologie reparait, en tant que discours authentique. Voici que s'éclaire la gémellité de ces retrouvailles.⁷⁹⁹

Le territoire de l'installation articule des « lieux » frontaux, mettant en scène les « couleurs matières » signifiantes d'*ethnos* (totems), et des « lieux » chaotiques (au plus près des « sculptures textiles »), sous-tendant une multiplicité de variétés spatiales possibles. Le « monde » ainsi instauré donne une nouvelle forme au carnet de voyage de l'« enquêtrice-conceptrice » : il retrace ses parcours, propices aux « découvertes » (trouvailles accidentelles ou enseignées) appropriées et mises en relation. Les dynamiques d'identification et d'appropriation matérialisées par l'installation construisent un espace propice aux circulations. La disposition des objets permet d'en structurer les « pôles » : ils sont des repères matériels, traçant virtuellement à la fois les parcours possibles et les limites du territoire. L'installation est alors à la fois *lieu de l'intime* et *espace public*, elle configure une aventure de l'« habiter », engendrant des « pratiques-usages » à venir. Temps en suspend et à vivre, le « monde » offert aux parcours est propice à des processus d'identification à venir parce qu'il « maintient ouvertes les dimensions de sa temporalité »⁸⁰⁰. Collecte d'artefacts et instaurations plastiques jouant avec le *hasard*, les lieux sont stratifiés et convoquent l'imprévu pour le regardeur encore, le territoire de l'œuvre devient son « lieu » pour un court instant ou pour un temps plus long, provoquant parfois la contemplation introspective. Les « sculpture textiles », parce qu'elles sont nœuds, fibres grouillantes et creux, sont en quelque sorte inachevées, laissant aux regards la place à l'*imagination*, voire à l'appropriation.

⁷⁹⁹ Michel Serres, « Discours et parcours », (in) Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 39.

⁸⁰⁰ Perla Serfaty-Garzon, « L'Appropriation », (in) Marion Segaud, Jacques Brun, Jean-Claude Driant (sous la direction de), *Dictionnaire critique de l'habitat et du logement*, Paris, éditions Armand Colin, 2003, p. 30.



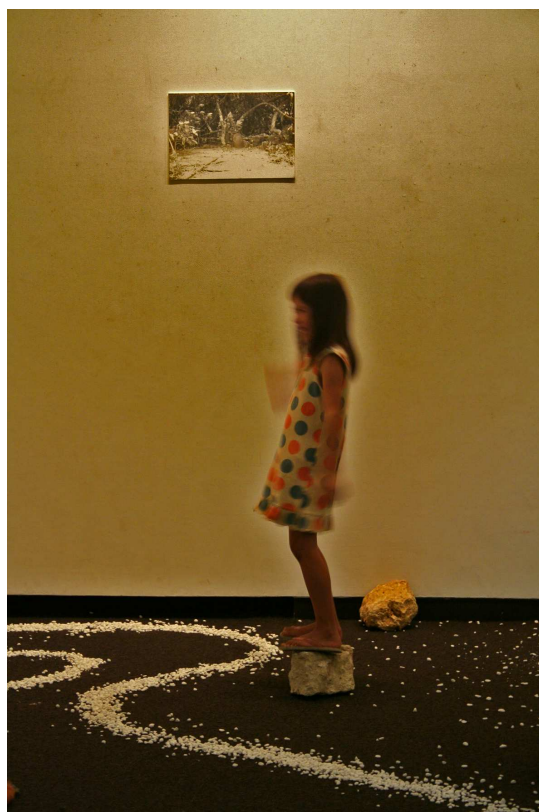
Fig. 106 – Échanges: sculpture textile *French witch*, Urasoe Art Museum, Okinawa, Japon, Juin 2006.



Fig. 107 – Échanges : sculpture textile *Gajumaru spirit*, Urasoe Art Museum, Okinawa, Juin 2006.

Des contemplations intimes se mêlent aux aveux de réception⁸⁰¹ : silences et *paroles* (matières premières et créations). Une jeune femme, après avoir cheminé et regardé longuement le diaporama (photographies prises d'*utaki*, de forêts, de ciels, d'arbres, ...), me confie avoir trouvé dans l'exposition une quiétude qui lui a permis, enfin, de penser sereinement à son père, mort quelques mois plus tôt. *Non pas une seule faille ou fissure, mais une suite indéfinie – la série – de crevasses, quelque chose qui s'ouvre et ne s'ouvre pas ou qui s'ouvre, toujours déjà refermé, et non pas la béance de l'abîme où il n'y aurait plus qu'à glisser dans l'immense, insondable vide, plutôt ces fentes ou fissures dont l'étroite astreinte, le resserré de la défaillance, nous saisit, par un enfoncement impossible, sans nous permettre de tomber selon le mouvement d'une chute libre, fut-elle éternelle*⁸⁰². Une autre femme me demande si je sais que dans les petits cailloux il y a les âmes des défunts (elle regarde le sol recouvert des précieux agrégats blancs, perplexe), une autre encore me remercie pour les « différents lieux assemblés ici » et me dit qu'elle y a « ressenti les mêmes présences » que dans les *utaki*. Un vieil homme vient m'annoncer avec ravissement que l'exposition lui a permis de se rappeler des souvenirs d'enfance, de ses longues heures passées à jouer dans les arbres, il me conte en détails chacune des spécificités du jeu qu'il instaurait alors.

Fig. 108 – Jeux



⁸⁰¹ Chaque jour où l'installation était exposée, je restais sur place, à côté de la salle, disponible aux questions ou aux remarques des visiteurs. De plus, un carnet était disposé à l'entrée pour laisser libre cours aux commentaires individuels.

⁸⁰² Maurice Blanchot, *Une voix venue d'ailleurs*, Paris, éditions Gallimard, 2002, p. 99.



Fig. 109 – Histoires

Sur les lieux, un anthropologue japonais s'enthousiasme de l'interculturalité sous-jacente à ma démarche et de la mise en correspondance établie entre différentes « pratiques-usages » et mythologies. Il m'avoue envier ma capacité à « transformer » ces dernières en *fictions* (*n'oublions* pas que l'écriture mythique est intimement liée, *nous pourrions* même dire « soudée », au pouvoir politique instauré⁸⁰³, *l'empereur descendant de la divinité première Amaterasu...tel le « roi soleil »*) et d'offrir un « regard historique » sur ceux émanant de ma propre culture (il réfère ici aux panneaux sur lesquels figurent, en japonais, des mises en relation entre « paganisme » français et « animisme » japonais, croisant au détour quelques figures mythiques grecques, pour une *hybridation étrange*). Ce dont il fait part à cet endroit c'est de la particularité de la « pensée japonaise » (liée aux institutions) envers la temporalité factuelle (pratiquant l'*auto oubli*). Et particulièrement de l'absence d'intégration d'une perspective historique dans la considération des *mythes* (ils sont assimilés à l'*histoire* du Japon, au premier sens du terme), mais aussi de toute pratique [si celle-ci ne rentre pas dans un « patrimoine » il n'y a que peu de champ de références historiques investi, notamment pour la pratique cinématographique au sein de laquelle il n'est pas d'usage de faire référence à un autre cinéaste et dont la destruction de nombre de pellicules est efficiente⁸⁰⁴]. Certes, la patrimonialisation active constitue une protection de savoir-faire et de « maîtres », se voyant acquérir parfois le titre de « trésors nationaux ». Mais cette démarche concerne davantage la conservation de richesses (identifiées comme telles et institutionnalisées) en tant qu'objets finis et de poétiques constituées (conduisant à des reproductions factuelles et des exigences procédurales extrêmement lourdes) qu'un véritable questionnement (au croisement des pratiques et des connaissances) sur le possible renouvellement d'un *patrimoine* investissant les notions d'*invention*, d'instauration et de « découvertes », pouvant remettre en question les « programmes » institués. Ainsi, même si un nouvel engouement se fait sentir, notamment du côté de l'archéologie, subsiste au Japon une limite épistémique :

[...] difficulté pour les chercheurs et les universitaires de pouvoir librement et expressément faire la part des choses entre la construction mythique de l'histoire et la recherche de la véracité des faits. Signalons toutefois que l'indépendance du monde académique et universitaire par rapport aux pouvoirs publics (administratif et exécutif) est toute relative. Il

⁸⁰³ Au sujet de la conception du *mythe* au Japon, dans son acception historique et sa relation au pouvoir politique instauré, cf. Laurence Caillet, *Espaces mythiques et territoire nationale*, « L'homme, Revue française d'anthropologie », volume 31, n°117, Paris, éditions EHEES, 1991, pp. 10-33.

⁸⁰⁴ Ces données réfèrent à une conférence donnée par Fabrice Arduini (programmateur à la Maison de la culture du Japon à Paris) lors du festival « Black Movie », Genève, le 5 février 2009.

arrive que les uns servent de caution, de manière pas toujours critique, aux décisions prises par les autres.

L'attitude conservatrice de l'appareil d'État, et en particulier celle du ministère de l'Éducation qui considère toute modification de l'histoire officielle comme faisant partie de ses prérogatives exclusives, n'aide en rien à l'amélioration des connaissances archéologiques.⁸⁰⁵

La structure dynamique de l'installation et les « lieux », fragments et trouées mis en relation, tisse donc un langage propice aux débats, aux aveux de réception, soit, à l'échange. Si l'installation est une « écriture » non linéaire, elle est signifiante par la transformation de la *mémoire* (mise en scène par la plasticienne et convoquée par les regardeurs) en une « *architectonique* des actions »⁸⁰⁶ et des émotions individuelles et, par extension, collectives (paroles et parcours en travers, construisant une « *doxa* oblique »). Procéder au montage d'objets hétérogènes (topologie des « sculptures textiles » et « occurrences plastiques » ; photographies signifiant tour à tour des enquêtes de terrain ou des mises en scène, au carrefour entre *réalité* – factuelle – et *fiction*, que configurent le cercle de pierres et les talismans fabriqués – renvoyant à l'opération de la collecte) permet au visiteur de faire lui-même des jonctions, des mises en relation fertiles. Et de laisser la place aux « hors champs » : respirations propices à la *contingence*, « rencontres fortuites, d'occurrences diverses enchaînés sans règle préalable »⁸⁰⁷, activées par le regardeur. À la fois « espace de jeu », « lieu de passage » et « cellule intime », le territoire de l'installation devient le terrain d'expériences multiples qui s'actualise par les parcours et les discours des visiteurs. Parfois, des intermittences (rencontre de la plasticienne avec l'un des visiteurs) mettent en scène l'articulation fertile entre les *mémoires* et les *imaginations* de chacun, à différents niveaux d'identification et d'appropriation. Autant les discours que les parcours (intimement liés) dynamisent le site (hybride des « lieux » et de l'espace muséal contextuel) que constitue l'installation et construisent, par les aveux singuliers, une sorte de « sens commun » japonais du moment. C'est aussi parce que la conception⁸⁰⁸ de l'installation s'est établie avec l'apport de paroles, de mythes et de « pratiques-usages » actuels collectés par l'« enquêtrice-conceptrice » qu'une telle dynamique d'échanges s'est constituée. En ce sens, bien que

⁸⁰⁵ Marc Bourdier, *Le mythe et l'industrie ou la protection du patrimoine culturel au Japon*, revue « Genèses », numéro 11, Paris, éditions Belin, 1993, p. 91.

⁸⁰⁶ Cf. Pascal Rousse, « L'Architectonique du montage selon Eisenstein et Benjamin : architecture temporelle et transformation du lieu », *Cadraget.net*, octobre 2006, [en ligne], url : <http://www.cadraget.net/dossier/architectonique.htm>

⁸⁰⁷ *Ibid.*

⁸⁰⁸ « Ajoutons que les termes *concept*, *conception*, *conceptual*, en anglais, connotent tout autant le *logos* que la *tekhnè* » : cf. *Ibid.*

prenant place dans l'espace muséal ou la galerie⁸⁰⁹ prédéterminant les visites (intention des regardeurs particulière), l'installation renvoie à une pratique plastique *in situ* (interrogeant sa relation au contexte, au sens large du terme). Convoquant des « pratiques-usages » d'Okinawais et notamment ce qui renvoie directement à leur *patrimoine*, l'installation interroge les *traditions* en « jouant avec ». Cette posture n'a pas été engagée sans crainte, aux regards des fileuses, des tisserandes et des teinturières (soit, des « maîtres en la matière ») invitées : « maltraitant » les fibres précieuses et capricieuses, les emmêlant, les nouant sans scrupule pour leur donner forme. La plasticienne ouvre par cet emprunt une brèche sous-jacente à l'acception japonaise de l'art et de l'artisanat compris solidairement. Par la création de ces « sculptures textiles » (usant de techniques tinctoriales et de matériaux *traditionnels*), l'instauration plastique provoque le questionnement sur le consensus. Aussi une tisserande, amie proche du professeur Jun Kataoka, s'est-elle révélée gênée et confuse, hésitante à dire son embarras. Elle finit néanmoins par esquiver la question silencieuse (la critique n'est pas d'*usage* au Japon) en témoignant son étonnement face à *mon* interprétation du *gajumaru*, arbre devant lequel elle dit passer quotidiennement sans jamais y « voir » quoique ce soit. Cette dernière remarque consentit à trouver un terrain d'entente et *me* permit d'imaginer que peut-être elle avait trouvé là, sinon une esquivé, une brèche propice à son propre saisissement.

Car ce n'est pas tout. L'installation permet aussi et surtout de matérialiser ce qui se trouve hors des discours. Certes, des paroles ont su éveiller en la plasticienne des curiosités propices à la conception (mais *n'oublions* pas que les *rencontres* activant son *imagination* furent surtout muettes, dans les « faire avec » ou dans les cheminements aléatoires et solitaires). Celles-ci ont pu d'ailleurs être complétées lors de la « réception », mais davantage en terme d'échos, voire de doubles (lorsque les « lieux images » énoncés font davantage appel au « sens commun »). Or, les témoignages ne sont rien sans les regards, les silences, les marches lentes et les postures menant à une certaine forme d'intimité entre les visiteurs et les « sculptures textiles ». Là où l'expérience individuelle n'est pas encore tout à fait apprivoisée, où les rencontres sont multiples et sauvages. Ils sont là les merveilleux aveux de réception. Dans les silences et leur opacité.

⁸⁰⁹ L'installation « Kami no Ki » a été exposée à la galerie d'arts contemporains [*soulignons* à nouveau qu'au Japon « art » et « artisanat » sont conjointement abordés] « Maejima Art Center » (Naha) du 3 au 12 juin 2005 et à l'« Urasoe Art Center » (Urasoe, Okinawa) du 1^{er} au 6 août 2006. Les « sculptures textiles » ont aussi été exposées indépendamment à l'« Onna Village Museum » pour le « Natural Dyes and Pigments Conferences » annuel, du 21 au 25 juin 2005.



Fig. 110 – *Benibana, benizara* : le fil à la bouche nouée

Partie conclusive et prospective

Cette thèse se positionne dans une perspective nouvelle : la recherche en arts et notamment la recherche en poïétique sont ici confrontées au design management (processus structurant et modèles psycho sociologiques issus du marketing) et à l'anthropologie (à volonté interculturelle). Elle s'articule entre théorie et pratique (artiste / chercheur), dans un va-et-vient continu entre l'immersion (le terrain – « je ») et la production de connaissance (les modèles – « mise à distance »), considérant leurs échanges, utiles à la conception en arts. Elle trace les parcours de la poïétique et de la « recherche et développement » qui sont actuellement confrontés à trois modes de penser dominants : penser l'humain du point de vue de son savoir (anthropologie et philosophie), penser l'individu consommateur (socio marketing) et penser les modes de production (ingénierie et science analytique et expérimentale). Aussi la « recherche et développement » pense-t-elle les processus de création comme programmables (une sorte de « nature écran » au « chaos »⁸¹⁰), construisant des espaces de référence basés sur la relation de cause à effet, conjuguant du passé pour prédire l'avenir. En ce sens, l'innovation et la rhétorique sont mises en tension avec la poïétique, celle-ci considérant le passé comme savoir utile à l'invention. Et si la « découverte » est un trésor fécond pour la recherche en arts, pour l'industrie elle crée des tensions et donne des droits.

Puisque la poïétique est aussi « anthropologie du créer »⁸¹¹ il est possible de considérer les sociétés elles-mêmes comme œuvres en train de se faire. Le parti pris engagé ici réside dans la volonté de comprendre les constructions historiques, voire mythiques des cultures, au travers de l'*homo faber*. D'où la nécessité de porter une étude sur les manières de « faire » (et par extension, de « dire » et de concevoir) et de tenter d'en traduire la diversité (des singularités, des inventions, mais aussi des structures opératoires). En ce sens, l'ambition de cette thèse est de concevoir des outils pour représenter des transformations, soit, les variabilités que sont les

⁸¹⁰ Cf. Clément Rosset, *L'Anti-nature, Éléments pour une philosophie tragique*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (1973).

⁸¹¹ René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p.27

cultures : l'individu créateur est en son centre et les rencontres singulières « font sens » (aussi parce qu'elle sous-tendent des structures). Le cheminement ici engagé est donc celui de concevoir des tendances en faisant des va-et-vient entre des modèles et des actions : comment l'individu (le Japonais, l'Okinawaïen, celui que *je* rencontre, celle que *je* suis...) conçoit-il ? Quels outils met-il en place ? Il est ici à nouveau question des relations entre le « faire » et le « dire ». Tous deux performatifs, ils fabriquent et sont à la fois des matériaux pour construire et donner forme : faire advenir, pour faire sens à nouveau. Ainsi, face à la diversité, des découpages, des unités sont mises en place, dans tous les champs, y compris ceux de l'« expérience sensible » :

Le découpage coloré (*color patterning*) de l'univers visuel humain n'est pas basé sur des facteurs physiologiques ou anatomiques. La prétendue division « naturelle » du spectre n'existe pas. Chaque culture saisit le continuum spectral et le divise en unités sur une base totalement arbitraire. Les noms donnés à ces unités s'appliquent parfois à la couleur centrale ou « type » de la zone *spectrale* en question ; dans d'autres cas, les couleurs sont définies totalement en termes de limites *spectrales* et le concept de « type » ne joue aucun rôle. Aucun système de dénomination des couleurs ne résulte de limitations psychologiques ; aucun système n'exploite toutes les ressources de la sensibilité humaine au plan physiologique. La soi-disant confusion vert-bleu n'existe pas. La plupart des cas recensés de confusion vert-bleu sont en réalité le résultat d'une grande subtilité de classification... On peut dire que tous les schémas évolutionnistes de la vision des couleurs sont sans fondement.⁸¹²

Si Berlin et Kay ont par la suite posé le pendant universaliste (« foyers de couleurs » ou *foci* dénombrés et classifiés selon les usages culturels, conduisant à une acception évolutionniste des cultures) à l'antiévolutionnisme fécond de V. Ray, tous deux concentrent leurs efforts à concevoir la dénomination de stimuli standardisés. Les deux postures sont en ce sens exemplifiantes de la compréhension globale des usages des couleurs, puisqu'elles soulèvent les passages entre « perception » et « nomination » et permettent d'envisager la construction même des modèles qu'ils suscitent. En deçà de telles standardisations il s'agit donc d'abord de considérer des variabilités et notamment celles des limites (et par extension des contours qu'il est d'usage de dessiner sur les cartes) ainsi constitués par les modèles eux-mêmes. Si les *foci* de Berlin et Kay n'auraient point vu le jour sans l'invention des colorants de synthèse, observer le fait même de leur modélisation permet de saisir l'interrelation opératoire entre les

⁸¹² [V. Ray, 1952 : 258-259] in Serge Tornay, *Voir et nommer les couleurs*, Nanterre, Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative, 1978.

matériaux disponibles aux « pratiques-usages » d'une culture [en l'occurrence, celle des théoriciens précités étant industrielle] et les termes abstraits auxquels ils renvoient.

Ainsi, *concevoir des relations* entre l'Europe et l'Asie sous-tend des processus d'identification : à la fois identifier deux « lieux » et identifier les modes de relations instaurés et institués entre ces deux « lieux ». En ce sens, reconnaître, identifier, correspond à la mise en jeu de la mémoire et de l'imagination articulées. Nommer étant lié aux nécessités des usages, à but pratique, de mettre en relation deux choses distinctes. Aussi, en quoi l'imagination, structurée par des mythes, sert-elle de trame à nos identifications et à nos appropriations ? Davantage, est-il possible de dessiner les contours de tels « lieux », puisqu'ils sont imbriqués subtilement aux processus d'identification, de reconnaissance ? Les modes de compréhension, ce qui « fait sens » étant en partie modélisé. Concevoir et identifier : de là est née l'utilité des cartes (dont le pendant ethnographique renvoie au procédures conçues par Marcel Mauss). Au départ de cette thèse l'idée était de constituer une carte des couleurs dites « imaginées » avant le départ au Japon, puis de mettre en place une carte des couleurs dites « observées » au retour, afin de repérer les croisements entre les « lieux imaginés » (collecte des couleurs et images importées) et les « lieux réels » (collectes sur le terrain) au sujet du Japon. L'hypothèse était énoncée de la possibilité de matérialiser (collecte, classement et « cartographie des couleurs importées ») *l'imaginaire actuel français au sujet du Japon* afin de saisir la structure imaginaire commune instaurée. Il s'est avéré par la suite que cette hypothèse renvoyait en réalité à la compréhension procédurale de la conception de tendances elle-même. Celle-ci correspondant à traduire des mythes, écrire la mémoire des représentations de notre temps et produire des « lieux images » propices aux processus d'identification. De plus, la pratique de l'enquête de type ethnographique elle-même a permis de considérer l'entrelacs complexe qui se joue entre imagination et mémoire sur les lieux mêmes de la dite « observation ». Cette considération a permis de comprendre l'intérêt fécond autant au niveau de la construction de pensée que de la conception en arts de la « fictionnalisation ». En quoi la *fiction* introduite sur le « terrain » même de l'enquête permet-elle de saisir davantage qu'il est d'abord question de construire pour montrer, et ce lors de l'immersion elle-même ? De quelle manière les figures caractéristiques d'une telle poétique, étant alors le « *comme* » ou le « *comme si* », sont-elles des expressions qui témoignent des relations différentielles entre les cultures elles-mêmes ? Autrement dit, de quel « processus de fictionnalisation » s'agit-il lorsqu'il est question de traduire une « réalité » donnée ? Voire, *a posteriori*, de quelle mutation des représentations et des usages s'agit-il ?

Aussi la notion même de carte pose-t-elle question car elle sous-tend une rationalisation (des normes, des systèmes). Dès lors, de quelle manière organiser des « couleurs-matières » récoltées en partie intuitivement, en vue de l'entrelacs sémantique sous-tendu par les rencontres elles-mêmes ? C'est ici que l'axe anthropologique permet d'investir les notions de relation et de traduction, et l'ethnographie d'en constituer le corpus et de les expérimenter. En ce sens, les « enquêtes de terrain » construisent une « pensée de la relation et de la traduction en acte ». L'ambition était alors de s'essayer à comprendre les différences, l'altérité, comme fécondes, permettant non seulement des mises en relations, mais étant propices à nourrir une construction de connaissance singulière et l'instauration de différents modes de conception en arts, voire de constituer des méthodes. L'ethno-poïétique étant le fil rouge épistémologique d'une telle démarche. En effet, celle-ci ne pouvait s'effectuer sans avoir pris conscience (au plus intime de *soi*) que chaque mot, idée, notion, se construit en relation à un contexte culturel particulier et ne peut se concevoir sans « prendre avec lui » les pratiques et les usages qui ont nécessité sa formulation (soit, d'être « contextualisé »). L'exemple de l'*Orient*, sujet ayant donné naissance à des associations d'idées déterminées par une part d'ignorance, une part d'imagination et une part d'information, entremêlés sournoisement, est signifiante du risque autant du particularisme que de l'universalisme seuls. Nombres d'expériences ont effectivement donné lieu à des constructions de pensée catégorielles et stéréotypées, confondant intention et invention.

Recherche ethno-poïétique : de la conception d'une méthode et de ses emprunts à l'anthropologie

En ce sens, l'ethno-poïétique pose-t-elle de nouvelles questions : la structure (mythologique ou doxique) permet-elle l'invention ? Faut-il nécessairement édifier un programme pour « découvrir » ? Dans quelles conditions les hasards (*casus*, contingence, voire « non-sens ») surgissent-ils ? En quoi la poïétique permet-elle de concevoir l'instauration incluant le hasard comme paramètre acteur de l'invention ?

Se repose alors l'intérêt de porter son attention sur les processus d'identification eux-mêmes : articulant mémoire et imagination, ils construisent le sens donné à ce qui est « reconnu », hybride de ce qui naît d'un savoir préexistant et d'une opacité, germe d'invention. Aussi

l'ethnographie est-elle d'abord l'expérience d'une immersion totale : pour comprendre la société il est impératif d'intérioriser les manifestations extérieures dans les significations que les individus eux-mêmes attribuent à leurs comportements. Cette compréhension de la société perçue du dedans par les acteurs sociaux, avec qui est entretenu un rapport direct, distingue la pratique ethnologique (pratique du terrain) de celle de l'historien ou du sociologue. Aussi la pratique anthropologique procède-t-elle d'une découverte ethnographique, expérience qui comporte une aventure personnelle. De plus, son intention reprend le projet qui fut celui de la philosophie classique, c'est-à-dire, l'observation des productions concrètes de l'esprit humain. La problématique majeure d'une telle démarche est celle de la différence. C'est effectivement seulement ce qui est perçu dans une autre société qui permet de repérer ce qui est en jeu dans la sienne, mais qui restait insoupçonné : « cette expérience d'arrachement à soi-même agit en fait comme un véritable révélateur de soi. »⁸¹³

À l'époque des colonies, l'autre n'était jamais pris comme un contemporain de celui qui l'observait, l'intérêt n'était pas vraiment de savoir ce qu'il pensait, mais plutôt quelle était sa manière de penser. Aujourd'hui, de nouvelles fictions structurent les modes de penser : la planète a rétréci et l'histoire s'accélère, en réponse à l'instantanéité de l'information et de la diffusion effrénée d'images. Les paramètres du temps et de l'espace connaissent une évolution : la modernité (post industrielle) crée du passé immédiat pour globaliser les relations entre l'homme et le monde. Dans ce contexte, le problème de l'anthropologue est de comprendre cette coexistence comme participant d'une même contemporanéité. Comment le fait de redéfinir les relations pensées et instituées dans un champ symbolique permettrait-il de remettre en jeu le pouvoir de la parole de l'individu ?

Hors des sentiers battus, François Laplantine ouvre une brèche. Selon lui, l'époque actuelle constitue un véritable défi à l'imaginaire, parce qu'« elle nous incite à penser l'évanescence, l'aléatoire, le précaire, le turbulent, sans aucune certitude de trouver un lien nécessaire de causalité. »⁸¹⁴ Sa thèse va à contre-courant des postulats de départ donnés par le marketing et la sociologie dont les méthodes nourrissent la conception de tendances, et, *a posteriori*, la manière de concevoir des sociétés de consommation. Quels enjeux naîtraient d'une

⁸¹³ François Laplantine, *L'anthropologie*, Paris, éditions Payot & Rivages, 1995, p.160.

⁸¹⁴ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 7.

conception en design management où le courant de pensée anthropologique actuel fournirait de nouvelles méthodes ?

Les certitudes identitaires ainsi que les langages de la représentation sont devenus les repères, les cycles qui relient l'individu à son contexte : la société de consommation est une société dans laquelle l'individu se définit d'abord par ce qu'il consomme, que ce soit du luxe ou de la fripe, du dernier cri ou du recyclé. Sortir de la notion d'identité c'est prendre le risque de discourir sur l'oscillation entre le son et l'image, sur ce qui échappe presque mais pourtant a pu faire vaciller le regardeur ou le chercheur. Opter pour une méthode anthropologique c'est penser en terme de relations, même si ces relations se posent en terme de résistance. Qu'est-ce qui réside en deçà de l'asociabilité radicale qui sommeille au fond de chacun ? Comment saisir le subtil mécanisme de l'indétermination et du doute ? De quelle manière investir le sentiment d'étrangeté, rentrer en relation avec l'altérité ?

Fluctuations et pensée réflexive : le Japon et l'écriture

J'ai toujours tenu l'identité sociale pour la seule identité réelle ; et l'autre, la prétendue identité personnelle, pour une illusion totale autant que tenace, puisqu'elle est tenue par le plus grand nombre pour être au contraire la seule identité réelle, suivant ici plutôt le sentiment de Rousseau dont la raison a achevé de se perdre dans la recherche éperdue de cette identité fantomatique.⁸¹⁵

La langue japonaise est fondée par la relation, le sujet est non dit lorsque l'individu parle de son état ou raconte ce qu'il a fait, traversé ou créé. Ainsi, prendre le Japon comme terrain induit déjà des enquêtes qui ne peuvent être mises en place en dehors d'une méthodologie anthropologique – *pensée de la traduction et de la relation*. En corrélation avec cette méthode, le phrasé indirect semblait le plus adéquat pour l'écriture de cette thèse et si « je » ou « elle » ont été choisis lorsque le texte concernait « l'immersion au Japon », ce fut davantage pour en faciliter la lecture. Car au fond, lors des passages concernant les enquêtes, l'emploi de « Delphine T. » aurait été plus juste.

⁸¹⁵ Clément Rosset, *Loin de moi : étude sur l'identité*, Paris, éditions de Minuit, 2001, p. 11.

Ainsi, pour répondre à l'objectif de faire avec l'opacité de la relation (en amont toujours des processus d'identifications qui peuvent s'en suivre), l'anthropologue se dirige méthodiquement vers une compréhension du « non-moi ». « Car le dehors, ce n'est pas l'extériorité, c'est ce qui constitue le dedans. C'est aussi l'impensé de la pensée. C'est le double de soi-même, c'est le presque, c'est la folie, c'est la mort. »⁸¹⁶ L'opacité et la compréhension de l'entrelacs subtil de l'autre et de soi (tous deux multiples) habitant toute rencontre ont conduit cette étude à la notion d'hybride aux termes de l'appropriation mise en jeu. Celle-ci méritera donc d'être questionnée davantage dans les recherches qui suivront. En ce sens, la question de la figure de la *mètis* (intelligence de la ruse)⁸¹⁷ se pose-t-elle comme autre possible notion opératoire pour l'ethno-poïétique. Celle-ci engagée à la fois dans le devenir et l'action, convoquée à des fins pratiques, pourrait permettre de nourrir une construction de connaissance par définition « oblique » puisque s'essayant à traiter de réalités mouvantes et polymorphes. Sachant que la *mètis*, même si elle crée de l'étrange, efface aussi les limites, l'altérité féconde tout autant que l'opacité. Or, l'opération du collage de fragments épars nous permet de saisir la force à la fois du « hors champs » (ce qui échappe au sens et laisse place à l'errance), des saillances (*punctum* hasardeux) mais aussi de l'étrangeté de la rencontre qui produit un sens nouveau, inédit.

Il y a donc ici un véritable nœud épistémique qui ouvre au chercheur de nouvelles pistes d'études et de questionnements à venir, en adéquation avec une posture interculturelle. En effet, en regard du multiculturalisme, différentialiste en ceci qu'il tente d'isoler des phénomènes « purs » et stables (des « communautés ethniques ») et confrontée à la différence, l'anthropologie oscille entre une position universalisante (structuralisme français) et une position particularisante (culturalisme américain).

La spécificité d'une culture ou d'un individu vient des combinaisons infinies qui peuvent être produites [...] On appelle identité culturelle ce qui est l'aboutissement de mélanges et de croisements qui sont faits de mémoires, mais surtout d'oublis.

[...] Ce qui est affirmé dans la notion d'identité, c'est le sens plein et autosuffisant d'une intimité en soi et d'une intériorité en soi [...] L'impensé de cette notion est que le « dehors » ne cesse de me constituer, tandis que son ennemi, c'est le métissage né de la rencontre.

⁸¹⁶ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, p. 33.

⁸¹⁷ Cf. Marcel Détiene, Jean-Pierre Vernant, *Les ruses de l'intelligence, La mètis des Grecs*, Paris, Flammarion, « Champs essais », 1974. Et, Michel de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990.

[...] La notion d'identité a été formée à partir du modèle médiéval de la substance, visant à désigner les attributs de la divinité : sa toute-puissance, son éternité et d'abord sa présence.⁸¹⁸

Aussi sortir d'une structure signifiante ou éviter de définir tout invariant correspondrait-il à envisager l'absence et le non-sens. Affirmer la présence d'un sens invariant – l'identité – répondant en quelque sorte à une volonté de résister au chaos. D'où la proposition rusée de Michel Serres, donnant ainsi sa définition de la culture : il s'agirait de « déconnecter des espaces et de les reconnecter. »⁸¹⁹. Des ponts et des puits, des sens et des non-sens, évinçant l'opposition entre continu et discontinu et donnant de nouvelles clefs pour dire le feuilletage complexe qui constitue le sujet. Métissage encore donc qui nous conduit à considérer qu'observer et reconnaître le multiple soulève des contradictions certes, mais est justement ce qui permet le devenir d'une société, d'un peuple, d'un individu. C'est d'une sorte de redécouverte de l'inquiétude dont il est question ici, comme la possibilité d'aller à la rencontre de la richesse du divers, dans une acceptation de ce qui est communément appelé la « perte » de références. Dans ce mouvement de pensée, dont François Laplantine détermine les jalons, c'est une nouvelle manière d'appréhender le dit « terrain » qui s'offre au chercheur. Aussi, de la confrontation avec l'inconnu, l'objectif est-il ici de tenter de penser ce qui échappe à toute processus d'identification : les processus du retrait, de l'oubli, de ce qui n'est pas présent, de ce qui se dérobe à toute identification et à toute réduction à l'identique. L'engagement d'une telle méthode réside dans le fait d'admettre qu'il y a du non représenté, du non identitaire et aussi de l'inalysable.

Ceci dit, l'anthropologie est aussi transcription, ou plutôt traduction : elle a comme projet de rendre compte le plus précisément possible de la diversité des cultures tout en engageant une critique. L'engagement d'un tel projet réside alors dans la perpétuelle notation, comprenant que ces traductions ne sont que des formes provisoires. C'est là où le plasticien rejoint l'ethnographe : l'acte de traduire est déjà un engagement lié à des interprétations, une appropriation et une expérience personnelle qui influent sur la transcription. Et le designer rejoint l'anthropologue s'exerçant au travail qui nécessite de donner du sens à un objet par le choix d'un mot, prenant compte des « *processus d'énonciation* en train de se faire »⁸²⁰ et leur

⁸¹⁸ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, pp. 49-50 et pp.53-54.

⁸¹⁹ Christopher Croker, « Les réflexions du soi », (in) Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 320.

⁸²⁰ François Laplantine, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L'anthropologie au coin de la rue », 2005, p. 200.

contexte. Donner du sens en sachant écouter sa connaissance et avoir conscience de son influence sur l'objet observé : interrelation dynamique entre l'enquêteur et son « terrain ». C'est là où *L'éloge de la fadeur*⁸²¹ de François Jullien est un contre-exemple pertinent, pointé par Jean-François Billeter⁸²², dans le sens où il est significatif d'une *mauvaise traduction* : l'ouvrage se donne comme le reflet d'une culture sans que jamais l'auteur ne rende compte du contexte (notamment historique), ou plutôt n'en sorte (aux prises avec l'induction). Il est l'exemple probant d'un « ethnographe de la pensée » qui n'a pas su remettre en question l'interaction inhérente entre lui-même et l'objet de son étude. Ce manquement épistémologique participe à la construction de la « fiction esthétique chinoise », et par extension, « asiatique ».

Ainsi, avec l'aide d'une théorie de la traduction comme transmission fondée sur la compréhension de l'objet étudié et sur la conscience du jeu qui se joue entre l'objet et soi-même, le chercheur se doit d'être sensible aux intervalles et aux interstices. Il doit s'efforcer de comprendre et de nommer ce qui échappe à la représentation, similaire ou identique à lui-même, distinctement « identifiable » ou nécessairement reproductible. Il doit aussi faire le deuil de l'unité rassurante de ce qui se donne comme homogène :

Il s'agit seulement de contribuer à ranimer la réalité, qui se trouve aujourd'hui sous perfusion, et de donner un peu de souffle à notre époque.

[...] La réalité suppose un élan, ou du moins une vibration qui nous maintienne en vie, une vibration qui ne peut d'ailleurs être isolée des sons et des couleurs.

[...] lorsque l'on multiplie les points de vue, les langues et les langages, lorsque l'on change de perspective, lorsque l'on procède à une déformation, à un démontage – ce qui est le propre de l'art, de l'anthropologie, de la traduction, dans leur processus d'expérimentation –, alors l'identité se sent menacée.⁸²³

La notion d'identité renvoie l'individu (ou la notion de culture elle-même) à une appartenance désignée comme origine : c'est donc d'un reflux vers l'origine dont il est question lorsqu'il s'agit d'identité dans un discours. Un tel discours attire l'attention sur ce qu'il y a d'*a priori* stable et de plus permanent dans un être humain ou un groupe social ; ceux-ci sont appréhendés à partir de ce qu'ils ont pu être autrefois et de ce qu'ils sont en train de devenir.

⁸²¹ François Jullien, *Éloge de la fadeur*, à partir de la pensée et de l'esthétique de la Chine, Paris, éditions Philippe Picquier, 1991.

⁸²² Cf. Jean-François Billeter, *Contre François Jullien*, Paris, éditions Allia, 2006.

⁸²³ François Laplantine, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999, pp. 147-148.

Considérer ou revendiquer l'identité c'est penser en arrière, « à rebours » du temps, et s'abrutir de déterminisme. Revendiquer une identité c'est proclamer une « authenticité » et revendiquer un reflux : cela correspond à un processus de réactivation de l'origine et au caractère intrinsèquement éphémère du pouvoir. Ce mouvement à rebours renvoie à la posture souvent rencontrée sur le terrain de la conception de tendances (design management) usant du dit « phénomène » d'éternel recommencement. Qui n'a jamais entendu ou proclamé avec fierté : « la mode c'est un renouvellement sans fin des mêmes tendances, cette année c'est 70's ! » ou autre lieux communs du discours qui participent à la fabrication de l'illusion selon laquelle connaître le passé permettrait de prévoir l'avenir ? Écho « pré-dit » (énoncé performatif faisant) par les concepteurs de tendances qui ne cessent d'évoquer le passé pour anticiper ce que seront les artifices, les atefacts prochains de toute population consommatrice. Il s'agit donc d'une expérimentation dans cette thèse lorsqu'il est question de considérer les procédures et les programmes institués. Car le noyau dur d'une stérilité du langage visuel et textuel naît d'une démarche où le fond n'a été ponctionné que localement, et systématiquement figé, pour se fondre littéralement dans un moule préétabli propre à une utilisation conditionnée de fait. L'objectif ici engagé est donc de questionner d'une part la manière de « ponctionner » et d'autre part les multiples possibilités d'inventer la pluralité des champs de leur ponction.

Écrire permet des rencontres encore et de construire de la connaissance : multiplier les approches, les écritures, et, dans un même texte, les sujets mêmes de cette écriture en train de se faire. François Laplantine colle fragments littéraires et anthropologiques, Clément Rosset utilise cette même méthode en entrelaçant, dans le corps même du texte, questionnements philosophiques, écrits littéraires et aveux de réception. Cette méthode transversale consiste à passer et à repasser d'un objet à un autre (individu, souvenir, paysage, lieu, etc.) et se donne comme limites de ne pas ramener le multiple à l'unicité ni d'effacer les innombrables facettes d'un sujet. La notion d'*intertextualité*, plutôt que d'influence, participe à l'élaboration d'une telle méthodologie et pose la question d'éclatement des rapports d'identification. Elle rejoint le collage encore et, en action, pose la question de la manière dont des textes / objets agissent les uns sur les autres, se déplacent, se transforment, se recomposent et suscitent d'autres textes / objets. Le fait de ne pas faire tout à fait hybride les différentes disciplines convoquées, mais de créer des correspondances en les entrecroisant de manière formelle, laisse au lecteur l'espace de construire sa propre pensée, soit de s'appropriier le sujet traité. Pas de métissage donc, mais des confrontations : des rencontres encore, et avec elles, des interstices.

La multiplication des regards disciplinaires est féconde certes, mais elle ne peut se passer de l'action et de l'expérimentation. « C'est bien là que réside la véritable complexité du rapport connaissance / action et par là celle du problème de la conception. »⁸²⁴ Ainsi, considérer que la présence de l'ethnographe provoque une perturbation de ce qui est observé convoque une exigence créatrice pour le concepteur en arts : celle-ci sous-tend à la fois qu'il doit être capable de vivre en lui la tendance principale de la culture qu'il étudie mais aussi qu'il devra faire preuve d'invention pour déjouer ou jouer avec les interférences aléatoires que forme la dynamique relationnelle.

Assumer une part d'interprétation (comme inévitable) donc et même l'investir comme actrice primordiale de la construction de connaissance en train de se faire. Les enquêtes étant de toute façon liées à l'expérience de celui qui les mènent, pointant tour à tour la fiction à différents niveaux interrelationnels. En ce sens, l'ethnographie permet une compréhension de la complexité du social comme nul autre outil ne saurait le faire. L'observation en situation est en mesure de fournir une vision fine et précise des « pratique-usages », et « se mettre à la place de celui qui fait » témoigne d'une posture à la fois ethnologique et poétique. Celle-ci *in fine* permet d'avoir une connaissance plus juste de la conception en tant que projet.

Comment les hors-cadre et les hors champs historiques permettent-ils de mieux comprendre quelles fictions se jouent sur le terrain où l'homme est lui-même en réflexion ?

Il est ici question de la compréhension à la fois de l'opacité et de la transparence qui se jouent à différents niveaux de relations instaurées au regard des « pratiques-usages » : des modèles, des représentations saillantes et des tréfonds chaotiques, des troubles de la *rencontre* à ce qui « fait sens » dans l'évènement. Surgissements qui ne sont pas toujours lumineux, mais parfois bel et bien opaques, qui ne se donnent pas au sens. Autrement dit, qui ne font pas appel à la mémoire ou à la connaissance, qui ne peuvent pas être identifiés. La complexité de cette étude réside donc dans la nécessité de comprendre pour concevoir (les deux étant indissociables au fond) et d'apprendre pour « faire » : deux mouvements continus qui

⁸²⁴ Robert Prost, *La conception architecturale confrontée à la turbulence de la pensée contemporaine*, (in) Jacques Sautereau (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993, p. 23.

définissent déjà l'enjeu de la notion de relation. Aussi la notion d'invention renvoie-t-elle directement à la « découverte » qui fait sens lors de la rencontre sur le « terrain » ; amorce de création, elle signifie ce qui est « nouveau », elle est le germe de la conception. En ce sens, et en deçà de l'identification, l'opacité de l'évènement même qui fait parfois la rencontre permet à l'imagination de s'épandre, voire à la « fictionnalisation » d'entrer en jeu sur les lieux mêmes du « trouble ». Ainsi, « à tout ce qui précède on pourra sans doute objecter que la conduite créatrice se moque, bien souvent, de présenter quoi que ce soit, qu'elle est expansive, et relève du jeu. L'art serait-il, en tant que comportement, une espèce dans la catégorie du jeu, et le poïétique une mouture du ludique ? »⁸²⁵ Possiblement, mais ceci n'annule en rien la nécessité analytique de toute création, quand bien même celle-ci s'instaurerait-elle dans une volonté de n'être en relation avec rien d'autre qu'avec elle-même, elle serait déjà en relation avec une vivacité intrinsèque à celui qui la modèle.

De là, la nécessité de mieux définir la rencontre elle-même convoquée à multiples reprises dans cette thèse. Celle-ci tour à tour nommée « découverte » (engendrant l'invention), surgissement, *kairos* (moment opportun auquel il faut être préparé), hasard (au sens de *casus*, de contingence voire de non-sens). Elle rejoint la notion d'évènement définie par Francis Affergan, pour lequel les événements sont « des données qui ne seraient pas encore prêtes »⁸²⁶, mais à constituer : des faits opaques et qui justement ne se donnent pas au sens. La rencontre de l'ethnologue avec chaque culture représente à son tour un événement :

L'évènement permet de repérer comment et pourquoi les agents d'une culture construisent, défont, se souviennent, pratiquent le langage, entretiennent des relations émotionnelles et posent les différents mondes dans lesquels ils évoluent. Les événements d'une culture autorisent une lecture en réseaux qui donnent naissance, à chaque noeud, à différentes routes dont la tâche consiste à conduire les multiples significations que ses agents et ses interprétants construisent.⁸²⁷

Ainsi, lorsque les concepteurs de tendances privilégient la relation univoque de la causalité, ils éliminent les pratiques individuelles, « les saillances et les virages, les scansions et les césures que seule la notion d'évènement serait apte à accomplir »⁸²⁸. La fictionnalisation est

⁸²⁵ René Passeron, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996, p. 139.

⁸²⁶ Francis Affergan, *La Pluralité des mondes, Vers une autre anthropologie*, 1997 Paris, Albin Michel, p. 130.

⁸²⁷ *Ibid.*, p. 12.

⁸²⁸ *Ibid.*, p. 11.

justement l'opération de construction des « mondes possibles », comme des mondes culturels régis chacun par sa propre logique exprimée dans les récits singuliers de ses propres actions, et relevant par là d'un autre récit, celui de l'ethnographe, et des propres nécessités de ce récit. En ce sens, l'ethnographe « élabore, informe, configure, arrange, agence, dispose, combine »⁸²⁹, il conçoit des « mondes » et les fait advenir, considérant le caractère performatif du discours anthropologique. Ainsi, la technicité ethnographique convoque l'invention et instaure une logique de la contingence⁸³⁰ : imprévisibilité et opacité de la rencontre nécessitant de jouer avec la fiction, laquelle est déjà sous-tendue par l'idée même de « terrain ». En quoi ce que convoque l'« enquêteur-concepteur » produit-il du sens déjà sur les lieux de son investigation ? Se souvenir du rituel en acte et s'attacher à la densité du sens, non-dit, de ce qui se produit sous ses yeux : si nommer le chamane « chamane » conduit nombre de structuralistes à poser la question de son nom, l'enquêtrice-conceptrice saisit le sens plein du mot lui-même, rempli d'altérité et donc propice à l'invention. En ceci, les parcours de l'ethno-poïétique constituent un voyage dans l'ailleurs et ce n'est que pour mieux éveiller le regard à la rencontre dans sa propre rue.

Recherche et développement : la pensée prospectiviste et la nécessité poïétique

Si le sens commun balise les cheminements, les scénarii prospectivistes produisent des utopies hors des « faire en train », projetant l'à venir (figeant l'avenir) et évinçant le hasard. Le jeu du « nous » sous-tend une universalité du discours (sous-entendu « vous » lecteur êtes aussi un « nous ») et construit une posture globale (un groupe, une nation, ou une mondialité). Si elle modélise les imaginations elle oublie l'expérience, voire l'expérimentation elle-même de l'articulation singulière entre mémoire et imagination. Dès lors, délaissier l'opacité de la rencontre, c'est ne jamais sortir des processus d'identification.

L'œuvre échappe à toute connaissance, même prospective ou prévisionnelle. [...] C'est nous même que nous devons connaître, comme source des possibles. La pensée exige que

⁸²⁹ Francis Affergan, *La Pluralité des mondes, Vers une autre anthropologie*, 1997 Paris, Albin Michel, p. 244.

⁸³⁰ Cf. Francis Affergan, (sous la direction de), *Construire le savoir anthropologique*, Paris, Presses Universitaires de France, 1999, p. 260.

l'imagination soit au pouvoir, ouvre notre raison au calcul des possibles, contraint notre conscience au choix du meilleur (pour tous) et mobilise nos capacités de réalisation.⁸³¹

Or, les tendances en tant que mouvements, sous-tendent des relations et des « pratiques-usages » spécifiques qui méritent d'être définis grâce au va-et-vient opératoire entre « immersion », expérience et expérimentations, et « mise à distance », construction de connaissance et modélisations. Dès lors, la question se pose à nouveau, aux termes de cette étude : comment, au travers des images et des mots, est-il seulement possible de concevoir des tendances ?

C'est à cet endroit que « [...] la poïétique ne saurait se limiter au domaine de l'art. C'est dire qu'elle est concernée par l'analyse critique des modalités du travail au point où nous en sommes de la civilisation industrielle. »⁸³² En effet, celle-ci s'emploie à réfléchir sur cet ensemble que constituent les instaurations, du point de vue de la relation dynamique qui s'exerce entre l'homme et sa mise en œuvre, lorsqu'il est aux prises avec elle (qu'il soit *homo faber* ou *homo scriptor* d'ailleurs). Elle peut donc être utile là où il y a acte de création, en des domaines extérieurs à celui des arts, tels les domaines juridique, politique ou scientifique. En ce sens, réside au préalable la nécessité d'une appréciation du degré de créativité des différentes instances de toutes sociétés. La relation entre poïétique et anthropologie peut alors se poser en ces termes : l'individu est le matériau des civilisations et il pose des problèmes éthiques dans le cadre de la poïétique en tant que philosophie. Et l'anthropologie historique se joint à une anthropologie philosophique ouverte sur la notion de civilisation planétaire comme projet contemporain⁸³³. Il s'agit de comprendre par quelles voies l'individu, dans la diversité des civilisations, s'ouvre à la possibilité d'une instauration concrète de son avenir. C'est ici que la poïétique peut être utile, comme étude des conduites – paramètre acteur de la création. Sachant que « l'acte instaurateur [...] engage une capacité latente qui échappe à l'esthétique, à la logique et certes à la morale même : une énergie obscurément vouée au projet du devant-être. »⁸³⁴

En ce sens, la nature n'est plus « écran » mais « matériau », au sens employé par la culture matérielle elle-même : « on regarde aussi la nature avec un œil prospectif : on y cherche le

⁸³¹ René Passeron (sous la direction de), *Recherches poïétiques*, « Revue de la société Internationale de Poïétique », n°1, Presses Universitaires de Valenciennes, automne hiver 1994, p. 9.

⁸³² René Passeron, *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989, p. 47.

⁸³³ Cf. Edgar Morin, A-B Kern., *Terre-Patrie*, Paris, éditions du Seuil, 1993.

⁸³⁴ René Passeron, *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989, p. 30.

matériau d'un travail. »⁸³⁵ Et l'on considère avec elle le jeu du hasard, l'aléatoire de tout « faire en action » aux prises avec le « matériau rebelle » (l'étude sur les pratiques tinctoriales avec des végétaux nous ont permis d'en saisir la complexité). Mais aussi le recyclage des matériaux résiduels, féconds autant pour les arts plastiques que pour l'éco-design, questionnant tout deux l'articulation judicieuse de la mémoire et de l'imagination : s'approprier les actuels délaissés par l'industrie et faire advenir de nouveaux sens.

Ceci nous amène à une nouvelle question de départ pour la « recherche et développement » : de quelle manière concilier des cultures territoriales et des objectifs industriels ? C'est là où l'outil cartographique peut permettre de dire les territoires donnés à parcourir. Le cartographe symbolisant des lieux à investir, transcrivant des diversités chromatiques matérielles, il peut s'exercer à représenter des passages entre l'existant et son devenir. De plus, la variété des terroirs conduit à repenser les modèles construits pour l'industrie. Si les couleurs végétales posent problème à cette dernière c'est parce qu'elle remet en question la normalisation et le typage nécessaires à la reproduction en série. Et, elles engagent un autre rapport au temps et à l'espace puisqu'elles nécessitent des processus tinctoriaux spécifiques et conduisent nécessairement à réinvestir des localités, et donc à transformer le réseau de production global. Promouvoir les couleurs végétales ne peut donc se faire qu'en reformulant des modélisations adaptées et des méthodologies nouvelles de mise en relation procédurales au niveau de la production industrielle elle-même. Des pistes sont donc lancées pour une recherche en arts appliqués à venir, et notamment la conception de gammes, voire de nuanciers de couleurs adaptées à des terroirs singuliers, conciliant végétaux et techniques. Ainsi, le coloriste et l'éco-designer pourraient fédérer de nouvelles collaborations avec agriculteurs et chimistes notamment. Les jeux sont ouverts et de nouvelles conceptions tendent à voir le jour.

Une pensée de la relation cartographiée : des fictions modulables

L'histoire des formes, archive, est doublée d'un devenir des forces, diagramme. C'est que les forces apparaissent dans « toute relation d'un point à un autre » : un diagramme est une carte, ou plutôt une superposition de cartes. Et, d'un diagramme à l'autre, de nouvelles cartes sont tirées. Aussi n'y a-t-il pas de diagramme qui ne comporte, à côté des points qu'il connecte, des

⁸³⁵ René Passeron, *op.cit.*, p.37.

points relativement libres ou déliés, points de créativité, de mutation, de résistance ; et c'est d'eux, peut-être, qu'il faudra partir pour comprendre l'ensemble. [...] D'où la triple définition d'écrire : écrire, c'est lutter, résister ; écrire, c'est devenir ; écrire, c'est cartographier, « je suis un cartographe... »⁸³⁶

Climats, cheminements : les contextes ont été donnés dans cette thèse⁸³⁷, à présent la nécessité s'impose au chercheur de s'essayer à traduire les notions et les mises en relation opératoires dans cette étude. La cartographie permettant à la fois de les matérialiser et de laisser des blancs, « hors champs » du discours propices à la réflexion, voire à l'invention du lecteur. Considérant que modéliser la couleur comme phénomène (cf. Goethe, Newton, Kobayashi) correspond à la mise en relation de représentations et d'une considération du « réel » tel que considéré comme « ici et maintenant ». Mais aussi que l'analyse ethno-poïétique correspond à un va et vient entre des modèles (outils) et de « faire en train » (fictions et usages – notion de patrimoine, cf. le travail de modélisation de Sachio Yoshioka⁸³⁸), il est alors possible de construire le schéma suivant :

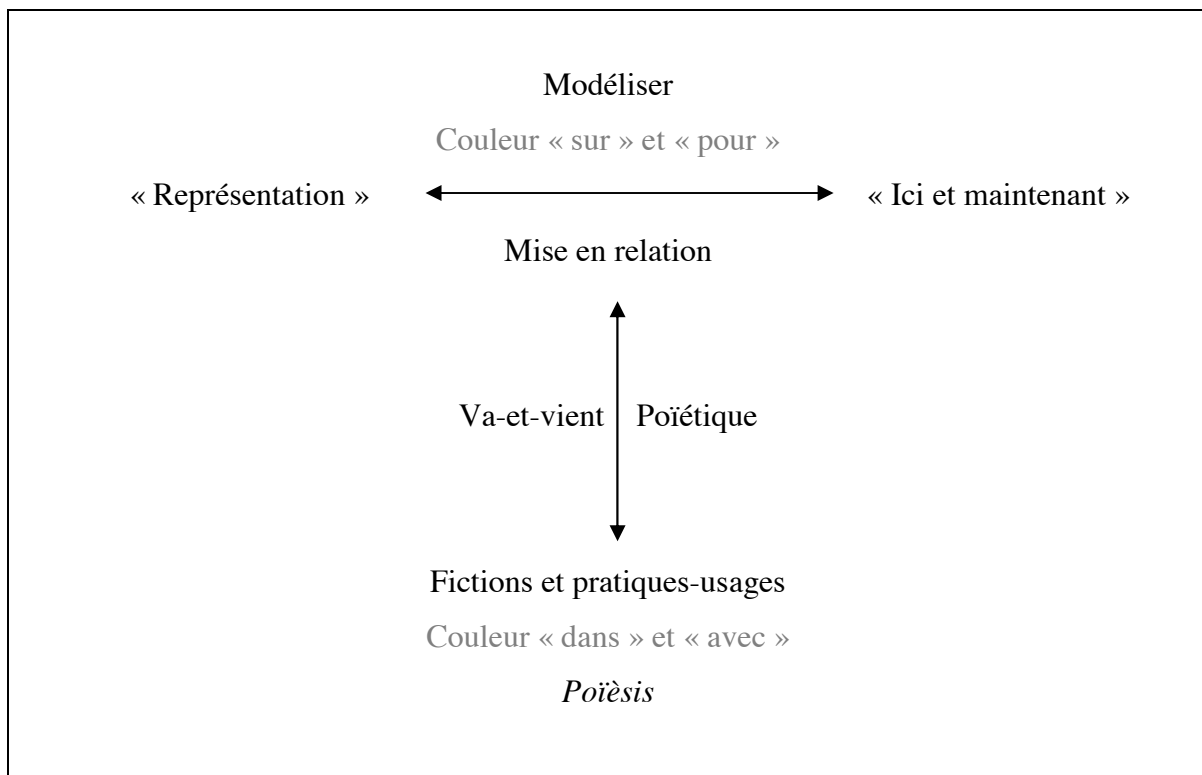


Fig. 111 – Diagramme du va-et-vient opératoire entre modélisation et « faire en acte »

⁸³⁶ Gilles Deleuze, *Foucault*, Paris, éditions de Minuit, 1986, p. 51.

⁸³⁷ Cf. notamment les planches contacts constituées en regard de diverses pratiques tinctoriales.

⁸³⁸ Travail de modélisation de la couleur en relation à la culture matérielle japonaise, par Sachio Yoshioka, cf. la « partie transition de cette thèse », chapitre I.2, pp. 271-279.

Cependant, ce schéma ne permet pas de prendre en considération certaines formes de relations plus subtiles, telles les interrelations, les entrelacs entre les notions (modèles, fictions, représentations) dans leur rapport aux différents « terrains » et « pratiques-usages ». Ni non plus celles nourricières entre l'« enquêteur-concepteur » et les terrains dynamisés par un va-et-vient entre immersion et mise à distance, pointant le hasard de la rencontre voire le *kairos* : est-il possible de représenter un « moment opportun » ? Aussi, afin de saisir de quelle manière l'« enquêtrice-conceptrice » mais aussi les différents terrains rencontrés « fictionnalisent », et de s'essayer à montrer en quoi l'ethno-poïétique permet de construire une *pensée de la relation*, il est nécessaire de construire une cartographie plus complexe.

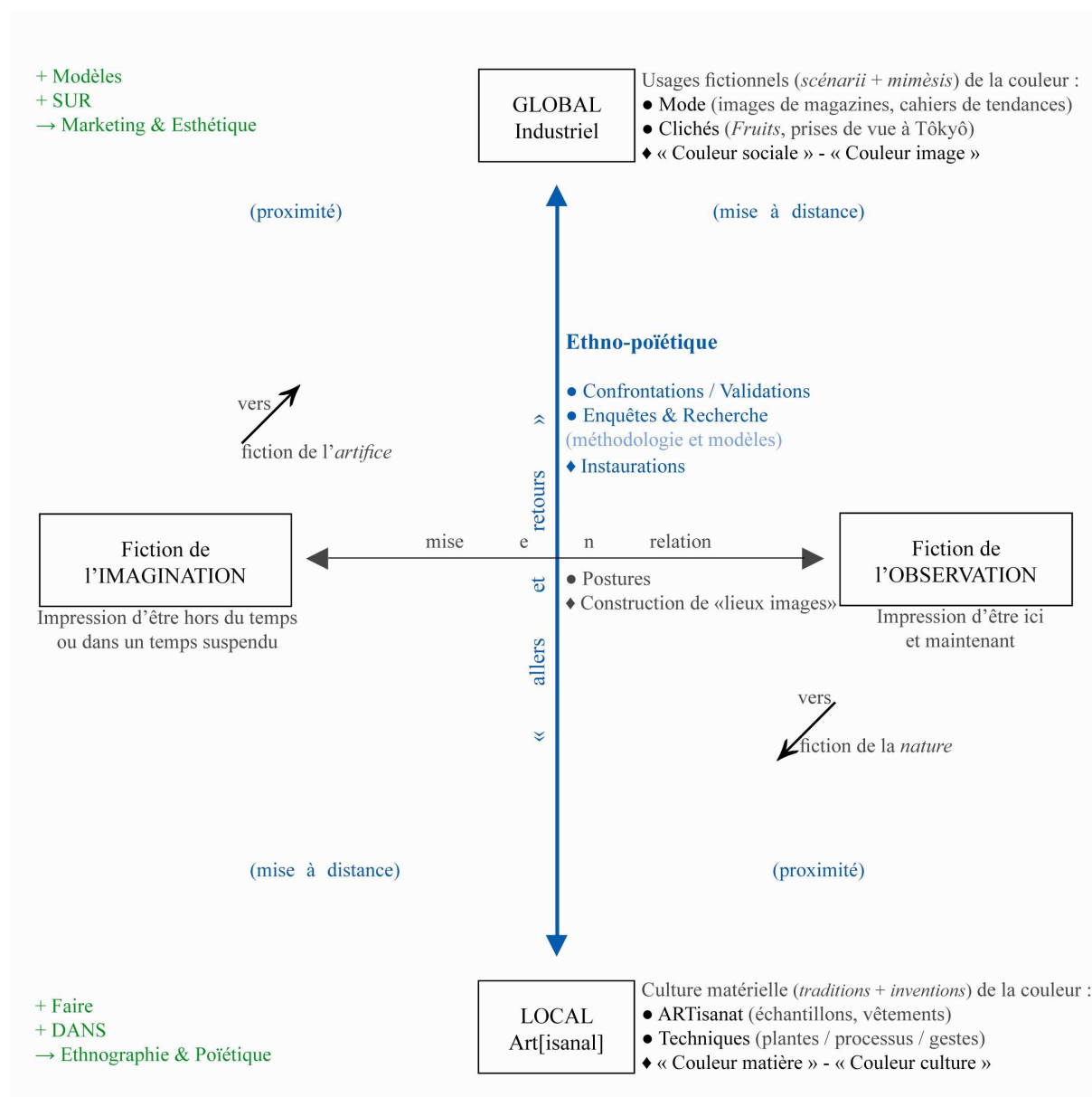


Fig. 112 – Cartographie de l'ethno-poïétique en construction

L'axe vertical, selon les deux pôles « global / industriel » et « local / art-isanal » permet de traduire une organisation systémique en fonction de techniques et de modes de production, au regard de « terrains » qui conçoivent la *culture de marché* de manière différente : du plus global (consommation de masse) au plus local (objets uniques). Cette cartographie permet de pointer les outils conceptuels et matériels de différents terrains (design management, tendances, culture matérielle, artisanat), ainsi que les fictionnalisations qu'ils convoquent. Il est alors possible de définir des interférences plus complexes dans la construction fictionnelle et de décroiser des notions duelles, en questionnant leur articulation. De plus, l'occurrence pointée de « construction de "lieux images" » dans l'outil cartographique permet de saisir un entrelacs, de montrer qu'il y a de l'imagination dans ce qui se donne comme descriptif et du factuel dans ce qui se donne comme représentation fictionnelle.

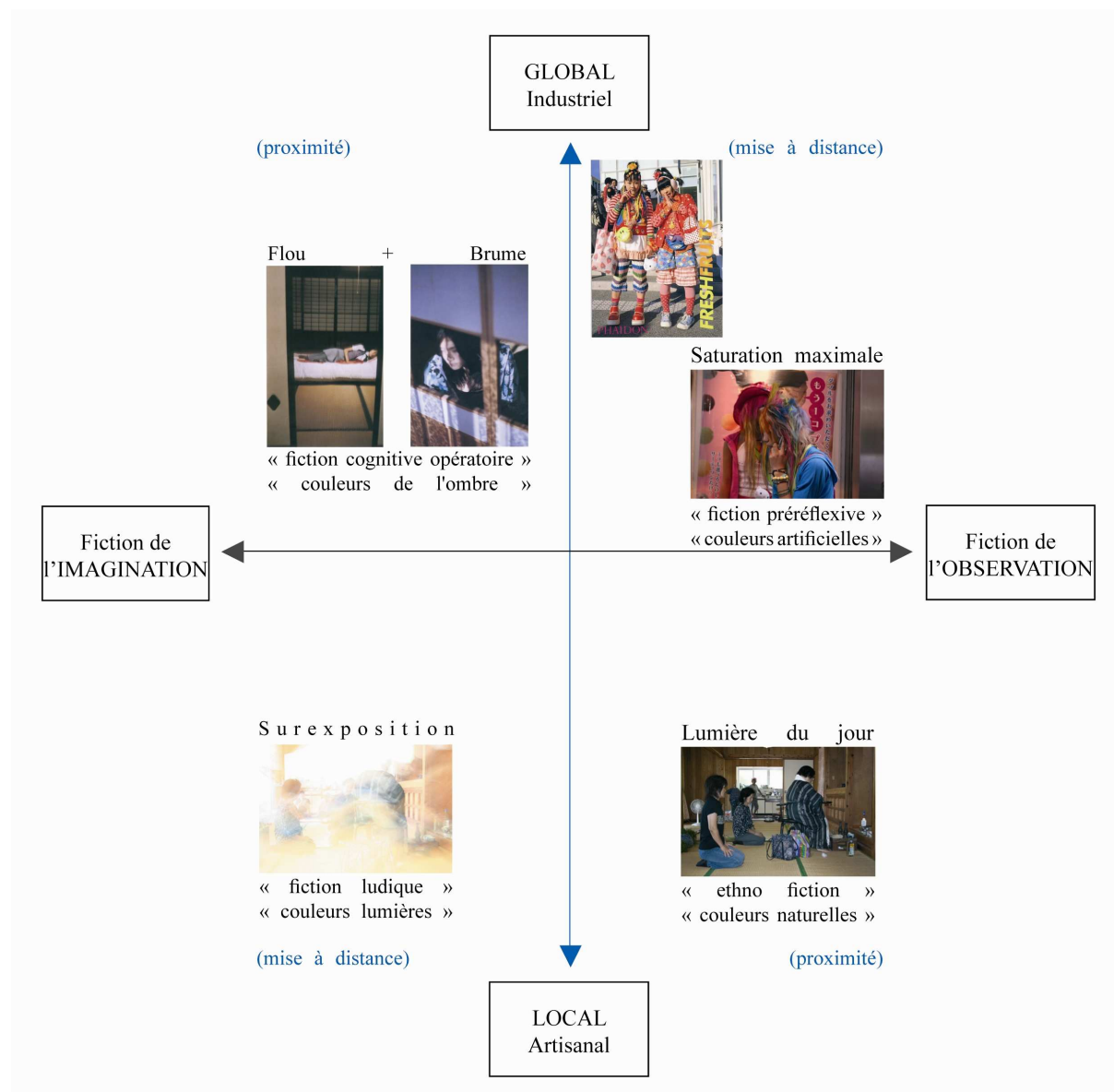


Fig. 113 – Cartographie de « lieux images japonais » propices à des processus d'identification.

Grâce à l’outil cartographique, ces interrelations sont non seulement mises en relief, mais il est alors possible d’analyser des images du point de vue de l’ethno-poïétique (*lorsque l’ethnologue est aux prises avec le terrain – lorsque le plasticien est aux prises avec sa mise en œuvre*). Pour construire une cartographie chromatique, voire de « lieux images » d’un territoire, en ce qu’il suscite comme processus d’identification, ce schème organisationnel peut alors être repris. La question est ici posée de la possibilité d’analyser des images du point de vue de leur relation à la fiction, soit à la fois questionnant les effets-mondes que celle-ci produit mais aussi les techniques qui y conduisent (celles-ci sont nommées au-dessus de chaque visuel figurant dans la carte ci-dessus). En vue de différentes « pratiques-usages », les visuels ont donc été organisés selon leur « degré de fictionnalisation »⁸³⁹ et selon le terrain de leur construction. L’effet ainsi produit fictionnalisant tour à tour l’*artifice* : en haut, du côté de l’*observation* (couleurs saturées / dans la ville) et en bas, du côté de l’*imagination* (surexposition / difficulté à cerner le lieu et les personnages en acte). Et la *nature* : en haut, du côté de l’*imagination* (habitat *traditionnel* et jeune fille non fardée / flou) et en bas, du côté de l’*observation* (personnages en action ne tenant pas compte du photographe / lumière du jour). Il convient de noter que ces effets ne sont pas issus d’intervention numérique (aucune retouche n’a été effectuée en post création) mais résultent de prises de vues prises par l’auteur *in situ* [hormis la couverture de *Fruits*⁸⁴⁰ et les deux visuels en haut à gauche, issus d’un magazine de mode populaire⁸⁴¹].

Ces entrecroisements de fictions sont donc mis en tension grâce à la cartographie : nomination des domaines de couleurs « fictionnalisés » en dessous de chaque image. Les deux visuels présentés en haut à gauche renvoient à la « fiction cognitive »⁸⁴² définie par Jean-Marie Schaeffer : par la mise en jeu des frontières entre la fiction et la non-fiction, pour une mise en tension entre une « invention imaginative » et une « vérité fictionnelle ». En effet, cette fiction utilise un « lieu image » identitaire du Japon, se donnant à voir comme une permanence culturelle (par delà les époques et les particularités, une sorte d’espace-temps en suspend). Ceux-ci sont cependant identifiés sémantiquement comme étant japonais et conduisent à une traduction conditionnée, pouvant mener le regardeur à penser que la scène se passe effectivement au Japon. Cependant, les techniques utilisées en tant qu’outils de

⁸³⁹ Cet essai a été constitué avec l’apport du précieux texte de Jean-Marie Schaeffer, « Fiction et croyance », (in) Nathalie Heinrich, Jean-Marie Schaeffer, *Art, création, fiction - Entre sociologie et philosophie*, Nîmes, éditions Jacqueline Chambon, 2004.

⁸⁴⁰ Aoki Shoichi, *Fresh Fruits, Fashion pictures book*, Paris, éditions Phaidon, 2005.

⁸⁴¹ Photographies de Serge Leblon (in) « Par delà le temps », magazine *Jalouse*, n°15, novembre 1998.

⁸⁴² Jean-Marie Schaeffer, *op.cit.*, p. 169.

fictionnalisation correspondent ici à une mise en scène (propre au monde des magazines de mode) qui permet au lecteur d'être dans une mise à distance, lui laissant la possibilité (ou non) de décrypter l'image comme étant une fiction. L'intimité des lieux présentés, pour une certaine proximité du regardeur, correspondent à des lieux typiquement japonais (*shôji* et *tatami*) dans lesquelles prend place une jeune femme qui pourrait être Japonaise elle aussi, pour une représentation des « couleurs de l'ombre », dans le sens théorisé par Junichirô Tanizaki. C'est donc un ailleurs stéréotypé qui est mis en avant, dans le sens d'un lieu rêvé, nébuleux et conforme aux « lieux images » qui ont déjà été maintes fois représentés. Cette démarche correspond donc à une contamination réciproque entre des éléments fictionnels et des éléments non fictionnels, opératoire pour des processus d'identification. Concernant la photographie d'observation de Tôkyô⁸⁴³, en haut à droite de la cartographie, il s'agit davantage d'une « fiction cognitive préréflexive » :

Les fictions cognitives constituantes sont produites par l'imagination sous l'influence de l'habitude (*custom*) [...] une impression endogène née, selon les cas, de la conjonction répétée de perceptions ressemblantes ou de la constance de perceptions temporellement disjointes.⁸⁴⁴

Prise sur le terrain où les concepteurs de tendances se rendent pour leurs collectes, ce visuel est le « lieu image » (combinatoire chromatique identitaire) du Japon dit « moderne » par excellence : couleurs saturées et fluorescentes portées par de jeunes Japonaises dans le quartier de Harajuku, à Tôkyô. Clichés qui participent à la construction de l'identité visuelle du Japon actuel, comprenant les productions issues des nouvelles technologies, les manga, les salles de jeu, l'idée d'une consommation à outrance, etc. Concernant les visuels situés en bas de la carte, ils correspondent à deux photographies prises lors de la cérémonie du riz sur l'île de Kume (Japon) le 20 juillet 2006. Ils permettent au regardeur de discerner à quel niveau peut se jouer l'interprétation, dès l'opération de sélection des visuels *a posteriori* de l'enquête ethnographique. En effet, sur aucun d'entre eux n'a été mise en place une quelconque manipulation numérique, ils sont tous les deux « témoins » de l'observation de la cérémonie, à quelques minutes d'intervalle, au même emplacement. Ainsi, la photographie de gauche correspond à une « fiction artistique » ou « ludique », dans le sens où la surexposition (effet visuel participant à la fictionnalisation) permet de rendre visible le moment du surgissement (*kairos*). Le lecteur est alors disposé à interpréter l'effet à sa guise. Effet qui renvoie

⁸⁴³ Photographie prise à Harajuku, Tôkyô, juin 2006.

⁸⁴⁴ Jean-Marie Schaeffer, *op.cit.*, pp. 174-175.

cependant une à fictionnalisation involontaire, non programmée, puisque résultant d'un « caprice » de l'appareil photographique à cet instant figé. De plus, cette photographie rejoint le parti pris de Jean Rouch⁸⁴⁵, lorsqu'il traite de la possession et de ses fulgurances, comme participatives de la construction mythique. Ce qui est donné à voir sur cette prise de vue c'est l'augure de l'intensité de l'acte. L'image laisse supposer la transe par le blanchiment et le glissement de lumière : mouvement et voile de ce qui ne peut être vu / observé. Cet effet visuel fictionnalise le présumé ressenti de l'observateur lui-même et active l'imagination du regardeur quant à la présumée transe chamanique. Tandis que la seconde prise de vue (en bas à droite de la cartographie) correspond davantage au statut descriptif de l'ethnographie (supposé objectif) : aucun effet de flou ou de sur / sous-exposition, lumière du jour, photographe à la hauteur des personnages observés. D'où le terme d'« ethno fiction », fiction puisque que le cadrage et la proximité sont déjà un parti pris et donc une interprétation de l'enquêtrice. En effet, quelle aurait été la compréhension de l'image (ici ayant le statut de témoin d'observation) si le cadrage avait été plus large, prenant dans son champ de vision les trois voisins discutant autour, les étudiants en ethnographie accompagnés de leur professeur dans l'encadrement de la porte et la jeune chercheuse accroupie en train de prendre des notes ? Le statut de cette photographie aurait été différent, pouvant être alors un témoin de « contextualisation » de l'observation ethnographique. Ainsi, le visuel choisi ici n'est valide que pour un témoignage rapide sur le nombre de prêtresses, leur tenue, l'alcool ingurgité, l'autel, les offrandes et les postures. Mais il ne suffit pas.

Aussi, de quelle mise à distance et de quelle proximité s'agit-il pour le regardeur selon les visuels ? Concernant les images en haut à gauche, issues d'un magazine de mode, la proximité est celle d'une mise en scène (lieu de l'intime et plan rapproché sur le personnage) et la mise à distance résulte de la *fictionnalisation de l'ailleurs*. Les clichés mettent en scène des *loci* japonais : objets (*tatami*, *shôji*, fenêtre en bois des maisons traditionnelles) et effets (flou, légère brume, « couleurs de l'ombre »). Pour la photographie en haut à droite (prise de vue effectuée dans le quartier de Harajuku, à Tôkyô), la proximité résulte du plan rapproché et de l'observation hasardeuse effectuée dans une rue (témoignage). Et la mise à distance découle de l'identification résultante d'une « fiction cognitive préreflexive » : « réflexe » (« lieux images » performatifs mémorisés : reconnaissance) d'associer le domaine chromatique des couleurs saturées et vives au Japon actuel (pays lointain), et à la fiction des « couleurs

⁸⁴⁵ Cf. Dominique Baqué, *Histoires d'ailleurs, Artistes et penseurs de l'itinérance*, Paris, éditions du Regard, 2006, pp. 163-176.

artificielles » produites par le monde industriel et numérique. En ce qui concerne la photographie située en bas à gauche, la proximité est créée par l'effet (en tant qu'outil de fictionnalisation) produit par une surexposition photographique : le surgissement du moment opportun est cristallisé par l'éblouissement, le regardeur a donc l'opportunité d'imaginer ce qui se passait sur le lieu de la transe. Cependant la mise à distance naît de ce même surgissement, par la méconnaissance de ce qui s'est « réellement » passé, le blanchiment voilant des détails de la scène. Du point de vue du processus de création, la proximité première de l'observateur réside néanmoins dans le statut (s'il est mentionné) de l'image, comme témoignage. Ce que la seconde photographie permet de rendre visible : proximité de l'observateur et, par le cadrage, du regardeur qui se retrouve lui aussi spectateur de la scène, pour une *fiction de l'observation*, le visuel ayant un statut descriptif dans le cadre d'une enquête ethnographique. Pour cette dernière, il est donc davantage question de la « juste distance »⁸⁴⁶ mise en image, ni dans l'empathie interprétative, ni dans la modélisation d'un phénomène.

Par la cartographie, il est donc possible de montrer les va-et-vient entre les postures d'immersion et de mise à distance, lors de l'enquête ethnographique elle-même et, en même temps, la construction d'un « terrain » dans sa relation à la fictionnalisation. Ainsi, pour finir cette exploration de la pensée en construction, une nouvelle cartographie a été constituée afin de considérer les dynamiques relationnelles à différents niveaux de pratiques et d'usages.

⁸⁴⁶ Cf. Dominique Baqué, *Histoires d'ailleurs, artistes et penseurs de l'itinérance*, Paris, édition du Regard, 2006.

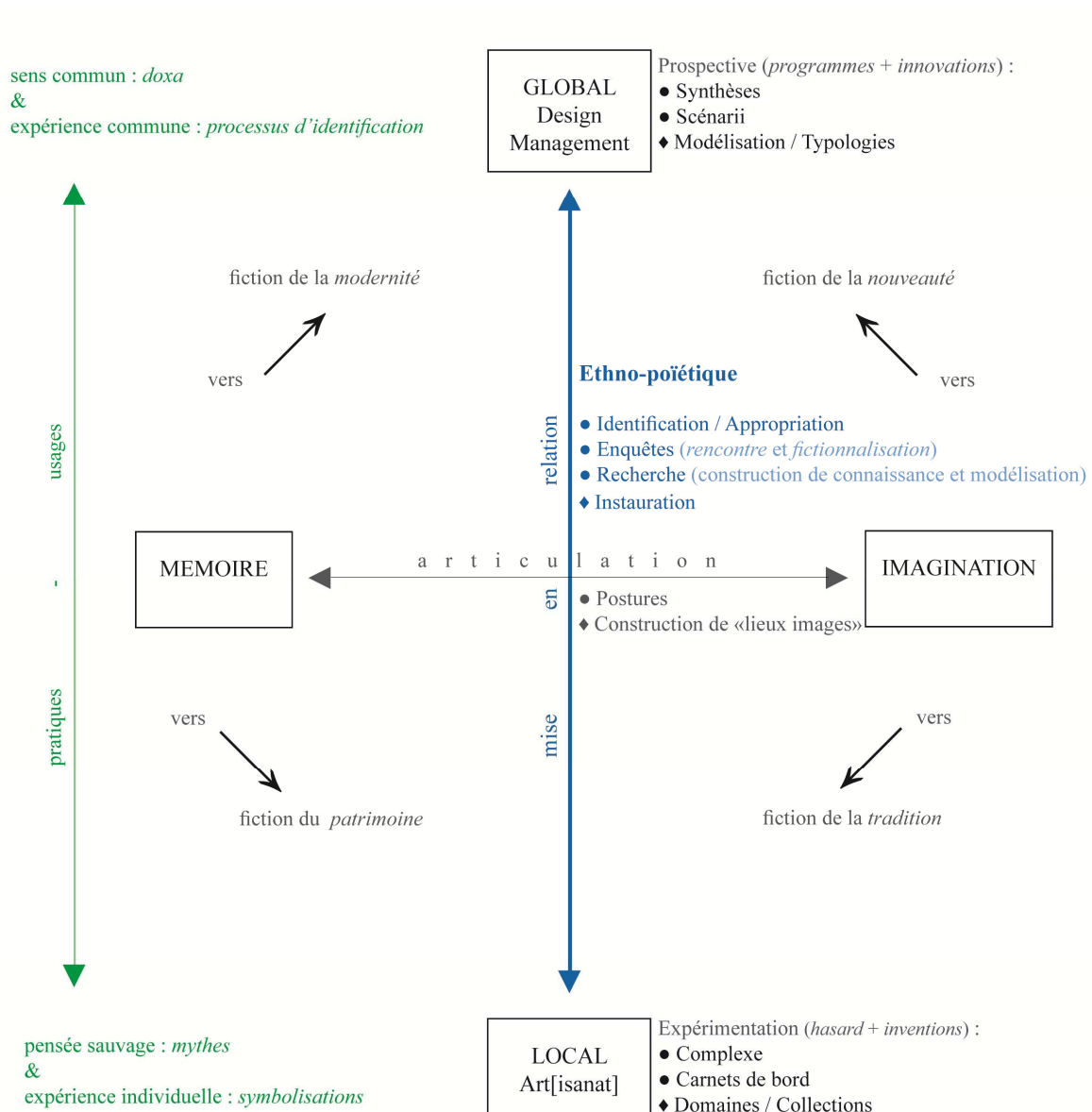


Fig. 114 – Cartographie de mise en relation ethno-poïétique : complexité des « pratiques-usages ».

L’outil cartographique est ici opératoire à différents niveaux de la construction de connaissance. Il convoque l’invention, faite de résistances, de détournements et de réappropriations de l’espace. Cartographier c’est jouer avec les lieux de la mémoire, les mettre en relation et les organiser, trouver les traductions adéquates pour les mettre en scène. Mais c’est aussi découper : si cette carte permet un arrêt sur image sur un espace de la pensée en train de se faire, elle ne peut en traduire l’opacité des entrecroisements, la subtilité des strates imbriquées, du feuilletage interrelationnel... des errances et des ratages gommés par l’outil infographique, fonctionnel et topique. Aussi cette thèse se finira-t-elle sur un dernier

projet, celui de concevoir des cartographies faites à la main, laissant le geste traduire le hasard des rencontres, les cheminements opaques et foisonnants que sont les relations.

Bibliographie

Analyse des arts – poïétique, esthétique, philosophie, histoire, sociologie, sémiologie

ALBERTI, *De la peinture, De Pictura (1435)*, traduit par Jean-Louis Schefer, Paris, Macula, Dédale, 1992.

ARISTOTE, *Poétique*, traduit par J. Hardy, préface de Philippe Beck, Paris, éditions Gallimard, 1996.

BAILLY Jean-Christophe, *L'instant et son ombre*, Paris, éditions du seuil, « Fiction & Cie », 2008.

BARRY Dawson, *Tôkyô graphique*, Paris, éditions Thames & Hudson, 2002.

BATAILLE Georges, *L'expérience intérieure*, Paris, éditions Gallimard, collection « Tel », 1978.

BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, éditions Allia, 2003.

BENJAMIN Walter, *Paris, capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des Passages*, traduit de l'Allemand par Jean Lacoste, Paris, éditions Du Cerf, réédité en 2002, (1989).

BLANCHY Lara, *L'art contemporain dans les lieux de culte*, Paris, éditions Complicités, 2004.

BOURDIER Marc, *Le mythe et l'industrie ou la protection du patrimoine culturel au Japon*, revue « Genèses », numéro 11, Paris, éditions Belin, 1993, pp. 82-110.

BRETON André, *Manifestes du surréalisme*, Paris, éditions Gallimard, 1985.

BRUSATIN Manlio, *Histoire des couleurs*, (préface de Louis Marin), Paris, éditions Flammarion, collection « Champs », 1986.

CARASCO Raymonde, « La cinématographie, Le cinéma et l'exigence du fragment », (texte d'ouverture du séminaire), *Le cinéma fragmentaire*, Bruxelles, Collège Européen de Philosophie, Octobre 1984.

CAUQUELIN Anne, *Court traité du fragment*, Paris, éditions Aubier, collection « Sciences Humaines », 1992.

CHATEAU Dominique, *Épistémologie de l'esthétique*, Paris, L'Harmattan, 2000.

CHATEAU Dominique, *L'art comme fait social total*, Paris, éditions L'Harmattan, 2001.

CHOAY Françoise, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, éditions du Seuil, collection « La couleur des idées », 1992.

DAMISCH Hubert, *L'origine de la perspective*, Paris, Flammarion, « Champs », 1993, (1987).

DEFORGE Yves, *L'œuvre et le produit*, Paris, éditions Champ Vallon, collection « milieux », 1990.

DEWARRAT Jean-Pierre, QUINCEROT R., WEIL M., WOEFFAIR B., *Paysages ordinaires : de la protection au projet*, Sprimont, Belgique, Pierre Mardaga Éditeur, collection « Architecture + Recherches », 2003.

DIDEROT Denis et LE ROND D'ALEMBERT Jean, *L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, par une société de gens de lettres*, Paris, 1751-1765, 11 volumes.

DIDEROT Denis et LE ROND D'ALEMBERT Jean, *Recueil de planches sur les sciences, les arts libéraux et les arts mécaniques, avec leurs explications*, Paris, 1762-1772, 11 volumes.

Expériences du divers, Jimmie Durham, Hanayo, Chéri samba, Tsuneko Taniuchi, (collectif), Rennes, Presses Universitaires de Rennes, collection « Métiers de l'exposition », 2000.

FERGOMBÉ Amos, (coordination), *Les rites et les arts*, Actes du colloque organisé les 11, 12 et 13 décembre 2001, « art'in – revue d'arts plastiques et d'arts du spectacle », n°1, Valenciennes, Presses Universitaires de Valenciennes, « Camélia », 2004.

FIELL Charlotte, FIELL Peter, *Design du 20^{ème} siècle*, Paris, éditions Taschen, 2001.

FOUCAULT Michel, *Les mots et les choses, Une archéologie des sciences humaines*, Paris, éditions Gallimard, 1966.

FRÉCHURET Maurice, *Le mou et ses formes*, Paris, École nationale supérieure des Beaux-Arts, 1993.

GAGE John, *Color and Culture*, London, Thames & Hudson, 1993.

GAGE John, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008.

GILLES Yoann, YGGDRE Christopher, « Politique du poétique : art, culture et show-business », *Transversales Science/culture*, n°64, juillet août 2000.

GIRAUDO Lucien, *Michel Butor, le dialogue avec les arts*, Paris, Presses Universitaires du Septentrion, « Perspectives », 2006.

GROUPE μ, *Traité du signe visuel, Pour une rhétorique de l'image*, Paris, éditions du Seuil, 1992.

- GROUT Catherine, *Pour une réalité publique de l'art*, Paris, éditions L'Harmattan, collection Esthétiques, 2000.
- HASKELL Francis, *La norme et le caprice*, Paris, éditions Champs Flammarion, 1993.
- La querelle esthétique dans l'art contemporain*, Actes du colloque international, « La querelle des valeurs esthétiques dans l'art contemporain », 15~17 novembre 2006, Publication de l'Institut Supérieur des Arts et Métiers de Gabès, Tunisie, 2006.
- HILAIRE-PEREZ Liliane et GARÇON Anne-François (sous la direction de), *Les chemins de la nouveauté : innover, inventer au regard de l'histoire*, Paris, CTHS, 2003.
- INGRES Jean-Auguste-Dominique, *Notes et pensées*, Brionne, Gérard Montfort, 1984, (1870).
- KANDINSKY Vassily, *Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier*, Paris, Denoël / Gonthier, collection « Médiations », 1976, (1912).
- KOZAK Gisela, WIEDEMANN Julius, *Japanese graphics now !*, Londres, éditions Tashen, 2003.
- KRYSINSKI Wladimir, « Les fonctions et les modalités du narrateur, *Cosmos* de Witold Gombrowicz », (in) *Carrefour de signes, essais sur le roman moderne*, The Hague, New York, Mouton Publishers, 1981, pp. 267-294.
- LACHAUD Jean-Marc et LUSSAC Olivier, (collectif sous la direction de), *Arts et nouvelles technologies*, Paris, L'Harmattan, « ouverture philosophique », 2007.
- MICHAUD Yves, *L'Art à l'état gazeux, Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Paris, Stock, « Les Essais », 2003.
- MOTTET Jean (sous la direction de – avec, entre autres, D. Château, P. Prado, ...), *L'arbre dans le paysage*, Seyssel, éditions Champ Vallon, 2002.
- NOGACKI Edmond, *L'artiste a le dernier mot ou le critique aux « lèvres inutiles »*, (in) Actes du colloque international, « La querelle des valeurs esthétiques dans l'art contemporain », 15~17 novembre 2006, Publication de l'Institut Supérieur des Arts et Métiers de Gabès, Tunisie, 2006.
- PASSERON René, *Io Lourde (Notes Pour Une Légende)*, Paris, éditions Julliard, 1952.
- PASSERON René, *La naissance d'Icare, Éléments de poïétique générale*, Paris, ae2cg éditions & Presses Universitaires de Valenciennes, 1996.
- PASSERON René, *L'oeuvre picturale et les fonctions de l'apparence*, Paris, Vrin, 1980, (1962).
- PASSERON René, *Pour une philosophie de la création*, Paris, éditions Klincksieck, 1989.

PASSERON René (sous la direction de), *Recherches poïétiques*, « Revue de la société Internationale de Poïétique », n°1, Presses Universitaires de Valenciennes, automne hiver 1994.

PASSERON René, *Surréalisme*, Paris, éditions Pierre Terrail, 2005.

PERROT Antoine, PICARD Claude, *Ready made color, La couleur importée*, Amiens, Maison de la culture d'Amiens, 2002.

Recherches poïétiques, groupe de recherches esthétiques du CNRS, tome I, Paris, éditions Klincksieck, 1975-76.

Recherches poïétiques, groupe de recherches esthétiques du CNRS, tome II : Le Matériau, Paris, éditions Klincksieck, 1976.

RENONCIAT Annie, SIMON-OIKAWA Marianne (ouvrage collectif sous la direction de), *La pédagogie par l'image en France et au Japon*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, collection « Interférences », 2009.

Revue « Entrelacs », *Des aveux de sens*, n°4, Toulouse, Laboratoire de Recherche en Audiovisuel, ESAV, Université de Toulouse 2, Téraèdre, janvier 2002.

Revue « Entrelacs », *L'arbre*, n°6, Toulouse, Laboratoire de Recherche en Audiovisuel, ESAV, Université de Toulouse 2, Téraèdre, mars 2007.

Revue « Entrelacs », *L'atelier*, n°7, Toulouse, Laboratoire de Recherche en Audiovisuel, ESAV, Université de Toulouse 2, Téraèdre, mars 2009.

Revue « L'insensé photo », *Japan*, n° 2, Paris, éditions du Regard, 2001.

ROUSSE Pascal, « L'Architectonique du montage selon Eisenstein et Benjamin : architecture temporelle et transformation du lieu », *Cadrage.net*, octobre 2006, [revue en ligne], url : <http://www.cadrage.net/dossier/architectonique.htm>

ROSENBERG David, MIN Xu, (sous la direction de), *Chen Zhen, Invocation of washing fire*, Gli Ori, 2003.

SAINT-HILLAIRE J. Barthélemy, *Traité de la production et de la destruction des choses d'Aristote*, avec une introduction sur les origines de la philosophie grecque, livre 2, chapitre III, Librairie philosophique de Ladrangé, Paris, 1866, [texte en français et en grec ancien : consultable en ligne], <http://remacle.org/bloodwolf/philosophes/Aristote/tabledestruction.htm>

SAUSSURE (de) Ferdinand, *Cours de linguistique générale*, Paris, Éditions Payot & Rivages, 1995, (1916).

SAUTEREAU Jacques (sous la direction de), *Concevoir*, « Les cahiers de la recherche architecturale », n° 34, Marseille, éditions Parenthèses, 4^{ème} trimestre 1993.

SAUVAGEOT Anne, *L'art caméléon*, Paris, Presses Universitaires de France, 2007.

- SCHAEFFER Jean-Marie, « Fiction et croyance », (in) Nathalie Heinich et Jean-Marie Schaeffer, *Art, création, fiction, Entre sociologie et philosophie*, Nîmes, éditions Jacqueline Chambon, 2004, pp. 163-186.
- SCHAEFFER Jean-Marie, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, éditions du Seuil, 1999.
- SCHÖNAUER Walter, *Hanayo*, Paris, Galerie du jour – Agnès B, 2003.
- SICARD Michel, BUTOR Michel, *Staritsky, matières et talismans*, Paris, Éditions Jean-Michel Place, 1978.
- SICARD Michel, « Petite matériologie pour quelques métropoles actuelles et futures », *L'espace Amérique*, Paris, revue « Change », n° 41, Seghers-Laffont, mars 1982.
- SICARD Michel, « Le "tarot" de Butor, "matières de rêves" », Colloque International, (sous la direction de Vito Carofiglio), *Cartes : jeu, écriture, divination*, revue « Lectures », Italie, Université de Bari, 23 janvier 1986.
- SICARD Michel, « La critique en art : de la sémiologie à l'errance », Séminaire Interarts de Paris, (in) Marc Jimenez (sous la direction de), *L'Œuvre d'art et la critique*, Paris, Éditions Klincksieck, 2001, p. 213-233.
- SICARD Monique (sous la direction de), *Chercheurs ou artistes, Entre art et science, ils rêvent le monde*, Paris, éditions Autrement, collection « Mutations », 1995.
- TARKOVSKI Andrei, *Le temps scellé, De L'Enfance d'Ivan au Sacrifice*, Paris, éditions de l'Etoile, Cahiers du cinéma, 1989.
- TSIONNIS Yannis, « L'architecte, un historien intuitif, l'archéologue, un architecte d'anticipation du passé », (in) Jean-Paul Demoule, Bernard Stiegler, (sous la direction de), *L'avenir du passé, Modernité de l'archéologie*, Paris, éditions La Découverte, collection « Inrap », 2008.
- Université d'été de Rennes, Département d'arts plastiques, Université de Haute-Bretagne, *Pratiques et Arts plastiques*, « Actes de l'université d'été d'août 1997 », Université de Rennes 2, 1998.
- VALERY Paul, « Discours sur l'esthétique » prononcé au « Deuxième Congrès International d'Esthétique et de Science de l'Art », le 8 août 1937, *Œuvres complètes*, tome I, éditions Gallimard, collection « La Pléiade », 1957.
- VIACHESLAV Ivanov, « Eisenstein et la linguistique structurale moderne », *Cahiers du Cinéma*, n°220-221, mai-juin 1970.
- VIDAL Élodie, *Le Bauhaus de Weimar, 1919-1925*, Paris, éditions Mardaga, 1989.
- YATES Frances Amélia, *L'art de la mémoire*, traduit par Daniel Arasse, Paris, éditions Gallimard, 1982, (1966).

Philosophie – Épistémologie

AUSTIN John Langshaw, *Quand dire c'est faire*, Paris, Le Seuil, 1970, (1962).

BACHELARD Gaston, *La poétique de la rêverie*, Paris, Presses Universitaires de France, 1960.

BACHELARD Gaston, *L'eau et les rêves, Essai sur l'imagination de la matière*, Paris, Librairie José Corti, 1997, (1942).

BACHELARD Gaston, *L'intuition de l'instant*, Paris, éditions Stock, « Biblio Essais », 1992, (1931).

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957.

BERGER Gaston (sous la direction de), revue « Prospective », n°6, Paris, Presses Universitaires de France, novembre 1960.

BERGSON Henri, *Matière et mémoire*, Paris, Presses Universitaires de France, Quadrige, 1993.

BOUTINET Jean-Pierre, *Anthropologie du projet*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2005, (1990)

BOUVERESSE Jacques, *Le Mythe de l'intériorité, Expérience, signification et langage privé chez Wittgenstein*, Paris, Les Éditions de Minuit, collection « Critique », 1987, (1976).

BOUVET Jean-François, *La stratégie du caméléon, De la simulation dans le monde vivant*, Paris, éditions du Seuil, 1998.

BROXTON ONIANS Richard, *Les origines de la pensée européenne, Sur le corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin*, Paris, éditions du Seuil, 1999.

CASSIN Barbara, *Aristote et le Logos, Contes de la phénoménologie ordinaire*, Paris, PUF, « Bibliothèque du Collège International de Philosophie », 1997.

CASSIN Barbara, *L'effet sophistique*, Paris, éditions Gallimard, « Essais », 1995.

CASSIN Barbara (sous la direction de), *Le plaisir de parler*, Paris, éditions de Minuit, 1986.

CASSIN Barbara, « Sophistique, performance, performatif », *Bulletin de la Société Française de Philosophie*, Paris, Librairie Vrin, octobre - décembre 2006.

CAUQUELIN Anne, *Cinévilles*, Paris, Union Générale d'Éditions, « 10/18 », 1979.

CAUQUELIN Anne, *L'art du lieu commun, Du bon usage de la doxa*, Paris, éditions du Seuil, collection « La couleur des idées », 1999.

CERTEAU (de) Michel, *L'invention du quotidien, 1. arts de faire*, Paris, éditions Gallimard, 1990.

- CHALMERS Alan, *Qu'est-ce que la science ?*, Paris, Le livre de poche, collection « Biblio Essais », 1987.
- DELON Nicolas, « Clément Rosset face à ses contemporains : un iconoclaste au temps des structures », Nice, 12 mai 2006, [article en ligne, consulté le 15 septembre 2009], url : <http://clementrosset.blogspot.com/2006/05/rosset-face-ses-contemporains-par.html>
- DUMAS Robert, *Traité de l'arbre, Traité d'une philosophie occidentale*, Paris, Acte Sud, 2002.
- DURAND Gilbert, *L'imaginaire, Essais sur les sciences et la philosophie de l'image*, Paris, éditions Hatier, 1994.
- EHRARD Jean, Matérialisme et naturalisme : les sources occultistes de la pensée de Diderot, « Communication de M. J. Erhard au XII^{ème} Congrès de l'Association, le 26 juillet 1960 », (in) Cahiers de l'Association internationale des études françaises, volume 13, Paris, 1961, pp. 189-201.
- ELIADE Mircea, *Le sacré et le profane*, Paris, éditions Gallimard, « Folio essais », 1987, (1965).
- ELIADE Mircea, *Aspects du mythe*, Paris, éditions Gallimard, 1963.
- GADAMER Hans-Georg, *L'Art de comprendre, Ecrits II, Herméneutique et Champ de l'expérience humaine*, Paris, éditions Aubier, 1991, (regroupe différents textes édités entre 1977 et 1982).
- GIRÉ Alain, « Conception de la conception », (in) J. Perrin (sous la direction de), *Conception entre art et science, regards multiples sur la conception*, Lausanne, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2001.
- GOODMAN Nelson, *Manière de faire les mondes*, Paris, éditions Chambon, 1992.
- HELEIN-KOSS Suzanne, « Gaston Bachelard : Vers une nouvelle méthodologie de l'image littéraire ? », *The French Review*, volume 45, n° 2, décembre 1971.
- HUME David, *Traité de la nature humaine, Essai pour introduire la méthode expérimentale de raisonnement dans les sujets moraux*, traduit par Philippe Folliot, 2007, (1739), [consultable en ligne], url : <http://pagesperso-orange.fr/philotra/tnh.htm>
- JUFFÉ Michel, *Les fondements du lien social, Le justicier, le sage et l'ogre*, Paris, Presses Universitaires de France, 1995.
- KARSENTI Bruno, *Marcel Mauss le fait social total*, Paris, Presses Universitaires de France, collection Philosophies, 1994.

KLIMIS Sophie, *Le statut du mythe dans la poétique d'Aristote, Les fondements philosophiques de la tragédie*, Cahiers de Philosophie ancienne n° 13, Bruxelles, éditions Ousia, 1997.

LÉVY-LEBLOND Jean-Marc, *La pierre de touche, La science à l'épreuve*, Paris, Gallimard, 1996.

PIGEAUD Jackie, *Louis Guillermit, lecteur de Platon*, [article mis en ligne], url : http://www.lyber-eclat.net/lyber/guillermit/lecteur_platon.html

ROSSET Clément, *Fantasmagories, Le réel, l'imaginaire et l'illusoire*, Paris, éditions de Minuit, 2006.

ROSSET Clément, *L'Anti-nature, Éléments pour une philosophie tragique*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (1973).

ROSSET Clément, *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971).

ROSSET Clément, *Loin de moi, Étude sur l'identité*, Paris, éditions de Minuit, 1999.

SERRES Michel, *Les cinq sens*, Paris, éditions Grasset et Fasquelle, 1995.

SERRES Michel, *Le tiers-instruit*, Paris, éditions François Bourin, 1991.

SERRES Michel, *L'incandescent*, Paris, éditions Le Pommier, 2003.

SIMAY Philippe, (sous la direction de), *Capitales de la modernité : Walter Benjamin et la ville*, Paris-Tel-Aviv, éditions de l'éclat, 2005.

STEINER George, *Dans le château de Barbe-Bleue, Notes pour une redéfinition de la culture*, Paris, éditions Gallimard, « folio essais », 1971.

STENGERS Isabelle, (sous la direction de), *D'une science à l'autre, Des concepts nomades*, Paris, éditions du Seuil, 1987.

STIEGLER Bernard, « L'être soigneux », (in) Jean-Paul Demoule, Bernard Stiegler, (sous la direction de), *L'avenir du passé, Modernité de l'archéologie*, Paris, éditions La Découverte, collection « Inrap », 2008.

STIEGLER Bernard, « Le philosophe et la modernité, Face à l'échec du consumérisme, le philosophe soutient que seule l'intelligence collective permettra une économie innovante », (in) *L'innovation*, Paris, Télérama, « Dossier Spécial », n°3099, 3 juin 2009.

THOMASSET Claude, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, « Cultures et civilisations médiévales », 2006.

ZOURABICHVILI François, *Deleuze, Une philosophie de l'évènement*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Philosophies », 1996, (1994).

Anthropologie – Ethnologie

AFFERGAN Francis, (sous la direction de), *Construire le savoir anthropologique*, Paris, Presses Universitaires de France, 1999.

AFFERGAN Francis, *Exotisme et altérité, Essai sur les fondements d'une critique de l'anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France, 1987.

AFFERGAN Francis, *La Pluralité des mondes, Vers une autre anthropologie*, Paris, Albin Michel, 1997.

BAQUÉ Dominique, *Histoires d'ailleurs, Artistes et penseurs de l'itinérance*, Paris, éditions du Regard, 2006.

BASTIDE Roger, *Le rêve, la transe et la folie*, Paris, éditions du Seuil, 2003.

BROSSE Jacques, *Mythologie des arbres*, Paris, éditions Payot et Rivages, 1993.

CAMPION Pierre, « La notion de fiction dans l'anthropologie, Francis Affergan et la question de l'événement », (in) *Frontières de la fiction*, Paris, Fabula, janvier juin 2000, [actes du colloque mis en ligne], url : <http://www.fabula.org/forum/colloque99/PDF/Campion.pdf>

CONDOMINAS Georges, *L'exotique est quotidien*, Paris, édition Plon, collection « Terre Humaine », 1965.

COPANS Jean, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1996).

COPANS Jean, *L'enquête ethnologique de terrain*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1998).

DÉTIENNE Marcel, *Les dieux d'Orphée*, Paris, Gallimard, « folio histoire », 2007, (1989).

DÉTIENNE Marcel, *Les jardins d'Adonis, La mythologie des parfums et des aromates en Grèce*, (suivi d'une interprétation de Jean-Pierre Vernant et d'une lecture de Claude Lévi-Strauss), Paris, Gallimard, « folio histoire », 2007, (1972).

DÉTIENNE Marcel, VERNANT Jean-Pierre, *Les ruses de l'intelligence, La mètis des Grecs*, Paris, Flammarion, « Champs essais », 1974.

DEUBER ZIEGLER Erica, PERRET Geneviève (sous la direction de), *Nous autres*, Genève, Musée d'ethnographie et Infolio, collection « Tabou », n°1, 2005.

DOQUET Anne, LE MENESTREL Sara (sous la direction de), *Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociale*, numéro thématique de la revue « Autrepart », n°40, Paris, Armand Colin, collection « IRD », 2006.

DOURNES Jacques, *Forêt Femme Folie, une traversée de l'imaginaire jörai*, Paris, édition Aubier Montaigne, 1978.

DUMAS Robert, *Traité de l'arbre, Essai d'une philosophie occidentale*, Paris, Actes Sud, 2002.

DURKHEIM Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Presses Universitaires de France, 1968, (1912).

FAVRET-SAADA Jeanne, *Les mots, la mort, les sorts, La sorcellerie dans le Bocage*, Paris, Gallimard, «Bibliothèque des sciences humaines», 1977.

GEERTZ Clifford, *Works and lives: The Anthropologist as Author*, Stanford, Stanford University Press, 1988 [Cambridge, Polity press, 1988], *Ici et Là-bas : l'anthropologue comme auteur*, traduit de l'anglais (USA) par Daniel Lemoine, Paris, édition Métailié, collection « Leçons de choses », 1996.

GEIGER Wolfgang, « L'exotisme comme moyen de transfert esthétique dans "Les Immémoriaux" de Victor Segalen », *L'exotisme : Actes du colloque de Saint Denis de la Réunion, 7-11 mars 1988* (Cahiers CRLH-CIRAOI, 5), Paris, édité par Alain Buisine et Norbert Dodille, Didier Érudition, 1988.

GODELIER Maurice, *L'énigme du don*, Paris, éditions Fayard, 1996.

GOODY Jack, *La peur des représentations, L'ambivalence à l'égard des images, du théâtre, de la fiction, des reliques et de la sexualité*, Paris, éditions de La Découverte, 2003.

GOODY Jack, *La raison graphique*, Paris, éditions de Minuit, 1986.

GUIART Jean, *Claude Lévi-Strauss, Le totémisme aujourd'hui*, « Revue de l'histoire des religions », volume 172, n° 1, Paris, éditions Armand Colin, 1967, pp. 84-88.

HAINARD Jacques, MATHEZ Philippe, SCHINZ Olivier (sous la direction de), *Vodou*, Genève, Musée d'ethnographie et Infolio, collection « Tabou », n°5, 2008.

KILANI Mondher, *Anthropologie : Du local au global*, Paris, Armand Colin, collection « U Anthropologie Sciences Sociales », 2009.

KILANI Mondher, *Du terrain au texte, Sur l'écriture de l'anthropologie*, « Communications », n° 58, pp. 45-60, 1994.

KILANI Mondher, *L'invention de l'autre, Essai sur le discours anthropologique*, Lausanne, Payot, 1994.

L'abord de l'altérité japonaise en France, à la fin du 19^{ème} et au début du 20^{ème} siècle, « L'ethnographie », numéro spécial, n° 108, Paris, La Société d'Ethnographie, automne 1990.

LAPLANTINE François, *Je, nous et les autres*, Paris, éditions Le Pommier Fayard, 1999.

LAPLANTINE François, *La description ethnographique*, Paris, édition Nathan, collection « 128 », 1996.

LAPLANTINE François, *L'anthropologie*, Paris, éditions Payot et Rivages, 1995.

- LAPLANTINE François, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L'anthropologie au coin de la rue », 2005.
- LECERF Guy, SAMRAKANDI Habib, « Les couleurs de l'échange », Actes du colloque *La couleur: expression d'un peuple et d'une culture*, revue « Horizons Maghrébins, le droit à la différence », Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2000.
- LEPRUN Sylviane, *Exotisme et couleurs, paradoxe de la couleur*, revue « Ethnologie française », volume 20, n° 4, Paris, Presses Universitaires de France, 1990, pp. 419-427.
- LEROI-GOURHAN André, *Le geste et la parole*, Paris, Albin Michel, 1977.
- LEROI-GOURHAN André, *Les racines du monde*, Paris, éditions Belfond, 1982.
- LÉVI-STRAUSS Claude, *Anthropologie structurale*, Paris, éditions Plon, 1958.
- LEVI-STRAUSS Claude, *La pensée sauvage*, Paris, éditions Plon, collection « Pocket », 1962.
- LEVI-STRAUSS Claude, *Le cru et le cuit*, Paris, éditions Plon, 1964.
- LEVI-STRAUSS Claude, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975).
- LEVI-STRAUSS Claude, *Tristes Tropiques*, Paris, éditions Plon, collection « Terre humaine / Pocket », 1984, (1955).
- FRÓIS Luis (R. P.), *Européens et Japonais, Traité sur les contradictions et différences de mœurs, l'an 1585*, Préface de Claude Lévi-Strauss, Paris, éditions Chandeigne, 1998.
- MAGDELAINE-ANDRIANJAFITRIMO Valérie, « La mémoire au croisement de la littérature et de l'ethnologie : pratiques de l'ethnotexte dans les littératures des Antilles et de l'Océan Indien », (in) Claude Filteau et Michel Beniamino, (sous la direction de), *Mémoire et culture - Colloque International Tenu À Limoges, 10-12 Décembre 2003*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges et du Limousin, collection « Francophonie », 2006, pp. 225-239.
- MARTINEAU Stéphane, « L'observation en situation : enjeux, possibilités et limites », (in) *L'instrumentation dans la collecte des données*, Actes du colloque, UQTR, 26 novembre 2004, « Recherches qualitatives », hors série n°2, Trois-Rivières (Québec), Association pour la Recherche Qualitative, 2005.
- MAURY Alfred, *Les fées au Moyen Age*, Paris, éditions Savoir pour Être, 1994, (1843).
- MAUSS Marcel, *Essai sur le don, introduction de Florence Weber*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2007, (1924-1925).
- MAUSS Marcel, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967, (1947).

MAUSS Marcel, *Sociologie et anthropologie, précédé d'une introduction à l'œuvre de Marcel Mauss par Claude Lévi-Strauss*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 2006, (1950).

MORIN Edgar, *Le cinéma ou l'homme imaginaire, Essai d'anthropologie*, Paris, éditions de Minuit, 1995.

MORIN Edgar, KERN A-B., *Terre Patrie*, Paris, éditions du Seuil, 1993.

SACKS Olivier, *Un anthropologue sur Mars*, Paris, éditions du Seuil, 1996.

SEGALEN Victor, *Essai sur l'exotisme*, Paris, Le Livre de Poche, 1986.

SÉBILLOT Paul, *La faune et la flore, Le folklore de France*, tome III, Paris, Maisonneuve et Larose, 1968.

SEGALEN Martine, *Rites et rituels contemporains*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », 2005, (1998).

STEPHAN Luc, FALGAYRETTES-LEVEAU Christiane, *Formes et couleurs, sculptures de l'Afrique noire*, Paris, Musée Dapper, 1993.

TORNAY Serge, *Voir et nommer les couleurs*, Nanterre, Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative, 1978.

Analyses du chamanisme : pratiques rituelles singulières de communication avec les « dieux »

ALLEN Matthew, *Identity and resistance in Okinawa*, Boston, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2002.

BEILLEVAIRE Patrick, « Dieux et ancêtres dans l'espace villageois japonais », *L'Homme*, tome 31, n°117, « Etudes japonaises : Dieux, lieux, corps, choses, illusion », 1991, pp. 34-65, [article en ligne], url : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/hom_0439-4216_1991_num_31_117_36935

BEILLEVAIRE Patrick, « Le Sutsu Upunaka de Tarama Jima », *Bulletin de l'Ecole française d'Extrême-Orient*, tome 71, 1982, pp. 217-262.

BOUCHY Anne, *De l'ethnologie au Japon : par qui, où, comment ?*, « Ateliers », n°30, *Ethnologies japonaises*, 2006, [mis en ligne le 8 juin 2007, consulté le 09 septembre 2008], url : <http://ateliers.revues.org/document78.html>

BOUCHY Anne, « Du bon usage de la malemort – Traitement des "âmes rancuneuses" et rituels oraculaires dans la société Japonaise », (in) *De la malemort en quelques pays d'Asie*, sous la direction de Brigitte Baptandier, Paris, éditions Karthala, 2001, pp. 201-234.

BOUCHY Anne, Le littoral, espace de médiations, Cultes des monts Sengen, Asama, Aomine et systèmes de représentations chez les gens de mer de la côte orientale de la péninsule de Kii, (in) « Cahiers d'Extrême Asie », n°9, Paris, École Française d'Extrême-Orient, section de Kyôto, 1996-97, pp. 255-298.

BOUCHY Anne, « Les montagnes seront-elles désertées par les dieux ? L'altérité et les processus de construction d'identité chez les spécialistes du contact direct avec les dieux et les esprits au Japon », (in) sous la direction de Jean-Pierre Berthon, Anne Bouchy, Pierre F. Souyri, *Identités, marges, médiations, Regards croisés sur la société japonaise, Actes des trois tables rondes franco-japonaises 1997-1998*, « Études Thématiques », n°10, Paris, École Française d'Extrême Orient, 2001, pp. 87-106.

BOUCHY Anne, *Les oracles de Shirataka*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, collection « Les Anthropologiques », 2005.

BOUCHY Anne, *Les oracles de Shirataka, Ou la sibylle d'Osaka : vie d'une femme spécialiste de la possession dans le Japon du XXe siècle*, Arles, éditions Philippe Picquier, 1992.

BOUCHY Anne, *Quand je est l'Autre, Altérité et identité dans la possession au Japon*, « L'Homme, Revue Française d'Anthropologie », n°153, Paris, éditions EHESS, collection « Observer, Nommer, Classer », 2000, pp. 207-230.

BOUCHY Anne, « Silences et rituels devant les Dragons, Réflexion sur l'ascèse de la cascade au Japon », (in) *Le Vase de béryl, études sur le Japon et la Chine, en hommage à Bernard Frank*, Paris, éditions Philippe Picquier, 1997, pp. 137-147.

COYAUD Maurice, « Fêtes japonaises : un essai d'analyse sémiotique », *L'Homme*, tome 17, n°4, 1977, pp. 91-105.

CONDOMINAS Georges, *Chamanisme et possession en Asie du Sud-Est et dans le monde insulindien*, Paris, ASEMI, 1973.

ELIADE Mircea, *Le Chamanisme et les techniques archaïques de l'extase*, Paris, éditions Payot, « Payothèque », 1978, (1950).

EVEN Marie-Dominique, « Chants de chamanes mongols », (in) *Études mongoles et sibériennes*, cahier, n° 19-20, Nanterre, Société d'ethnologie, 1988-1989.

HAMAYON Roberte (sous la direction de), *Chamanismes*, Paris, Presses Universitaires de France, 2003.

HAMAYON Roberte, *La chasse à l'âme, Esquisse d'une théorie du chamanisme sibérien*, « Mémoire de la société d'ethnologie », n°1, Nanterre, Université Paris 10, Société d'ethnologie, 1990.

HELL Bertrand, *Possession et chamanisme, Les maîtres du désordre*, Paris, éditions Flammarion, 1999.

KSENOFONTOV Gavriil, GAUTHIER Yves, *Les chamanes de Sibérie et leur tradition orale, Chamanisme et christianisme*, Paris, éditions Albin Michel, 2000.

LEBRA William P., *Okinawan Religion, Belief, Ritual, and Social Structure*, Hawaii, University of Hawaii Press, 1985, (1966).

MAKILAM, *Signes et rituels magiques des femmes Kabyles*, Aix-en-Provence, Édisud, 1999.

PERRIN Michel, *Le chamanisme*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Que Sais je ? », 1995.

PERRIN Michel, *Les praticiens du rêve, Un exemple de chamanisme*, Paris, Presses Universitaires de France, 1992.

SOHRAVARDI, *L'archange empourpré, Quinze traités mystiques traduits du persan et présentés par Henry Corbin*, Paris, éditions Fayard, 1976.

Sociologie – Géopolitique

AUBERT Jean-Éric, LANDRIEU Josée (coordonné par), *Vers des civilisations mondialisées ? De l'éthologie à la prospective*, La Tour d'Aigues, éditions de l'Aube, Colloque de Cerisy, 2004.

BEAUD Stéphane, WEBER Florence, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 1997.

BELL Daniel, *Les contradictions culturelles du capitalisme*, Paris, Presses Universitaires de France, 1979.

BOURDIEU Pierre, *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, éditions du Seuil, collection « Points Essais », 2001.

BOURDON Raymond, FILLIEULE Renaud, *Les méthodes en sociologie*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Que sais-je ? », 2002, (1969).

CALLON Michel (sous la direction de), *La science et ses réseaux, genèse et circulation des faits scientifiques*, Paris, Strasbourg, Conseil de l'Europe, Unesco, éditions de la découverte, 1988.

CALLON Michel, LATOUR Bruno, *La science telle qu'elle se fait*, Paris, éditions de La Découverte, 1991.

CAREY Alice, *Taking the Risk out of Democracy, Propaganda in the US and Australia*, Sydney, University of New South Wales, 1995.

CHESNEAUX Jean, *Habiter le temps*, Paris, éditions Bayard, 1996.

CORCUFF Philippe, *Les nouvelles sociologies*, St Germain du Puy, éditions Nathan Université, collection « 128 », 2002.

COULON Alain, *L'ethnométhodologie*, Paris, Presses Universitaires de France, 1990.

Vincent Debaene, *Miles Davis contre Bourdieu*, revue « Minotaure », n° 1, Paris, Les Éditions du Minotaure, Printemps 2003.

DI MÉO Guy, *Les territoires du quotidien*, Paris, éditions L'Harmattan, collection « Géographie Sociale », 1997.

DURKHEIM Emile, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Presses Universitaires de France, 1963.

DURKHEIM Emile, *Textes, 1, Éléments d'une théorie sociale*, Paris, éditions de Minuit, collection « Le sens commun », 1975.

ELIAS Norbert, *Engagement et distanciation*, Paris, éditions Fayard, 1993.

ELIAS Norbert, *La dynamique de l'Occident*, Paris, éditions Calmann-Lévy, 1975.

Entretien avec Jean Chesneaux par Gérard D. Khoury, « La République des Lettres », dimanche 1 décembre 1996, [consultable en ligne], url : <http://www.republique-des-lettres.fr/928-jean-chesneaux.php>

ERNER Guillaume, *Sociologie des tendances*, collection « Que sais-je ? », Paris, Presses Universitaires de France, 2008.

GAUDIN Thierry, *Innovation et prospective : la pensée anticipatrice*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Jacques Perriault, Université Paris X, Nanterre, école doctorale 139 « Connaissance Langage Modélisation », avril 2008.

GOUX-BAUDIMENT Fabienne, *Vision de prospective*, (in) séminaire « Figures de prospective », Paris, le 1^{er} juin 2005, [consultable en ligne], url : http://www.reperes-oipr.com/html/doc/2007/D_2005_TF5.doc

GREMY Jean-Pierre, LE MOAN Marie-Joëlle, « Analyse de la démarche de construction de typologies dans les sciences sociales », *Informatique et sciences humaines*, n°35, 1977.

HERPIN Nicolas, *Sociologie de la consommation*, Paris, éditions La Découverte, collection « Repères », 2001.

PERETZ Henri, *Les méthodes en sociologie, l'observation*, Paris, éditions La découverte, collection « Repères », 1998.

Rencontres Internationales Planète Terroirs à l'UNESCO – 2005, Actes des Rencontres Internationales à l'UNESCO, Paris, le 10 novembre 2005, [actes consultables en ligne], url : <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001543/154388f.pdf>

SATO Eko, *Le minimalisme technologique*, « Le Monde Interactif », parution du mercredi 13 juin 2001.

SAUVAGEOT Anne, *Voir et savoirs, Esquisse d'une sociologie du regard*, Paris, Presses Universitaires de France, 1994.

SEGALEN Martine, *Rites et rituels contemporains*, Paris, Armand Colin, collection « 128 », Paris, 2005, (1998).

SERFATY-GARZON Perla, « L'Appropriation », (in) Marion Segaud, Jacques Brun, Jean-Claude Driant (sous la direction de), *Dictionnaire critique de l'habitat et du logement*, Paris, éditions Armand Colin, 2003, pp. 27-30.

THUAL François, *Le désir de territoire, Morphogenèses territoriales et identités*, Paris, éditions ellipses / édition marketing S.A., 1999.

WEBER Max, *Économie et société*, Paris, éditions Plon, 1971, (1921).

WEBER Max, *Économie et Société dans l'Antiquité*, introduction de H. Bruhns, traduction par C. Colliot-Thélène et F. Laroche, Paris, La Découverte, 1998, (1909).

L'Asie – l'Orient : postulats de réflexion

DE BARY Theodore William, *Sources of Chinese tradition*, New-York, Columbia University Press, 1960.

DORAIS Louis-Jacques (sous la direction de), *l'Asie*, revue « Anthropologie et sociétés », volume 3, n° 3, Département d'anthropologie de l'Université Laval, 1979.

GOODY Jack, *L'Orient en Occident*, Paris, éditions du Seuil, 1999.

HESSE Hermann, *Le voyage en Orient*, Paris, éditions Calmann-Lévy, 1948.

LÉVI Jean, *La Chine Romanesque, Fictions d'Orient et d'Occident*, Paris, éditions du Seuil, 1995.

MARTIN François, PIGEOT Jaqueline, CHEMLA Karine, *Du divertissement dans la Chine et le Japon anciens*, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes, 1988.

MICHAUX Henri, *Un barbare en Asie*, Paris, éditions Gallimard, 1933.

MIZOGUCHI Yuzô, VANDERMEERSCH Léon, *Confucianisme et sociétés asiatiques*, Paris, L'Harmattan, 1991.

NAKAMURA Hajime, *Ways of thinking of Eastern Peoples : India, China, Tibet, Japan*, Delhi, Inde, éditions Motilal Banarsidass, 1991. [En anglais]

SAID W. Edward, *L'orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, Paris, éditions du Seuil, 2005 (1978).

Cartographie : notion opératoire et outil

DELEUZE Gilles, *Foucault*, Paris, éditions de Minuit, 1986.

JOLY Fernand, *La cartographie*, collection « Que Sais-je ? », Paris, Presses Universitaires de France, 1985.

LASSERE Frédéric, LECHAUME Aline, *Le territoire pensé – Géographie des représentations territoriales*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, collection « Géographie Contemporaine », 2003.

MAUSS Marcel, *Manuel d'ethnographie*, Paris, éditions Payot, 1967, (1947).

NOURY Larissa, *La couleur dans la ville*, Paris, éditions du Moniteur, 2008.

PLATON, *Timée / Critias*, présentation et traduction par Luc Brisson, Paris, éditions Flammarion, 1992.

THUAL François, *Le désir de territoire, Morphogenèses territoriales et identités*, Paris, éditions ellipses / édition marketing S.A., 1999.

Traduction : notion opératoire, discipline et outil

BILLETIER Jean-François, *Contre François Jullien*, Paris, éditions Allia, 2006.

GÉMAR Jean-Claude, *Traduire ou l'art d'interpréter*, Québec, Presses Universitaires du Québec, 1995.

NAKAMURA Hajime, *Ways of thinking of Eastern Peoples : India, China, Tibet, Japan*, Delhi, Inde, éditions Motilal Banarsidass, 1991. [En anglais]

VALÉRY Paul, « Homo scriptor », *Mauvaises Pensées, Œuvres*, t. II, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1960.

VALÉRY Paul, « Petite lettre sur les mythes », *Études philosophiques*, in *Œuvres*, t. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1957.

VITEZ Antoine, *Le devoir de traduire*, Montpellier, éditions Climats et Maison Antoine Vitez, 1996.

Chine : société, écrits

Anthologie des mythes et légendes de la Chine ancienne, Textes choisis, présentés, traduit par Rémi Mathieu, Paris, éditions Gallimard, collection « Connaissance de l'Orient », 1989.

BILLETIER Jean-François, *Contre François Jullien*, Paris, éditions Allia, 2006.

COYAUD Maurice, *Adieux à la Chine (contes, calligraphies et poésies)*, Paris, éditions Pour l'Analyse du Folklore, 2001.

COYAUD Maurice, *Contes chinois & kanak*, Paris, éditions Pour l'Analyse du Folklore, 1982.

COYAUD Maurice, *Contes des peuples de la Chine*, Paris, éditions Flies France, collection « Aux origines du monde », 2000.

DARS Jacques (traduction et présentation), *Contes de la Montagne Sereine*, Paris, éditions Gallimard, 1987.

ELISSEEFF Danielle, *Confucius*, Paris, éditions Gallimard, 2003.

GRANET Marcel, *Danses et Légendes de la Chine ancienne*, Paris, Presses Universitaires de France, 1959.

JULLIEN François, *Éloge de la fadeur, À partir de la pensée et de l'esthétique de la Chine*, Paris, éditions Philippe Picquier, 1991.

LÉVI Jean, *Les fonctionnaires divins*, Paris, éditions du Seuil, 1989.

LÉVY André (traduction et présentation), *Histoires d'amour et de mort de la Chine ancienne*, Paris, éditions Flammarion, 1997.

SCHIPPER Kristopher, *Le corps taoïste, Corps physique – Corps social*, Paris, éditions Fayard, 1982.

SIN Lou, *Contes anciens sur un Mode nouveau*, Pékin, éditions en langues étrangères, 1978.

SONGLIN Pu, *Chroniques de l'étrange*, contes traduits du chinois et présentés par André Lévy, Arles, éditions Philippe Picquier, 1996.

SPENCER Olivier, *La Chine imaginaire : la Chine vue par les Occidentaux de Marco Polo à nos jours*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2000.

WALEY Arthur, « Notes on Chinese Alchemy », *Bulletin of the School of Oriental Studies*, Volume 6, n°1, University of London, 1930.

XINGJIAN Gao, *La raison d'être de la littérature*, (suivi de), *Au plus près du réel, Dialogues avec Denis Bourgeois*, La Tour d'Aigues, édition de l'Aube, 2001.

YUN Ji, *Passe temps d'un été à Luanyang, Notes de la chaumière des observations subtiles*, (1789-1798), volume 1, traduit par Jacques Dars, éditions Gallimard, « Connaissance de l'Orient », 1998.

YUN Yue Dai, SAUVAGNARGUES Anne, *La Nature*, Paris, éditions Desclée de Brouwer, 1999.

Japon : société, écrits

ALLEN Matthew, *Identity and resistance in Okinawa*, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., Boston, 2002.

BARTHES Roland, *L'empire des signes*, Genève, Flammarion, éditions d'Art Albert Skira S.A., 1970.

BERQUE Augustin, « L'appareillage de l'ici vers l'ailleurs dans les jardins japonais », (*in*) *L'art des jardins dans les pays sinisés, Chine, Japon, Corée, Vietnam*, Paris, Presses Universitaires de Vincennes, 2000.

BERQUE Augustin, *Le sauvage et l'artifice, Les Japonais devant la nature*, Paris, éditions Gallimard, 1986.

BERTHIER François, « Les jardins japonais : principes d'aménagement et évolution historique », (*in*) *L'art des jardins dans les pays sinisés, Chine, Japon, Corée, Vietnam*, Paris, Presses Universitaires de Vincennes, 2000.

BERTHON Jean-Pierre, BOUCHY Anne, SOUYRI Pierre François (sous la direction de), *Identités, marges, Médiations : Regards croisés sur la société japonaise, Actes des trois tables rondes franco-japonaises 1997-1998*, École française d'Extrême Orient, études thématiques 10, Paris, EFEO, 2001.

CAILLET Laurence, *Espaces mythiques et territoire nationale*, « L'homme, Revue française d'anthropologie », volume 31, n°117, Paris, éditions EHEES, 1991, pp. 10-33.

COBBI Jane, *Pratiques et représentations sociales des Japonais*, Paris, L'Harmattan, 1993.

COYAUD Maurice, *Aux origines du monde, Contes et légendes du Japon*, Paris, éditions Flies France, 2001.

COYAUD Maurice, *Fourmis sans ombre, Le livre du haïku*, Paris, éditions Phébus, 1978.

FERMINE Maxence, *Neige*, Paris, éditions Points / Seuil, 1999.

FUKUMOTO Hideko, *Femmes à l'aube du Japon moderne*, éditions Antoinette Fouque, collection « Des femmes », 1997.

GOODY Jack, *L'Orient en Occident*, Paris, éditions du Seuil, 1999.

IWAO Seiichi, IYANAGA Teizō, *Dictionnaire historique du Japon, Volume 1*, Paris, Maisonneuve & Larose, 2002.

KANEHISA Tching (sous la direction de), *Société et publicité nippones, Kaléidoscope du Japon contemporain*, Paris, édition You-Feng, 2002.

KEANE Marc Peter, *L'art du jardin au Japon*, Arles, éditions Philippe Picquier, 1999.

KOESTLER Arthur, *Le lotus et le robot*, Paris, éditions Calmann-Lévy, 1961.

KOYAMA-RICHARD Brigitte, *Japon rêvé*, Paris, éditions Hermann, Éditeurs des sciences et des arts, 2001.

KYBURZ Joseph A., *Cultes et croyances au Japon, Kaida, une commune dans les montagnes du Japon central*, édition Maisonneuve Larose, Publication de l'Unité associée au C.N.R.S., G.-P, 1987.

LEROI-GOURHAN André, *Pages Oubliées sur le Japon*, Grenoble, éditions Jérôme Millon, 2004.

LEROI-GOURHAN Arlette, *Un voyage chez les Aïnus*, Paris, éditions Albin Michel, 1989.

MACÉ Gérard, *Un monde qui ressemble au monde, Les jardins de Kyôto*, Paris, éditions Marval, 2000.

MAUCLAIRE Simone, *Du conte au roman, Un Cendrillon japonais du 10^{ème} siècle : L'Ochikubo Monogatari*, Collège de France, édition Maisonneuve Larose, « Bibliothèque de l'Institut des Hautes Etudes Japonaises », 1984.

MIYAZAKI Katsuji, *Un japonais en France*, Nice, éditions du Losange, 1999.

MORIYAMA Takashi, *L'abécédaire du Japon*, Arles, éditions Philippe Picquier, 1997.

MURASAKI Shikibu, *Journal*, traduit par R. Sieffert, Paris, Publications Orientalistes de France, 1978.

OKAKURA Kakusô, *Le livre du thé*, traduit par C. Atlan et Z. Bianu, Paris, éditions Philippe Picquier, 1996.

OMOTO Keiko, MACOUIN Francis, *Quand le Japon s'ouvrit au monde*, Paris, éditions Gallimard, collection « Découvertes », n°99, 1995.

POLAK Christian, *Soie et Lumières*, Tôkyô, Paris, éditions Hachette Fujingaho, 2002.

POSTEL-VINAY Karoline, *La révolution silencieuse du Japon*, Paris, éditions Calmann-Levy, 1994.

Revue « l'Esprit », Les Japonais parlent du Japon, 1973.

Revue « Traverses », *Japon - Fiction*, n°38-39, Paris, 1986.

Revue « L'ethnographie », L'abord de l'altérité japonaise en France, à la fin du 19^{ème} et au début du 20^{ème} siècle, Paris, édition de la Société d'ethnographie de Paris, 1990.

SABOURET Jean-François (sous la direction de), *La dynamique du Japon*, Paris, éditions Saint Simon, 2005.

SCHODT Frédéric, *Manga, manga! The world of japanese comics*, New-York, éditions Kôdansha International, 1986.

TAMBA Akira (sous la direction de), *L'Ésthetique contemporaine du Japon*, Paris, éditions du CNRS, 1997.

TANIZAKI Junichirô, *Éloge de l'ombre*, traduit par René Sieffert, Paris, Publications Orientalistes de France, 1977.

TSUNETOMO Yamamoto, *Hagakure Le livre secret des samourais*, Paris, éditions Guy Trédaniel, 2004.

Couleur : dictionnaires

EISEMAN Leatrice, HERBERT Lawrence, *The Pantone Book of Color*, Abrams, New York, 1990.

FURETIERE Antoine, *Les couleurs*, extrait du *Dictionnaire universel, 17^{ème} siècle*, Cadeilhan, éditions Zulma, 1997.

GUILLEMARD Colette, *Le dico des mots de couleur*, Paris, Seuil, 1998.

MOLLARD-DESFOUR Annie, *Le dictionnaire des couleurs : Le Blanc*, Paris, CNRS Éditions, 2008.

MOLLARD-DESFOUR Annie, *Le dictionnaire des mots et expressions de couleur : Le Bleu*, Paris, CNRS Éditions, 1998.

MOLLARD-DESFOUR Annie, *Le dictionnaire des mots et expressions de couleur : Le Noir*, Paris, CNRS Éditions, 2005.

MOLLARD-DESFOUR Annie, *Le dictionnaire des mots et expressions de couleur : Le Rose*, Paris, CNRS Éditions, 2002.

MOLLARD-DESFOUR Annie, *Le dictionnaire des mots et expressions de couleur : Le Rouge*, Paris, CNRS Éditions, 2000.

PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps, Symbolique et société*, Paris, Bonneton, 1999.

YOSHIOKA Sachio, 日本の色辞書 (*Nihon no Iro Disho* = « Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 2004, (2000). [En japonais]

Couleur : modélisations, écrits, théories

AGGRIPA D'AUBIGNÉ Théodore, *Les aventures du baron de Faeneste*, revu et annoté par Prosper Mérimée, Jannet, Bibliothèque Elzévirienne, Paris, 1855.

ALBERS Joseph, *L'interaction des couleurs*, [New Haven, Yale University Press, 1963], traduit en français, Paris, Hachette, 1974.

AUMONT Jacques, *Introduction à la couleur : des discours aux images*, Paris, Armand Colin, 1994.

BERLIN Brent, KAY Paul, *Basic Colors Terms, Their Universality and Evolution*, Berkeley, Los Angeles, University of California, 1969.

BRIAND-PICARD Claude, PERROT Antoine (sous la direction de), *La couleur importée, Ready-made color*, Paris, éditions Positions & Maison de la Culture d'Amiens, 2002.

DERIBIRE Maurice, *La couleur*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Que sais-je ? », 1996.

DOBZYNSKI Charles, *Lavoir de toutes les couleurs*, Nîmes, éditions Cadex, 1995.

FAGOT Philippe, *Cosmochromie, L'univers de la couleur*, Paris, éditions Terres et Couleurs, collection « Les cahiers de Terres et Couleurs », 2000.

FILLACIER Jacques, *La pratique de la couleur*, Paris, Dunod, 1986.

FRUYT Michèle, « La lexicalisation et la conceptualisation de la couleur dans les textes techniques et scientifiques latins », (in) Claude Thomasset, (sous la direction de), *L'écriture du texte scientifique au Moyen Âge, Des origines de la langue française au XVIII^e siècle*, « Cultures et civilisations médiévales », n° 53, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2006, pp. 13-47.

GARCIA Michel, BERNARD Anne-France, *Plantes colorantes, Teintures végétales, Le nuancier des couleurs*, Aix-en-Provence, Édisud, 2006.

- GOETHE (von) Johann Wolfgang, *Traité des couleurs*, Paris, Triades, 2000, (1808-1810).
- IMDAHL Max, *Couleur*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1996.
- ITTEN Johannes, *Art de la couleur*, Paris, Dessain et Tolra, 1986.
- KOBAYASHI Shigenobu, *A Book of Colors*, Tôkyô, New York, Kodansha International, 1987.
- KOBAYASHI Shigenobu, *Color Image Scale*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1990.
- KOBAYASHI Shigenobu, *Colorist, A Practical Handbook for Personal and Professional Use*, Tôkyô, New York, London, Kodansha International, 1998.
- LECERF Guy, « Architecture végétale et couleur ordonnée, Couleur : réseau et territoire », (in) Valérie Puertas-Brunel, Philippe Fagot (sous la direction de), *Couleur et architecture*, Actes du colloque, Caen, Maison de l'Architecture de Basse-Normandie, 1996.
- LECERF Guy, « Modéliser : art de la mémoire, travail d'aveugle ? », (in) *Ordre et production des savoirs dans l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert*, « Kairos », n°18, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2001, pp. 143-170.
- LEPRUN Sylviane, *Exotisme et couleurs, paradoxe de la couleur*, revue « Ethnologie française », volume 20, n° 4, Paris, Presses Universitaires de France, 1990, pp. 419-427.
- NAGAZAKI Seiki, 色彩色の日本史、日本人はいかに色に生きてきたか (*Iro saishoku no Nihon shi, nihon jin wa ikani iro ni ikite kita ka* = « Histoire japonaise des couleurs et de la coloration, Comment les Japonais ont vécu avec les couleurs ? »), Japon, 1990. [En japonais]
- NOURY Larissa, *La couleur dans la ville*, Paris, éditions du Moniteur, 2008.
- Revue « Seppia – couleur et design », *Couleurs gourmandes*, n°1, Rodez, éditions du Rouergue, 2003.
- Revue « Seppia – couleur et design », *Couleur mouvement, Couleurs locales*, n°2, Rodez, éditions du Rouergue, 2004.
- Revue « Seppia – couleur et design », *Couleurs-fards ou l'apparence maquillée*, n°3, Rodez, éditions du Rouergue, 2008.
- ROQUE Georges, VIÉNOT Françoise, BODOT Bernard, *Michel-Eugène Chevreul, un savant, des couleurs*, Paris, Muséum d'histoire naturelle, E.R.E.C., 1997.
- TALBOT Delphine, *Patrimonialisation de la couleur et conception de cahiers de tendances*, DESS d'arts appliqués, « Couleur et projet », sous la direction de Guy Lecerf, Toulouse, Université de Toulouse Le Mirail, 2001.
- TORNAY Serge, *Voir et nommer les couleurs*, Nanterre, Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative, 1978.

YOSHIOKA Sachio, 色の歴史手帖、日本の伝統色十二か月 (*Iro no rekishi techô, Nihon no dentô iro jûnika getsu* = « Carnet historique des couleurs, 12 mois de couleurs traditionnelles »), Japon, 1995. [En japonais]

Couleur : savoirs, techniques et culture matérielle

Azur, (collectif), Jouy-en-Josas, Fondation Cartier, 1993.

BARRY Michaël, *Le pavillon des sept princesses*, [traduction des poèmes perses de Nezami de Gandjeh, 13^{ème} siècle], Paris, Gallimard, 2000.

BEC Serge (sous la direction de), *Ocres*, Aix-en Provence, Édisud, collection « Luberon images et signes », 1997.

BOUILLOC Christine, COUSIN Françoise, MAURIERES Arnaud, ROUSSEL Bernard, *Indigo, les routes de Afrique bleue*, Aix-en-Provence, Édisud, 2006.

CARDON Dominique, *Guide des teintures naturelles*, Paris, Delachaux et Niestlé, 1990.

CARDON Dominique, *Le monde des teintures naturelles*, Paris, éditions Belin, 2003, (1999).

CARDON Dominique, *Natural Dyes: sources, tradition, technology and science*, Los Angeles, Archetype Publications, 2007.

CARDON Dominique (sous la direction de), *Teintures précieuses de la Méditerranée : pourpre, kermès, pastel*, éditions du Musée des beaux-arts de Carcassonne / Centre de documentació i Museu tèxtil de Terrassa, 1999. [Catalogue bilingue français-castillan]

CNRS (collectif), *Pigments et colorants de l'Antiquité et du Moyen Âge, Teinture, peinture, enluminure, études historiques et physico-chimiques*, Colloques internationaux du CNRS, CNRS Éditions, 1990.

École de Printemps 2001 : La couleur des matériaux, Actes du colloque, Roussillon, Conservatoire des ocres et pigments appliqués, mars 2001.

ÉTIENNE-NUGUE Jocelyne, SALEY Mahamane, *Artisanats traditionnels en Afrique Noire*, Niger, Paris, Institut Culturel Africain, 1997.

FLINT India, *Eco Colour, Botanical Dyes for Beautiful Textiles, Environmentally Sustainable Dyes*, London, Murdoch Books, 2008. [En anglais]

GAGE John, *Color and Culture*, London, Thames & Hudson, 1993.

GAGE John, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l'Antiquité à l'abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008.

GARCIA Michel, *Couleurs végétales, teintures, pigments et encres*, Aix-en-Provence, Édisud, 2002.

GARCIA Michel, *De la garance au pastel*, Aix-en-Provence, Édisud, 1996.

GARCIA Michel, BERNARD Anne-France, *Plantes colorantes, Teintures végétales, Le nuancier des couleurs*, Aix-en-Provence, Édisud, 2006.

GUINEAU Bernard, DELAMARE François, *Les matériaux de la couleur*, Paris, Gallimard, collection « Découvertes », n° 383, série « Techniques », 1999.

HELD Suzanne, BEAUMONT Hervé, *Chine, Vision d'un Empire céleste*, Paris, éditions Hermé, 2001.

JACQUÉ Jacqueline (sous la direction de), *Andrinople, le rouge magnifique, De la teinture à l'impression, une cotonnade à la conquête du monde*, Paris, éditions de la Martinière, 1995.

JAOLU Martine, *Des teintes et des couleurs*, Paris, Musée national des Arts et traditions populaires, 1988.

KJELLIN Margareta, ERICSON Nina, *Genuine Falun Red, A book about sweden's famous red paint*, Stockholm, Prisma, 1999.

KOBAYASHIGAWA Junichi, 沖縄島々の藍と染色 (*Okinawa shimajima no ai to senshoku* = "L'indigo et les teintures des îles d'Okinawa"), Japon, Senshoku to seikatsusha, 2004. [En japonais]

LEBLON Jakob Christoffel, *Coloritto*, introduit par Faber Birren, Paris, P. G. Le Mercier, J.-C. Nyon, M. Lambert, 1756, [fac-similé de l'édition originale : New York, Van Nostrand Reinhold Company, 1980].

LECERF Guy, « Poïétique d'une restauration de coloration urbaine : entre modèles et territoires de la tradition et de l'industrie », Actes du colloque international, 15~17 Avril 2005, *Identité et Création dans l'Artisanat d'aujourd'hui*, Tunisie, Publication de l'Institut Supérieur des Arts et Métiers de Gabès, 2005.

LECERF Guy, SAMRAKANDI Habib, « Les couleurs de l'échange », Actes du colloque, *La couleur: expression d'un peuple et d'une culture*, revue « Horizons Maghrébins, le droit à la différence », Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2000.

LEHL Jürgen, *Zomo*, Tôkyô, Jürgen Lehl, 2002.

LENCLOS Jean-Philippe, *Les couleurs de la France*, Paris, éditions du Moniteur, 1982.

LENCLOS Jean-Philippe, *Les couleurs de l'Europe*, Paris, éditions du Moniteur, 1995.

LENCLOS Jean-Philippe, *Les couleurs du monde*, Paris, éditions du Moniteur, 1999.

MARECHAUX Maria et Pascal, *Tableaux du Yémen*, Paris, éditions Arthaud, 1997.

MAUGER Thierry, *Tableaux d'Arabie*, Paris, éditions Arthaud, 1996.

Musée du Tapis et des Arts Textiles de Clermond-Ferrand (collectif), *Afrique bleue, les routes de l'indigo*, Aix-en-Provence, Édisud, 2000.

MILLER Dorothy, « Kumejima dorozome: the vegetable dye and mud mordanting process of silk tsumugi », *Ars Textrina*, volume 5, Canada, Winnipeg, juin 1986, pp. 131-149. [En anglais]

日本の色 (*Nihon no Iro* = Couleurs du Japon), Japan, éditions Gakken Graphic Books Deluxe, 2004. [En japonais]

PASTOUREAU Michel, *Jésus chez le teinturier*, Paris, Le Léopard d'or, 1998.

PERKIN Arthur George, EVEREST Arthur Ernest, *The Natural Organic Colouring Matters*, London, Longmans, Green & Co., 1918.

PERROT Antoine, PICARD Claude, *Ready made color, La couleur importée*, Amiens, Maison de la culture d'Amiens, 2002.

PLINE l' Ancien, *Histoire naturelle*, traduit par Émile Littré, (2 volumes), Paris, chez Firmin Didot, 1883.

RUFINO Patrice Georges, *Le Pastel, or bleu du Pays de Cocagne*, Panayrac, éditions Daniel Briand, 1996.

TALBOT Delphine, *Rouge : notations et symbolisations dans le cadre d'un projet de scénographie*, Maîtrise d'arts plastiques, sous la direction de Guy Lecerf et de Patrick Barres, Toulouse, Université de Toulouse Le Mirail, 2000.

Techné, la science au service de l'histoire de l'art et des civilisations, « La couleur et ses pigments », n°4, Laboratoire de recherche des musées de France, Réunion des musées nationaux, 1996.

TSUJIAI Kiyotarô, 日本伝統織物集成 (*Nihon dentô orimono shûsei* = « Recueil des tissus traditionnels japonais »), Tôkyô, édition Senshoku to Seikatsusha, 1975. [En japonais]

URANO Riichi, 現代黄八丈 (*Gendai kihachijô* = « Le kihachijo contemporain »), Tôkyô, édition Bunkashuppanyoku, 1975. [En japonais]

Sublime indigo, Catalogue d'exposition, Paris, Marseille, édition Vilo, 1987.

VARICHON Anne, *Couleurs, Pigments et teintures dans les mains des peuples*, Paris, éditions du Seuil, 2000.

YAMAZAKI Kazuo, *Colours from Plant Dyes*, Tôkyô, édition Kawasaki Yoshimitsu, Yama to Keikoku sha, 2000, (1997). [En japonais]

YAMAZAKI Seiju, 草木染 (*Kusaki Zome* = « Teinture avec des plantes »), *The illustrated book of dye plants*, Japan, édition 大下敦 (*Ooshita Osamu*) 美術出版社 Bijutsu Shuppan sha, 1996. [En japonais]

YAMAZAKI Seiju, 草木染 (*Kusaki Zome* = Teinture avec des plantes) *The illustrated book of dye plants*, Japan, édition 大下健太郎 (*Ooshita Kentarou*) 美術出版社 Bijutsu Shuppan sha, deuxième édition 2004, (1987). [En japonais]

YAMAZAKI Seiju, 草木染 (*Kusaki Zome* = « Teinture avec des plantes ») *The illustrated book of dye plants*, Japan, édition 大下健太郎 (*Ooshita Kentarou*) 美術出版社 Bijutsu Shuppan sha, 2002, (1985). [En japonais]

YOSHIOKA Sachio, 日本の色辞書 (*Nihon no Iro Disho* = « Dictionnaire des couleurs du Japon »), Japan, éditions Artsbooks Shikôsha, 2004, (2000). [En japonais]

YOSHIOKA Sachio, *Ryûkyû Bingata, Japanese textile*, Kyoto Shoin's Art Library of Japanese Textiles, volume 18, Kyoto, Japan, éditions Shikôsha Publishing Co., Ltd, GEN Editorial Studio, 1993. [En japonais et anglais]

YOSHIOKA Tsuneo, 天平の赤帝王の紫 幻の色を求めて (*Tenpô no aka teiô no murasaki maboroshi no iro o motomete* = « Le rouge de l'ère Tenpô, le violet impérial : à la recherche des couleurs fantômes »), Japan, édition Shikôsha, 1989. [En japonais]

Textile : savoirs, techniques et culture matérielle

ABDESSALEM (Ben) Olfa, *La poïétique du klim : poésie et tissage berbère*, thèse de doctorat en arts plastiques, sous la direction de Guy Lecerf et la cotutelle de Mohsen Zeraï, Toulouse, UTM & Gabès (Tunisie), ISAM, [en cours].

BLOCH Pierrette, *Identités textiles*, n°1, Beauvais, Galeries nationales de la Tapisserie et d'Art textile, 1983.

CARDON Dominique, *La draperie au Moyen Âge, Essor d'une grande industrie européenne*, Paris, CNRS Éditions, 1998.

DUPONCHEL Pauline, *Textile bogolan du Mali*, Neuchâtel, Suisse, Musée d'ethnographie, 2004.

FIESHI Aude, *Kimono d'art et de désir*, Arles, éditions Philippe Picquier, 2002.

Institut Textile de France (collectif), *Lexique des fils et des étoffes*, Lyon, Institut Textile de France, 1996.

KAHLENBERG Mary Hunt, *Costumes et textiles d'Asie, Du Bosphore au Fuji-Yama*, collection belge de Zaira et Marcel Mis, Paris, éditions Le Seuil, collection « Découvertes gallimard », 2001.

MAURIERES Arnaud, OSSART Eric, LAPEYRIE Cécile, *Au fil du désert, Tentes et tissages des pasteurs nomades de Méditerranée*, Aix-en Provence, Édisud, 1996.

MIYAGI Tokumasa (sous la direction de), *Textiles across the sea – Okinawa island, Kume island*, Tôkyô, Publisher Shigeru Tanaka, Monoru Naito, Mars 2004.

MUNEHISA Sengoku, *Story of 12 Hitoe*, Tôkyô, Octave Corporation, 2004.

NAGASAKI Iwao, *Furisode*, Kyoto Shoin's Art Library of Japanese Textiles, volume 6, Kyoto, Kyoto Shoin, 1994.

NAKAHARA Junichi, *きものの読本 (Kimono no dokuhon = « Lectures sur le kimono »)*, Tôkyô, Heibonsha, 2005.

SAKIYAMA Ritsuko, *Ryukyuan Dance*, Naha, Okinawa, Publisher Okinawa Prefecture, 1995.
[En anglais]

SHIMOYAMA Ai, *Kosode*, Kyoto Shoin's Art Library of Japanese Textiles, volume 4, Kyoto, Kyoto Shoin, 1993. [En japonais]

SHOICHI Aoki, *Fruits, Fashion pictures book*, Paris, éditions Phaidon, 2001.

SHOICHI Aoki, *Fresh Fruits, Fashion pictures book*, Paris, éditions Phaidon, 2005,

SUDO Kazuyoshi, BIRNBAUM Alfred, *Nuno Nuno Books: Fuwa*, Tôkyô, Nuno Corporation, 1998. [En japonais]

SUDO Kazuyoshi, BIRNBAUM Alfred, *Nuno Nuno Books: Suke Suke*, Tôkyô, Nuno Corporation, 1997. [En japonais]

TORIMARU Sadae, TORIMARU Tomoko, *Imprints on Cloth, 18 years of Field Research among the Miao People of Guizhou, China*, Fukuoka, Japan, Publisher Akishige Tada, The Nishinippon Newspaper Co, 2004. [En anglais et japonais]

TSUZUKI Kyoichi, *Tôkyô : A Certain Style*, Chronicle Books LLC, San Fransisco, 1999. [En anglais]

YOSHIMOTO Kamon, *Traditional japanese small motif, Textile design*, Singapore, Page One Publishing, 1993. [En anglais, allemand et français]

Éco-design : conceptions, labels, modèles

BERTOLINI Gérard, MELQUIOT Pierre, *À la recherche du vêtement écologique*, Grenoble, Société Alpine de Publications, 1999.

BLACK Sandy, *Eco-Chic: The Fashion Paradox*, London, Black Dog Publishing, 2008. [En anglais]

CHAPMAN Jonathan, *Emotionally Durable Design Objects, Experiences and Empathy*, London, Earthscan, 2005. [En anglais]

FLETCHER Kate, *Sustainable Fashion and Textiles, design Journeys*, London, Sterling, VA : Earthscan, 2008. [En anglais]

FLINT India, *Eco Colour, Botanical Dyes for Beautiful Textiles, Environmentally Sustainable Dyes*, London, Murdoch Books, 2008. [En anglais]

FUAD-LUKE Alastair, *Design Activism, Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, London, Earthscan Publications, 2009. [En anglais]

LILES J.N., *The Art and Craft of Natural Dyeing, Traditional Recipes for Modern Use*, Knoxville (USA), University of Tennessee Press, 1990. [En anglais]

MC DONOUGH William, BRAUNGART Michael, *Cradle to cradle, Remaking the way we make things*, Rodale Press, 2002. [En anglais]

STASINOPOULOS Peter, H. SMITH Michael, HARGROVES Karlson 'Charlie' and DESHA Cheryl, *Whole System Design, An Integrated Approach to Sustainable Engineering*, London, Earthscan, 2008. [En anglais]

WALKER Stuart, *Sustainable By Design, Explorations in theory and practice*, London, Earthscan, 2006. [En anglais]

Mode et Tendances : écrits, analyses

ASSOULY Olivier, *Le luxe, Essais sur la fabrique de l'ostentation*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 2005.

ASSOULY Olivier (sous la direction de), *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1997.

B.A.M., « Mode », *Beaux arts magazine*, hors série n°8, 2003.

BARTHES Roland, « Le bleu est à la mode cette année », « Notes sur la recherche des unités signifiantes dans le vêtement de mode », (in) *Œuvres complètes, tome 1, Livres, textes, entretiens, 1942-1961*, Paris, éditions du Seuil, 2002, (1960).

BARTHES Roland, *Système de la mode*, Paris, éditions du Seuil, Points, 1967.

BAUDOT François, *Mode du siècle*, Paris, éditions Assouline, 2006.

BAUDRILLARD Jean, « Naissance et influence des modes », *Restons simples*, n°2, 1986.

BAUDRILLARD Jean, *Simulacres et simulations*, Paris, éditions Galilée, 1998.

BENJAMIN Walter, *Paris, capitale du 19^{ème} siècle, Le livre des Passages*, traduit de l'allemand par Jean Lacoste, Paris, éditions Du Cerf, 2002, (1989), pp. 88-106.

BLANCKAERT Christian, *Les chemins du luxe*, Paris, éditions Grasset, 1996.

BOLLON Patrice, *Esprit d'époque, essai sur l'âme contemporaine et le conformisme naturel de nos sociétés*, Paris, éditions du Seuil, 2002.

BOUYALA DUMAS Dominique, *La mode en France*, Paris, Chroniques de l'Association Française d'Action Artistique, 1997.

ERNER Guillaume, *Sociologie des tendances*, collection « Que sais-je ? », Paris, Presses Universitaires de France, 2008.

HERPIN Nicolas, *Sociologie de la consommation*, Paris, éditions La Découverte, collection « Repères », 2001.

« L'art et la mode, » *Vogue*, Paris, décembre 1997.

IFM (collectif), *Repères mode et textile : visage d'un secteur*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 1996.

IFM (collectif), *Repères Mode 2003, visages d'un secteur*, Paris, Institut Français de la Mode, « Regard », 2003.

LEBLANC Emmanuelle, *Styliste coloriste, Recherche produit, prospective, outil de communication couleur (le cahier de tendance)*, DESS d'arts appliqués « couleur et projet », sous la direction de Guy Lecerf, Toulouse, UTM, 2000-01.

LIPOVETSKY Gilles, ROUX Elyette, *Le luxe éternel, De l'âge du sacré au temps des marques*, Paris, éditions Gallimard, 2003.

LIPOVETSKY Gilles, *L'empire de l'éphémère*, Paris, éditions Gallimard, 1991.

MÜLLER Florence, *Art et mode*, Paris, éditions Assouline, 1999.

NEWMAN Cathy, *Fashion*, Montréal, National Geographic, 2001. [En anglais]

Palais Galliera, Musée de la Mode et du Costume (collectif), *Japonisme et mode*, Paris, Art Book Intl Ltd, collection « Paris Musées », 1996.

RENARD Émilie et DU POUDRIER Anita, « Back to the 60's », (in) *Born to be unique*, pp. 42-43, [mis en ligne], url : http://www.un1que.fr/doc/UNIQUE16_60.pdf

Revue « Art Press », *Art et mode, Attirance et divergence*, hors série n°18, Paris, 1997.

Revue « Encrages », Cahiers d'esthétique, *Le corps est-il toujours à la mode ?*, Paris, L'Harmattan, septembre 2001.

ROCHE Daniel, *La culture des apparences, Une histoire du vêtement 17^{ème}~18^{ème} siècle*, Paris, éditions Fayard, 1989.

WAQUET Dominique, LAPORTE Marion, *La mode*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Que sais-je ? », 1999.

Mode et Tendances : marketing et production de tendances

BERNAYS Edward, *Propaganda, Comment manipuler l'opinion en démocratie*, préface de Normand Baillargeon, Paris, éditions La Découverte, « Zones », 2007, (1928), [consultable en ligne], url : http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=21

BESSIS Muriel, BESSIS Pierre, *Les noms qui gagnent, L'alchimie des noms irrésistibles*, Paris, Les Presses du Management, 1998.

CUVILLIER Dominique, *Le futur de la mode*, Paris, éditions des Ecrivains, 2000.

EDELKOORT Lidewij, WHITE Lisa, *Bloom Book, Une horticulture pour le 21^{ème} siècle*, Paris, éditions Flammarion, 2001.

EDELKOORT Li, "Greening Perspectives 2010", (in) *Taxi Design Network*, New York, The Tishman Auditorium, le 19 mai 2008, [mis en ligne ; consulté le 25 juillet 2008], url :

<http://74.125.39.104/search?q=cache:YkwKKj2cl5gJ:www.designtaxi.com/news.jsp%3Fid%3D18631%26monthview%3D1%26month%3D6%26year%3D2006+li+edelkoort+alta&hl=fr&ct=clnk&cd=1&gl=fr&client=firefox-a>

EDELKOORT Li, *North meets South*, Paris, éditions jeanmichelplace/design, 2006.

FLOCH Jean Marie, *Sémiotique, marketing et communication, Sous les signes, les stratégies*, Paris, Presses Universitaires de France, 1990.

GUILD Tricia, *Blanc lumière, Les couleurs de la vie contemporaine*, Paris, Dessain & Tolra, 1990.

Journal du Textile, n° 1649, Paris, 22 janvier 2001.

KAUPP Katia D., *Mythologies 91*, « Le nouvel Observateur », n° 1414, Paris, du 12 au 18 décembre 1991.

LEHU Jean-Marc, *L'encyclopédie du marketing*, Paris, éditions d'organisation, 2004.

LEVITT Théodore, *L'imagination au Service du Marketing*, Paris, éditions Economica, 1995.

MARION Gilles (sous la direction de), *Marketing mode d'emploi*, Paris, éditions d'Organisation, 1998.

MERMET Gérard, *Tendances 1998, Les nouveaux consommateurs*, Paris, éditions Larousse Bordas, 1997.

PRAS Bernard (sous la direction de), *Faire de la recherche en marketing ?*, Paris, éditions Vuibert, 1999.

Revue « Acc'mode : La revue des fournitures des industries de la mode », n°4, Paris, décembre 1999.

Revue « Bloom », *Flower Power*, issue 09, Paris, United Publishers S.A., February 2003.

Revue « View on Colour » (*The colour forecasting book*), *Armour*, n° 24, Germany, Heinz Kramer GmbH, « Mode...information », June 2003.

Revue « View on Colour » (*The colour forecasting book*), *Fetish*, n° 25, Germany, Heinz Kramer GmbH, « Mode...information », September 2003.

Revue « View - Textile View Magazine », issue 65, Germany, Heinz Kramer GmbH, « Mode...information », Spring 2004.

Revue « View - Textile View Magazine », issue 68, Germany, Heinz Kramer GmbH, « Mode...information », Winter 2004.

Revue « View - Textile View Magazine », issue 69, Germany, Heinz Kramer GmbH, « Mode...information », Spring 2005.

Stratégor (collectif), chapitre XVII, « L'identité visible : la culture d'entreprise », 1988.

TREND UNION, « Museum, The curiosity cabinet of natural history », *Tendances, été 2007*, Paris, Trend Union, 2005.

VALETTE-FLORENCE Pierre, *Les styles de vie, Bilan critique et perspectives*, Paris, éditions Nathan, 1994.

YAMAMOTO Yohji, *Rewind / Forward, 238 Fashion Pictures, 1995-2000*, Paris, edited and designed at M/M, 2001.

Usuels : ouvrages littéraires transversaux et dictionnaires

AUSTER Paul, *Léviathan*, Paris, Actes Sud, « Le Livre de Poche », 1992.

ARTAUD Antonin, *Les Tarahumaras*, Paris, éditions Gallimard, 1971.

BLANCHOT Maurice, *L'espace littéraire*, Paris, éditions Gallimard, collection « Folio Essais », 1988.

BLANCHOT Maurice, *Une voix venue d'ailleurs*, Paris, éditions Gallimard, 2002.

BOULGAKOV Mikhaïl, *Maître et Marguerite*, tome 2 des *Œuvres*, Paris, éditions Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, 2004.

Dictionnaire historique de la langue française, (sous la direction de A. Rey), tome I, II et III, Paris, éditions Dictionnaires Le Robert, 2006, (1992).

Dictionnaire le Petit Robert, Paris, éditions Dictionnaires Le Robert, 2001.

Dictionnaires de traduction (français – japonais, anglais – japonais) en ligne, url :

- <http://dico.fj.free.fr/traduction/index.php>
- http://www.lexilogos.com/japonais_langue_dictionnaires.htm
- <http://www.csse.monash.edu.au/~jwb/cgi-bin/wwwjdic.cgi?9T>

DURAS Marguerite, *Écrire*, Paris, éditions Gallimard, 1993.

DURAS Marguerite, *Hiroshima mon amour*, (scénario et dialogue, réalisation Alain Resnais), Paris, éditions Gallimard, 1960.

GUILBERT Louis, *La créativité lexicale*, Paris, Larousse, collection « Langue et langage », 1975.

HUYSMANS Joris-Karl, *À Rebours*, Paris, éditions Gallimard, 1977.

IKEZAWA Natsuki, *Des os de corail, des yeux de perle*, Paris, éditions Philippe Picquier, « Picquier poche », 2004.

IKEZAWA Natsuki, *La vie immobile*, Paris, éditions Philippe Picquier, « Picquier poche », 2001.

MICHELET Jules, *La sorcière*, Paris, éditions Garnier-Flammarion, 1966.

Revue « Minotaure », n° 1, Paris, Les Éditions du Minotaure, Printemps 2003.

Sites internet : modèles de couleur, pratiques tinctoriales, éco-design, tendances

Couleur – associations, recherche universitaire

<http://www.cf.couleur>

<http://www.aic-color.org/>

<http://www.fadu.uba.ar/sitios/sicyt/color/ecd.htm>

Couleur – systèmes colorimétriques, nuanciers industriels

<http://www.colorsystem.com>

<http://www.pourpre.com>

<http://www.ncscolour.com/webbizz/mainPage/main.asp>

<http://www.pantone-france.com/pages/pantone/pantone.aspx?ca=4&pg=20378>

http://www.xrite.com/top_munsell.aspx

Teinture végétale – associations, artisans, artistes

France

<http://www.couleurgarance.com>

<http://www.couleurs-de-plantes.com>

<http://www.filiere-colorants-naturels.com>

<http://www.bleudelectoure.fr>

Japon

<http://www.bijutsu.co.jp>

<http://www.sachio-yoshioka.com/e/index.html>

<http://www.kougei.or.jp/english/dyeing.html>

<http://www.kimono.or.jp/dic/eng/>

<http://www.kimono.or.jp/dic/eng/11Dye-Okinawa.html>

<http://www.wonder-okinawa.jp/010/eng/008/index.html>

http://www.pref.okinawa.jp/summit/some/some_3_b/index2.htm

Mali

<http://www.geocities.com/infomali/bogolan/kasoban.htm>

<http://www.janetgoldner.com/kasobane/kasobane.html>

<http://www.aboubakar-fofana.com/>

Inde

<http://www.craftrevival.org/>

<http://www.weaversstudio.com/>

<http://www.maiwa.com/documentaries/podcasts.html>

<http://www.indiamart.com/kmaexports/>

Teinture végétale – technologies alternatives

<http://www.arrdhor.com/>

<http://www.epea.com>

Éco-design – conceptions, labels, modèles

<http://www.transparent-trade.org/spip/>

<http://www.sustainable-everyday.net/manzini/>

<http://www.neomansland.fr/>

<http://o2france.com/>

<http://www.sustainable-everyday.net/manzini/>

Tendances – bureaux de style

<http://www.edelkoort.com>

<http://www.trendunion.com>

<http://www.peclersparis.com>

<http://www.carlin-groupe.com>

<http://www.martineleherpeur.com>

<http://www.nellyrodi.fr>

<http://www.promostyl.com>

<http://www.sachapacha.com>

<http://www.secret-service-style.com>

<http://www.vogue.fr>

<http://www.fashionbeauty.com>

Tendances – salons

<http://www.premierevision.fr>

<http://www.ethicalfashionshow.com>

Études marketing

<http://www.emapmedia.com>

<http://www.parissmooz.fr>

ANNEXE 1

Tableaux synthétisant le travail de *traduction* :
Enquêtes de terrain et croisement de différents documents

Noms des végétaux et correspondances – terroirs⁸⁴⁷ et domaines des couleurs obtenues

Iles japonaises	Latin	Français	Anglais	Japonais Romaji	Japonais Kanji ou Katagana	Dialecte Romaji	Couleurs obtenues Français ~ Romaji ~ Kanji
Hachijô	Anthraxon hispidus Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 108.			Kobunagusa	刈安 小鮎草	Kariyasu	Jaune~Ki iro~黄色 : 4 bains ; puis trempé dans la cendre de Camélia~Tsubaki~ツバキ
Hachijô	Persea thunbergii Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 148.			Tabu no Ki ou Kusu no Ki [même famille que le Madami : sert à faire de l'encens]	たぶの木 ou ぐすの木 même kanji, deux lectures.	<i>D'autres noms existent mais pas énoncés par les artisans lors des interviews</i>	Rouille~Kaba iro~... : 4 bains ; puis trempé dans la cendre de Camélia...
Hachijô	Pasania edulis Cf. Seiju Yamazaki : 2004, p. 210.			Shii Matebashii	マテバシイ		Noir~Kuro~黒 : 4 bains Gris / argent~Nezumi iro ~ねずみ色 : 2 bains ; puis trempé dans la cendre...
Amami + Kume	Cycas m.			Sotetsu	ソテツ		Contient du fer, mis dans la boue (dorozome)
Kume [Miyako]	Garcinia subelliptica Cf. Seiju Yamazaki : 2004, p. 202. Garcinia Spicata, Hook. Cf. Dorothy Miller : 1986, p. 135. [?]			Fukugi	福木		Jaune ~ Ki iro ~黄色 [Le « jaune du royaume des Ryûkyû »] Bronze~...~... : avec Sharinbai [?] Cf. Dorothy Miller : 1986, p. 135. vérifier avec yamazaki
Kume	Raphiolepis umbellata Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 124.		Yeddo-hawthorn	Sharinbai	テーチキ ナワ テカチ 車輪梅	Techiki Tikachi Tekachi	Gris À Kume, quasiment toujours associé à une autre plante visiblement... Couleurs de bois si seul.
Kume	Smilax china Cf. Seiju Yamazaki : 2004, p. 104			Okinawa Sarutori ibara	猿捕茨	Gûru	Brun foncé~Koge cha~... : avec Sharinbai + Boue Brun rougeâtre~Aka cha~... : avec Sharinbai + mordantage à l'Alun Cf. url : http://www.kimono.or.jp/dic/eng/11Dye-Okinawa.html

⁸⁴⁷ La notion de *terroir* renvoie ici à l'usage de plantes (poussant sur le sol des îles visitées) dans des savoir-faire particuliers.

Iles japonaises	Latin	Français	Anglais	Japonais Romaji	Japonais Kanji ou Katagana	Dialecte Romaji	Couleurs obtenues Français ~ Romaji ~ Kanji
Kume	Diospyros kaki	Arbre du kaki Okinawaïen	Okinawan persimmon	Kurubo			Jaune~Ki iro~黄色 : + mordantage à l'Alun Vert brunâtre~ Uguisu~... : + mordantage à la Boue Cf. url : http://www.kimono.or.jp/dic/eng/11Dye-Okinawa.html
Kume	Myrica rubra Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 244.		Bayberry	Yamamomo	ヤマモモ	Mugmug wagi Cf. Dorothy Miller : 1986, p. 134.	Jaune~Ki iro~黄色 : + mordantage à l'Alun Vert brunâtre~Uguisu~... : + mordantage à la Boue Cf. url : <i>Idem.</i>
Kume	Hibiscus tiliaceus		Cotton tree	Ohamabo <i>Arbuste avec fleurs jaunes ; on fait du papier avec les feuilles...</i>		Yûna Yunaguni Yuna no Guni	Gris argent~Nezumi~ ねずみ : Teinture avec cendres du bois + mordantage avec du Gujiru (juice of the ground soy beans - Daizu) Cf. url : <i>Idem.</i>
Kume	Carthamus tinctorius, L.	Carthame	Safflower	Benibana	紅花	Hachima chi ban / Shiwa [?]	Rouge et couleurs de rouille~Akai~赤い : Teinture avec les ligules
Kume	Malvaceae Hibiscus rosa-sinensis, L.	Cendres de l'arbuste de l'Hibiscus	Hibiscus ashes	... no Hai			Gris Cf. Dorothy Miller : 1986, p. 135. → Yasura Uto san, dyer
Kume	Dioscorea rhipogonioides [famille de Dioscorra japonica]			Somemono imo [famille de Yamanoimo]	染物薯 Cf. Seiju Yamazaki : 2004, p. 128	Kûru Kûrô	Brun Foncé~...~... : Teinture avec les racines. Cf. Dorothy Miller : 1986, p. 133.
Ishigaki +Taketomi = Yaeyama	Dioscorea rhipogonioides (1889) [famille de Dioscorra japonica] Dioscorea cirrhosa L. (1790 par M. Fukaishi) [?]	Faux-gambier	Dyeing Yam Philippines	Somemono imo [famille de Yamanoimo]	染物薯	Kûru / Kûrô	Brun-rouge ~ Sekkashoku ~ 赤褐色 Blanchi dans l'eau de mer => rosé Cf. url : http://www.kimono.or.jp/dic/eng/11Dye-Okinawa.html
Miyako	Distylium racemosum			Isu no ki Yusu no ki	Cf. Seiju Yamazaki : 2004, p. 28		[?]
Miyako	Clerodendron trichotomum			Kusagi	Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 82 ; 1996, p. 210	Kusaki	Vert acidulé clair
Miyako	Rhizophora mucronata	Palétuvier	Mangrove	Ôbahirugi	Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 48		Brun : Teinture avec les écorces.

Iles japonaises	Latin	Français	Anglais	Japonais Romaji	Japonais Kanji ou Katagana	Dialecte Romaji	Couleurs obtenues Français ~ Romaji ~ Kanji
Miyako	Artemisia prinoeps			Yomogi	Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 248		Bruns Gris clair avec fer
Miyako	Acacia catechu	Acacia à cachou Cachoutier		Katekyu	カテキキュ		Bruns Bruns rouges : « couleur de thé »~Chairo~茶色 : Teinture avec le bois (tannin + flavonoïdes) → noir (avec solution de fer)
Miyako	Mallotus philippensis			Kusu no Hagashiwa	Cf. Seiju Yamazaki : 2002, p. 22 [végétal cousin]		Orangé (en Inde, nommé Kamala...)
Miyako	Cinnamomum Camphora ou Cinnamomum japonicum. ex Nakai	Camphrier Cf. Seiju Yamazaki : 2004, p. 82	Camphor Tree	Kusu no ki Yabu Nikkei [sorte de Kusu no ki]	楠		Utilisé pour lustrer la fibre teinte à l'indigo (« Shôshi no ki » = bouillir avec des feuilles de <i>kusu</i> après avoir teint les fibres ; protège contre le soleil et les insectes – molécules proches de la cire-) Cette pratique n'est plus actuelle car cela altérerait la couleur.
Miyako	Poligonum tinctorium Ait.	Indigo	Indigo	Tade Ai	蓼藍		Indigo : mud-dyed (emboué avec la pâte d'indigo ou mordancé avec de la boue)
Miyako	<i>Casuarina equisetifolia</i>	Pin australien		Mokumao			Plante tannique (décoction et ébullition de toutes les parties du résineux) : gris, bronze et noirs Fixatif (jus de cendre du bois) <i>a posteriori</i> de la teinture Mordant « Mokusakusan tetsu » (jus de cendre du bois + acétate de fer) avant teinture = modifient les couleurs
Miyako	Alpinia zerumbet	Fleur de mon âme Larmes de la vierge Fleur du paradis Gingembre coquille		Gettô / Gettou			Bruns rosés : Teinture avec les feuilles.
Miyako	Miscanthus sinensis	Eulalie Roseau de Chine		Susuki			Beiges

Nota : [?] figure que les données n'ont pu être vérifiées lors des enquêtes de terrain, soit, qu'elles ont donc été établies en croisant différents documents bibliographiques ou différentes données récoltées auprès de professionnels interrogés, contradictoires.

Complément des traductions de noms de plantes japonaises et correspondances

→ Domaine des Indigos et bleus :

- *Indo Ai* インド藍 (*Indigofera tinctoria* L. - Indigotier) et le *Nanbankomatsunagi* ナンバンコマツナギ (*Indigofera suffruticosa* M.) dans l'archipel de Yaeyama ;
- *Ryûkyû Ai* 琉球藍 (*Strobilanthes cusia* O. Kuntze / *Strobilanthes flaccidifolius* de Chine) sur l'île d'Okinawa ;
- *Tade Ai* 蓼藍 (*Poligonum tinctorium* Ait. - « Renouées à indigo ») et *Indo Ai* インド藍 (*Indigofera tinctoria* L. - Indigotier) sur l'île de Miyako.

→ Domaine du Carthame (*carthamus tinctorius* L.) et rouges :

- *Taramabana* (carthame en okinawaïen), cultivée sur l'île de Tarama – couleur utilisée pour une des pièces de la tenue des danseuses traditionnelles okinawaïennes ;
- *Benibana* (carthame en japonais), cultivée dans la préfecture de Yamagata (archipel du Japon), transformée et commercialisée à Kyôto [couleur utilisée par les bouddhistes au premier de l'an, au temple de Yakushi-ji (*ji* signifiant « temple ») à Nara (près de Kyôto), pour la coloration de « papiers talismans » ; et, pour fabriquer le rouge à lèvres traditionnel des geisha].
- *Rubia akane* 茹蕨 (*Rubia cordifolia*) : garance japonaise, aux baies noires, dont on utilise aussi les racines pour la teinture.

Noms de techniques textiles particulières japonaises

Français	Anglais	Japonais Romaji	Japonais Kanji / Katagana
Teinture			
Litt. : teindre avec de la boue Réal. : mordancer avec de la boue	Mud mordanting	Dorozome	泥染め
Patine			
Imiter le vieillissement du textile en lui donnant une teinte très légèrement jaune. Date de la période Heian (794-1185). « rouille / patine » « reconstruction / restitution » « reconstituer / restaurer »	Patina	Sabi Fukugen Fukugen suru	錆 復元 復元する
Protéger (contre l'érosion du soleil et contre les insectes) / lustrer par adjonction de Kusu no Ki [bouillir les fibres teintées à l'indigo avec les feuilles de kusu] Nota : cette pratique n'est plus actuelle car cela altérerait la couleur.	Protecting or lustring with Kusu no Ki [to boil the dyed fibres with Kusu leaves]	Shôshi no ki	
Patiner (faire briller) par le battage [après enduction / lustrage ; frapper au maillet en bois sur le tissu humide pour brillance et souplesse du textile]	Patina by beating [after coating ; beating the fibres with a wood mallet to get a shiny and soft textile]	Kinuta uchi	
Patiner (blanchir) par l'eau de mer	Bleached in sea water	Umizarashi	

Froisser le tissu pour le solidifier			
Tissage			
Soie filée à la main	Handspun silk Cf. Dorothy Miller : 1986, p. 131.	Tsumugi	
Un style de la technique de l'ikat	Pattern Ikat: a specific kind of ikat	Ezu Gasuri	
Soie non bouillie, pour conserver le silicium (+ forte et + brillante), juste lavée		Koma Jōfu	

ANNEXE 2

Localisation et brève historique des bureaux de style principaux (Paris)
Poétique globale & Implantations en Asie

GRUPE CARLIN INTERNATIONAL : L'anticipation créative pour une agence globale

Intuition, intelligence collective et réflexion marketing
vitaminent la création et ouvrent les portes de l'anticip-action...

Edith Keller, issue des milieux de la mode et de la communication, a développé avec succès le concept de Fred Carlin, créateur du premier bureau de style dans les années 40, en ouvrant les compétences du groupe à d'autres secteurs que celui du textile : « Mon agence de communication « Heure Locale » et Carlin ont fusionné en 1991, pour devenir aujourd'hui le premier et seul groupe associant l'expertise d'un bureau de style et d'une agence de communication. Ces milieux de la mode, et de la communication sont longtemps restés hermétiques. Ayant eu des expériences dans chacun d'eux, j'ai eu l'idée de les réunir en développant une approche globale des marchés. La durée de vie des produits se raccourcit, et tous les secteurs de la consommation sont aujourd'hui concernés par le rythme de la mode : cosmétique, design intérieur, alimentaire, télécommunication, transport... ».

Dans 1000m² de bureaux, comprenant un studio créatif, un pôle stratégique, une tissuthèque, une colorthèque... ce sont 60 personnes qui mettent leurs cerveaux en ébullition pour déterminer ensemble les tendances des prochaines années : « Notre rôle est d'anticiper

et de prendre parti, notamment à travers nos cahiers de style, pour permettre aux créateurs de produits de s'approprier ces tendances en fonctions de leurs propres valeurs. Au delà des cahiers de styles, qui représentent 30% de notre chiffre d'affaires, notre originalité est de proposer une offre globale aux clients, en utilisant le marketing comme support à la création en leur offrant des concepts qui ont du sens, avec un véritable « mode d'emploi » et un accompagnement adapté. »

PLAISIR ET CRÉATIVITÉ

Pour répondre à une demande croissante, en France, comme à l'international (40% du chiffre d'affaires), le groupe s'est développé en plusieurs filiales et départements, car aujourd'hui « l'anticip-action » se développe dans tous les aspects de la vie d'une entreprise. Deux activités majeures, deux agences dédiées à l'accompagnement style et communication des marques et des entreprises, un département marketing et stratégie, un département cahiers de tendances style (couleurs, matières, intérieur...) et « comm. with me » premier et unique cahier de tendances de communication

s'adressant aux populations marketing et communication chez l'annonceur. La filiale « Emulsion créative » est dédiée au management de la créativité, aidant les entreprises à développer des projets et résoudre des problèmes par la créativité. Un nouveau département « Care, pour rêver le soin au quotidien » développe les concepts et scénaris soins de demain... Créativité et anticipation à tous les étages et dans tous les domaines, avec un mot d'ordre : « Se faire plaisir... pour cela nous gardons une grande souplesse, en travaillant aussi bien pour de gros groupes que de petites entreprises. Nous sommes très attachés à la valeur « entreprise » et souhaitons injecter du plaisir et de la créativité dans toutes les étapes du développement d'un projet. A tous les niveaux, ce savoir-faire est indispensable pour anticiper les nouveaux comportements de consommateurs et inventer des produits justes et exclusifs dans le bon timing. »



L'agence d'anticipation créative. Notre secret : l'intelligence collective

Une équipe de 60 personnes à Paris, dont un studio de 30 créatifs de profils et de compétences complémentaires dans les domaines de la prospective, de la création et de la communication.

Parce que la durée de vie des produits se raccourcit,

le processus mode se transmet aux autres secteurs de la consommation :

Cosmétique, Design intérieur, Optique lunetterie, Coiffure, Jouet, Alimentaire, Télécommunication, Transport ...



Le groupe Carlin International :

la complémentarité **Style, Marketing et Communication** pour multiplier les sources d'inspiration



GRUPE CARLIN INTERNATIONAL : L'anticipation créative pour une agence globale

X Retour carte

Russie

Chine

Corée du Sud

Japon

Taiwan

Thaïlande

Vietnam

Philippines

Malaisie

Indonésie

Continent Asie

Chine / Hong Kong

NFS Corporation Ltd - CHINE
 Luka CHEN
 802, No. 5, Lane 1183, Hong Qiao Road,
 200355 Shanghai, Chine
 Phone : 00 862 152 394 208
 Fax : 00 86 21 62 12 8621
 Mobile : 00 86 15921001027
luka@nfs.com.tw

A l'international

Notre réseau d'agents, implanté dans plus de **25 pays** sur les **5 continents**, renforce notre vigie à l'international pour vous apporter qualité de service et proximité.

Peclers Paris Un esprit créatif, un regard expert

peclers paris
 about
 équipe
 agenda
 conseil
 cahiers de tendances
 training & formation
 members only
 presse
 newsletter

Notre métier : décrypter aujourd'hui les modes de demain, imaginer le futur, donner du sens au produit.

Notre vocation : jeter des ponts entre l'univers de la création et le monde de l'industrie.

Notre différence : un savoir-faire unique combinant intuition créative, observation des modes et sens du marché.

Notre exigence : ne jamais perdre de vue le consommateur.

23
 rue du Mail
 75002 Paris

Peclers Paris, c'est...

L'**intelligence** et la **passion** de la mode et de la couleur.
 Une **approche sensible** et **polysensorielle** qui place la créativité au cœur de la réflexion stratégique de marque et du développement produit.
 Un **accompagnement personnalisé** pour aider chaque client à affirmer sa différence et développer sa stratégie d'innovation.

Notre priorité : mettre sur le marché le bon produit, au bon moment.
 Conseiller les entreprises à tous les stades du processus de création, et ce dans tous les secteurs en quête de nouveauté et de créativité.

Du concept au produit, de la tendance à son application, Peclers Paris **sent, analyse, conseille, crée et communique** avec une longueur d'avance.

design by spif - mentions légales - You need the Flash Player plugin to view this site, click here to download it
 ©Peclers Paris - Agence de style internationale, International Style Agency

PeclersParis

peclers paris
consulting
trend books
innovation
impulse
satellites
guidelines
members only

Inspirational trend books to drive and stimulate creativity

Peclers Paris publishes **18 trend books per season**.

They address the needs of a vast array of industries from the **first prospective stages of design** to up-to-the-minute trend confirmation.

Our trend books provide **easy-to-implement creative orientations** for companies looking to **design, manufacture** or **purchase** the products that will be tomorrow's best sellers.



Mission

To offer **directional trend information** from design guidelines to **visual and tactile moods**.

Our trend books are essential tools to **guide, stimulate and orient** our clients throughout their design processes and product development pipelines.

inspirational



peclerstrends
blog

design by SPUL - mentions légales - Vous avez le Flash ? Cliquez ici pour voir le site, cliquez here to 'download it' - Peclers Paris - Agence de style internationale, International Style Agency

PeclersParis

peclers paris
conseil
cahiers de tendances
innovation
impulsion
couleurs
décors
inspirations
mode d'emploi
training & formation
members only
presse
newsletter



Couleurs

Une gamme référence, des harmonies exclusives, un nuancier pertinent... une réflexion créative essentielle pour tous les secteurs industriels



peclerstrends
blog

design by SPUL - mentions légales - Vous avez le Flash ? Cliquez ici pour voir le site, cliquez here to 'download it' - Peclers Paris - Agence de style internationale, International Style Agency

PeclersParis

peclers paris

about
équipe
 paris
 américaine
 europe
asie pacifique

agenda
 conseil
 cahiers de tendances
 training & formation
 members only
 presse
 newsletter



Asie - Pacifique

Chine.

Airy Wen Dong.
 Q-FOUR.COM - RAKEN TEXTILES
 4 F, N° 20, Lane 996 - Hong Qiao Road
 20051 Shanghai
 86 21 6270 3970
 86 21 6270 3979
oushang_agency@yahoo.com.cn

Australie, Nouvelle Zélande.

Sue Dixon.
 R.E.D.
 PO Box 6149 - Chapel Street North
 South Yarra 3141, Victoria - Australie
 61(0)3 5281 7229
 61(0)3 5281 7309
sue@r-e-d.com.au
<http://www.r-e-d.com.au>

Japon.

Ako Enomoto.
 DEAI CORP. Ltd
 308-5-4-6 Minami Aoyama
 Minato-Ku
 Tokyo 107-0062
 81 (0)3 3409 9495
 81 (0)3 3409 9684
ako@deai-co.com

Japon.

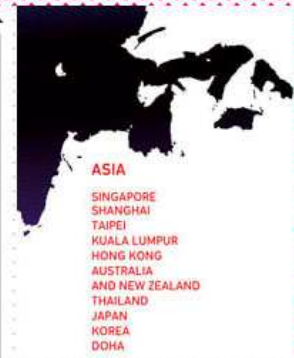
Shinobu Enomoto.
 DEAI CORP. Ltd
 308-5-4-6 Minami Aoyama
 Minato-Ku
 Tokyo 107-0062
 81 (0)3 3409 9495
 81 (0)3 3409 9684
office@deai-co.com

Corée du Sud.

Soon-Young Lee.
 'LISOPHE'
 Daechung Tower 934,
 Gangnam-gu,
 Gaepo-dong13-3
 Seoul, Corée du sud,
 137-885
 82 2 3413 7790
 82 2 3413 7790
lisophe_soon@yahoo.co.kr

Hong Kong, Singapore, Thaïlande.

Mary Yan Yan Chan.
 StyleCENTRAL Ltd.
 262 Des Vux Road Central
 Suite 4A
 Sheung Wan, Hong Kong
 852 2851 1751
 852 2851 1752
mvyv@cheerful.com



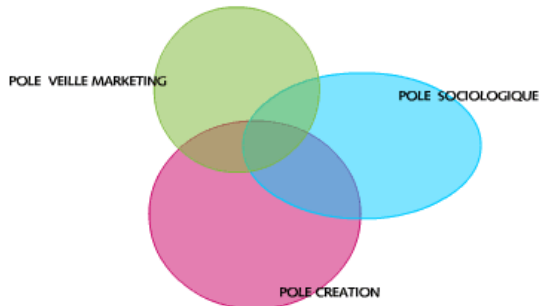
Design by 80/17 - mentions légales - You need the Flash Player plug-in to view the site. [Click here to download it.](#)
 © Peclers Paris - Agence de Style Internationale, International Style Agency

NellyRodi™

MARKETING-STYLE

METHODE TRAVAIL UNIQUE A L'AGENCE NELLY RODI, LE MARKETING-STYLE ASSOCIE LA PUISSANCE DE LA CREATION ET L'ANALYSE MARKETING ET SOCIOLOGIQUE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR. AU TRAVERS DE CETTE DEMARCHE, NOUS CHERCHONS A METTRE EN PERSPECTIVE NOS RECOMMANDATIONS PRODUITS ET A EXPLIQUER L'EMERGENCE DES TENDANCES DE MODE. POURQUOI LES TENDANCES SURGISSENT-ELLES ? QUELS SONT LES EVENEMENTS DECLENCHEURS ? COMMENT SONT-ILS PERÇUS PAR LE CONSOMMATEUR ?

LA CONJONCTION DE 3 POLES D'INFORMATION NOUS PERMET DE REPENDRE A CES QUESTIONS.



- POLE SOCIOLOGIQUE : EN RELATION AVEC DE GRANDS PENSEURS DE NOTRE TEMPS, PROFESSEURS D'UNIVERSITES EN SOCIOLOGIE OU PHILOSOPHIE DE DIMENSION INTERNATIONALE, NOUS AUSCULTONS L'EVOLUTION DE LA SOCIETE. NOUS ORGANISONS REGULIEREMENT DES SEMINAIRES DE REFLEXION AUTOUR DE THEMES DE SOCIETE CRUCIAUX POUR LES ANNEES A VENIR. LES COMPTES-RENDUS DE CES SEMINAIRES SONT REGULIEREMENT PUBLIES.

- POLE VEILLE MARKETING : LES COLLABORATEURS DE L'AGENCE NELLY RODI SONT DE GRANDS VOYAGEURS A LA RECHERCHE DES SIGNES AVANT-COUREURS DU CHANGEMENT. DE PARIS A LONDRES, NEW-YORK OU TOKYO, ILS VISITENT LES DERNIERS LIEUX A LA MODE, LES NOUVEAUX CONCEPTS DE MAGASINS, SE RENSEIGNENT SUR LES EVENEMENTS A VENIR ET RAPPORTENT DE LEURS VOYAGES DES DIZAINES D'INFORMATIONS CONDENSEES CHAQUE SAISON DANS NOS «TRENDSSETTER'S GUIDES».

- POLE CREATION : CHAQUE SAISON COMMENCE PAR UN TRAVAIL DE REFLEXION PROSPECTIVE OU SONT CONVIES PRES D'UNE VINGTAINNE DE CREATIFS, STYLISTES OU DESIGNERS. CHOISIS POUR LEUR CREATIVITE ET LEUR CAPACITE A SE PROJETER DANS LE FUTUR, CETTE EQUIPE INTERNATIONALE SE RASSEMBLE REGULIEREMENT AUTOUR DE NELLY RODI POUR PROPOSER DE NOUVELLES VISIONS DE L'AVENIR. LA SYNTHESE DE CES TRAVAUX EST PRESENTEE CHAQUE SAISON DANS NOTRE CAHIER PILOTE.

HOME PAGE



VOCATION

AGENCE
 MARKETING-STYLE
 CONTACTS
 ACTUALITÉ
 BIOGRAPHIE
 REVUE DE PRESSE

ORGANISATION

MODE ET BEAUTE
 ART DE VIVRE
 COMMUNICATION
 CLIENTS

CAHIERS ET SERVICES

CAHIERS DE TENDANCES
 GUIDES SOCIO-MARKETING
 CONSEIL
 NEWSLETTER



NELLY RODI DÉCOUVRE LA MODE ET LE DESIGN AU COURS DE SES ÉTUDES SUPÉRIEURES DE COMMERCE : SON PREMIER STAGE, ELLE L'EFFECTUE CHEZ PRISUNIC QUI ENTAMAIT À CETTE ÉPOQUE UNE IMPORTANTE POLITIQUE D'ÉDITION POPULAIRE D'OBJETS ET DE VÊTEMENTS DE CRÉATEURS POINTUS.

À L'ISSUE DE CE STAGE, ELLE COMMENCE SA CARRIÈRE AU BUREAU PARISIEN DE LA WOOLMARK (INSTITUT DE LA LAINE) COMME COORDINATRICE DE MODE OU ELLE BÉNÉFICIE D'UNE IMPORTANTE FORMATION TECHNIQUE TEXTILE.

PENDANT CES ANNÉES, ELLE ACQUIERT UNE EXCELLENTE CONNAISSANCE DU TISSU ET DES FIBRES ET DÉVELOPPE CONSIDÉRABLEMENT SA CRÉATIVITÉ AU CONTACT DES PLUS GRANDS STYLISTES DE L'ÉPOQUE.

RAPIDEMENT, NELLY DEVIENT DIRECTRICE DE L'INSTITUT DU COTON À PARIS OU ELLE CONTRIBUE À LA PROMOTION DE CETTE FIBRE EN ORGANISANT D'EXTRAORDINAIRES OPÉRATIONS DE COMMUNICATION. PARALLÈLEMENT, ELLE COMMENCE UNE ACTIVITÉ FREE-LANCE DE CONSEIL EN STYLE ET COMMUNICATION ET SE RAPPROCHE DE PLUS EN PLUS DU COUTURIER ANDRÉ COURRÈGES, ALORS AU SUMMUM DE SA CARRIÈRE, DONT ELLE DEVIENDRA LA COORDINATRICE DU STUDIO ET DE LA COMMUNICATION. AU DÉBUT DES ANNÉES 70, NELLY RODI, TOUJOURS AVEC L'APPUI D'ANDRÉ COURRÈGES, DÉCIDE DE DÉVELOPPER SES ACTIVITÉS FREE-LANCE.

EN 1973, NELLY RODI FRANCHIT UNE NOUVELLE ÉTAPE IMPORTANTE AVEC SA NOMINATION AU POSTE DE DIRECTRICE DU CIM (COMITÉ DE COORDINATION DES INDUSTRIES DE LA MODE), BUREAU DE STYLE FONDÉ DANS LES ANNÉES 50 ET FINANCÉ PAR LES ORGANISMES PROFESSIONNELS FRANÇAIS. EN DIX ANS, NELLY VA MULTIPLIER PAR DIX LE NOMBRE DES ADHÉRENTS ET VA FORTEMENT CONTRIBUER À LA MISE EN PLACE DU SYSTÈME DES TENDANCES, EN FRANCE COMME À L'ÉTRANGER : LE CIM MULTIPLIE SES PUBLICATIONS, INVENTE LES PREMIERS AUDIOVISUELS DE TENDANCE ET ÉTEND CONSIDÉRABLEMENT SON AURA À L'ÉTRANGER. CE SONT PLUS DE 500 ENTREPRISES INTERNATIONALES QUI SUIVENT SES PRÉDICTIONS À LA LETTRE. À CETTE ÉPOQUE, NELLY INTÈGRE DIFFÉRENTES COMMISSIONS GOUVERNEMENTALES QUI ABOUTIRONT NOTAMMENT À LA CRÉATION DE L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE ET SURTOUT À LA CRÉATION DU MUSÉE DE LA MODE AU PALAIS DU LOUVRE.

EN 1985, NELLY QUITTE LA CIM POUR TOUT RECOMMENCER À ZÉRO ET FONDRE SEULE AVEC UNE ASSISTANTE SA PROPRE AGENCE DE STYLE PRIVÉE. ELLE INVENTE DE NOUVELLES FAÇONS DE TRAVAILLER EN S'APPUYANT SUR UNE DOUBLE INTUITION : D'UNE PART, LA MODE N'EST PLUS SIMPLEMENT AFFAIRE DE CRÉATION MAIS AUSSI UNE AFFAIRE DE MARKETING, D'AUTRE PART, LES PHÉNOMÈNES DE MODE NE SE CONTENTENT PLUS D'INFLUENCER LE TEXTILE OU L'HABILLEMENT MAIS PLUS GÉNÉRALEMENT TOUT L'UNIVERS DE LA PERSONNE : LA BEAUTÉ, LA DÉCORATION, L'AGRO-ALIMENTAIRE, L'AUTOMOBILE...

ALORS QUE CES DEUX INTUITIONS SONT DEVENUES AUJOURD'HUI DES ÉVIDENCES, SON DISCOURS EST À L'ÉPOQUE CONSIDÉRÉ COMME RÉVOLUTIONNAIRE. LE SUCCÈS DE L'AGENCE NELLY RODI EST IMMÉDIAT : L'ESPACE TEXTILE DE LYON ET RÉGION QUI RASSEMBLE PLUS D'UNE CENTAINE D'INDUSTRIELS DU TEXTILE ET DE L'HABILLEMENT DANS LA RÉGION LYONNAISE EST SON PREMIER CLIENT. LES JAPONAIS SONT PARTICULIÈREMENT FRIANDS DE SES SERVICES. EN 1987, NELLY FONDRE À OSAKA NELLY RODI JAPON. TOUT AU LONG DES ANNÉES 90, ELLE MET EN PLACE UN IMPORTANT RÉSEAU D'AGENTS ET DE FILIALES DANS LE MONDE ENTIER.

NELLY S'IMPLIQUE AUSSI BEAUCOUP DANS DIFFÉRENTES ASSOCIATIONS LIÉES À L'UNIVERS DE LA CRÉATION : ELLE FUT NOTAMMENT PRÉSIDENTE DU FASHION GROUP FRANCE, PRÉSIDENTE DU CONSEIL DE PERFECTIONNEMENT DE L'INSTITUT SUPÉRIEUR EUROPÉEN DE MANAGEMENT DE MODE, MEMBRE DU DEFI (ORGANISME DE PROMOTION DE LA MODE FRANÇAISE À L'ÉTRANGER), MEMBRE DU COSMETIC EXECUTIVE WOMEN, VICE-PRÉSIDENTE DE CRÉATION BRETAGNE...

EN 1998, LE PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE, JACQUES CHIRAC, LUI REMET À L'ÉLYSÉE LES INSIGNES DE CHEVALIER DE LA LÉGION D'HONNEUR. EN 2002, NELLY EST NOMMÉE PAR LE MINISTRE DE L'INDUSTRIE, PRÉSIDENTE DU PÔLE ÎLE DE FRANCE DES RÉSEAUX DE L'INNOVATION DU TEXTILE ET DE L'HABILLEMENT. À CE TITRE, ELLE INITIE L'OPÉRATION PARIS CAPITALE DE LA CRÉATION QUI A REUNI EN JANVIER 2003 POUR LA PREMIÈRE FOIS AUX MÊMES DATES TOUTS LES SALONS PROFESSIONNELS DE MODE ET DE DÉCORATION.

À CETTE OCCASION, 200.000 ACHÉTEURS ET 6.000 JOURNALISTES INTERNATIONAUX SE SONT RASSEMBLÉS À PARIS.

AUJOURD'HUI, L'AGENCE NELLY RODI EST UN DES LEADERS INTERNATIONAUX DE L'INFORMATION PROSPECTIVE À L'INTENTION DE TOUTS LES ACTEURS DE LA MODE ET DE L'ART DE VIVRE : L'AGENCE EST REPRÉSENTÉE DANS 17 PAYS, ELLE ÉDITE 21 PUBLICATIONS PAR AN ET COMPTE PARMI SES CLIENTS CONSEIL DES SOCIÉTÉS ET ORGANISMES PROFESSIONNELS TELS QUE : L'OREAL (COSMÉTIQUES - FRANCE), YVES ROCHER (COSMÉTIQUES - FRANCE), AUCHAN (DISTRIBUTION - FRANCE), TORAY (FIBRES - JAPON), CHANTELLE (LINGÈRIE - FRANCE), H&M (PRÊT-À-PORTER - SUÈDE), RENOWN (PRÊT-À-PORTER - JAPON), KOLON (PRÊT-À-PORTER - CORÉE), MAISON&OBJET (SALON DE DÉCORATION - FRANCE), INTERSTOFF ASIA (SALON PROFESSIONNEL DE TISSUS - HONGKONG), DEPARTMENT OF EXPORT PROMOTION (ORGANISME GOUVERNEMENTAL - THAÏLANDE)...

home > lidewij edelkoort

At Work

Trend Union



Forecasting Books and seminars
[read more](#)

Edelkoort Etc



Lectures and brainstormings with Li
[read more](#)

Studio Edelkoort



Made to measure: consultancies
[read more](#)

home > trend union > Publications

General Trend Book

general trend book

Every six months, Li Edelkoort conceives the **General Trend Book**, which sets forth the main trends 2 years in advance. Printed in a limited edition of 250, this book expresses the trends in images, words, fabrics and materials that are sourced from all over the world and carefully assembled by the Trend Union team.



home > trend union > Publications 2

Well Being Bible

The **well being bible** has been created to explain the well-being industry's profound effect on our lifestyles and attitudes.

The well-being industry is still in its baby shoes and this trend tool evolves each year to help design our spa and beauty treatments, pyjamas, lingerie, home furnishings, textiles, food, beverages, fitness and leisure. The Well Being Bible includes inspirational textiles, materials, texts, key words and images, and is destined for all sectors in design, retail and strategy.



Published once a year in December

lidewij edelkoort **trend union** edelkoort etc studio edelkoort edelkoort inc edelkoort editions projects shop contact

partners **publications** publications 2 lectures

colour preview colour forecast **colour tool** general trend book key pattern book touch book beauty book men's colour

home > trend union > Publications

Colour Tool

Created by Li Edelkoort, the **colour tool** is a new trend book sold as a package in combination with the Colour Forecast which gives direct colour applications and colour combinations in different fields of the industry.

The fields explored can be as diverse as casual wear, children's wear, intimates, automotive, jewellery and prospective views on materials, textures and surfaces for design. The purpose of the tool is to show the connections between industries and inspire designers to cross-fertilise their ideas.

Published twice a year:

September for the Spring/Summer season
February for the Autumn/Winter season



home > lidewij edelkoort > In person

Editorials

View on Colour



The colour forecasting book
price: € 59,-
info@trendunion.com
tel: +33 1 44 08 68 88
fax: +33 1 45 65 59 98
for purchase online

[read more](#)

Bloom



A horti-cultural view
price: € 65,-
info@bloom-magazine.com
tel: +33 1 44 08 68 88
fax: +33 1 45 65 59 98
for purchase online

[read more](#)

home > lidewij edelkoort

In person

Born in Holland in 1950, Li Edelkoort studied fashion and design at the School of Fine Arts in Arnhem, and upon graduation became a trend forecaster at the leading Dutch department store, De Bijenkorf. There, she discovered her talent for sensing upcoming trends and her unique ability to predict what consumers would want to buy several seasons ahead of time. This brought her to Paris in 1975, working first as an independent trend consultant and soon creating Trend Union.

Travelling, shopping and searching the world over, Li Edelkoort is constantly gathering information and emotions, studying the fabric of society, picking up materials, words, figures and flowers like a global beachcomber.

Li has received continual recognition for her work in providing inspirational stimulus and fostering creative talent. In 2003, TIME magazine named her as one of the world's 25 most influential people in fashion, while she received the Netherlands' Grand Seigneur prize one year later for her work in fashion and textile. In 2005, Aid to Artisans honoured Li Edelkoort with a lifetime achievement award for her support of craft and design. More recently, in March 2007, she has been named Chevalier des Arts et des Lettres by the French Ministry of Culture and Communication.

Li's work has evolved into the realms of education at the Design Academy Eindhoven, humanitarianism within the Heartwear foundation and ATA Europe, and curatorship as she delves into the art and design domain illuminating museums around the world, such as *ARMOUR* in the Netherlands (2003), *Skin Tight: the sensibility of flesh* at Chicago's MCA (2004), *North meets South* at Centre Culturel Suédois, Paris (2005) and Stockholm's Nordiska Museet (2006).



home > trend union

Lectures



Li Edelkoort is well-known through Trend Union and Edelkoort Etc. for the many trend and lifestyle speeches she gives to professionals in all industries all over the world and her special audiovisual presentations in her studio in Paris that sets out in a clear and inspiring manner the trends that correspond to her seasonal General Trend Book.

This presentation is shown to her clients, with seminars in Paris, London, Stockholm, New York, Tokyo, Seoul and Amsterdam.

ANNEXE 3

Interview fait à Paris le 19 avril 2002

Enregistrement audio – retranscrit littéralement

CARLIN INTERNATIONAL

79, rue de Miromesnil 75008 - Paris

Interview de Catherine Champeyrol

- Chargée de développement international
- pour Carlin International –

Présentation :

Quel rôle tenez-vous au sein de cette entreprise ?

Je suis en charge du développement commercial des nouveaux produits pour Carlin. Donc, mon rôle en fait, c'est à partir de la matière grise et du travail déjà existant ici dans l'équipe, de trouver des pistes qui enrichissent encore l'offre que l'on peut faire à nos clients. Et, je fais également du développement commercial pour tout ce qui est contrat en conseil personnalisé de l'agence. Donc, pour l'aspect style et communication de l'agence.

Avez-vous un rôle décisif pour la mise en place des tendances à venir ?

Je travaille avec les stylistes. Sachant que ce sont les stylistes qui sont maîtres d'œuvre de tout le travail sur la tendance. Par contre comme on fait en permanence un aller-retour entre quelque chose de très intuitif et placé sur l'imaginaire et d'un autre côté des études de marché et du relais consommateur. En fait, moi j'ai en charge effectivement de faire ce relais là, donc de traduire un peu ces pistes riches et poétiques des stylistes en des éléments tangibles et compréhensibles auprès de nos clients. Donc, en fait j'ai un rôle de traducteur. Donc, je ne suis pas à l'initiative de la tendance, mais je suis de très près tout ce qui se déroule dans l'agence. Et, j'alimente aussi en idées pendant les ateliers.

Processus de création et choix des thèmes :

Qui compose le groupe de réflexion sur les grands thèmes des tendances ?

Dans le groupe de réflexion, c'est donc les stylistes bien sûr, et à chaque fois vous avez un sociologue invité, quelqu'un de la presse avec une « patte » journalistique, avec une vision, je dirais peut-être plus sur l'écriture ou sur la façon de traduire les idées qui jaillissent. Donc, il y a des sociologues, des gens de la presse et également des gens de l'aspect étude marketing de l'agence.

Quels sont les axes de départ ?

On commence surtout au départ à s'ouvrir et à être le plus réceptif possible. Donc, on part un petit peu avec les aspirations et les intuitions, des choses tout à fait irrationnelles. Donc, on commence d'abord par diverger et par multiplier les sources d'idées. Et chacun un peu se jette à l'eau, en parlant de son vécu, de ses émotions, de son ressenti et de sa sensibilité. Et, dans un premier temps on cherche surtout *heu...* à faire une sorte d'enrichissement et de richesse de proposition. On ne cherche pas tout de suite à trouver des tendances ou à trouver des axes sur lesquels coordonner l'ensemble. On cherche d'abord à exprimer une sensibilité la plus vaste possible.

En prenant en compte les tendances d'avant ?

Ce qui se passe c'est que comme on travaille sur du moyen terme et en plus sur différents niveaux de marchés, ça peut aussi bien être du luxe que du moyen de gamme que du très populaire. On analyse aussi comment les tendances qu'on avait pu initier sont réellement sorties sur le marché. On détecte aussi quelles sont celles qui peuvent être pérennes, c'est à dire quelles sont les tendances qui sont là pour durer deux, voire trois ans, quelles sont celles par contre qui ont été un phénomène d'éphémère et d'instantanée. Donc on cherche toujours, nous, à bien travailler avec différents temps de tendances et temps de modes en tête. C'est à dire, simplement l'effet de mode éphémère, la tendance, je dirais, qui vient un petit peu plus lente et qui va pouvoir rester deux voire trois saisons. Et puis ensuite il y a une troisième composante qui sont vraiment les tendances très lourdes, les tendances de fond, donc qui touchent aux valeurs de la société. Quand on travaille de la tendance, on travaille toujours à ces trois niveaux là. Et, quand on sort une idée, il est important de savoir si elle va toucher l'éphémère, si elle va toucher une certaine durée, ou si elle va vraiment s'ancrer dans des modes de consommation nouveaux. Donc, on est toujours avec ces trois registres en tête. Parce qu'il y a des choses intéressantes qui sont là pour durer, qui ne sont pas du tout un phénomène éphémère, et qu'il ne faut pas traiter sur un mode anecdotique. Par contre, il y a des idées qui sont extrêmement ludiques et extrêmement surprenantes et étonnantes et qui vont avoir un impact extrêmement court terme. Et, il ne faut pas espérer ces idées là de les travailler, de vouloir les travailler sur de la durée, par-ce que ce n'est pas du tout le propos. Donc, c'est vraiment en trois dimensions, sachant que quand on travaille avec des clients en conseil personnalisé, c'est extrêmement important de leur donner cet environnement là, de leur faire toucher du doigt ce qui va être le fait de quelques mois, d'un engouement passager,

ou ce qui va être vraiment le fait de tendances de produit sur lequel il va pouvoir développer de vrais axes de collections, en profondeur, élargir les gammes. Voilà.

Qu'est-ce qui est censuré et pourquoi ?

On ne se censure pas. Alors, qu'est-ce qu'on censure ? Si, il y a une chose qu'on censure. On censure la critique dithyrambique ou la critique négative. C'est à dire que lorsqu'on fait des réunions de tendances, l'objectif n'est pas d'apporter un jugement par rapport aux idées des autres, soit un jugement positif, soit un jugement négatif. Donc, il faut être le plus bienveillant, mais le plus neutre possible. Donc *euuh*, pour vous donner un truc, on a une petite clochette en réunion qu'on agite dès que quelqu'un est tenté de rentrer dans le débat « j'aime, j'aime pas. » Bon, soit de critique négative, soit de critique positive. Voilà. Parce que ça, c'est des débats sans fin. On peut s'affairer des heures et des heures sur une tendance, ou, bon. Et, ce qui est intéressant c'est l'information. La richesse vient de l'information, pas tellement des commentaires ou des jugements que l'on peut porter dessus, dans un premier temps. Donc, au démarrage, pour la richesse et pour ne pas inhiber les gens qui sont autour de la table. C'est super important d'accueillir avec bienveillance (*rire bref*) toutes les propositions. Il est évident que, bon on est obligé un petit peu de se faire (...), de se discipliner. Parce que c'est toujours très tentant de porter un commentaire très personnel et de dire, bon. Mais, le but du jeu c'est d'abord de sortir l'information, de sortir le ressenti. Ensuite, on verra comment on structure, on organise. Mais, il faut surtout pas penser à brimer quelqu'un. En plus, quand on travaille avec des gens sur le style, ce sont des gens qui sont extrêmement sensibles, intuitifs. Si vous commencez à les cadrer ou à les brimer sur une sensibilité, ça peut être extrêmement bloquant. Donc, on essaye mutuellement d'être *heu*, de se soutenir (*rire bref*).

Après il y a peut-être quelqu'un qui... ?

Voilà. Mais on va le faire ensuite, ça sera pas une attaque sur une personne et sur une idée. C'est à dire qu'ensuite, quand on aura travaillé sur la masse d'informations qu'on a de prêté, on va petit à petit fonctionner par entonnoirs. On va petit à petit mettre à chaque idée, essayer de lui trouver un tronc commun, etcetera. Et, de fil en aiguille on va se rendre compte que ce qui est périphérique et ce qui est anecdotique va tomber, va devenir caduque de lui-même. Une idée, elle aura pas été critiquée par le groupe, ça sera fait par une sorte de processus naturel qui n'est pas agressant pour la personne qui émet l'idée. C'est très important, sinon les stylistes vous les garder pas, si vous les épuisez (*phrase entrecoupée de rires*) ! Après, ils sont clik, « kapput » (*rires francs*) !

Les noms donnés appartiennent-ils plus à la poésie, aux sensations, à la symbolisation, selon vous ?

Tout dépend le mode intellectuel sur lequel fonctionne chacun. Il y a des personnes qui sont extrêmement lyriques, chez nous, qui ont une richesse de vocabulaire extrêmement forte. Donc, là c'est vraiment sur le vocabulaire, c'est très « intello », des jeux de mots, c'est des choses... Par contre, il y a des personnes qui travaillent plus en nous amenant des échantillons, en nous amenant des bouts de magazines, en nous amenant des photos, en nous amenant des CD de musique à écouter. Donc en fait, ça dépend de la sensibilité, de la perception de chaque styliste, il n'y a pas un mode privilégié. C'est vrai que nous ensuite, par rapport aux cahiers de tendances, on va rendre cette expression de sensibilité, on va la rendre à travers du texte et à travers du visuel. Mais, au démarrage *euh*, ça peut être quelqu'un qui va venir avec un gâteau au chocolat, c'est extrêmement divers.

Et après, les noms que vous allez décider, c'est *euh*... ?

Et, alors le travail sur le vocabulaire, c'est ce que je vous dis. C'est pour ça qu'on a également des gens de la presse, des sociologues avec nous. C'est qu'on essaye d'avoir une écriture qui corresponde aussi à une sorte d'anticipation des mots, des notions ou de l'écriture qui va venir. Donc c'est pour ça qu'on travaille aussi avec des gens qui ont une qualité d'écriture bonne et qui sont à même...

Pour que ce soit compris, alors... ?

Voilà, voilà.

Qu'est-ce qui influence le plus vos créations : les magazines ?

Les magazines oui, mais c'est un piège parce qu'on a aujourd'hui un accès libre. Tout le monde peut avoir accès aux mêmes magazines. Il faut faire attention à ne pas tomber, je dirais, *heu...heu* dans une sorte de consanguinité avec l'ensemble des bureaux de style. C'est hyper intéressant les magazines, mais il y a aussi des magazines qui touchent pas forcément à la mode, à la couleur ou au textile, qui peuvent être tout à fait hors sujet par rapport au propos qu'on est censé traiter. Mais, je crois que ce qui est important c'est énormément les voyages que font les équipes. Les voyages qui sont faits à l'étranger sont extrêmement nourrissants. Il y a également tout ce qui est « vie culturelle », donc expositions, théâtre, cinéma, ça c'est très important. Donc les magazines c'est une partie, ce n'est pas l'essentiel, et on fait très attention dans le choix des magazines à ne pas être, je dirais, consanguins avec les gens de la mode. On

aime bien aussi lire de temps en temps des petits magazines ringards. On trouve de temps en temps des idées dans Voici ou dans Gala. Alors que quand on pense au style, beaucoup pense à Mode, Vogue, Elle et Marie-Claire, enfin bon des choses comme ça. Hors nous, il nous arrive de trouver, *euuh* je dis peut-être pas dans le Chasseur Français, mais dans des titres qui paraissent un peu bizarres de trouver des idées supers intéressantes. Donc, on fonctionne avec beaucoup d'achats de presses, mais on essaye d'être le plus diversifié possible.

Est ce que vous pensez qu'il y a des pays qui dominant, par rapport à ces influences ?

C'est clair qu'il y a un courant anglo-saxon fort, qu'on le piste à travers l'Angleterre et les Etats-Unis. Il y a aussi un courant scandinave, extrêmement fort en terme de design qu'on piste aussi très très fort. Et nous ce qui nous intéresse aussi ce sont tous les pays qui nous paraissent très loin, mais qui ont aussi une base de culture européenne et qui est retraduite parce que c'est un environnement différent. Donc, tout ce qui est Nouvelle-Zélande, Australie, c'est aussi très intéressant ce qui se passe là-bas. Et puis on dira bien sûr l'Asie. Parce qu'il y a un comportement par rapport à la mode en Asie qui est très intéressant pour nous parce qu'il est (...), il a pas les mêmes bases culturelles qu'en Europe, c'est enrichissant pour nous.

Qu'est-ce qui limite votre travail ? Quel est le système qui sert de repère ? En fin de compte, qu'est-ce qui va cadrer toutes ces idées là ?

Alors en fait, pour arriver à un cahier, pour vous donner une idée, on a à peu près six réunions de groupe pour commencer à ... Là on a déjà fait, par exemple, les deux premières réunions pour l'été 2004, on commence déjà à cerner les grands thèmes, et pour aboutir à un cahier, il y a encore quatre réunions de groupe complètes à faire. Donc, ça se fait par processus, toutes les semaines ou toutes les deux semaines. Et, c'est le fait que chacun puisse décanter les informations, déjà, des semaines précédentes qui fait qu'on arrive à un consensus, mais naturellement. Donc, de la richesse de contenu, avec ce travail de décanter, de sédimentation sur la durée, des axes vraiment forts ressortent. C'est comme ça que ça se produit. Et, c'est vrai qu'on se coache un petit peu les uns les autres, *heu...heu* ça discute beaucoup à la cafèt' (*rires francs*). Mais, *heu...heu* les thèmes vraiment forts ressortent naturellement. Il y a une sorte de certitude au bout d'un moment qui arrive, parce qu'il y a une sorte d'évidence du concept. Et, que comme on travaille sur la base d'un cahier de tendances, quand même sur quelque chose qui est assez généraliste et qui va toucher un maximum de marchés, on se rend vite compte des segments qui vont fonctionner tous marchés confondus. Ensuite, si on veut segmenter plus finement, voyez par exemple dans l'univers des produits de

luxe ou dans un univers de consommation particulier qui peut être le sportswear d'adolescents entre treize et dix-sept ans, là c'est évident qu'il y aura une démarche qui sera moins généraliste, moins sur le consensus. Et là ça se verra ensuite, c'est à dire qu'on va affiner après. C'est à dire qu'on va faire du sur-mesure après avoir décrypter les grands courants forts de la saison. Parce que qui dit tendance dit aussi contre tendance, qui dit idée dit contre idée. On se dit aujourd'hui, il y a une sorte de radicalisation qui fait que chaque fois qu'une idée ou qu'une tendance émerge, vous avez son strict opposé qui arrive. Donc, il faut savoir nous à quel niveau du produit on va traiter en fait cette sorte de paire infernale, comment ça va se faire. Et, il y a des « marchédonish », il y a des sortes de micromarchés sur lesquels justement l'antithèse des tendances qu'on a pu donner va devenir super intéressante. Donc, il y a en fait, nous, tout un travail de réflexion sur ce qui va marcher dans la ligne du projet ou ce qui va être en contre culture par rapport à ce qu'on a pu détecter.

Et, vous avez des marchés à l'étranger ou ça reste comme ça des grands axes, sport, enfant... ?

Alors, on a des marchés à l'étranger, des clients à l'étranger qui sont des relais. Et puis, on a des relais de boutiques, on a ce qu'on appelle des experts, qui sont des gens qui fonctionnent *heu...heu* qui connaissent bien le marché du consommateur final et qui sont des indicateurs pour nous. Donc on a quelques boutiques à Paris et en Province, qu'on « dé rush » de temps en temps pour savoir comment tel nouveau produit est perçu. C'est des gens qui sont en confiance avec nous et qui nous répondent clairement sur la perception qu'ils ont du produit par rapport à leur client. Pour voir comment c'est reçu, ça c'est super important.

Par rapport au système, c'est le marketing qui est surtout pris comme repère ? Le paramètre de séduction ?

Alors, le marketing c'est important, mais faut pas que ça devienne une sorte de (...). Il faut pas que ça appauvrisse l'idée. En fait, l'objectif du marketing c'est de, une fois que les idées sont là, c'est de pouvoir orienter ces idées sur des marchés. Mais c'est pas de dire « cette idée n'est pas bonne. » Une idée est toujours bonne, par contre il faut trouver le marché adapté. Donc c'est plutôt un aiguillage sur les marchés qu'on fait ensuite. C'est ce que je vous disais, donc, tendance / contre tendance. Si la tendance au rouge arrive, et bien il y aura une tendance peut-être au vert en opposition. Et alors, qui va aimer le rouge ? Qui va aimer le vert ? Quels sont les marchés sensibles ?

Est-ce qu'il y a des échanges avec les autres bureaux de style ? Parce qu'il y a beaucoup de choses en commun...

Alors, il y a des échanges bien sûr, à l'occasion de Salons puisqu'il y a des réunions de concertation qui se font. Donc ça nous permet d'échanger sur nos idées en cours. Il n'y a pas vraiment de concertation, ni officielle, ni officieuse d'ailleurs, qui se fait. Parce qu'on a chacun un peu des modes de fonctionnement et puis on a chacun une identité propre. C'est à dire qu'on est connu chacun pour nos spécialités. Vous n'avez pas aujourd'hui un bureau de style généraliste qui va vous dire je traite bien tous les aspects de marchés, tous les aspects de tendances, tous types de produits confondus. On a un peu notre « dada », moi chez Carlin je sais qu'on a une très bonne image à l'international peut-être beaucoup plus forte qu'en France, sur laquelle on est plus faible. On a une très bonne image sur la lingerie, sur l'enfant, et maintenant on est de plus en plus sollicités par des gens hors textile. Alors qu'il y a d'autres bureaux de style qui ont une image très forte sur le prêt-à-porter femme, par exemple. Et d'autres qui ont une image très forte sur tout ce qui est luxe, décoration d'intérieur. Donc, en fait, en fonction de la personnalité de chacun il y a quelque chose qui se dégage, il y a une orientation qui se dégage. Et *heu...heu* c'est aussi une orientation qui est donnée par les clients avec lesquels on travaille. Parce que c'est vrai que, ça c'est un phénomène que toutes les agences rencontrent, quand vous commencez à travailler avec un leader d'un secteur de produit, il y a naturellement un effet de l'entraînement qui fait que vous avez une notoriété qui se développe dans ce marché là. Voilà. Nous, il se trouve qu'on a des clients leader dans le marché de l'enfant, dans le marché de la lingerie. Et, donc il y a un effet boule de neige qui arrive. De même qu'on a des clients leader dans certains pays exports, et donc ça crée un mouvement autour de ces pays là et ça enrichit le débat. Donc, il y a aussi l'impact commercial, la façon dont on aborde les clients commercialement. Et là chaque bureau de style a un peu sa technique.

L'idée *Déclics* chez Pecler's est assez proche de l'idée *Impulsions* chez vous : d'où provient ce consensus ?

C'est que l'on se rend compte, depuis quelques années, que les bureaux de tendances sont de plus en plus sollicités par des secteurs qui ne sont pas strictement textile et mode. Et qu'on s'est rendu compte qu'il y avait un traitement de l'information de tendances qui était complètement transversal. Quand une couleur était à la mode dans l'habillement, elle pouvait le devenir dans l'alimentaire, elle pouvait le devenir dans les cosmétiques, dans la décoration. Et que pour avoir une sorte de discours plus ouvert, sans être sur une typologie de produit trop

limitative, en disant prêt-à-porter ou homme ou femme, etcetera. Avoir une sorte de vision plus générique et plus ouverte, plus transversale, c'était intéressant. D'où, et bien, *Déclics* chez Pecler's, d'où *Impulsions* chez Carlin.

Donc c'est par rapport aux marchés en fait...

Oui, c'est une vraie requête de nos clients. C'est-à-dire que ces cahiers là ils nous permettent de fonctionner comme une sorte de préconisation à l'attention du directeur artistique en fait. Donc, globalement c'est ça. Le D. A. pouvant être dans la communication, dans la décoration, dans le textile, dans l'agro-alimentaire.

Je pensais que c'était lié à la mondialisation, d'où une volonté de toucher un petit peu à tout, pour rendre quelque chose d'assez global...

C'est plus le côté transversal de la tendance, que le côté global, que le côté mondial. C'est à dire que *heu...heu...* En plus, le côté mondial de la tendance, il faut faire très attention parce que *heu...heu*, on peut voir des évolutions de tendances qui paraissent, comme ça, génériques et internationales. Mais, il y a quand même un traitement spécifique pays par pays, ou en tout cas marché par marché. Parce que de toutes façons, les bases culturelles que vous avez en Asie ne sont pas identiques aux bases culturelles que vous avez en Europe. Et, il y a encore des petites différences avec ce qui se passe aux Etats-Unis. Donc, il peut y avoir au départ un concept qui est global, mais derrière la façon dont ce concept va être traité selon les marchés, ça va être différent. Rien qu'en Europe, nous on constate déjà des différences. Donc, il faut se dire qu'au niveau international il y a aussi des différences. Et, la tendance sur le rouge, par exemple, au Japon on va pas la traiter sur les mêmes supports ou dans le même type de matière que la tendance sur le rouge en France ou aux Etats-Unis. Pourquoi ? Parce que les valeurs véhiculées par le concept dans chacun de ces pays sont sensiblement différentes, ou en tout cas, n'ont pas les mêmes bases. Donc, même s'il y a une envie de rouge internationale, le traitement qui va se faire au Japon, le traitement qui va se faire en France, le traitement qui va se faire aux Etats-Unis, il va y avoir « une patte » liée aux secteurs de pays. Et, c'est ça qui est intéressant. Parce que ça nous oblige, en fait, à être en permanence à l'écoute d'une culture européenne, mais aussi en ouverture avec des cultures différentes. C'est ça qui enrichit le débat et qui fait aussi que quand on est pris à contre-pied, quand on se rend compte que nos idées n'aboutissent pas ou on n'est pas compris, ça nous refait une sorte d'effort de pédagogie qui est très utile.

Dans les cahiers *Impulsions*, le terme « socio » revient souvent. À quoi cela correspond exactement ?

Et bien, en fait, de travailler, de remettre l'humain au centre de tout ce qui se passe. Je pense qu'en plus *euuh* ; alors bon, on dit « socio » en ce moment, mais c'est un mouvement beaucoup plus vaste. C'est que plus vous faites rapide dans l'information, rapide dans la tendance, rapide dans la mode, rapide dans la technologie, rapide dans le contact ; plus en contrepoint vous avez besoin d'une sorte de vrai centre qui soit vraiment l'humain. Donc, quand on dit socioculturel ça veut simplement dire qu'on a besoin de remettre l'humain au centre de tout ce qui se passe. Et, quand je dit l'humain c'est pas quelque chose d'anthropocentrique. Enfin, quelque chose de très limitatif au nombril de l'homme, mais quelque chose où il y a une sorte d'équilibre de valeurs et une vraie écoute aux aspirations, aux imaginaires, aux gestes, aux attitudes des gens qui nous entourent. Donc ça ... Et pas de faire de « l'intellectuel tendance ». Voilà. D'être vraiment dans la dimension de relations.

Parce que je me demandais s'il y avait une approche ethnologique pour cibler un marché, plus que sociologique ?

Si, on peut le faire. C'est super intéressant, et moi je ...

Ça irait plus loin que ...

Oui oui. Et on est en contact avec des ethnologues. Moi je travaille avec des gens qui sont sur le management de la créativité, par exemple, et dans cette équipe là on a une jeune femme qui est ethnologue. C'est super intéressant parce que justement elle arrive avec des pistes ou un discours, un vocabulaire ou une prise d'angle sur le problème, sur la problématique qui est un petit peu décalée et ça nous fait aussi progresser. Ça c'est super intéressant.

Existe-t-il un échange avec l'Asie (Japon, Chine) ?

Oui, très fort. Parce qu'aujourd'hui, d'abord vous avez un marché colossal qui est la Chine, avec un marché intérieur qui est en train d'exploser. Vous avez des marchés comme l'Inde aussi qui sont des marchés très importants. Alors, on a l'impression que ce sont des pays en voie de développement et qui ne dégage pas le pouvoir d'achat pour accéder à des biens de consommation haut de gamme. Or, c'est complètement faux, parce que comme dans tout pays il y a une tranche de la population qui a accès à ces produits là et qui sont très en attente d'un type de consommation qui est très proche en terme de maturité de ce qui peut se passer en Europe ou aux Etats-Unis. Et puis, ce sont des gens qui se posent les bonnes questions, qui

ont envie de réussir et de se donner les moyens de bien concevoir leurs produits. Ils viennent naturellement se renseigner en Europe, voir ce qui s'y fait. Donc ce sont des marchés qui explosent aujourd'hui en terme de consommation, et puis ils ont des budgets qui sont tout à fait importants.

Donc, ça va dans les deux sens en fait.

Oui, et puis ils nous demandent. Nous on ne fait pas du tout le travail de copie, ce n'est vraiment pas le propos d'un bureau de style. Il y a des gens qui sont autres que des bureaux de style qui peuvent peut-être faire ça en free-lance. Nous c'est vraiment pas le propos, nous à chaque fois ce qu'on cherche à développer avec un client c'est un territoire de marque et un territoire légitime. Donc, quand des chinois viennent nous voir, pour développer une chaîne de magasins en Chine, on travaille avec eux sur leur différenciation de marque, le positionnement de marque, le territoire de marque, etcetera. On n'est pas en train de leur dire, bon regardez ce qui se passe en Europe, on va copier tel concept. Ça ne servirait absolument à rien et ça serait complètement stupide et ça serait même catastrophique pour nous. Parce qu'en terme d'image et en terme de... Et puis, ça n'intéresse aucun styliste aujourd'hui de faire de la copie, ça faut le dire, c'est que c'est... Il y a un tel bouillonnement d'idées, une telle envie d'affiner, de développer des services, de développer une prestation de l'offre textile par rapport aux clients. Il y a tellement de solutions nouvelles qui peuvent encore venir, pourquoi faire de la pâle copie ? En plus, on est payé pour de la matière grise, c'est de la matière intelligente, c'est pas de la matière de copie. Donc, nous notre fonction elle est vraiment sur une recherche adaptée de concept qui colle bien à la marque et, en tout cas, aux équipes qui la gèrent.

L'image :

Quel rôle a-t-elle ? Esthétique, de l'ordre de la communication ?

L'image du bureau ou l'image... ?

L'image dans les cahiers.

Alors, en fait, c'est une façon de rendre concret, l'image c'est une façon simple de rendre concret une idée, en fait. Donc, c'est simplement une traduction rapide de l'idée. Donc, c'est rendre tangible un concept.

Ensuite, est-ce qu'il y a une réflexion sur la source de l'image, c'est-à-dire si c'est une œuvre d'Art... ? Est-ce qu'on va penser à l'impact qu'elle pourrait avoir selon le sens qu'on peut lui donner ?

Euh, oui, c'est important. Sauf que toutes les personnes qui vont lire le cahier n'ont pas forcément la base culturelle identique au bureau. Donc, c'est vrai qu'on y pense, mais ce n'est pas... On ne cherche pas systématiquement, par exemple, à avoir forcément des œuvres de musée dans l'image, ou des photos de tel artiste célèbre en base. On est plutôt libre par rapport à ça. On ne se met pas de contrainte sur l'origine de l'image.

Comment sont classées les images au départ ? (Je regarde les étagères autour de moi) J'ai l'impression que c'est plus par magazine et livre que...

Non, non non. Parce qu'en fait il y a beaucoup de photos qui sont prises par les stylistes eux-mêmes, il y a naturellement toute la chasse aux photos qui est faite. Il y a des cartes postales aussi. Il n'y a pas que le magazine et le livre, en image il y a tout ce qui est carte postale, tout ce qui est photo personnelle, tout ce qui est polaroïd, tout ce qui est catalogue de presse. Donc, le choix au départ est extrêmement riche. Et puis souvent on est amené, pour des raisons de droits sur une photo, on est souvent amené nous à refaire, à re shooter des photos dans une ambiance. De refaire, de faire nous-mêmes, en fait, le rendu image du concept. De dire voilà il y a une photo là qui est intéressante, par contre elle est très marquée, elle est très connotée parce que c'est un tel, et donc c'est une photo qui a un droit de reproduction. Et on essaye de retrouver des solutions en interne pour retraduire cette sensation là avec des photos que nous on aura faites.

Donc, le classement ça se fait par rapport au lieu, ou si c'est des photos... ?

[*Long silence*]. Non, il n'y a pas de... L'origine de la photo n'est pas importante. On est très précautionneux par rapport aux droits, on fait attention à ne pas mettre dans le cahier des choses qui nous poseraient des problèmes en terme de repro.

C'est à dire qu'elles sont toutes mises comme ça, il n'y a pas de classement entre photos ?

Si, elles sont mises en fonction de la force, en fonction de la façon dont elles alimentent l'idée. Ce qui fait qu'on les sélectionne et qu'on les priorise, c'est le rôle par rapport à l'idée, par rapport au concept qui fait ça. Mais, on n'a pas une grille de traitement de la photo particulière. C'est assez intuitif en fait ça.

Moi je voulais dire le classement à la base, avant de l'utiliser, la façon dont c'est rangé ?

On a des grosses boîtes avec [je laisse échapper un rire, j'ai peur de ne pas parvenir à me faire comprendre]. Alors ça dépend de chaque styliste, il y en a qui classe par couleur, d'autres qui classent par forme, d'autres qui classent par esprit de produit fini. *heu...heu*. Classer une base de données de photos c'est un truc super compliqué en fait. En plus comme les supports ne sont pas numérisés, il n'y a pas de moyen d'entrer de classements très faciles, donc c'est du support papier. Alors on a un classement avec, à l'étage, les magazines triés par tous les Elle ensemble, tous les Vogue ensemble, etcetera. Triés par date. Ensuite on a des petites boîtes qui reprennent des thèmes de couleur ou des photos qui ont été arrachées des magazines. Et puis ensuite émergent les vraiment bonnes qui seront attribuées aux cahiers. Et en plus là chaque styliste a un peu son mode de fonctionnement perso.

Ensuite, par rapport aux sources, vous parliez pendant la conférence des films qui sortent aux Etats-Unis et qui sortiraient ici dans deux ans. Est-ce que c'est vraiment le modèle américain qui compte ? Ou est-ce qu'il y a aussi les films... ?

Les films européens comptent aussi. Pourquoi les films américains comptent autant, c'est qu'en fait, en tout cas sur le marché du junior et du marché de l'enfant, ils sont super importants. Et que sur le marché de l'enfant, les Walt Disney, c'est quand même super important de savoir ce qui va sortir. Et, sur le marché disons de l'adolescent et du jeune adulte aussi c'est important, parce que c'est quand même les Etats-Unis qui drainent pas mal de choses. Le marché français, le marché cinématographique français est très excellent, et aussi c'est une bonne base, et nous on cherche aussi à savoir les prochains films financés par les groupes européens, enfin on cherche aussi à le savoir. Et on l'a facilement ça aussi. Et puis, on commence aussi à pas mal regarder ce qui se passe sur le cinéma asiatique aussi. Donc il y a des films en Asie qu'on regarde, parce qu'ils ont un impact local.

Les photos prises par les gens qui partent servent-elles aussi de source d'inspiration ?

Ah oui oui, très forte. Et tout en fait, à la limite le problème c'est qu'on se nourrit un peu de tout donc c'est un job non stop, vingt-quatre heures sur vingt-quatre, sept jours sur sept. Et en fait on a des réflexes par rapport aux... Moi en permanence je n'arrête pas de regarder, je ne fais pas que regarder l'image le matin entre neuf heures et le soir dix-neuf heures, ce n'est pas vrai. C'est permanent. Il y a des semaines où on ne trouve rien et puis il y a des semaines où on trouve un truc. Il y a des jours, c'est en prenant le métro ou en regardant la couleur d'un bourgeon vert sur une branche que je trouve que c'est chouette, c'est un joli vert et que voilà.

Donc, c'est une appréciation, une capacité à voir et c'est une sorte de travail permanent en fait. Et quand on est très fatigué on ne voit plus, il faut se reposer et puis voilà.

Comment choisir l'image : est-ce parce qu'elle est porteuse d'un message ou c'est juste une idée de séduction et d'harmonies colorées ?

Les trois cas se placent. Il y a des images qui sont extrêmement conceptuelles, assez longues à décrypter et dans lesquelles il faut rentrer pour vraiment en retenir toute la densité. Et puis il y a des images qui sont simplement jolies, enfin jolies à regarder parce qu'il y a un joli rose, il y a un joli effet de matière. Par exemple, dans la pub actuelle du flacon pour Paris de Saint-Laurent, ils ont fait un gros plan sur le flacon qui est très beau avec du cristal taillé, avec la déclinaison de roses et de jaunes un petit peu ambrés du jus. Non, ça c'est très joli ça. Et puis d'un autre côté il y a des photos qui sont prises où on voit... Qui ont plus de contenu, enfin plus d'humanité, plus de contenu. On traite les deux.

Par rapport à l'image, est-ce qu'il y a un modèle qui dirige le processus de création ? Par exemple, on retrouve toujours les couleurs des échantillons dans l'image d'ambiance, c'est à dire qu'il n'y a jamais un décalage.

Oh oui oui, ça c'est fort, parce qu'il faut qu'il y ait un fil conducteur, il faut que l'image porte le message. Quand on porte un message de tendance, il y a un message sur la couleur qui est toujours assez fort. Donc, ces couleurs, formes, sensations c'est des choses qui doivent se coordonner. Et, la couleur c'est un code facile, on a le sentiment que ça prédomine parce que c'est très facilement sensible, mais c'est à égalité avec... Une photo avec les bonnes couleurs mais pas les bonnes formes on ne la retient pas. Donc, il faut vraiment que l'esprit complet soit présent à travers la photo, pas que la couleur.

C'est à dire qu'en fait, on n'aura jamais une image qui ne pourrait qu'illustrer le texte, ça sera toujours lié aux couleurs présentées ?

Si si, l'image va illustrer le texte mais en plus on va lui demander d'illustrer les couleurs, c'est à dire qu'on va être voilà, on va lui demander les deux. C'est aussi pour ça qu'on fait souvent, dans les cahiers, des amalgames entre différentes images. Parce que comme une image a du mal parfois à donner toute la densité d'information, on « bidouille », on retravaille les images pour que la dimension qui lui manque on lui donne. C'est à dire que si une image est super intéressante au niveau de la forme, mais que les couleurs ne sont pas du tout dans l'esprit, on recolor.

Pour finir :

Selon vous, est-il fondé de dire que le bureau de style est avant tout un médiateur entre les créateurs et les industriels ?

Oui tout à fait, c'est une partie du boulot d'un bureau de style. C'est qu'effectivement on puisse rendre tangible et compréhensible des sensations d'un côté et un besoin d'industrialisation de l'autre. Je pense qu'il y a des gens qui sont extrêmement créatifs et qui ont beaucoup de mal à faire aboutir leurs idées, parce-qu'ils ont du mal à les concrétiser ou à les rendre tangibles ou à les rendre facilement compréhensibles. Un bureau de style peut aider. Et puis on n'a pas vocation à toujours se substituer aux créatifs, on travaille avec eux. Tout dépend de ce que nous demande notre client. Nous on a des industriels qui nous demandent d'être des créatifs, il y en qui nous demandent d'être des relais, des traducteurs. Il n'y a pas deux problématiques qui soient identiques en fait.

Et, pensez-vous que les bureaux de style permettent différentes affirmations culturelles ou va plutôt dans le sens d'une globalisation ?

Différenciation culturelle, et on va aller de plus en plus là-dedans. Et, je pense qu'il est important qu'un bureau de style prenne un parti pris aujourd'hui. Il y a une telle masse d'information que si un bureau de style n'est pas quelqu'un qui marque un parti pris et qui affirme une différenciation et qui affirme une spécialisation. C'est pas vrai, on n'est pas bon sur tout, on n'est pas doué sur tous les aspects de marché, tous les secteurs de produits, c'est pas vrai *heu...heu*. Donc, je pense que c'est important que chacun affirme une forte personnalité, c'est comme ça qu'on restera crédible. Parce que si ça devient quelque chose de global, ça va vite devenir quelque chose qui va pouvoir être méthodique, systématisé. Et, ça va perdre beaucoup de la qualité justement qui doit être dans le côté extrêmement fin, extrêmement intuitif, extrêmement sensible. Donc moi je pense sincèrement qu'on va vers la différenciation.

Donc, chaque bureau aurait une identité propre en fait ?

Oui, *mmh*.

D'accord. Voilà, c'est fini.

Voilà.

Je vous remercie.

Merci.

Il convient de préciser que Catherine Champeyrol fut rencontrée en mars 2002, à l'Institut Français du Textile et de l'Habillement, Paris, alors qu'elle y effectuait une conférence au sujet des tendances, dont voici un extrait ci-dessous.

Conférence de Catherine Champeyrol, Carlin International :

« Analyser et structurer les tendances ».

Institut Français du Textile et de l'Habillement, Paris, 7 mars 2002.

Diapositive 3 :

Tendance : définition	
<ul style="list-style-type: none">● « Tendance » le mot à la mode pour dire « mode » ou « style » ou « air du temps » ou « courant » ● Les nouveaux mots « Tendancier » « Transversal » « Emergences »	<ul style="list-style-type: none">● <u>Dico</u> : Force qui pousse un corps dans une direction, vers un point quelconque. <p>Pendant, propension, pente.</p> <p>Direction plus ou moins sensible, apparente, vers un but, une fin. Pendant naturel, inclinaison.</p>

Diapositive 4 :

Tendance : qui intervient ?	
• Le « concepteur » : l'artiste, le designer	INITIATEUR
• Le « tendanceur » : l'agence de style, le directeur artistique, le chef de produit	TRADUCTEUR
• Le « producteur » : la marque	RÉALISATEUR
• Le « client » : celui qui consomme	ACHETEUR

Diapositive 6 :

Tendance : Comment les organiser ?		
Court terme	Se développe en 1 à 6 mois avant de mourir brutalement	La couleur, le motif, l'accessoire... Renouvellement rapide, ludique, instantané. Le phénomène de mode.
Moyen terme	Se développe vite et meurt en 3 à 5 ans, se renouvelle par mutation	Une matière, une forme, un label... La définition d'un style, la tendance.
Long terme	Des orientations de fond qui s'impriment durablement et modifient les paramètres du marché.	Un art de vivre, une conscience éthique, un mode de production... La définition de valeurs.

Diapositive 7 :

Tendance : Rythmes, Influences et Applications		
RYTHMES	INFLUENCES	APPLICATIONS
Court terme	Un clip, un film, une expo, un livre, un leader d'opinion, un « people », une star.	La couleur, le motif, le packaging, la communication événementielle.
Moyen terme	De nouvelles destinations de voyage, des opportunités de sourcing, la conjoncture économique.	Le vocabulaire, le label, la matière, la forme, les services associés, le design.
Long terme	L'environnement politique et social, le discours éthique, les équilibres géopolitiques.	Le mode de production, la technologie associée, la définition des standards.

ANNEXE 4

Interview fait à Paris le 20 janvier 2006 à 17 heures

PECLERS PARIS

23, rue du Mail 75002 - Paris

J'ai rendez-vous avec Françoise Serralta, Directeur Recherche et Planning Stratégie chez Peclers Paris, rencontrée quelques années plus tôt où elle m'avait signifié son intérêt décroissant pour le Japon et sa proximité avec les Chinois, pour elle, beaucoup plus proches en terme de fonctionnement individuel des Français, ce qui permet une *meilleure communication*.

17 heures :

Arrivée dans le bureau de style.

Je dois attendre l'arrivée son arrivée dans la salle d'attente.

*

Il y a de nombreux passages de coursiers et des différentes employées du bureau à l'accueil. Toutes les jeunes filles sont blondes, avec une queue de cheval, grandes, en jean et chaussures à talons.

*

Elle m'accueille en me précisant le peu de temps qu'elle a à me consacrer.

Interview de Françoise Serralta

– Directrice de Recherche et Prospective

(*poste anciennement nommé* Directeur de Recherche et Planning Stratégie)

– pour Peclers Paris –

Quelles sont les conceptions de tendances les mieux vendues au marché asiatique (concernant les conceptions hors commandes ponctuelles / conseils « sur mesure ») ?

Cela est lié à l'historique de Peclers.

Y a-t-il au sein de Peclers Paris des personnes qui travaillent spécifiquement pour ce marché ? Si oui, quel rôle ont-elles (création, relation client, marketing, ...) ? Et, de quelles formations sont-elles issues ? Et, comment cela influence-t-il les créations ?

C'est Marie-Françoise Gane qui s'occupe du « secteur Asie ». Elle a des méthodologies et des *topics* proposés en fonction du pays qu'elle connaît puisqu'elle y ait allée. Et puis, elle visite les clients pour leur présenter les visuels et pour montrer la problématique ou non présente avant la mise en place du service. Cela demande de l'expérience pour savoir deviner la demande.

Comment le bureau s'adapte-t-il au marché Asie ?

Le « marché taiwanais » est fatigué. Le « marché Hongkongais » est stable, on vend exclusivement des cahiers, pas de conseil (celui-ci est freiné dans son développement, c'est trop long).

Dans une autre direction, quelles images du Japon / de la Chine font vendre en Europe ?

Le terme d'« exotisme » ou d'« ethnique » est-il questionné ? Si oui, de quelle manière ?

Pour l'instant on n'a pas réussi à mettre en place de réel développement en Chine. On commence avec les « gros » comme le Comptoir des Cotonniers© avec le Japon. Avec le Japon on est en deux états : dans une direction de l'instantané parce qu'ils veulent une réponse immédiate, mais une fois rentrés dans la relation il y a une forme de compréhension qui se met en place, en gestation. Dans notre travail avec la Chine, du Nord ou du Sud (où il y a différentes cultures, différents climats, différents goûts, ...) le mot « ethnique » n'est pas utilisé. Perçue par l'Occident, l'Orient est « ethnique », comme images ou icônes, comme les cerisiers en fleurs. On ne doit pas s'immiscer dans une politique, ne pas parler d'un autre pays en fonction des rancœurs, mais ça changera je pense...

Bien je n'ai pas trop de temps alors je vais vous accompagner auprès de Marie-Françoise, elle saura mieux vous répondre que moi pour ces questions.

Merci.

– Elle me dirige vers le bureau de Marie-Françoise Gane –

Interview de Marie-Françoise Gane

– Développement Asie (responsable des contrats sur l'Asie)

– pour Peclers Paris –

– Une femme dynamique, apparemment disponible à converser et souriante me reçoit –

Quelles sont les conceptions de tendances les mieux vendues au marché asiatique (concernant les conceptions hors commandes ponctuelles / conseils « sur mesure ») ?

On vend de moins en moins à Taiwan, on vend en Chine depuis deux ans et demie et depuis trois mois en Corée (où on développe sur le matériau). Au Japon, on vend des cahiers

« Couleurs et Matières », « Maison et Mode » pour femme, dans une approche conceptuelle. Pour la Chine on vend du concret, des formes et de la Mode Femme.

Concernant les conseils « sur mesure », quels genres d'études sont mises en place afin de répondre au mieux à la spécificité du marché japonais / chinois (en terme d'enquêtes marketing, sociologique ou esthétique...)?

Les conseils se font exclusivement de Paris. Là bas on a des agents, en termes de relais (informations marché et marketing) qui travaillent avec eux, ils font valider les projets avec le client réel, en fonction de la demande actuelle du pays. Ils sont comme des baromètres et ils expliquent au client la validité du produit conseillé.

Concernant le Japon, il y a deux marchés : le *mass market* et le luxe, qui se définissent en fonction de zones de prix et de qualités de tissus. Les vêtements réalisés et les tissus sont présentés aux clients dans le cadre de show room. L'outil est celui-ci : un panneau couleurs, une explication, des gammes de coloris, un shopping matières (pour qu'elles soient visibles en dehors du vêtement), des dessins (issus des cahiers ou de la presse) et des panoplies en termes de modes d'emploi en fonction du contexte (femme habillée dans un quotidien donné).

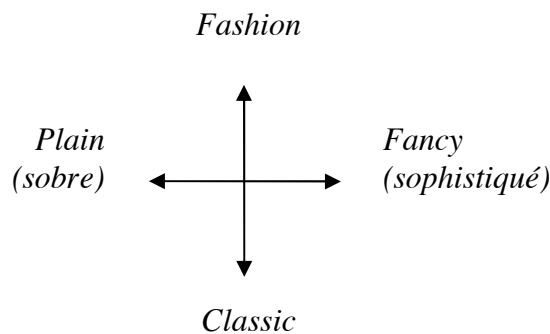
Le travail sera différent pour, par exemple, un Taiwanais émigré en Chine. On va commencer par mettre en place une nouvelle ligne et un nouveau nom (définition du positionnement, de « comment vendre », mise en place du merchandising, du packaging, ...). Puis, on propose une gamme avec trois thèmes en fonction de la saison donnée, comme par exemples : *City Wear*, *Casual* et *Habillé* pour le même magasin. Il y a des croquis, des coupures de presse, des matières et des motifs. Tout est très détaillé : liste des endroits où acheter le tissu, contacts des agents Taiwanais et plans de collection en fonction du tissu. C'est énorme, il y a trois visites de faites chez le client pour vérifier la bonne marche. C'est l'importance de la présence du modéliste là bas. C'est lui qui doit interpréter le cahier.

– *Le travail de traduction est donc fait par un agent de Peclers sur place afin de garantir la « bonne lecture » [soit, en expliquer la poésie à suivre] des tendances proposées.* –

Voilà l'exemple d'un fabricant de tissu à Taiwan (depuis les années 70) : il a une activité traditionnelle de cotonnier. C'est du *Commodity business* ; il recherche un nouvel axe de développement, conquérir l'Europe avec un tissu entre 3 et 8 dollars par le biais de magasins européens en terme de marché et de consommateurs. Il désire connaître les profils européens : comment est la mode européenne aujourd'hui ? On va donc lui fournir des enquêtes

marketing (établies auprès des fédérations textiles, de l'habillement et d'internet) pour une étude globale en termes d'intérêt, de prix, de *mass market*... bref, tous les phénomènes significatifs en terme de consommation. On a une *over view*, un point de vue global et panoramique (pas quantitatif) sur le consommateur. On met en place quatre profils de consommation, ce qui caractérise chacun d'entre eux. Par exemple, nomade / tech pour l'*easy care*, avec la problématique du temps en donnant des solutions pour voyager, des autonettoyants... en terme de courants longs qui découlent de recherches socioculturelles, de fond, pour des gens qui investissent beaucoup, de l'industrie lourde.

On fournit aussi des recommandations sur l'esprit du textile et un panneau avec des photos pour chaque thème ; un diagramme organisant les magasins [*tel que ci-dessous*].



Et, un historique et le chiffre d'affaire de chacun.

– Aux questions que ce client pourrait se poser, Marie-Françoise Gane propose les réponses suivantes :

Comment le client va faire sa place sur le « marché européen » ?

Nous créons une charte pour répondre à cette question.

Avec leurs atours qu'est ce qu'il pourrait apporter au « marché européen » ?

Créer des textiles pas trop chers.

Mais [*souligne-t-elle*] le « marché européen » n'aime plus les créations de Taiwan car elles sont plus chères que celles venues de Chine. L'Asie se copie.

Hors mis vous-même, y a-t-il au sein de 'Peclers Paris' des personnes qui travaillent spécifiquement pour ce marché ? Si oui, quel rôle ont-elles (création, relation client,

marketing, ...) ? Et, de quelles formations sont-elles issues ? Et, comment cela influence-t-il les créations ?

Non. Mais il y a des stylistes (création) qui se partagent les « marchés ». Il n'y a que moi qui s'occupe exclusivement du « marché Asie ». Les stylistes viennent d'écoles de stylisme, du Studio Berceau par exemple. Et il y a différents types de postes à l'étranger. Vendre du conseil c'est comme un jeu pour moi, je vais chercher du côté du marketing car je ne connais pas.

Quel est le rôle de l'équipe présente au Japon (Ako Enomoto et Shinobu Enomoto), et en Asie en général, en terme de poste / fonction ?

Par exemple, pour l'agence présente au Japon, qui compte 5 ou 6 personnes, il n'y a pas que Peclers. Nous sommes en phase de reconversion, de questionnement. Il n'y a pas de nouveau business ; le but c'est de garder ce qu'il y a déjà. Concernant les agences en Chine et en Corée, l'objectif est de stimuler, de démarrer, d'être des pionniers et de réagir dans l'instinct.

Dans une autre direction, quelles images du Japon / de la Chine font vendre en Europe ? La notion d'« exotisme » ou d'« ethnique » est-elle questionnée ? Si oui, de quelle manière ?

Il n'y a pas de conseils vendus en Europe. On aide la Chine pour qu'ils vendent au sein de la Chine, à l'intérieur de leur pays. Il n'y a pas d'exportation en Europe car il faut éviter la concurrence, c'est stratégique. Les entreprises européennes qui vendent en Chine et produisent en partie là bas sont envoyées auprès de l'agent présent en Chine. Par exemple, nous ne sommes pas parvenus à adapter un produit (du linge de maison) vendu par Carrefour qui désirait ouvrir son marché au Japon.

Serait-il possible que je consulte des créations (non confidentielles) qui sont vendues en Asie, qui revêtent des caractéristiques / archétypes d'une « esthétique japonaise » ou « chinoise » (selon vous) ?

Oui.

Un client Chinois : pas formalisé, nous sommes allés le voir quatre fois pendant la même saison. On lui a fourni des gammes, des thèmes, des photos et des matières. À partir de cela on lui a fait un grand panneau à utiliser en workshop.

Un client Japonais : le dossier est très soigné. On lui a fourni un *shopping*. Notre méthodologie est celle de la création de panneau avec l'esprit de la gamme, ce qui lance la mode. On lui fourni très clairement les grands courants de la mode, puis on lui fournit un dossier avec des textiles, des gammes et des dessins de produits.

Pour conclure ?

Peclers est un creuset. Il y a 40 personnes qui travaillent ensemble, c'est un bouillonnement pour de la qualité. Nous rassurons la clientèle par la transversalité, par la résolution de problématiques et par notre originalité. Notre différence avec les autres bureaux, comme Promostyl, c'est qu'ils travaillent avec des *free lance* qui changent tout le temps...

L'objectif c'est de vendre ! – *cette phrase, comme un let motiv, un rythme scandé, aura ponctué tout l'entretien.*

Merci pour votre accueil !

J'espère que je vous ai éclairé sur quelques points et que vous nous donnerez des nouvelles de l'avancée de vos recherches !

Avec plaisir. Merci encore.

ANNEXE 5

Journée d'étude – le 24 janvier 2006

TREND UNION – La règle d'or
47, Bd de St Jacques 75014 - PARIS

Vanessa Bathut, Directrice de Production pour Trend Union, m'a permis de passer une journée dans les locaux de Trend Union afin que je puisse regarder les cahiers pour l'été 2007 *Touchers*, *The Key*, *Tendances*, *Pattern Book* et le *Well being bible* 2008.

L'objectif de cette visite étant de déterminer leur poétique de l'Asie, et plus particulièrement japonaise, au travers des images mais aussi des mots pour établir une cartographie du vocabulaire emprunté pour définir une ambiance dite « exotique » ou « ethnique ».

Le choix de Trend Union pour ce travail s'est posé en ces termes : ce bureau est le plus avant-gardiste de tous, dirigé non pas cette fois par une femme issue d'une formation commerciale ou marketing, mais d'une école d'arts appliqués (Li Edelkoort a suivi une formation spécialisée en mode et design à la 'School of Fine Arts' d'Arnhem, Pays-Bas), et faisant travailler des gens de toutes formations, notamment artistiques⁸⁴⁸.

Je suis donc arrivée dans un lieu aux apparences d'un atelier : loft lumineux aux lignes épurés, *open space* global où tout le monde cohabite, murs bruts blancs, fer pour les structures, tissus (motifs) tendus sur des châssis, ... Les gens sont très divers, de nationalités différentes (tous européens cependant).

Rencontre avec Vincent qui travaille chez Trend Union depuis de très nombreuses années : il me donne le mémoire d'une ancienne stagiaire (2002), Émilie W., alors étudiante en master pro à l'Institut Français de la Mode, Paris. Le sujet de son mémoire était « La transversalité des tendances », afin d'en compléter les écrits, je l'ai contacté via mail afin de lui poser quelques questions. Ces réponses résument assez bien l'ensemble des échanges que j'ai pu avoir au sujet du « terrain de tendances », même si celui-ci reste assez optimiste du point de vue de l'ancrage des méthodologies marketing dans la conception de tendances. Voici (ci-dessous) notre échange via email :

Date: Mon, 17 Jul 2006 08:35:54 +0200 (CEST)

De: "Delphine Talbot" <-----@yahoo.fr>

Objet: Bonjour !

À: "Emilie W." <-----@hotmail.com>

⁸⁴⁸ Cf. Annexe 2 : Historique et présentation sommaire des bureaux de style principaux, ainsi que de leurs implantations en Asie.

Bonjour Emilie !

Merci pour ta réponse rapide. Voilà quelques unes de mes interrogations. Merci de bien vouloir prendre un peu de ton temps pour y répondre.

Tout d'abord, après lecture de ton dossier, j'aimerais te demander comment tu différencies "tendance", "mode", "style" et "courant", en me donnant des références temporelles et formelles / selon les secteurs d'activité (saison, etc. ; vêtements, etc.) pour les définir ?

Puis j'ai relevé quelque chose qui me semblait paradoxal...: en pages 37-38, tu parles de "conformisme des tendances" comme amorce créatrice ; puis, "c'est par le créateur que les tendances émergent (...) il ne doit pas se laisser dicter par elles ses orientations." Est ce que tu pourrais développer cette idée, et définir plus précisément ce que tu entends alors par "créateur" et par "orientations" ? Et puis me dire ce que tu entends lorsque tu dis que le "conformisme" est une "amorce créatrice"...ça me semble ambiguë. Merci.

Enfin, peux-tu me définir très précisément ce que signifie la "conception de tendances" (en prenant en référence d'autres personnes ou juste selon ta définition, merci de me le préciser) ?

Pour finir, peux tu me dire en quoi le marketing est présent dans cette conception, son influence, son pouvoir de dictat... ?

Voilà mes questions. Concernant la formation que tu as suivie, peux-tu m'en dire plus ? Que fais-tu à présent ? As-tu gardé un pied dans la mode ?

Merci beaucoup pour tes réponses !

Delphine T.

Date: Fri, 28 Jul 2006 11:23:14 +0000 (CEST)

De: "Emilie W." <-----@hotmail.com>

Objet: RE : Bonjour !

À: "Delphine Talbot" <-----@yahoo.fr>

Bonjour Delphine,

J'ai un peu tardé à répondre car je suis en vacances. De plus, je suis maintenant institutrice alors mes souvenirs sur ce mémoire sont un peu poussiéreux. Je te dis juste ce qui me vient en tête.

"Courant" me semble être désuet, c'est un synonyme de "tendance" qui l'a remplacé.

La "mode", c'est "ce qui est nouveau".

Cela concerne donc tous les secteurs et non pas seulement les vêtements comme le veut l'usage.

Une "tendance", c'est donc comme un courant, je le définirai comme un "mouvement émergent".

Le "style", c'est proprement esthétique, cela n'a donc rien à voir.

Pour moi le conformisme est une amorce créatrice puisque il fait naître l'envie de s'en différencier.

Quand je parle de "créateurs", je ne parle pas de ceux qui sont rentrés dans une logique marketing. Je parle de ceux qui ont gardés une "vraie liberté d'action".

Je dis dicter les orientations car souvent les stylistes sont briefés par les chefs de produits ou autres ou bien plus simplement ils se réfèrent à des cahiers de tendances (la plupart du temps).

Pour moi les "vraies tendances", c'est dans la rue qu'elles naissent. Une tendance a sa vie propre et fait des "aller retour entre producteur et consommateur" si bien qu'il est parfois difficile de savoir si elle est imposée ou si elle est née d'elle-même. Pourtant, il me semble que la mode, ce sont les gens qui la font et non les marques, qui ne font que des produits, c'est son client qui va peut-être le rendre à la mode.

Pour moi, le "marketing" essaie d'imposer ou de récupérer des tendances pour faire consommer plus.

Voilà, c'est un peu brouillon et ce n'est que mon avis personnel.

L'IFM forme des stylistes et des managers, il y a deux formations distinctes accessibles à des bacs plus 4. J'ai fait le master de management de la mode puis des passages dans des bureaux de styles et chez Hermès avant de changer de voie et me voilà maintenant instit pour des enfants de 5 ans ! Si tu as d'autres questions n'hésite pas mais j'ai peur de ne pas t'avoir beaucoup aidée.

Bon courage pour la suite et embrasse Vincent de ma part si tu le vois

Emilie.

ANNEXE 6

Interview fait à Paris le lundi 6 septembre 2004 à 15 h

Yohji Europe SA

153, rue Saint-Martin 75003 – Paris

Interview de **Stéphanie Coutens** et **Laurence Delamare**

– Attachées de presse

– pour Yohji Yamamoto Europe SA –

Je suis arrivée en cet après midi de septembre dans un lieu au plancher accueillant et aux femmes souriantes et calmes.

Je me sentais bien, détendue. Je me suis assise quelques minutes à l'accueil, puis Stéphanie Coutens est venue à ma rencontre. Elle avait un visage doux et une voix rassurante. Nous nous sommes avancées ensemble vers les bureaux ; nous avons pris le virage du mur en pierre blanche qui nous séparait de l'entrée. Nous sommes arrivées dans une grande pièce dont un certain silence emplissait les murs, une sorte de quiétude. J'y ai alors découvert avec plaisir Laurence Delamare, jeune femme menue aux gestes gracieux.

J'ai tout d'abord demandé s'il était possible d'enregistrer notre entretien, Laurence Delamare a refusé poliment, prétextant une timidité à l'idée d'être enregistrée. Ce qui m'a au premier abord étonné étant donnée sa fonction. Mais, après un deuxième refus souriant, j'ai capitulé. Tant bien que mal j'ai donc pris des notes aux quatre coins de mes feuillets de questions⁸⁴⁹.

Je travaille sur les relations entre l'Europe et l'Asie dans la conception de tendances. Ma recherche se compose d'enquêtes de type ethnographique, d'analyses anthropologiques et d'études sur l'« imaginaire asiatique ». À Okinawa, mon objectif est de faire, entre autres, des stages en teinture traditionnelle, en design textile et en stylisme. Je suis là aujourd'hui pour vous poser quelques questions au sujet du travail de création de Yohji Yamamoto. Tout d'abord, je souhaite que vous m'expliquiez brièvement en quoi se constitue votre travail.

⁸⁴⁹ Les phrases entre guillemets sont les phrases entièrement retranscrites de leurs paroles, des citations telles qu'elles ont été données au milieu des phrases simplement reconstruites grammaticalement.

Nous sommes attachées de presse pour 'Y'S Homme' et 'Femme'. Nous intervenons auprès des journalistes pour les photos de mode. Nous sommes chargées de représenter la marque et de la faire aimer, de « donner envie ».

J'ai appris que ses bureaux de création sont implantés au Japon. Je voudrais savoir pour quelles raisons (stylistes exclusivement japonais ? volonté d'affirmer une identité japonaise ?).

Yohji Yamamoto travaille seul, selon sa propre vision des choses. Il n'y a pas de bureau de style. Le travail est pensé et conçu au Japon. L'équipe aide à matérialiser les idées : ce qui correspond au travail de patronnier et de choix des tissus.

« Il n'aime pas se définir comme un couturier Japonais. Il est juste lui-même. » Il a fait sa collection de kimono pour briser le tabou. Ce fut alors un véritable renouveau ; le succès est revenu. Puis, il a abordé la culture occidentale (en 1997, avec Chanel et Dior) : ce fut sa réconciliation avec lui-même, l'Orient et l'Occident.

Quant au concept de « marketing », aucun Japonais chez nous ne sait ce que ça veut dire. Ici, il n'y a pas de « bureau de style ». Ce n'est pas la philosophie des Japonais. 'Comme des Garçons'⁸⁵⁰ quant à lui est du marketing intelligent.

En ce qui concerne l'implantation de Yohji Yamamoto à Paris, connaissez-vous ses motivations (Paris « capitale de la mode », intérêt créatif ... lequel) ?

Il est orphelin, il a perdu son père en 1945. Sa mère quant à elle était couturière au Japon. Il est fils unique. Une fois qu'il a eu fini ses études de droit, il a proposé à sa mère de travailler pour elle. Il a donc suivi les cours de l'école Bunka à Tokyo. Lorsqu'il a eu fini, à la fin des années 60, il a été à Paris et a eu un véritable choc en découvrant Yves Saint Laurent et Rive Gauche. Cela lui a donné de l'inspiration.

En 1972, il a créé la ligne Y'S à Tokyo. Paris est pour lui le lieu où montrer ses vêtements et les faire vivre. Il faut bien souligner l'importance d'Yves Saint Laurent dans son travail. Paris est la capitale de la mode dans le sens où il peut y montrer son travail et y être apprécié à sa

⁸⁵⁰ 'Comme des Garçons' est « l'un des premiers laboratoires de mode menés par Rei Kawabuko. Née en 1942 à Tôkyô, elle a lancé la marque en 1969 après ses études de philosophie. » Cf. *Libération*, Jeudi 22 janvier 1998.
« On dit de ses vêtements qu'ils sont illisibles et importables. (...) La presse de mode est rarement portée à l'investigation. (...) "L'abstraction" est son premier mot, "l'environnement" est le deuxième. (...) Le prix Veuve-Cliquot vient de la désigner comme "la femme d'affaire de l'année", elle qui n'a qu'une idée en tête : "Défendre la simplicité." Cf. Katia D. Kaupp, *Mythologies 91*, « Le nouvel Observateur », n° 1414, Paris, du 12 au 18 décembre 1991.

juste valeur. Il ne présente pas ses vêtements à Tokyo. Donc, il conçoit à Tokyo et présente, par le biais des défilés, à Paris.

1981 est l'année de ses débuts. Cela a été un véritable choc pour les Parisiens. Ce fut une grande découverte, une sorte de choc culturel, car entièrement nouveau. 1981 a été l'année « où tout commence » pour Yohji Yamamoto.

Est-il souvent ici ?

Il vient ici environ quatre fois par an ; en janvier, en mars, en juillet et en octobre ; soit, pour les défilés de prêt-à-porter Femme et Homme.

Comment fait-il des va-et-vient entre ici et là bas (organisation de son travail créatif, métissage des sources d'inspiration) ? Quel est pour lui l'intérêt de cette double implantation ?

Des impressions aux créations. Il a des sources d'inspiration multiples : la photographie (notamment, Auguste Sander), le cinéma, les expositions artistiques, et, toujours, Yves Saint Laurent.

Il réalise à Tokyo car c'est son environnement ; il y a là bas son équipe avec qui il travaille depuis le début, ceux qui la composent le comprennent à demi mot car ils se connaissent bien.

Ensuite, il conçoit l'idée du défilé à Paris. Il arrive avec des thèmes et des vêtements. Les essayages sont faits la veille ; il décide à ce moment là l'ordre d'apparition, l'organisation. Donc, la conception même du défilé est faite le jour d'avant seulement : « Tout prend forme simplement la veille ».

Comment percevez-vous l'interaction entre des équipes de travail pluriculturelles ?

« Qu'on soit le lien entre l'Orient et l'Occident. Qu'on l'aide à se faire comprendre. » Mais en laissant une part d'interprétation. Nous devons être instinctifs. En réalité, il ne souhaite pas toujours être compris. Il n'y a donc pas de dossier de presse. On donne juste une ou deux idées : « le journaliste a sa propre imagination, comme la cliente. »

Il n'est donc pas très explicatif. On est censés le comprendre à mi mot ; il n'est pas très bavard. C'est à nous, intuitivement, de le comprendre et de transmettre en donnant des « clefs » à l'Occident.

En ce qui vous concerne, êtes-vous déjà allées au Japon ?

Oui, j'y suis déjà allée deux fois pour des missions. La première fois, pour une semaine de vente de collection pour voir comment ça se passe, visiter les lieux de vente ; et puis aussi pour vérifier la concordance entre ici et là-bas : cela doit être identique.

La seconde, pour accompagner les journalistes, « pour faire comprendre l'univers de Yohji. »

Quel est votre imaginaire japonais (image que vous vous en faites) ? Qu'est-ce que ce pays vous évoque (esthétique, artistique, modes de vie et de consommation) ?

La plus grande modernité et la plus grande tradition.

Oui. Des règles à respecter, un univers humain traditionnel (sa mère est présente dans son travail). Et puis, les robots, les mangas.

A Tokyo : croiser des kimonos près des buildings ; des petites rues à côté de grands quartiers.

Le contraste.

Le monde de la consommation effrénée, une fuite en avant effrénée ; quelque chose de déprimant ; un manque de sérénité dans la consommation. Pour moi, le Japon n'est pas serein, il est un peu angoissant.

Pas de profit du jour présent, du moment.

Le film *Dolls* est une de mes images du Japon : la référence au temps, aux saisons. « Je connais pas très bien le Japon. » Alors, des contes de fées japonais, des livres d'enfant, « j'ai gardé le même imaginaire. »

Pouvez-vous me raconter votre première rencontre avec Yohji Yamamoto ?

J'étais engagée depuis trois mois. Un matin du mois de janvier, la veille d'un défilé. J'avais le nez dans les vêtements. Il m'a serré la main c'est tout. J'ai oublié la première fois où on a eu une discussion.

Comment définiriez-vous vos échanges ?

Nos échanges se font très naturellement. C'est prosaïque ... On a des échanges courtois.

Silence

C'est un homme inattendu, plein de chaleur, il a de l'humour et il est professionnel. Il a confiance en moi et je suis convaincu de son génie, de la « sincérité de son message » ; tout en restant humble. Il y a ici pour lui une grande admiration unanime. « Une vraie foi, une vraie ferveur. »

Quelles spécificités remarquez-vous dans cette collaboration, quelles différences y a-t-il selon vous avec un travail que vous effectueriez avec un créateur français (expérience avant...) ?

C'est frustrant de ne le voir que quatre fois par an. Et, il s'exprime très peu. « On a que l'essence de Yohji (...) il faut faire avec ça (...) message très sibyllin. » C'est à nous de faire avec et de le faire vivre. Une spécificité : le couturier est absent lorsqu'il est Japonais, et il n'est pas bavard. Le message est toujours succinct.

On doit donc s'adapter à quelque chose qui nous est à priori étranger ; traduire de façon juste sans trahir le message. En plus, on se parle en anglais.

« On n'ose pas lui poser des questions ... on n'a pas envie de le décevoir. On doit le comprendre sans avoir besoin de lui poser de questions. Ne pas se montrer stupides. »

Bref, il y a des discussions avec des groupes de Japonais (patronniers) et des concertations entre « nous ».

Je vous remercie pour votre participation à cet entretien.

Ensuite, elles ont ouvert des cahiers de photos de défilés et elles m'ont expliqué les créations de Yohji. C'était intéressant d'y voir la rencontre de références à la culture européenne et à la culture japonaise. Voici à présent le compte rendu de cette découverte.

Nous commençons par l'Automne - Hiver 2004 / 05 Y'S Femme. Il y a des redingotes, des bustiers, des pantalons. Les motifs, que Laurence Delamare me dit inspirés des papiers peints

japonais, me font penser à des vieilles tapisseries traditionnelles françaises. Il y a beaucoup de couleurs, c'est très « chargé ». Beaucoup de superpositions aussi, différents vêtements noirs assemblés asymétriquement.

Elle me précise que les coiffures et le maquillage ont été décidés la veille au soir ; en fonction des propositions faites, il a laissé carte blanche au coiffeur (E. Souleimane) et au maquilleur (Pat Mac Graph).

Elle me dit que Yohji est un « couturier de la pudeur » : dans le dernier défilé, le corps était maquillé car les vêtements étaient découpés et selon lui il est « trop cru » de voir la peau (elle souligne l'aspect culturel de cette volonté).

Nous observons ensuite les photos du défilé pour Homme de la même période.

Index Rerum

Altérité, 51, 61, 70, 72, 103, 222, 229, 241-242, 376, 471- 473, 539, 540, 542, 564, 566-567, 573.

Appropriation, 37, 41, 51, 68, 87-88, 93, 257-268, 287, 290, 312, 355, 387, 425, 431, 455, 478-479, 480, 482, 496, 498, 502, 507, 509, 515, 519-520, 523-524, 526, 535, 543-544, 550-551, 557, 563, 567-568, 583.

Artifice / Artificiel, 253, 254, 274, 295, 296, 349, 362, 366, 379, 415, 459, 490, 570, 578-582.

Cartographie / Cartographe, 36, 50, 74, 79- 81, 99, 105, 108-111, 117, 167, 180, 204, 450, 479, 512-513, 575-584.

- couleurs importées du Japon, 298, 354, 474, 482-498, 563.
- couleurs matérielles (planches contacts), 45, 71, 95, 111, 115, 117, 134, 146-147, 165, 170, 174-175, 190, 194-199, 201-206, 208, 211.
- effets-mondes (tendances), 403, 430, 437, 442, 450, 452-453, 455-456, 461-465,
- géographie des couleurs, 499-518.
- modélisation (notions), 93-95, 453, 576-578, 583.

Chamanisme - pratiques singulières de communication avec le « monde autre » [*takai*], 44, 46, 64, 92, 97, 107, 111, 114, 115, 212, 213, 215-247, 446, 480, 531, 533, 535, 538, 541, 573, 581.

Ascèse (techniques et praticiens) :

- *gyôja*, 229-232.
- *shugendô*, 227, 228, 231.

Prêtresse et techniques oraculaires [prophète : *yogensha*] :

- *kaminchu*, 233, 235, 238, 242, 243, 533, 537.
- *norô*, 232, 233, 238, 545.
- *shinniyo*, 233, 235.
- *utaki* [lit. « lieu sacré »], 238, 240, 244, 532, 533, 537, 544, 554.

Voyante [*kenja*] :

- *dai*, 229, 234.

- *fugeki*, 228-232.
- *miko*, 229.
- *yuta*, 229, 234, 236-241, 533.

Chaos, 62, 368, 369, 374, 389, 392, 414, 427, 472, 539, 561, 568.

Chine, 51, 102, 569.

- conte, 520-522.
- langage, 53, 88, 229, 232, 271, 274, 301.
- philosophie et religion, 226, 228, 517.
- techniques textiles, matériaux et couleurs, 83, 121-123, 125-127, 134, 136-138, 140, 149, 154, 174, 185, 200, 203-205, 272-273, 491, 536, 624.

Cliché, 298, 448, 456, 468, 486, 495, 580-581, 563.

Collecte / Collection, 32, 35, 37, 41, 44-46, 52, 70, 76, 78-80, 83, 87, 92-93, 95-99, 107-110, 115, 125, 177-178, 184, 190, 213, 215, 219, 221, 223, 232, 236, 243, 254, 262, 271, 274, 278, 290, 293, 295, 297-298, 338, 339, 345, 349, 351-355, 363-364, 376, 406, 410-411, 413, 415-416, 432, 434, 437, 440-441, 459, 462, 467, 471, 474, 480, 482-484, 493, 497, 499-500, 502, 520, 524, 533, 534, 537, 540-541, 543, 550-551, 557, 580.

Coller / Collage, 36, 49, 352-353, 414, 465-466, 480, 520, 522, 539, 567, 570.

Conception de tendances, 31-34, 36, 62, 82-83, 87, 300, 309-312, 335, 347-366, 372, 376, 378, 386, 392-395, 401, 403, 406-422, 430-434, 436-441, 445-451, 453-454, 456-457, 465, 469, 477, 479, 482-483, 495, 498, 562-563, 565, 570, 572, 574, 578, 580.

Combiner, 104-105, 109, 114, 119, 139-141, 161, 178, 199, 252, 269, 278-279, 294-295, 304, 307-310, 315-316, 332, 335, 338, 356-357, 361, 380, 412, 414-415, 421, 434-435, 441, 444, 447, 465, 472, 483, 497, 524, 573.

- combinaison, 94, 110, 129, 132, 155, 164, 188, 253, 271, 274-275, 280, 282, 284-286, 290-293, 295, 297, 302-303, 311-312, 340, 343, 345, 347-349, 353, 355, 364, 376, 400, 402, 411, 413-414, 420, 423-424, 436, 438-439, 452, 460-461, 467, 488, 490-491, 567.
- combinatoire, 110, 123, 141-142, 148, 169, 177, 273, 275, 287-288, 290, 293, 296-297, 299, 302, 351, 464, 467, 580.

Complexe / Complexité, 36, 42, 44, 49, 67-69, 77, 87-89, 91, 96-98, 104-105, 111, 114-116, 120, 135, 142-143, 150, 152, 184, 198, 200, 204, 207, 222, 227, 240, 242, 246, 254, 257-258, 263-264, 271-272, 274, 277-278, 282, 303, 308-310, 312, 314-316, 327-329, 331, 336, 338-339, 359, 363, 411, 504, 509, 528, 533, 539, 563, 568, 571, 575, 577-578, 583.

Concevoir, 32-34, 37, 98-99, 108, 179, 247, 258, 264, 275, 277, 282, 285, 290, 298, 307, 309-310, 332-334, 351, 353-354, 377, 401, 410-411, 414, 425, 433, 454, 474, 477-478, 482, 485, 499, 501, 525, 533, 538, 540-542, 561-565, 571, 574, 584.

Conte, 84, 463, 479-480, 520-523, 554.

Couleur,

- chroma, 99, 132, 210, 341-343.
- « code couleur », 266-268, 303, 343, 499, 507, 512-513.
- « couleur culture », 81, 96, 148, 153-155, 254, 266, 275, 491, 500, 506-507.
- « couleur d'accident », 328, 541-542, 547.
- « couleur image », 79, 81, 84, 96, 253-254, 266, 270, 296-297, 308, 339, 348, 453-455, 457, 462, 483, 579.
- « couleur importée », 36, 72, 96, 298, 482-498, 563.
- « couleur locale », 262, 308-309, 336-338, 340, 348, 357, 376, 411, 432, 453, 455, 502, 506, 508, 511-512.
- « couleur matière », 45, 79, 80-81, 96, 108, 115, 118, 135, 148, 153-155, 164, 170, 253-254, 266, 275, 278, 285, 295, 303, 336, 354, 441, 453-454, 474, 478-479, 483, 485, 487, 496, 498, 500-501, 506-507, 508, 516, 520, 525, 531, 535-536, 543, 551-553, 564, 575.
- « couleur patrimoniale », 43, 107, 110-111, 132, 152, 156, 500, 502, 504, 506-507, 511, 516.
- domaine de couleurs, 43, 132, 135, 149, 153, 186, 252, 276, 278, 483.
- gamme de couleurs, 46, 94, 98, 164, 185, 456, 486, 487, 575.
- géographie des couleurs, 499-518.
- harmonie, 46, 68, 94, 164, 266, 287, 290, 293, 296, 456, 465, 467, 486
- nuancier, 291, 312, 337-343, 501, 575.

Design textile,

- kimono, (*bingata*), 120-128, (fibre de bananier), 136-138, (*kasuri* indigo), 145, 148-149, (carthame), 155-156, (Hachijô), 174-175, 183, (Kumejima), 191-192, (Miyako), 193-194, 200, 203-206, (usages japonais), 269, 272-275, 613, (*jûnihitoe*), 302, (tendances), 462.

Motifs :

- *bingata* (sérigraphie), 118, 120-128, 132, 612.
- *kasuri* (tissage "ikat"), 121, 130, 145, 188, 192-200.

Patine :

- couleurs de l'ombre (patine liée à l'usage), 267-269, 302.
- *kinuta* (patine par battage) : Kumejima *tsumugi* (teinture à la boue), 185-187, 189, 191, Miyako *kyôfu* (ramie teinte à l'indigo), 166-167, 192-200, autres étoffes patinées de Miyako, 201-204, 207-211.
- imitation de l'usure du temps : *fukugen* (jaunissement), 135, tendances et techniques, 458-459.
- patines japonaises listées, 626-627.

Effet-monde, 36, 420, 424, 468-469, 579.

Enoncé performatif, 34, 253, 310, 413, 420, 424-425, 497.

Errance, 67, 108, 162, 164, 168, 329, 474, 526, 528, 534, 544, 550, 567, 583.

Errer, 52, 61, 66, 177, 345, 540.

Ethnos, 32, 66, 209, 219, 474, 519, 524, 530-531, 536, 543, 545, 551.

Ethno-poïésis, 49, 247, 519, 524-525.

Ethno-poïétique, 49, 71, 74, 77, 105, 209, 220, 453, 474, 477, 511, 519, 530-531, 534, 541, 564, 567, 573, 576-577, 579, 583.

Étrange / Étrangeté, 38, 51, 61, 100, 240-241, 347, 449, 452, 461, 468, 472, 498, 528, 530, 535-536, 538-539, 556, 566-567.

Exotique / Exotisme, 33, 51-52, 60, 75, 83, 90, 99, 111, 311, 322, 326-327, 437, 439-440, 448-453, 455-456, 461-464, 471, 484, 498.

Fantasmagorie, 32-33, 52, 54, 259, 436-438, 442, 449, 452, 455, 459, 468, 495.

Fiction, 36, 41-43, 46, 48, 50, 53, 65, 69, 104-105, 107-108, 162, 164, 166, 168-183, 184, 211-212, 216, 237-247, 262, 296, 308, 352, 355-356, 359, 362, 364, 366, 378-379, 381, 385, 390, 411, 430, 433, 436-444, 446-447, 449-455, 459, 461-465, 472-474, 480, 487, 493, 496, 498, 519- 529, 532, 534-536, 541, 543, 545, 550, 563, 565, 569, 571-584.

Hasard

- *casus*, 46, 107, 113, 162, 213, 237-238, 261, 334, 362, 527, 530, 564, 584.
- contingence, 527, 534-535, 557, 564.
- sors, 113, 233.
- rien (absence de référentiel), non-sens, 78, 89, 213, 381, 472, 529-530, 539-540, 564, 568.

Habitus, 80, 220, 251, 395-396, 401-403, 434, 527, 530.

Homo faber, 36, 81, 255, 316, 331, 451, 474, 530, 561, 574.

Hybridation, 36, 87, 329, 353, 412-413, 538, 543-545.

- hybride, 520, 543-545, 550, 557, 564, 567, 570.
- *mètis*, 495, 567.
- métissage, 36, 219, 224, 462-464, 537, 567-568, 570.

Japon,

- cartographie des couleurs importées, 482-498.
- cf. chamanisme
- cf. design textile
- modèles esthétiques, 81-82, 120, 132, 135, 154-155, 200, 204-206, 267-269, 272-275, 277, 298-299, 302, 578-581.
- mots et domaines de couleurs, 120, 149, 153-155, 276, 301, 623-625.
- cf. teinture

Imagines (art de la mémoire), 335, 338, 345, 416, 434, 436, 439, 447, 448, 453, 455, 459, 477, 483, 484, 488, 493, 495.

Inde,

- techniques textiles, matériaux et couleurs, 121, 123, 126, 140, 145-147, 193, 315, 322-325, 327, 336.
- géographie des couleurs, 503-506.

Innovation, 223, 312, 335, 356, 368, 477, 561.

Installation, 519-525, 526-559.

Interculturel / Interculturalité, 34, 81, 161, 396, 403, 520, 556, 561, 567.

Intertextuel / Intertextualité, 65, 105, 109-110, 465, 520, 570.

Invariant, 321, 333-336, 529, 540, 568.

Invention, 35, 41, 43, 46, 63, 84, 117, 215, 243, 325, 419, 450, 564, 571-573, 576, 579, 583.

Kairos, 212, 220, 477, 539-540, 549, 572, 577-578.

Loci (art de la mémoire), 307, 335, 345, 439, 461, 506, 517, 521, 581.

Mana, 112-114, 260, 402, 531-533, 535, 547.

Mimèsis, 274, 296, 302, 313, 349, 411, 419-422, 425, 434, 456-457, 461, 468, 496, 528.

Mythe, 48, 86, 311, 345-348, 447-448, 484, 494-496, 527, 530, 535, 537, 545, 556-557, 563 .

Nature,

- design management et naturalisme, 75, 88, 141-142, 294, 359, 360-362, 372, 375, 379-380, 384, 390-391, 395, 400, 417-418, 473, 561.
- *phusis* et pratiques rituelles, 44, 89, 115, 215-216, (*shizen*), 225, 228, 230, 234, 236, 243, 244, 246, 495.
- modèles chromatiques, 94, 132, 253-254, 271, 274, 281, 295-296, 302, 314, 324, 362, 453-455, 457, 459-462, 469-470, 486-487, 490, 562, 579.
- culture matérielle, 44-45, 135, 137-138, 141-142, 151, 161, 164, 168, 187, 191, 204-206, 210, 509-510, 574-575.

Okinawa,

- enquêtes et collectes de données (pratiques tinctoriales et chamaniques), 107-247.
- méthodologie d'anticipation, histoires et fictions, 41-46, 93-106.

Opacité, 34, 37-38, 49, 85-86, 108, 115, 222, 302, 365, 422, 426-428, 472, 474, 525, 529, 538-539, 558, 564, 567, 571-573, 583-584.

Orient / Orientalisation, 50-53, 82, 89, 311, 439, 450-451, 463, 517, 533, 564.

Patrimoine, 41-47, 81, 107-214, 223, 246, 275, 419-420, 428-429, 479, 499, 502, 506-516.

- cf. couleurs patrimoniales

Pensée sauvage, 38, 90, 92, 532-534.

Penser-classer, 304, 307, 534.

Philippines,

- techniques textiles, matériaux et couleurs, 125, 147, 604.

Pratiques-usages, 35, 254, 441, 506, 531, 537-538, 543, 547, 550-551, 556-558, 571, 574, 576-577, 579, 583.

Praxis, 311, 411, 482.

Prospective, 364-366, 385-386, 388, 461, 477, 573-574.

Relation,

- pensée de la relation, 34, 86, 100, 109, 114, 496, 564, 575-584.

Rituel, 44, 79, 114-115, 119-120, 148, 213, 259-262, 266, 403, 491, 531, 533, 537, 549, 573-574.

Sculpture textile, 520-523, 551-553.

Site / Situ, 37, 44, 428, 441, 557-558.

Technè, 419, 468.

Technologie, 332, 393.

Teinture : colorants végétaux et animaux (japonais et français), techniques et pratiques,

- *ai*, 126-127, 136, 143, 194, 203, 208-210, 272, 536.
- *akane*, 204, 536, 624.
- bois, 118-119, 127, 128-135, 150, 173-174, 189, 200, 203, 269, 277, 536, 621-624.
- *benibana*, 154-159, 536 (*taramabana*), 559.
- carthame, 118, 120, 149, 153-161, 272, 316, 487, 491, 536, 559, 624.
- *dorozome*, 15, 166, 185-190, 192, 609, 621.
- *fukugi*, 126-128, 135, 185, 188-190, 192, 202-203, 209-210, 536.
- gaude, 133, 321-322, 536.
- garance, 133, 135, 204, 286, 317, 321-322, 325-326, 535-536, 608, 624.
- *gûru*, 190
- indigo, 112, 116, 118-119, 124-128, 136-149, 151, 166, 192, 194, 195, 198, 200, 201, 207, 208, 209, 210, 272, 273, 277, 316, 321- 323, 325, 336, 341, 503, 505-506, 512, 535-536, 609-610, 623-624.
- *kaimurasaki*, 149-152.
- *katekyu*, 128, 205-206, 536, 623.
- *kihada*, 128, 134-135.
- *murasaki*, 149-152, 276, 301, 611.
- murex, 150, 271, 273.
- orcanette, 119, 149, 301, 316.
- tanin / tannique, 128, 142, 166, 184, 187, 205, 268-269, 321, 536, 623.
- *yamamomo*, 126, 128-129, 186, 536, 622.

Territoire, 41, 297, 322, 355, 392, 447, 455, 474, 477, 479, 482, 484-486, 499, 502, 506, 514, 518, 525, 541, 550-551, 557, 575, 579.

Terroir, 45, 107, 111, 127, 143, 201, 213, 403, 575.

Topologie, 48, 534, 541, 543, 551, 557.

Typologie, 92, 109, 114, 123, 293, 297, 354, 365-366, 373, 391, 398-411, 413, 416, 421, 471, 482-483, 489-490, 540.

Traduire, 33, 36, 69, 71, 83, 89-90, 108, 115-117, 202-203, 238, 242-243, 352, 381-383, 392, 431-432, 459, 479-480, 499, 530, 541, 561-563, 568-569, 576, 578, 583-584.

Voyage, 32, 51, 53, 60, 62, 70, 76, 93, 103, 176, 322-323, 434, 448-449, 462, 483-484, 492, 525-526, 532, 551, 573.

Index Nominum

A

ABAKANOWICZ Magdalena, 547
AFFERGAN Francis, 259, 266, 356, 549, 572, 573
AGGRIPA D'AUBIGNÉ Théodore, 327
ALBERS Joseph, 287, 288, 289, 293, 295, 303
ARISTOTE, 57, 313, 345, 347, 349, 356, 372, 395, 420, 421, 422, 438
ASSOULY Olivier, 386, 433, 450, 452
AUBERT Jean-Éric, 379, 385
AUROY Patricia, 386
AUSTIN John Langshaw, 258, 309, 413, 497

B

BACHELARD Gaston, 50, 422
BAQUÉ Dominique, 61, 62, 581, 582
BARRY Michaël, 84
BARTHES Roland, 48, 81, 82, 84, 87, 109, 375, 383, 484, 527
BATHUT Vanessa (Trend Union), 31, 660
BAUDRILLARD Jean, 395
BELL Daniel, 357
BENJAMIN Walter, 54, 59, 60, 437, 441, 442, 445, 447, 448, 466, 557
BERGER Gaston, 364, 365, 386
BERLIN Brent, 226, 300, 301, 307, 442, 486, 562
BERNAYS Edward, 356, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 443, 444,
BERQUE Augustin, 495
BERTHIER François, 603
BERTHON Jean-Pierre, 225, 229
BILLETIER Jean-François, 51, 569
BLACK Sandy, 340, 556
BLANCHOT Maurice, 215, 554
BLANCHY Lara, 428

BOUCHY Anne, 217, 225, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 234
BOURDIEU Pierre, 85, 429
BOUVERESSE Jacques, 348
BRIAND-PICARD Claude, 491
BROXTON ONIANS Richard, 212, 477, 537, 540
BRUNO Giordano, 74, 381, 382, 384, 414
BRUSATIN Manlio, 329

C

CAILLET Laurence, 556
CALLE Sophie, 104, 105
CALLON Michel, 381, 382, 384
CAMPION Pierre, 259, 356, 549
CARASCO Raymonde, 465
CARDON Dominique, 11, 44, 116, 119, 141, 149, 160, 161, 164, 165, 166, 169, 177, 184, 323
CAREY Alice, 368
CASSIN Barbara, 4, 415, 417, 420, 421, 423, 440
CAUMON Céline, 300
CAUQUELIN Anne, 34, 417, 441, 448, 466, 467
CERTEAU (de) Michel, 269, 441, 474, 482, 515, 530, 567
CHAMPEYROL Catherine (Carlin International), 31, 389, 636, 650
CHESNEAUX Jean, 53, 54
CHEVREUL Michel-Eugène, 22, 284, 285, 286, 287, 292, 328
CHOAY Françoise, 44, 510
CONDOMINAS Georges, 234, 236
COPANS Jean, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 92, 470, 473
COULIBALY Kandioura, 184
COUTENS Stéphanie (Yohji Yamamoto SA), 664
CROKER Christopher, 568

D

DARWIN Charles, 375
DEBAENE Vincent, 429
DELAMARE François, 133, 151, 316, 317,
318, 319, 320, 324, 325, 327, 337
DELAMARE Laurence (Yohji Yamamoto
SA), 664, 668
DELEUZE Gilles, 576
DELON Nicolas, 528
DÉTIENNE Marcel, 495, 538, 567
DEUBER ZIEGLER Erica, 77
DEWARRAT Jean-Pierre, 358
DIDEROT Denis, 63, 215, 307, 320
DOQUET Anne, 68
DU POUDRIER Anita, 445, 446
DUMAS Robert, 318
DUPONCHEL Pauline, 184
DURAND Gilbert, 450
DURKHEIM Émile, 57, 80, 251, 398

E

EDELKOORT Li, 410, 430, 458, 469, 470,
471, 472
EHRARD Jean, 215
EISENSTEIN Sergueï, 465, 467, 557
ELIADE Mircea, 62, 76, 217, 228, 450
ERNER Guillaume, 357
EVEREST Arthur Ernest, 160

F

FALGAYRETTES-LEVEAU Christiane,
491
FOLLIOT Philippe, 360
FORD Henry, 405
FOUCAULT Michel, 576
FRACASTA (de) Stanislas, 60
FRÉCHURET Maurice, 547
FRÓIS Luis, 102, 103
FRUYT Michèle, 264, 265, 274, 281, 282

G

GAGE John, 81, 148, 254, 256, 263, 264,
282, 284, 487, 491
GANE Marie-Françoise (Peclers Paris), 31,
431, 432
GARCIA Michel, 11, 116, 160
GAUDIN Thierry, 384, 387, 388
GEERTZ Clifford, 73, 593

GILLES Yoann, 377, 381, 383, 390, 392,
394, 576
GIRÉ Alain, 42, 516
GODELIER Maurice, 73
GOETHE (von) Johann Wolfgang, 22, 222,
282, 283, 284, 286, 287, 293, 307, 576
GOODY Jack, 57, 58, 59, 84, 85, 86, 88,
89, 91, 92, 451, 517
GOUX-BAUDIMENT Fabienne, 386
GREMY Jean-Pierre, 399, 400
GROUPE μ , 466
GUINEAU Bernard, 133, 151, 316, 317,
318, 319, 320, 324, 325, 327, 337
GUTSATZ Michel, 361, 362

H

HAMAYON Roberte, 228
HEGEL Georg Wilhelm Friedrich, 54, 365
HELL Bertrand, 216, 242
HILAIRE-PEREZ Liliane, 587
HUME David, 360, 361, 362, 364, 366
HUYSMANS Joris-Karl, 461

I

INGRES Jean-Auguste-Dominique, 328,
336
ISEZAKI Kayomi, 22, 174, 175, 177
ITTEN Johannes, 287, 289, 292, 294, 295
IWAO Seiichi, 228
IYANAGA Teizō, 228

J

JACCARD Christian, 547
JAOUL Martine, 315, 327
JOLY Fernand, 499, 500
JUFFÉ Michel, 450
JULLIEN François, 51, 450, 569

K

KARSENTI Bruno, 74
KATAOKA Jun, 22, 44, 45, 108, 116, 119,
123, 126, 127, 128, 133, 134, 135, 137,
138, 143, 146, 147, 148, 152, 156, 157,
158, 159, 166, 186, 193, 238, 269, 271,
558
KAY Paul, 300, 301, 307, 486, 562
KLIMIS Sophie, 313, 345, 346, 347, 349,
421, 438

KOBAYASHI Shigenobu, 15, 22, 81, 253, 266, 279, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 303, 308, 339, 414, 484, 576

KOSAKA Yasuko, 22, 183

L

LANDRIEU Josée, 379, 385

LAPLANTINE François, 37, 38, 65, 108, 109, 110, 116, 260, 397, 473, 497, 526, 531, 539, 565, 567, 568, 569, 570

LATOUR Bruno, 381, 382, 384

LAZZARATO Maurizio, 386, 433, 434

LE MENESTREL Sara, 68

LE MOAN Marie-Joëlle, 399, 400

LE ROND D'ALEMBERT Jean, 63, 307, 320

LEBLANC Emmanuelle, 456

LEBLON Jakob Christoffel, 340

LECERF Guy, 11, 246, 307, 328, 415, 416, 456, 491

LEHU Jean-Marc, 401

LENCLOS Jean-Philippe, 22, 81, 149, 254, 500, 501, 502, 503, 505, 506

LEROI-GOURHAN André, 56, 57, 88

LEVI-STRAUSS Claude, 35, 36, 37, 48, 57, 58, 69, 73, 74, 80, 86, 88, 90, 92, 103, 110, 112, 113, 114, 115, 216, 223, 260, 354, 526, 527, 529, 533, 534, 539, 541, 551, 568

LÉVY André, 356

LÉVY-LEBLOND Jean-Marc, 36, 41, 356

LOPEZ Daniel, 22, 239

M

MAKILAM, 246

MARION Gilles, 377, 381, 383, 390, 392, 394

MAUSS Marcel, 36, 37, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 84, 110, 111, 112, 113, 115, 220, 221, 251, 260, 532, 533, 563

MCLUHAN Marshall, 405

MERMET Gérard, 404

MICHAUD Yves, 425, 428, 547

MICHELET Jules, 244, 245

MILLER Dorothy, 126, 186

MINORI Aguni, 193, 199, 202

MIYAKE Hitoshi, 229

MONTRUE Eugène, 445

MORIN Edgar, 574

MORIYAMA Takashi, 100, 101

N

NAHOUM-GRAPPE Véronique, 450, 452

NAKAMURA Hajime, 451

NAKASONE Michiko, 11, 22, 204, 206

NOGACKI Edmond, 427

O

OKISHIGE Maeshiro, 22, 145, 146, 147

OSHIRO Hideko, 233

P

PASSERON René, 4, 31, 32, 35, 36, 44, 46, 77, 115, 214, 215, 216, 223, 260, 354, 416, 419, 428, 465, 530, 561, 567, 572, 574, 575

PERKIN Arthur George, 160, 325

PERRET Geneviève, 77

PERRIN Michel, 42, 216, 516

PERROT Antoine, 491

PICARD Claude, 491

PLATON, 417, 418, 491, 518, 526, 539

PLINE l'Ancien, 153, 316

PROCHASKA Isabelle, 238

PROST Robert, 36, 351, 353, 571

R

RENARD Émilie, 445, 446

RAY V., 562

RODI Nelly, 300, 311, 355, 410, 430

ROSSET Clément, 46, 104, 112, 113, 207, 233, 237, 251, 259, 260, 261, 312, 345, 346, 361, 362, 436, 437, 461, 464, 472, 527, 528, 530, 534, 561, 566, 570

ROUSSE Pascal, 465, 557

S

SAID W. Edward, 50, 52, 53, 450

SAIJO Yoshihiro, 22, 172, 173, 174, 177

SASAKI Komei, 229

SATO Eko, 493

SAUSSURE (de) Ferdinand, 375

SAUTEREAU Jacques, 36, 332, 334, 351, 353, 458, 541, 543, 571

SAUVAGEOT Anne, 104, 105

SCHAEFFER Jean-Marie, 178, 179, 180, 356, 433, 437, 579, 580
SEGALEN Victor, 62, 449
SEICHO Inoha, 143, 145
SERRALTA Françoise (Peclers Paris), 31, 432, 456
SERRES Michel, 423, 526, 527, 529, 538, 539, 541, 551, 568
SHIGERU Gorai, 227
SHIMAZONO Susumu, 225, 226
SHIROKOGOROFF Sergi Mikhailovich, 219
SHIROMA Eiki, 125
SHOICHI Aoki, 302, 488, 579
SIEFFERT René, 132, 268, 489
SIMAY Philippe, 441, 442
SOLITO Aureus, 11, 22, 238, 239
SOULAGES Pierre, 288
SOUYRI Pierre François, 225, 229
STENGERS Isabelle, 361, 362, 372, 399
STEPHAN Luc, 491
STIEGLER Bernard, 331, 332, 356
SUNAGAWA Takeshi, 22, 198, 199, 200, 211

T

TAKAZAWA Setsuko, 208
TALBOT Delphine, 491
TANIZAKI Junichirô, 132, 268, 269, 580
TARKOVSKI Andrei, 427
TERADA Takako, 11, 151, 152
THÉOPHRASE, 396
THOMASSET Claude, 264, 265, 274, 281, 282
THONET Michael, 332
TIEDEMANN Rolf, 59, 437

TORNAY Serge, 308, 562
TSIOMIS Yannis, 332, 333, 458, 541, 543

U

UEHARA Michiko, 11, 22, 122, 130, 131, 205, 243
UEHARA Nao, 11, 22, 130, 131, 545

V

VALÉRY Paul, 35, 419, 429
VALETTE-FLORENCE Pierre, 395, 396, 398, 399, 401, 402, 403
VARICHON Anne, 150
VERDIER Céline, 523
VERNANT Jean-Pierre, 495, 567
VIACHESLAV Ivanov, 466
VITEZ Antoine, 222

W

WEBB Shula, 237
WEBER Max, 399, 400

Y

YAMAMOTO Yohji, 311, 447
YAMANAKA, 122
YAMAZAKI Seiju, 126, 133, 174, 186, 193, 203
YATES Frances Amélia, 307, 310, 335, 338, 345, 346, 414, 439, 484
YOSHIOKA Sachio, 15, 22, 80, 126, 132, 136, 153, 253, 271, 272, 275, 276, 277, 278, 576
YOSHIOKA Tsuneo, 116, 152, 271

Lexique

Complexe : du latin *complexus* (« action d’embrasser, d’entourer », « étreinte ») formé du préfixe *con-* (« avec ») et de *plexus* (« entrelacement »).

Cette notion renvoie au *multiple* : si « le verbe *simplifier* qui signifie littéralement ne faire qu’un seul pli ou ne plier que d’une seule manière, et s’oppose à *compliquer* et à *complexe* désignant de multiples plis ou des manières multiples de plier. [...] très proche des mots dérivés du latin *plicare*, il y a *plectare* (que l’on rencontre précisément dans les termes *complexe* ou *perplexe*) qui recèle une signification éminemment physique : le geste de tresser ou d’entrelacer ou encore la rencontre de deux corps en train de s’enlacer. [...] des plis involontaires [...] formés d’accidents, d’ondulations et de plissements. [...] Quant au plis volontaires, ils se réalisent dans un mouvement, lui aussi temporel, qui est celui du geste de la main imprimant une flexion, si minime soit-elle, au papier (que l’on *froisse*), au tissu (que l’on *fripe*, que l’on *plisse* ou que l’on *chiffonne*), voire au visage (dans l’activité consistant à froncer les sourcils). »⁸⁵¹

« **Couleur culture** » : notion liée à l’histoire, voire au « patrimoine », au « faire » et aux usages « en acte » qu’ils permettent, engageant des systèmes de symbolisation et de notations. Cette notion signifie que la compréhension d’une couleur est indissociable des usages qui en sont fait et du contexte dans lequel elle est utilisée ; ces utilisations sont liées à des symbolisations, des croyances, des gestes et des techniques, des propriétés intrinsèques à la « couleur matière » (l’indigo curatif, par exemple) et à la proximité des matériaux utilisables alentours. Parler de « couleur culture » correspond à parler de « pratiques-usages », des hommes dans leur relation au milieu dans lequel ils vivent, cette notion se définit donc à la fois grâce à une approche historique⁸⁵² et anthropologique⁸⁵³.

⁸⁵¹ Cf. François Laplantine, *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, collection « L’anthropologie au coin de la rue », 2005, pp. 37-38.

⁸⁵² Cf. John Gage, *Couleur et culture, Usages et significations de la couleur de l’Antiquité à l’abstraction*, Londres, Thames & Hudson, 2008.

La notion de « couleur culture » est opératoire dans le sens où elle matérialise le « passage » entre le « faire » (singulier) et la mise en relation sociale, dans leur articulation à des symbolisations, signifiant ainsi la *culture* au sein de laquelle elle est utilisée [exemple des pratiques japonaises autour du carthame et de son usage à la fois pour ses propriétés colorantes et symboliques, au travers de rituels].

Signifiante d'*ethnos*, elle peut aussi devenir « patrimoniale » et engager ainsi des processus d'identification forts, pour des « pratiques-usages » d'avantage liées à des systèmes de revendication (identitaire) ou de « reconnaissance », dans un « désir de territoire ».

« Couleur image » : notion liée à la mise en relation sociale, à des usages et à des représentations, engageant des structures de signifiante et des processus d'identification.

Cette notion renvoie directement au travail de modélisation du théoricien japonais Shigenobu Kobayashi, lequel la définit en anglais, « color image », pour une modélisation axée sur la sémantique marketing et adaptée au terrain de l'industrie, mettant en relation des couleurs « de synthèse » (coloris uniformes et simplifiés, qui renvoient particulièrement à la compréhension des couleurs du point de vue de l'imprimerie (quadrichromie), le « faire » en série de la couleur) et des représentations culturelles stabilisées [invariants].

« Couleur matière » : notion liée au « faire », à des processus et à des techniques, engageant des expérimentations et des savoirs.

Cette notion sous-tend la compréhension de la couleur comme indissociable de son origine matérielle (végétale, animale, minérale, ...), du processus d'extraction et de fabrication du colorant ou du pigment (savoir-faire tinctorial ou pictural) et du « support » qui la structure (type de texture, mode de tissage, brillance, nature de la fibre, etc.). La « couleur matière » est donc liée à des matériaux mais aussi à des instaurations, elle se définit sur le terrain de la « culture matérielle » (connaissances diverses en fonction du matériau : botanique, chimie, etc.), investissant l'histoire des savoir-faire.

⁸⁵³ Cf. Luc Stephan, Christiane Falgayrettes-Leveau, *Formes et couleurs, sculptures de l'Afrique noire*, Paris, Musée Dapper, 1993.

Divers[ité] : du latin *diversus* (« allant dans des directions opposées ou diverses »), sous-tend des variabilités, des polymorphies, des divergences, des variations. Dans le cadre d'une ethno-poïétique cette notion est intimement liée à celle d'*exotisme*.

Le *divers* est une « énigme », en partie opaque (impénétrable), il soulève des altérités : puissance « plastique » et « climatique » des contrastes ; étouffement (longueur, langueur) et enrichissement, surgissements et singularités. Mais aussi des rencontres, lesquelles sont à la fois des fictionnalisations et des moyens (mises en relation) d'accéder à un « regard neuf » à la fois sur sa propre condition (« je » suis construit d'identifications, d'exclusions et d'apprentissages) et sur le [*dans sa relation au*] monde (pratiques, usages, fictions, récits, etc.). Au sujet de l'*exotisme* comme « expérience », cf. Victor Segalen, *Essai sur l'exotisme*, Paris, Le Livre de Poche, 1986.

Sur le « terrain » de la conception de tendances, emprunte d'une méthodologie « socio marketing », la compréhension de la *diversité* correspond à définir des *identités* (naturalisme prégnant) repérables selon des similarités comportementales (liées à un mode de consommation et à des *habitus* communs) et à les structurer en « groupes » dits « socio culturels » ou « psycho sociologiques ».

Domaine de couleurs : cette notion permet de considérer la « couleur », non seulement comme phénomène (selon sa tonalité, sa luminosité et sa saturation), mais aussi selon ses variations (liées à la particularité et aux fluctuations du matériau / du support, de la lumière, de l'hydrométrie, etc.). Par exemple, le « domaine des rouges » comprendra une grande variété de rouges et pourra même s'étendre, selon le contexte, jusqu'aux orangés et aux rosés, puisqu'ils sont composés en partie de rouge⁸⁵⁴. Mais il pourra aussi comprendre des beiges et des marrons, selon le lieu de sa ponction (lié à des techniques) et la culture qui en détermine les usages⁸⁵⁵.

Un « domaine » se définit particulièrement selon des objectifs prédéfinis et la particularité de l'objet étudié, et permet de considérer (dès sa nomination) la couleur non seulement comme teinte isolée, mais aussi comme la variation de ses tonalités et de ses textures, au sein même de la couleur énoncée. Cette notion insiste donc sur l'interrelation entre la matière et la teinte et renvoie, de ce fait, à la notion de « couleur matière ».

⁸⁵⁴ Ici d'un point de vue « pigmentaire » (par mélange pictural, du rouge avec du blanc donne du rose, du rouge avec du jaune donne du orange) ou « optique » (perception des couleurs dans leur relation à la lumière, selon l'interaction de trois types de cônes, rouge – vert – bleu, avec les bâtonnets, sensibles aux réfléchissements lumineux)

⁸⁵⁵ Le domaine des rouges selon Sachio Yoshioka, cf. la « partie transition », chapitre I.2, p. 271.

Doxa : notion assimilée à celle de « sens commun », comme « ensemble de représentations socialement prédominantes » : *doxa*, mot grec, est posé comme notion par Platon [en particulier dans *La République*], ainsi définie selon deux « triades » platoniciennes : la « triade supérieure » du « Beau » (fondant l'esthétique), du « Bien » (fondant l'éthique), et du « Vrai » (fondant la logique), formulée par le discours philosophique, le « Logos », discours unitaire des principes qui se déploie dans le domaine de la théorie, lieu de la permanence des « Idées » ; et, la « triade inférieure » de la « Tekhnè » (la technique, i.e. « l'utile » et « agréable » de l'art), de la « Doxa » [comme ensemble de « règles ou recettes pour un comportement efficace qui puisse convenir à la plupart »⁸⁵⁶] et du « Vraisemblable » (issu de la dispersion du « Vrai » en *vérités* particulières et contingentes) ; ce « trio trompeur qui correspond au trio sublime »⁸⁵⁷, nous place dans le domaine de la pratique, de l'action et de la variation, il est formulé par le « discours doxique », du nom d'un des trois éléments.

Aussi la *doxa* est-elle à la fois la forme dégradée du « Bien » à l'intérieur de la « triade inférieure » et le « régime de parole » approprié à cette triade. En ce sens, la sophistique est un langage doxique, puisque le sophiste est pour Platon un « technicien de la parole ». C'est dire que l'ambiguïté pèse sur la notion dès ses origines, entre règles de comportement et attitudes langagières. À partir de là, se tisse une tradition philosophique un peu souterraine, constituée par « tous ceux qui ont senti qu'il se passait quelque chose du côté du sens commun, de la parole ordinaire ou de l'argumentation basée sur des hypothèses invérifiables. »⁸⁵⁸

Et, du point de vue du langage dans sa relation à des pratiques, la *doxa* se construit par les « rumeurs » (par exemple, ce que les gens disent à propos de leur ville, soit, comment ils la voient, de quelle manière ils en parlent, donnent des noms aux lieux et s'en souviennent), comme « fantasmatiques » (des noms de rues aux récits, comme « matériaux »), elle est aussi « dynamique » (elle dynamise l'espace) et « oblique » (tel « un discours qui ne va pas droit »).⁸⁵⁹

Exotisme : du grec *exô* [au dehors] et *exôticos* [extérieur], puis du latin *exoticus* [lointain, étranger], est à la fois le caractère de ce qui est « étrange(r) » et le « goût » [l'attrait] pour tout

⁸⁵⁶ Anne Cauquelin, *L'art du lieu commun, Du bon usage de la doxa*, Paris, éditions du Seuil, collection « La couleur des idées », 1999, p. 28.

⁸⁵⁷ *Ibid.*

⁸⁵⁸ *Ibid.*, p. 34.

⁸⁵⁹ Cf. Anne Cauquelin, *Cinévilles*, Paris, Union Générale d'Éditions, « 10/18 », 1979.

ce qui possède un tel caractère, il sous-tend donc à la fois les *effets* d'une « étrangeté » et des processus d'identification envers des objets [des « lieux images »], lesquels sont alors définis comme « exotiques » [identifiés à d'autres « lieux images », concordants en certains attributs]. L'*exotisme* tel qu'il se présente au sein de la « culture de marché » se définit comme une production de signes : un « champ sémiotique exotique » se dessine [se substitue] à chaque « époque » (du siècle à la saison) et répond au besoin de l'« ailleurs » (appel imaginaire de l'autre côté de la frontière / limite plus ou moins fictive). En ce sens, il se joue au niveau de la représentation et des discours.

Du point de vue de l'ethno-poïétique, cette notion est intimement liée à celle de *diversité* [cf. déf. *Divers*].

Fiction : si la *fiction* est une « représentation analogique de la réalité »⁸⁶⁰, une sorte d'émergence, de « saillance », elle est aussi ce qui témoigne d'une relation entre deux facettes de la *réalité* (considérée comme « unité ensemble » de possibles interprétatifs). Dans le contexte d'une « enquête de terrain », définir deux types de *réalités* est opératoires dans le sens où elles sont considérées au sein de l'expérience elle-même (soit, dans un temps et un espace donné) et dans le cadre d'une *rencontre* : si ces deux « facettes » se rencontrent, cela conduit l'observateur à être en même temps « concepteur et acteur » de la même *scène*.

La notion de *fiction* est alors conduite à être nuancée dans sa définition : si elle correspond à un ensemble d'« unités fictionnelles autogènes »⁸⁶¹, sous-tendant une capacité active (celui qui « fictionnalise », considérant le « processus de mise en fiction »), elle se mêle (en même temps) aux « univers fictionnels allogènes », sous-tendant une capacité réceptive des précédentes unités. Cette définition complète donc celle donnée par Jean-Marie Schaeffer, puisqu'elle permet de mettre en relation les deux actes (conception et réception), dont le point de rencontre peut donner lieu à l'*autofiction*, terme permettant de rendre compte du « feuilletage relationnel » existant lors de l'expérience de « terrain ». Considérant que la construction d'une *fiction*, d'un univers représentationnel, ou même de ce que l'on nomme l'*identité*, ne se fait pas en solitaire, mais correspond à une interaction qui met le sujet en relation avec d'*autres*. Aussi est-il possible de considérer la notion d'*autofiction* comme la possibilité de concevoir la « réception » d'enquête dans ce en quoi elle est déjà

⁸⁶⁰ Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, éditions du Seuil, 1999, p. 17.

⁸⁶¹ Jean-Marie Schaeffer, *op.cit.*, p. 178.

« construction » de ce que le terrain sous-tend comme relations et donc transformations au sein même de l'« enquêteur ».

Gamme de couleurs : ensemble de couleurs organisées, en premier lieu, selon un point de vue phénoménologique, soit, en référence à Munsell et à sa conception pyramidale, selon leur luminosité, leur tonalité et leur saturation. En deuxième lieu, la notion d'*équilibre* ou d'*harmonie* sera définie plus particulièrement par le concepteur, le cas échéant

Du point de vue de l'« ethno-conception » [cf. partie 1 de cette thèse] la sélection s'opère selon les données singulières à chaque « terrain » rencontré, pouvant ouvrir par exemple à une mise en correspondance entre des « couleurs matières » liées à des processus de fabrication (cuves de teinture, fils / textiles teints) et d'autres teintes repérées aux alentours du chemin menant aux praticiens visités, pour une conception mêlant *invention* (liée au *hasard*) et méthode du coloriste.

Hasard : le terme de *hasard*, selon Clément Rosset⁸⁶², renvoie à quatre niveaux de définition. Le premier correspond à la notion de *sors* (du latin *fors*) qui « signifie qu'on attribue à un *x* – nommé fortune – la responsabilité d'une série causale heureuse ou malheureuse », pour soutenir cette notion « deux référentiels : l'idée d'enchaînement d'évènements, et l'idée de finalité. »

Le deuxième correspond à la notion de *rencontre* (du latin *casus* ; *chance* en anglais) : ici « hasard » désigne « le point d'intersection entre deux ou plusieurs séries causales ; le fortuit s'est déplacé de l'ensemble d'un enchaînement au caractère imprévisible de la rencontre, en certains points, de certains enchaînements. » Pour soutenir cette notion, « un référentiel : l'idée de séries causales constituées. »

Le troisième correspond à la notion de *contingence*, « dérivée elle aussi de l'idée de simultanéité [...] vers une conception abstraite de la *non-nécessité*. Le hasard de la contingence ne désigne plus le fait hasardeux à la faveur duquel deux séries coïncident, mais le principe général d'imprévisibilité qui est attaché à de telles rencontres. » Pour soutenir cette notion : « un référentiel : l'idée de nécessité. »

Le quatrième niveau de définition est la notion elle-même de *hasard* : « dérive d'un mot arabe désignant vraisemblablement le nom d'un château situé en Syrie au 12^{ème} siècle. Origine

⁸⁶² Cf. Clément Rosset *Logique du pire*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1993, (1971), pp. 70-78.

doublement hasardeuse, un même caractère fortuit s'attachant, et à l'origine du mot (lieu géographique), et aux raisons pour lesquelles ce mot finit par prévaloir dans la langue française, chassant ainsi les dérivés de *casus*. » Selon Pascal : « l'intuition d'un manque à penser, d'un blanc, d'un silence, antérieurs à toute possibilité de rencontre (qui suppose un monde constitué) comme à toute possibilité de pensée (qui suppose la création de l'homme). [...] Impliquant ainsi, par voie de conséquence, l'expérience de la perte. La perte signifie en effet la perte de toute référence. » Pour soutenir cette notion : « nul référentiel : seulement l'idée de l'absence de tout référentiel. » Il signifie exactement « rien », « mise en cause préalable, instance antérieure à la construction. »

Identité : le fait de penser en terme de construction, de « mise en fiction » permet de redonner au *mythe* sa fonction d'outil de communication (mise en commun possible, soit, la fonction première du « lieu commun ») et de comprendre que la notion d'*identité* a non seulement « ses relations d'incertitudes »⁸⁶³ et n'est qu'un « reflet d'un état de civilisation »⁸⁶⁴, mais est aussi « un effet du *logos* qui refoulerait une topologie sauvage. »⁸⁶⁵ L'*identité* est hétéronyme, multiple, diverse, opaque, non réductible à des définitions ou à des expertises qui sont autant d'escroqueries : il n'y a pas de rencontre avec l'*altérité* dans le déni de soi ou d'une part de soi.

Autrement dit, le postulat engagé ici est de ne considérer la notion d'*identité* que sur un plan relationnel, car l'ensemble de ce qui est appréhendé sur un « terrain » très différent (du point de vue des usages notamment, soit, ce qui structure les *relations* avec d'*autres*) de celui (où l'on est né / habite – lié aux *habitus*) que l'on connaît (soit, que l'on s'est approprié, que l'on a déjà construit au sein de sa propre *fiction* du monde, en relation à des « fictions communes » structurantes, et grâce à des processus d'identification) apparaît à la fois dans sa *diversité* intrinsèque et au travers de représentations familières, des « structures », qui conduisent à penser en terme de similarités ou de différences repérées (ce sont ces « saillances » qui sont le fondement de l'idée d'*identité*). [cf. déf. *Terrain* et *Mythe*]

⁸⁶³ Claude Lévi-Strauss, *L'identité*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (séminaire interdisciplinaire dirigé au Collège de France, 1974-1975), p. 11.

⁸⁶⁴ *Ibid*, p. 11.

⁸⁶⁵ *Ibid*, p. 317.

Mythe : « le *mythe* est une parole »⁸⁶⁶. La particularité de cette parole est qu'elle « fait sens » à une majorité d'individus, sa circulation et l'endroit même où elle devient *croissance* lorsqu'elle est « consommée innocemment » fait d'elle une « mémoire commune », voire une « structure » commune à l'*imagination* individuelle.

Du point de vue de la pensée structurale, considérant les « grosses unités constitutives ou mythèmes » : « Nous posons, en effet, que les véritables unités constitutives du *mythe* ne sont pas les relations isolées, mais des paquets de relations, et que c'est seulement sous forme de combinaisons de tels paquets que les unités constitutives acquièrent une fonction signifiante. »⁸⁶⁷

Du point de vue de la pensée structurale et de la signifiante de la parole, le *mythe* est « traqué » conduisant à une « mythologisation » des faits observés, selon trois fonctions récurrentes (surestimation des objets, surestimation des « faits insignifiants », impénétrabilité des gestes humains) : « le narrateur-détective leur attribue une causalité humaine à découvrir. »⁸⁶⁸

Aussi Clément Rosset reproche-t-il aux « structures » de devenir « nature », il y aurait même une « connivence secrète entre l'idéologie structuraliste et l'idéologie naturaliste. »⁸⁶⁹

Pourtant, s'il y a « naturalisation des structures » ce ne peut être que par *accident* ou par nécessité de fixer dans le langage (avec des signes donc), ce qui n'est en réalité que transformations.

Paul Valéry conçoit quant à lui le *mythe* comme « évènement verbal » [et rejoint ainsi l'acception de la *pensée mythique*, élaborant des structures en agençant des évènements, selon Claude Lévi-Strauss] : « Je regarde la mer en furie, et le Dictionnaire caché, tapi dans *l'être de lettres*, veut, à chaque plus beau coup *joué* par les larmes ou les nues et *gagné* par les yeux, lâcher un vol de mots dans la région sensible où passe dans la lumière spirituelle ce qui se fait articuler et écrire... À chaque instant, un évènement verbal veut répondre à l'évènement physique et visuel, et faire passer quelque chose du temps quelconque dans le temps organisé – celui des actes. »⁸⁷⁰ Et, « *Mythe* est le nom de tout ce qui n'existe et ne subsiste qu'ayant la parole pour cause. Il n'est de discours si obscur, de raconter si bizarre, de propos si incohérent

⁸⁶⁶ Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, éditions du Seuil, 1957, p. 215.

⁸⁶⁷ Cf. Claude Lévi-Strauss, « La structure des mythes », (in) *Anthropologie structurale*, Plon, 1964, pp. 233-234.

⁸⁶⁸ Wladimir Krysinski, *Carrefour de signes, essais sur le roman moderne*, The Hague, New York, Mouton Publishers, 1981, p. 278.

⁸⁶⁹ Clément Rosset, *L'Anti-nature, Éléments pour une philosophie tragique*, Paris, Presses Universitaires de France, collection « Quadrige », 1995, (1973), p.113.

⁸⁷⁰ Paul Valéry, « Homo scriptor », *Mauvaises Pensées, Œuvres*, t. II, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1960, pp. 805-806.

à quoi nous ne puissions donner un sens. Il y a toujours une supposition qui donne un sens au langage le plus étrange. »⁸⁷¹

Ainsi, au sujet de la « mythification de la réalité » (Bruno Schulz), l'idée est pointée que la multiplication des récits n'épuisera jamais le « sens du monde » : « La prise en charge de la mythicité du *mythe* ou de la fonction référentielle de celui-ci par la narration romanesque départage le projet romanesque moderne en celui où le discours est en rupture avec le sens du monde (Gombrowicz, Beckett, Louis-René des Forêts) et celui où le sens du monde se retrouve à travers la "symbolicité" du mythe (Broch, Döblin, Th. Mann, Musil). »⁸⁷²

Nota : en japonais, *mythe* se dit *shinwa* 神話, composé de 神 [*kami* : « dieu »] et de 話 [*hanashi* : « discussion, histoire, conversation, discours »] ; aussi *mythe* en japonais (et en chinois, les idéogrammes étant identiques du point de vue de leur forme et de leur signification, mais n'ayant pas la même prononciation / lecture) signifie-t-il « histoire de dieu » et renvoie directement au pouvoir politique instauré (volontés territoriales) : « Les vieilles "histoires de dieux" (*shinwa* "mythes") furent mises par écrit sur ordre de l'empereur Tenmu (633-686) désireux, d'après les textes eux-mêmes, de rectifier "les chroniques impériales et les paroles primordiales détenues par les diverses maisons", et "qui en sont venues à différer de la réalité". Ces traditions devaient former "la trame de l'État", "le grand fondement de la vertu souveraine". »⁸⁷³

Patrimoine : le patrimoine correspond d'abord à une *mémoire* de savoir-faire (techniques sous-tendant une *poétique*) et des « monuments » (d'une étoffe à un site en passant par le bâti) qui en sont produits. Et à sa *transmission*, définies selon des volontés politiques et des « reconnaissances » historiques, soit, institutionnalisées. Cette notion sous-tend donc une sélection, « par un jeu de critères complexes »⁸⁷⁴, et une institutionnalisation des savoir-faire. En ce sens, il est un « instrument » que le pouvoir instauré et la population conçoivent, fabriquent et exploitent. La notion de *patrimoine ethnologique* [sur le « terrain » des techniques textiles] est associée à une certaine diversité : différentes techniques d'applications,

⁸⁷¹ Paul Valéry, « Petite lettre sur les mythes », *Études philosophiques*, in *Œuvres*, t. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1957, pp. 963-964.

⁸⁷² Wladimir Kryszynski, « Les fonctions et les modalités du narrateur, *Cosmos* de Witold Gombrowicz », (in) *Carrefour de signes, essais sur le roman moderne*, The Hague, New York, Mouton Publishers, 1981, p. 292.

⁸⁷³ *Kojiki* : 45-47 (in) Laurence Caillet, *Espaces mythiques et territoire nationale*, « L'homme, Revue française d'anthropologie », volume 31, n°117, Paris, éditions EHEES, 1991, p. 11.

⁸⁷⁴ Françoise Choay, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, collection « La couleur des idées », éditions du Seuil, 1992, p. 160.

différents paysages, différentes couleurs (teintes et nominations), différents textiles. En ce sens, le *patrimoine identifié* est un ensemble composé de biens matériels (flore) et « immatériels » (savoirs), de biens culturels (héritage commun des artisans textiles, par exemple) et de démarches scientifiques (compréhension chimique des processus tinctoriaux et expérimentations) localisés au sein d'une diversité.

Rituel : si celui-ci est considéré (dans une forme de mise à distance) du point de vue de sa poétique (gestes codifiés, règles, cycles) et de son « rôle » (social ou religieux) uniquement, il semble faire obstacle au *hasard* et conduit à une considération partielle de son « existence », soit [considéré du point de vue de sa structure seule], il sous-tend des représentations, voire des stéréotypes. Or, si celui-ci est compris aussi du point de vue de son *instauration* (dans une forme d'immersion – « se mettre à la place de », comme engagement ethno-poïétique), alors il peut être mis en relation avec l'*invention* et conduire à une compréhension de sa construction comme « faire en acte », d'où se bâtissent et sont investies des symbolisations.

Terrain : du point de vue de l'ethnologie, dans une forme de « mise à distance » anticipatrice, le *terrain* est défini en fonction d'objectifs prédéterminés nécessitant d'effectuer des « enquêtes », soit, de l'investir. Une fois sur le *terrain*, ce que l'« enquêteur » observera est en partie induit par des mythes, construit par des fictions, modélisé en quelque sorte : d'où la nécessité d'anticiper l'immersion (identifier les mythes, les « lieux communs », en amont) et de définir une méthode (voir plusieurs) singulière(s) aux objectifs prédéfinis.

La notion de *terrain* comme « ensemble de relations » correspond à l'idée que comprendre l'*autre* nécessite de se comprendre *soi* et que l'ensemble des constats qui seront effectués correspondra à une construction complexe faite de *relations*. Ce sont ces mêmes relations, dans leur complexité (une sorte de feuilletage subtilement imbriqué), qui « font » le terrain et « fabriquent » parfois les identités elles-mêmes présumées.

Du point de vue de l'ethno-poïétique et de la posture de l'« enquêtrice-conceptrice », le « feuilletage » relationnel, structuré selon différents niveaux d'articulations (lieu de l'immersion, anticipation, construction de connaissance, etc.), peut être mis en jeu et fécond pour des conceptions à venir : les notions de *hasard* et de *fiction* sont alors opératoires.

Terroir : « espace géographique délimité, défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire – à la fois dans son passé et son futur – un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques qui sont fondés sur ce système d'interactions original entre le milieu naturel et les facteurs humains – *c'est la communauté des hommes qui fabrique le terroir à partir de ce système d'interactions*. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent un typicité et permettent une reconnaissance – *par la société* – pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont donc des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition. »⁸⁷⁵

Tradition : elle désigne la *transmission* ininterrompue d'un contenu culturel à travers l'histoire depuis un événement fondateur ou un passé immémorial. Du latin *traditio, tradere*, de *trans* « à travers » et *dare* « donner », « faire passer à un autre, remettre ». Elle est un héritage de savoirs et de « faire » [lié à la construction d'un *patrimoine* (dans son institutionnalisation) et à la *mémoire* (en tant qu'« objet » de *transmission*)] : les pratiques qui investissent des techniques *traditionnelles* [*poétiques* identifiées – recettes, règles, processus] n'en évince pas pour autant l'*invention* [jeu du *hasard* et « découvertes »].

Ceci dit, la *tradition* est aussi « vecteur d'*identité* » : en tant que « mémoire collective » propre à une société ou à une culture (soit, une « structure »), elle permet la « reconnaissance » d'un objet dit *traditionnel* comme « appartenant » à [signifiant] la société ou la culture au sein de laquelle il est produit. Par exemple : le *shôji* (porte coulissante) renvoie au [est *identifié* comme une spécificité du] Japon.

Traduction : notion polysémique et définie en fonction de deux « terrains » opératoires pour cette recherche. Le premier « terrain » est celui questionné du point de vue de l'anthropologie (enquêtes de type ethnographique) pour les investigations effectuées au Japon, le second est celui de la conception de tendances et du marketing.

Selon sa première définition, la notion de *traduction* renvoie à l'exercice de « trouver » un nom donné dans différents langages [concernant cette recherche : *traduire* des plantes sous-

⁸⁷⁵ Définition de la notion de *terroir* conçue par l'Institut de Recherche en Agronomie et l'Institut Nationale des Appellations d'Origine Contrôlée, rendue publique au cours des *Rencontres Internationales Planète Terroirs à l'UNESCO – 2005*, Actes des Rencontres Internationales à l'UNESCO, Paris, le 10 novembre 2005, cf. [Actes en ligne], <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001543/154388f.pdf>, p. 26.

tend leur *identification* et nécessite des « allers-retours » entre des documents bibliographiques, des dictionnaires et des « spécialistes » (professeurs, chercheurs, et artisans)]. Du point de vue de la posture de l'« enquêteur-concepteur », l'exercice de *traduction* a d'abord lieu pendant les « enquêtes de terrain » : en tant que chercheur en arts, ce sont les matériaux et les relations qui les lient à l'homme (incluant des techniques pour sa transformation, des « savoir faire » spécifiques) qui « balisent » les lieux à investir. Aussi chaque rencontre est-elle considérée dans sa complexité, définie grâce à la notion de *traduction* considérant la part d'« opacité » en tout objet « qui se donne » à être *traduit*⁸⁷⁶.

A posteriori des « enquêtes de terrains » : la notion de *traduction* est intimement liée à l'*interprétation*, ce qui conduit le chercheur au devoir de « contextualiser » à chaque fois les résultats des enquêtes, ceux-ci ne devant pas être définis comme des « identifiants culturels » mais plutôt comme des outils de compréhension [classer des données correspond à construire des systèmes d'interprétation, des modèles (en tant qu'outils et non comme « entités stables » et référentielles)]. Autrement dit, la notion de *traduction* soulève ici des enjeux : donner au lecteur le contexte, voire le statut des « collectes de données » permettra à l'étude d'être la plus « objective » possible (un « terrain » étant fait des relations entre l'enquêteur et celui qu'il visite). Toute étude des processus « en train » permet néanmoins d'échapper au risque de la généralisation.

Sur le « terrain du marketing », la notion de *traduction* est opératoire et inhérente à la notion d'*habitus* : les « concepteurs de tendances » se définissent comme traducteurs lorsqu'ils donnent des synthèses / « saillances » ponctionnées sur différents lieux de production et de consommation industrielles, de création haute couture et de création « populaire » (dernier artiste dont « tout le monde » parle, etc.). En les combinant (mots / « images » / couleurs typées / échantillons de « couleurs matières ») et en les structurant (combinaisons associées à des groupes dits « socio culturels ») pour la construction d'espaces de référence communs, propices à des processus d'identification.

⁸⁷⁶ Antoine Vitez, *Le devoir de traduire*, Montpellier, éditions Climats et Maison Antoine Vitez, 1996.

