

# La création vestimentaire comme théorie de traduction de l'identité culturelle

## Clothing design as a theory of translation of cultural identity

Aicha Nairi, Université Kairouan, Tunisie, aicha.nairi@yahoo.fr \*

Reçu le:23/02/2020

Accepté le:15/05/2020

Publié le:27/06/2020

### Résumé:

Dans cet article, nous avons cherché à approfondir nos investigations et notre réflexion à propos du présent concept de l'identité culturelle et de la mode d'autre part. Si l'identité culturelle relève en partie de l'histoire des peuples et des communautés et se caractérise par sa diversité socioculturelle, il convient de souligner que la mode repose avant tout, sur le principe de la création vestimentaire en suivant les tendances du marché, elle présente un des domaines privilégiés d'investigation pour toute recherche d'ordre aussi bien symbolique que réelle. C'est à la lumière de sa traduction symbolique, qu'une œuvre de création vestimentaire pouvait transmettre, ou accorder une traduction identitaire culturelle. Notre article vise, ainsi, à développer le concept de l'identité culturelle et à étudier la mode en tant qu'industrie culturelle avant de nous interroger sur le potentiel traductif de la création vestimentaire.

**Mots clés:** identité-culturelle, mode, création vestimentaire, traduction.

**Abstract:** In this article, we have sought to further investigate and reflect on the current concept of cultural identity and fashion. While cultural identity is partly part of the history of peoples and communities and is characterized by its sociocultural diversity, it

---

\* Auteur Expéditeur

should be stressed that fashion is based above all on the principle of creative clothing in line with market trends. It is one of the privileged areas of investigation for all research of both symbolic and real nature. It was in the light of its symbolic translation that a work of clothing creation could transmit, or grant a translation of cultural identity. Our article aim at developing the concept of cultural identity and studying fashion as a cultural industry before questioning the translatory potential of clothing design.

**Keywords:** cultural identity, fashion, clothing design, translation

## Introduction

La manière de s'habiller dépend de certaines habitudes déterminées en grande partie par la tranche d'âge, la classe sociale ou le groupe auxquels on appartient. Mais, elle dépend aussi de la psychologie de l'individu qui traduit sa façon d'être et son style de vie. C'est pourquoi le vêtement est à la fois un signe de reconnaissance sociale et une expression de la personnalité : c'est donc un indicateur psychosocial. Par ailleurs, Roland Barthes affirme que : *" le vêtement est l'un de ces objets de communication, comme la nourriture, les gestes, les comportements, la conversation, que j'ai toujours eu une joie profonde à interroger parce que, d'une part, ils possèdent une existence quotidienne et représentent pour moi une possibilité de connaissance de moi-même au niveau le plus immédiat car je m'y investis dans ma vie propre, et parce que, d'autre part, ils possèdent une existence intellectuelle et s'offrent à une analyse systématique par des moyens formels. "*<sup>1</sup>

Quand on crée un vêtement, on crée en même temps un code par lequel les autres s'informent sur nous puisque c'est la parure qu'ils voient en premier. Le vêtement a été utilisé de tout temps pour plusieurs buts dont la protection tout d'abord (des aléas du climat mais aussi du ou des regards), l'habit et l'ornementation ainsi que pour

<sup>1</sup> Vingt mots clés pour Roland Barthes, Le Magazine littéraire, février 1975, p.45

mettre en évidence la place de l'individu dans la hiérarchie sociale. L'identité culturelle (la religion, l'ethnie, les us et les coutumes...) est également reproduite par le vêtement. Selon le type de vêtement de la personne qui le porte, on pouvait connaître son âge, son état civil, l'état de deuil et ses degrés (costume noir ou gris)... Tous les constituants du vêtement sont en fait des codes sous forme de messages qui informent et renseignent les autres de tout ce qu'on veut leur signaler. Toutefois l'appartenance à une communauté précise reste jusqu'à nos jours un message universel qui distingue une communauté de sa voisine ne serait-ce que par un petit détail et qui se diffuse à travers le vêtement. Le présent article aborde les questions suivantes : Qu'entend-on-nous par l'identité culturelle? Comment la création vestimentaire pourrait-elle traduire, véritablement, la notion d'identité culturelle ?

## 1. Identité culturelle

Le concept de l'identité culturelle tel qu'il est conçu par Marcos Ancelovici et Francis Dupuis-Déri est *" avant tout une construction symbolique qui trouve en partie ses racines dans la façon dont nous est conté ce que nous n'avons pas vécu directement. C'est à travers l'histoire, l'art et les médias que nous avons accès à une mémoire qui nous permet de faire le lien entre le passé et le présent. "*<sup>1</sup> L'identité culturelle est, ainsi, la perspective de la façon avec laquelle l'homme vit dans un contexte et produit une culture. Chaque groupe produit sa propre identité à partir de sa propre représentation de la vie communautaire centrée sur la réalité humaine. En effet, les peuples autochtones évoluent dans une formation de vie (les savoirs faire) pour fonctionner en tant qu'éléments de cohésion entre les individus

---

<sup>1</sup> Marcos Ancelovici et Francis Dupuis-Déri, 1997, L'archipel identitaire: recueil d'entretiens sur l'identité culturelle, Montréal, Boréal, p. 16 et 17.

et les pratiques de la collectivité pour construire enfin la notion d'identité.

Pa ailleurs, l'identité culturelle est basée sur un élément de cohésion interne, qui permet de maintenir et de développer la culture d'un peuple. Car c'est à travers ce concept que les membres d'un groupe ainsi que leurs descendants se déterminent comme membres du groupe sans aucune injonction extérieure ou autre pression sociale de l'appartenance à ce groupe.

L'identité culturelle est l'ensemble des moyens par lesquels un individu se décrit lui-même et auxquels il s'identifie. Elle est partagée par un groupe ou une population, impliquant un sentiment personnel de loyauté. Les membres d'un groupe ethnique montrent leur identité à travers des traits culturels susceptibles d'évoluer avec le temps. Cette notion est définie, ainsi, en fonction de l'identification à un groupe. Non seulement une partie de ce groupe en fait partie et s'y sent intégrée, en luttant pour les intérêts communs, mais aussi le groupe accepte et reconnaît ces membres comme des acteurs de plein droit dans la construction de cette identité. Elle est fondée sur un sentiment d'appartenance et de reconnaissance. L'identité culturelle est *" dans son essence, ce qui nous permet d'éprouver le sentiment d'appartenir de façon permanente et durable à un groupe, à une communauté ou même à un projet, à un idéal ou à des aspirations spécifiques "*.<sup>1</sup>

Par ailleurs la culture est basée sur le fait de ne pas changer sa propre identité pour faire partie d'un groupe. Cette identité générale proclamée par les membres d'un groupe autochtone donné est formée par le développement des éléments qui la constituent et leur adaptation

---

<sup>1</sup> Conseil de l'Europe. Groupe de travail européen sur la culture et le développement. "La culture au cœur : contribution au débat sur la culture et le développement en Europe", édition du conseil de l'Europe, Allemagne, 1998, p.52.

aux différents facteurs de l'environnement tels que le climat, la technologie, la législation,

Le changement climatique, l'éducation ainsi que d'autres facteurs qui ont une incidence directe sur la vie d'un peuple, dans les communautés urbaines ou rurales.

Comme le souligne Jean-Pierre Warnier: *" L'identité se définit comme l'ensemble des répertoires d'action, de langue et de culture qui permettent à une personne de reconnaître son appartenance à un groupe social et de s'identifier à lui. Mais l'identité ne dépend pas seulement de la naissance ou des choix opérés par les sujets. Dans le champ politique des rapports de pouvoir, les groupes peuvent assigner une identité aux individus "*<sup>1</sup> L'identité culturelle représente, ainsi, le droit inhérent de tout être humain de reconnaître son appartenance à un certain groupe sur la base des éléments qui définissent ce sens d'appartenance. Ce sentiment d'appartenance s'acquiert par la relation directe d'éléments physiques ou abstraits du groupe, dont la langue, les costumes, les traditions etc. Par ailleurs, Warnier ajoute que la culture est bien : *" Une totalité complexe faite de normes, d'habitudes, de répertoires d'action et de représentation, acquise par l'homme en tant que membre d'une société. Toute culture est singulière, géographiquement ou socialement localisée, objet de dépression discursive dans une langue donnée, facteur d'identification pour les groupes et les individus et de différenciation à l'égard des autres, ainsi que d'orientation des acteurs les uns par rapport aux autres et par rapport à leur environnement. Toute culture est transmise par des traditions reformulées en fonction du contexte historique "*<sup>2</sup>

Ce concept désigne, donc, un ensemble de pratiques humaines qui marquent la différence qui existe chez différents groupes

<sup>1</sup> Warnier Jean-Pierre. "La mondialisation de la culture", La Découverte, Paris, 1999. p.13.

<sup>2</sup> Ibid p.13

coexistant et interdépendants sous certaines conditions et c'est en partant de cette identité qu'un peuple donné est défini. Par conséquent, pour les groupes humains, la conscience de maintenir une identité culturelle peut en quelque sorte transformer le chaos et façonner leur monde et leur environnement, en créant et en attribuant un sens aux membres de la société. Ces derniers, assument la fonction sociale de réaliser, par le travail et les relations sociales, le sens d'appartenance, la reconnaissance et le développement de leurs communautés, en créant des espaces culturels où le savoir est construit et les projets sont promus pour transformer la réalité.

L'identité à différents niveaux de concrétisation se reflète dans la vie quotidienne et la culture populaire d'un groupe humain. En tant que phénomène social, elle permet l'intégration de groupes nationaux similaires, fondés sur l'existence d'intérêts culturels communs, ce qui rend possible la formation d'identités supranationales. Le développement d'une identité est une recherche de soi et un processus d'apprentissage. Ce n'est pas quelque chose de naturel, de congénital ou d'héréditaire; mais c'est plutôt quelque chose de construit et qui se développe avec le temps. Le concept d'identité culturelle tend à être compris de manière plus dynamique qu'auparavant à travers les concepts du multiculturalisme et de la mondialisation.

Hall précise que " *l'identité n'est pas aussi transparente et évidente que nous ne le pensons. Peut-être qu'au lieu de percevoir l'identité comme un fait déjà accompli (...) devrions-nous l'aborder comme une production jamais achevée, toujours en cours* ".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Stuart Hall, 1990, p. 222 « Identity is not as transparent or unproblematic as we think, perhaps instead of thinking of identity as an already accomplished fact (...) we should think, instead, of identity as a production which is never complete, always in process » cité in : Institut PANOS Paris. " *D'un voyage à l'autre - Des voix de l'immigration pour un développement pluriel*", éditions Karthala, Paris, p. 176.

L'identité est construite, en effet, sur la base de la reconnaissance d'une origine commune ou de caractéristiques communes, qui sont toujours en cours. Les identités sont toujours fragmentées et ne peuvent pas être unies, parce qu'elles se construisent de multiples façons à travers des discours, des pratiques et des positions différentes, souvent croisées et antagonistes. Ils sont soumis à une historicisation radicale, en constante évolution et transformation."

Comme je l'ai déjà mentionné, l'identité n'est pas naturelle, mais construite. Il s'agit non seulement d'un ensemble de caractéristiques communes telles que les rituels et les coutumes, ou la façon dont on se voit psychologiquement, mais c'est aussi dans le discours, dans la hiérarchie d'une société.

*" Selon l'anthropologue américain Edward T. Hall, chaque culture possède un système de fonctionnement qui lui est spécifique. La difficulté de connaître son propre système culturel (implicite et inné) s'explique par le fait qu'il ne se révèle véritablement que dans la confrontation aux autres systèmes ".<sup>1</sup>*

Il convient de noter que les identités sont construites sur la base des différences. On peut définir sa propre identité par l'Autre. On a besoin de l'autre pour pouvoir se voir soi-même. L'identité est donc un terme paradoxal : elle renvoie à la fois à ce qui unit et à ce qui sépare. Cela affecte à la fois l'un, dans ce que l'on distingue des autres, et le commun, ce que l'on partage avec les autres. Sur la base de ces différences se pose la possibilité d'exclure l'autre, mais cette exclusion est aussi quelque chose de construit, qui a à voir avec le discours du pouvoir : Si une objectivité réussit à s'affirmer partiellement, elle ne le fait qu'en réprimant ce qui la menace.

---

<sup>1</sup> Mathieu Guidère. "La communication multilingue : traduction commerciale et institutionnelle", De Boeck, Belgique, 2008, p. 107.

On apprend souvent qu'une chose est déterminée par sa culture au lieu d'être quelque chose d'universel, au moment même où l'on se rencontre, parce que l'on ne peut s'identifier à l'autre et que l'on se ferme pour exclure l'autre : "c'est différent, ce n'est pas pareil", "ça ne fait pas partie de mon groupe". Avec cette distance, il est plus facile de s'associer à un groupe : cela implique la différence entre un groupe interne et un groupe externe.

Une identité culturelle est toujours un label social, car elle découle de l'interaction et du contraste avec les autres. Il est donc nécessaire de mettre en évidence l'identité nationale non seulement de ceux qui en font partie, mais aussi de ceux qui n'en font pas partie. Simultanément à l'identité s'ajoutent l'inclusion et l'exclusion et les limites qu'elles impliquent : parler de "nous" présuppose qu'"ils" existent et vice versa. Cependant, faire une distinction ne signifie pas nécessairement qu'il y a une contradiction.

*" L'identité est parfois synonyme de personnalité ou de subjectivité, et désigne alors les traits de caractère d'un ou de plusieurs individus. Mais il s'agit aussi d'un concept formel, qui a trait au rapport qu'entretient une entité (humaine ou non) avec elle-même au cours de son existence. Enfin, l'identité a été l'objet de nombreux usages sociologiques. Certains paradigmes classiques de la science sociale en ont même fait le cœur de leur analyse de la réalité sociale ".<sup>1</sup>* Ce concept de l'identité culturelle distingue plusieurs conceptions différentes de l'identité nationale à savoir :

- une idée territoriale, c'est-à-dire une idée spatiale qui implique les habitants et leurs terres. Cela veut dire : comment ils conçoivent leur territoire et se le représentent avec toutes leurs caractéristiques

---

<sup>1</sup> Razmig Keucheyan. "Identité personnelle et logique du social in revue européenne des sciences sociales", Tome XL N°124, Librairie DROZ Genève, Paris, pp, 263-282.



- géographiques (étendue, limites, et les divers éléments qui le constituent).
- une idée ethnique qui met en valeur la communauté et la culture d'origine, c'est-à-dire une origine commune indépendante du territoire, reste toujours reconnue au sein du groupe culturel.
  - une idée culturelle, qui met en évidence l'identité nationale en tant que communauté culturelle au sein de laquelle un ensemble de valeurs, de croyances, de coutumes et d'aspirations sont partagées sur qui sont les membres du groupe et ce qu'ils représentent.
  - une idée d'État, en termes d'ensemble de lois, de normes, de principes et d'institutions constitutionnelles, qui font d'une nation une communauté politique, de droits et des devoirs des citoyens, ainsi que des institutions, qui réglementent et appliquent les droits et les obligations.
  - une idée moderne selon laquelle l'identité est fortement liée à l'émergence de la société industrielle et que sa formation a évolué dans le sillage de cette société.
  - une idée par la construction qui a à voir avec les images et les sentiments : une identité construite.

L'attitude vis-à-vis des vêtements est très personnelle. Chaque personne exprime son Soi et sa paix intérieure grâce à cela. Chaque individu décide lui-même de ce qu'il entend par l'individualité dans son « identité vestimentaire » qui devrait lui procurer certains avantages et une certaine prospérité. Dans les dictionnaires, le terme "vêtements" correspond à tout article pouvant habiller une personne ou couvrir une partie de son corps. Il peut s'agir de sous-vêtements, de tops, de survêtements, de vêtements prêts à coudre etc.

L'histoire de l'habillement n'est pas aussi "prétentieuse" qu'il n'y paraît à première vue. Elle soulève des problèmes connus au cours de l'histoire de la civilisation humaine : sur les matières premières et le

climat, sur les tendances de la mode et de la hiérarchie sociale, sur l'identité culturelle ainsi que d'autres questions diverses.

L'habillement varie en fonction du mode de vie et selon les moyens matériels accessibles. C'est une sorte de démonstration de l'inégalité sociale. La création vestimentaire est un domaine parmi beaucoup d'autres où la dimension culturelle constitue un objet d'intérêt aussi bien pour les créateurs que pour les consommateurs.

## 2. La mode, une industrie créative et culturelle

Les définitions du concept de mode sont issues de multiples champs d'études, ce qui a favorisé la formation d'une théorie multidisciplinaire du concept, c'est-à-dire avec un objet d'étude commun à plusieurs disciplines qui les définissent à leurs façons. Ces définitions descriptives se sont limitées à doter le concept de mode d'une série de caractéristiques qui ont contribué à le façonner, sans toutefois le définir à l'intérieur de paramètres spécifiques qui lui sont propres. Les approches du concept de mode proposées par de multiples penseurs de la mode ont insisté sur l'inclusion du terme "habillé", réduisant, limitant et, à notre avis, à la limite, déformant. La mode est perçue comme : *"le portrait du contexte de la société dans laquelle un individu évolue, et donc une manifestation des valeurs et des rêves véhiculés au sein d'une société. Sous cette perspective, un vêtement est le produit d'une réflexion d'un designer qui exprime esthétiquement l'essence de son époque"*.<sup>1</sup> La mode était définie, donc, comme un phénomène social généré par la variation constante et périodique des articles produits.

Si nous comprenons la culture comme la richesse des connaissances que les hommes acquièrent à chaque instant et à partir desquelles ils jugent la réalité. Le moment présent est pertinemment nourri par la compréhension du monde suscitée par les produits qui

---

<sup>1</sup> Sonia Paradis. "Porter le changement : pour le développement d'une industrie de mode locale et durable", La fabrique édition, Paris, 2014, p.4

deviennent à la mode, à tel point qu'on peut affirmer que, dans de nombreux cas, du "système de la mode" certains critères du jugement du réel émergent avec force. La portée de cette déclaration ne constitue pas nécessairement une perspective négative. Au contraire, il s'agit de bien comprendre le système social et ses implications culturelles afin d'être en mesure d'explorer correctement ses possibilités.

Ce contexte du système social favorise une certaine tendance de la consommation de produits à la mode à remplacer, déplacer ou diminuer la relation avec les. C'est précisément parce que l'homme a besoin de développer les outils intellectuels et moraux qui lui permettent de configurer une pensée structurée, qu'il est possible que les "images de la mode" remplacent ou chevauchent d'autres chemins d'information. Ainsi, la transformation des éléments de base de la formation du caractère profond de la personne favorise un retour aux cultes relatifs aux produits de la mode et particulièrement à leurs icônes, car ceux-ci deviennent des archétypes. Ils ne proposent pas seulement des styles de vie mais deviennent aussi de nouvelles références de pensée, de sorte que la création de modèles acquiert une pertinence privilégiée dans la configuration de l'identité culturelle.

Le danger réside dans le fait que la mode n'est pas présentée par définition comme un cosmos ordonné, mais qu'elle est sujette à l'amalgame de différents produits et de idées qui nous empêchent de concevoir une pensée structurée et profonde de la réalité. Les messages qui accompagnent la production de la mode sont proches des clichés (lesquels ?), même s'ils veulent introduire une nouveauté. Ils reflètent peut-être une tendance sociale émergente et la renforcent simultanément ou la reconstituent comme une réalité solide et durable dans le temps.

Dans ce contexte, il convient de noter que la dynamique sociale ne se réduit pas à des actions de communication commerciale, c'est-à-dire au marché. Affirmer le contraire serait autant dire que l'homme réagit à la dynamique stimulus-réponse ce qui prouve qu'il n'est pas

tout à fait libre. L'homme exprime sa liberté dans le temps en en produisant de la culture. La liberté est nécessairement culturelle même si elle n'est pas déterminée par la culture. Celle-ci constitue une forme de conformation matérielle et spirituelle au monde dans lequel la personne vit et travaille. Une conformation qui offre aux acteurs futurs la possibilité de faire des projets.

Pour pouvoir penser la culture, il faut tenir compte des conditions dans lesquelles elle se développe. Toute création culturelle *" fait partie intégrante de la civilisation à caractère national, car il s'agit d'un ensemble de valeurs spirituelles et matérielles et de produits créés dans des circonstances historiques humaines dans un temps concret et dans un espace local limité "*.<sup>1</sup> Par ailleurs, la création culturelle dévoile une dimension matérielle et spirituelle parce que, dans un certain sens, on peut dire qu'il n'y a rien chez l'homme qui soit uniquement spirituel, ni uniquement matériel. L'expression physique de cette notion de création culturelle apparaît dans l'exemple de la maison qui ne prend sa vraie valeur qu'au moment où elle est habitée ; ou l'action de cuisiner qui prend une importance particulière quand le plat préparé est apprécié; la décoration comme expression de goût ou d'intériorité ; l'invitation à sa propre maison comme action qui introduit une personne dans une sphère de confiance.

L'étude des processus de « création vestimentaire » sous un angle transculturel ou culturel nous renvoie à rechercher comment le processus de l'identité individuelle, sociale et culturelle, a-t-il été élaboré. On peut aussi aisément affirmer que la création vestimentaire est une façon de s'identifier dans la mesure où il s'agit de se conformer et de se distinguer dans la foule tout en faisant acte d'imitation.

Les psycho-sociologues parlent de deux motivations pour désigner l'imitation et la distinction qui sont le point de départ de

---

<sup>1</sup> Helena Bálintová, Janka Pálková. "Productions et perceptions des créations culturelles", Le Harmattan, Paris, 2012, p.21.

l'étalage de la plasticité des corps et leur expressivité gestuelle et sensorielle, à l'aide d'une série de moyens de fascination en plus des vêtements, tels que le maquillage, le parfum, les bijoux etc. La plasticité recherchée du corps aspire vers un « corps mystique » avec ses stigmates et ses illuminations, toujours dans la limite de l'esthétique de ce corps qu'il soit transformé en objet érotique ou non.

### 3. La création vestimentaire comme un médium de traduction de l'identité culturelle

La traduction de la stratégie de l'identité culturelle est appréhendée différemment par les chercheurs. Svane parle de « transfert » alors que J. P. Vinay et J. Darbelnet parlent d'« emprunt » et de « procédés » à la place de stratégie.

Que l'on soit conscient ou pas, le vêtement livre des informations sur la personne qui le porte et le met en scène en exhibant une partie de son identité. "*Le vêtement révèle autant qu'il cache*".<sup>1</sup>

Il est vrai que les gens s'habillent selon leur sexe et leur âge, mais le vêtement porté révèle d'autres renseignements sur son porteur comme l'appartenance socio-économique ou les croyances religieuses, les opinions politiques ou la culture...

La détermination de l'époque et de la région géographique dans laquelle vit une personne, rien qu'en observant son habit. Celui-ci est généralement conçu sous forme d'une structure de codes socioculturels variables. Les variations et les divergences varient, selon les époques, les entités géographiques et selon les croyances. Par exemple, certains tributs de l'Afrique noire ou de l'Amazonie vivent

---

<sup>1</sup> Florence Gherchanocf & Velerie Huetv. "Pratiques politiques et culturelles du vêtement ", in : Revue historique 1/2007 (n° 641), pp. 3-30

légèrement vêtus ou presque nus, ce qui indécent, interdit et jugé immoral dans presque tous les pays.

Dans une société donnée, les classes sociales disposent chacune de ses propres codes qui se diversifient selon leurs références sociales, morales ou traditionnelles. Tout cela se reflète inéluctablement dans choix vestimentaires qui reprennent à leur tour ces mêmes codes. Les créateurs de vêtements sont tenus de reprendre ces mêmes codes par respect de la société et de ses convictions et croyances et pour ne pas se démarquer des mœurs, des traditions et des comportements vestimentaires dominants. Au contraire, le vêtement traditionnel constitue une façon d'affirmer son identité ou son attachement à un groupe, ou une certaine culture. D'ailleurs, le fait même de porter un uniforme militaire, sportif ou un vêtement religieux pour être considéré (à tort ou à raison) comme appartenant au groupe social, religieux ou professionnel qui porte généralement ces vêtements.

Il est à signaler également que les événements de la vie et les différentes occasions exigent parfois à porter des vêtements spécifiques. Citons comme exemples les mariages, les funérailles, même si les costumes mis à ces occasions diffèrent d'un pays ou d'une région à l'autre. Par exemple chinois portent des vêtements blancs et non noirs dans leurs funérailles.

Comme les vêtements donnent des informations sur la personne qui les porte, ils sont partout aisément utilisés pour jouer ou incarner les rôles des groupes qui portent généralement ces vêtements, ou de donner d'eux-mêmes l'image qu'ils approuvent. C'est à travers le comportement vestimentaire que les gens cherchent à plaire aux autres et à les séduire. Il s'agit de « se faire beau » et livrer une certaine image de soi, de son mental, de son état psychologique. C'est la communication de soi où il est question de glorifier et d'honorer son corps en lui donnant une apparence soignée. Au contraire, livrer à autrui une apparence négligée même volontairement et après réflexion n'est sans conséquences négatives. " *Il [le vêtement] relève aussi bien*

*d'attitudes attendues et reconnues par un groupe, par une société donnée, que de stratégies de distinction particulières ".<sup>1</sup>*

Les habits véhiculent effectivement des informations et transmettent des messages sur leur porteur et font partie de sa communication avec les autres. Mais comme il y a d'innombrables variantes de vêtements, il n'est pas toujours sûr que le profil et le personnage qu'on veut montrer de soi, soit le même que celui qui est perçu par les autres.

Le système de signes et les significations sociales des créations vestimentaires se sont développés graduellement, tout au long de l'histoire vestimentaire. Les gens utilisaient des vêtements pour répondre à leurs besoins biogéniques de base individuels humains et spécifiques, comme le besoin d'affronter les conditions environnementales défavorables. Mais peu à peu, avec le passage des sociétés primitives à celles de l'économie mixte, les formes et les découpes des vêtements se sont compliquées et les premiers signes de la différenciation sociale par le costume sont apparus. En analysant les vêtements de l'antiquité (archaïque), ceux des anciens Égyptiens, ceux des Sumériens, les costumes anciens et médiévaux, ainsi que ceux de la Renaissance et en les comparant entre eux, il est possible de confirmer l'hypothèse sur l'évolution des signes et des significations, ainsi que de comprendre les conditions et les facteurs qui les ont déterminés.

Par conséquent, la fonction la plus importante du costume est celle du signe, car celui-ci transmet aux autres les informations importantes sur une personne: sur son statut social, ses préférences politiques, sa religion, son sens esthétique et sa culture. Par conséquent, mises à part les fonctions énumérées, toute création vestimentaire dévoile les composantes suivantes: l'appartenance sociale, la classe (groupe), la profession, la religion, l'esthétique et

---

<sup>1</sup> Ibid

l'identité ethnique. Les conceptions des créations vestimentaires modernes sont ambiguës : elles ont un but utilitaire, esthétique et symbolisent tous les événements de la vie. D'autres conceptions, dévoilent, traduisent un signe d'appartenance à un groupe ou l'expression de son individualité en affichant sa différence. Les vêtements sont, ainsi, comme un masque dans le théâtre grec ancien, dans une certaine mesure ils déterminent la perception émotionnelle d'une personne (les robes vives donnent une impression optimiste), gonflent le personnage et lui donnent beaucoup plus d'importance. Les vêtements blancs ou noirs, sont le signe du rituel, les couleurs et les motifs ethniques indiquent l'appartenance ethnique de la personne).

Cependant, les vêtements conçus par les designers sont le résultat de leur effort de créativité, leur choix, leurs préférences, leurs sens, leurs compétences, etc., donc, sont la réalité, faite délibérément par un homme. Dans ce système de signes, les vêtements et la mode renvoient à un monde objectif, mais constituent également une certaine perception du monde, et une façon de le reproduire, tout en reproduisant les moments de notre créativité, nos valeurs, nos compétences professionnelles et nos sens.

La conception moderne du vêtement a d'abord été synthétisée à partir d'une variété de diverses culturelles : archaïques, anciennes, médiévales, etc. En plus, elle a sa propre évolution à long terme.

## Conclusion

Les nouvelles conceptions vestimentaires visualisées ne sont pas seulement les conceptions de masse (dans une grande ville, un homme montre ses vêtements à des milliers de personnes chaque jour), mais ils traduisent aussi parfaitement un autre principe de l'identité culturelle. En effet, les vêtements reproduisent et montrent une variété de styles et de genres d'art, apportent diverses informations, et assument de nombreuses fonctions, dont les plus utiles, sont d'ordre informatif, artistique et symbolique. En fait, en regardant, par exemple, parmi les conceptions récentes, surtout les vêtements d'été,



où on pouvait voir des robes multicolores qui expriment souvent de manière symbolique le statut social d'une personne et les rites de son groupe social. Nous verrons les vêtements agrémentés d'ornements ou de broderies (ces robes étaient très répandues dans l'Orient antique et dans la culture ethnique), les vêtements colorés de fleurs, d'arbres ou d'autres créatures naturelles et fabriqués selon une variété artistique traditionnelle, réalistes, impressionnistes, et symboliques. Cependant, ces vêtements présentent non seulement un contenu moderne, des thèmes et des traditions, mais aussi des traditions archaïques: Aujourd'hui, les improvisations sur la culture berbère, la culture de l'Égypte ancienne, sur la culture médiévale, sur la culture de la Renaissance ou celle des temps modernes ... ne sont pas rares. En général, sur les vêtements modernes il y a toute la culture visuelle de notre époque et des époques passées.

Le statut sémiotique du costume en tant que groupe d'objets fonctionnellement liés et interdépendants est resté très élevé au cours des siècles, qu'il a eu à la fois un caractère utilitaire et un caractère identitaire, c'est-à-dire qu'il a satisfait à la fois aux exigences pratiques et symboliques.

## bibliographie:

1. Conseil de l'Europe. Groupe de travail européen sur la culture et le développement. "La culture au cœur : contribution au débat sur la culture et le développement en Europe", édition du conseil de l'Europe, Allemagne, 1998
2. Florence Gherchanocf & Velerie Huety. "Pratiques politiques et culturelles du vêtement ", in : Revue historique 1/2007 (n° 641
3. Helena Bálintová, Janka Pálková. "Productions et perceptions des créations culturelles", Le Harmattan, Paris, 2012.
4. Marcos Ancelovici et Francis Dupuis-Déri, 1997, L'archipel identitaire: recueil d'entretiens sur l'identité culturelle, Montréal, Boréal.

5. Mathieu Guidère. "La communication multilingue : traduction commerciale et institutionnelle", De Boeck, Belgique, 2008.
6. Razmig Keucheyan. "Identité personnelle et logique du social in revue européenne des sciences sociales", Tome XL N°124, Librairie DROZ Genève, Paris.
7. Sonia Paradis. "Porter le changement : pour le développement d'une industrie de mode locale et durable", La fabrique édition, Paris, 2014.
8. Stuart Hall, 1990 « Identity is not as transparent or unproblematic as we think, perhaps instead of thinking of identity as an already accomplished fact (...) we should think, instead, of identity as a production which is never complete, always in process » cité in : Institut PANOS Paris. " *D'un voyage à l'autre - Des voix de l'immigration pour un développement pluriel*", éditions Karthala, Paris.
9. Vingt mots clés pour Roland Barthes, Le Magazine littéraire, février 1975.
10. Warnier Jean-Pierre. "La mondialisation de la culture", La Découverte, Paris, 1999

