

Géographie des objets

Proposition d'appel à articles – *Géographie et cultures*
Coord. Serge Weber (Université Paris-Est Marne-la-Vallée)

Les archéologues ne peuvent déduire le fonctionnement culturel, politique et sociologique des mondes disparus que par l'étude des traces et restes matériels qui ont résisté au temps : les céramiques, stèles, tablettes, armes ou parures, confrontées à leur emplacement sur les sites de fouille et à ce qu'elles disent (inscriptions ou signes) sont autant de témoins qui, une fois situés par l'abstraction logique des chercheurs dans un système de signifiants, permettent de comprendre les logiques des sociétés anciennes.

Ethnologues, anthropologues, historiens, historiens de l'art et sociologues ont eux aussi travaillé, dans l'étude de la culture matérielle, le rôle des objets dans l'organisation sociale. La valeur, le sens et le pouvoir sont alors des attributs des objets en tant que contradiction entre la dénotation (technique) et la connotation (sémiotique), entre les conditions de leur production et leurs usages intimes ou sociaux. Pour reprendre les termes de Jean Baudrillard (*Le système des objets*, 1968), le système des objets, « parlés » et parlant, résulte « de l'interférence continue de systèmes de pratiques sur un système de techniques » ; sa description « ne va pas sans une critique de l'idéologie pratique du système ». Un objet est un marqueur à la fois social, spatial et territorial. Il fait aussi office de levier d'identification individuelle, réceptacle de spatialités variées, grand témoin de la mondialisation ou de la localité. C'est un condensé d'échelles spatio-temporelles et un point de connexion entre l'ici et l'ailleurs. Les objets ont, pour suivre Arjun Appadurai (*The social life of things. Commodities in a cultural perspective*, 1986), autant qu'une « vie sociale », une « vie spatiale ».

Bien que la géographie enseignée ne se prive pas de faire comprendre l'articulation entre le culturel, le social et l'économique à différentes échelles spatiales par le truchement de la poupée Barbie, de la chaussure Nike, du pot de yaourt ou du ballon rond, la recherche en géographie a plutôt tendance à laisser de côté les objets matériels dans ses questionnements. Et pourtant ils sont là, comme présumés ou impensés, dans nombre d'études de géographie sur l'industrie, le commerce, la consommation, les déchets, les matières premières, le transport, la mobilité, la migration et bien d'autres domaines encore.

Dans le sillage de J. Jacobs, C. Dwyer, P. Jackson, ou J. Horton, la géographie culturelle a commencé à réintroduire la dimension matérielle des *commodities* et autres *things*, se rapprochant de l'anthropologie du contemporain. Entre accumulation et indigence, utilité ou futilité, survie ou jouissance, originalité et conformisme, que l'objet soit ustensile, gadget, jouet, contenant, trésor, meuble, vêtement, icône ou souvenir, il parle abondamment des espaces qu'il renferme, qu'il organise ou qu'il instaure entre les sujets.

Les articles auront donc le soin, en prenant des objets pour objets de géographie, de croiser les approches culturelles avec les dimensions matérialiste, cognitive ou sensible afin de mettre en évidence les systèmes de signes qu'ils révèlent et d'interroger conjointement le rapport à la matière (nature, transformation, déchet), à la technique, aux différentes dimensions de la valeur (d'usage, marchande, symbolique, totémique) et à l'espace.

Les textes, d'une longueur de 35 000 signes (illustrations comprises) sont à envoyer avant le 1^{er} septembre 2013 à Francine Barthe (francinebarthe@wanadoo.fr) et Yann Calbérac (yann.calberac@ens-lyon.org).