



**HAL**  
open science

## Des Nippologies dans les musées

Coralie Castel

► **To cite this version:**

Coralie Castel. Des Nippologies dans les musées : Design et identité japonaise à Paris. Cipango - Cahiers d'études japonaises, 2009, 16, pp.121-147. halshs-00802700

**HAL Id: halshs-00802700**

**<https://shs.hal.science/halshs-00802700>**

Submitted on 23 Mar 2013

**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.

# Des Nippologies dans les musées

## Design et identité japonaise à Paris

### Trois expositions, une diversité d'objets

#### *Description des trois expositions*

- Le musée du Quai Branly et l' « esprit *Mingei* »
- L'harmonie au quotidien à la Maison de la Culture du Japon
- Les Arts Décoratifs et la sensibilité *Kansei*

#### *Des registres d'objets mélangés*

#### *Une scénographie muette*

### A la recherche d'une unité de propos

#### *Des unités partielles : les matériaux des objets*

#### *Des motifs partagés pour un « esprit » japonais*

- L'atemporalité de la culture japonaise
- La langue japonaise comme clé

#### *Une image classique d'un Japon « spirituel »*

- L' « harmonie »
- Le « cœur » comme lieu d'une essence

### Resituer le discours des trois expositions

#### *L'empreinte des *nihonjin*.ron*

- La récupération des motifs
- La méthode prescriptive

#### *Entre Japon et Occident, un jeu d'influences réciproques*

- L'identité japonaise : une construction en miroir
- Rejet de l'étranger et ambition universaliste

### Conclusion

Trois expositions sur le design japonais se sont tenues à Paris récemment, dans le cadre de la commémoration des 150 ans de relations diplomatiques entre la France et le Japon. Du 30 septembre 2008 au 11 janvier 2009, le musée du Quai Branly a présenté *L'esprit Mingei au Japon : de l'artisanat populaire au design*. Du 22 octobre 2008 au 31 janvier 2009, la Maison de la Culture du Japon à Paris<sup>1</sup> proposait quant à elle *Wa : l'harmonie au quotidien, design japonais d'aujourd'hui*. Enfin, du 12 au 21 décembre 2008, les Arts Décoratifs ont accueilli l'exposition *Kanseï – Japan design exhibition*.

Ces trois expositions ont été organisées de façon indépendante, sans collaboration entre les trois établissements. L'exposition du musée du Quai Branly a été réalisée en collaboration avec le musée japonais du *Mingeikan*. Celle de la MCJP a été élaborée par le siège de la Fondation du Japon à Tokyo, puis installée dans l'institution française ; enfin, l'exposition des Arts Décoratifs a été entièrement réalisée par le Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie japonais (METI) et l'Organisation japonaise du commerce extérieur (JETRO). Ainsi, ces trois expositions ont été réalisées, en partie pour la première, et presque entièrement pour les deux dernières, par des Japonais.

Le sociologue Jean Davallon, dans *L'exposition à l'œuvre*<sup>2</sup>, affirme que l'élaboration d'une exposition relève d'un propos construit, et qu'elle est sous-tendue par une vision du monde, proposée par ceux qui l'ont conçue. En tant que media, elle ne fait pas que *montrer* des objets : elle indique aussi, et surtout, *comment* regarder ces objets. Elle obéit en cela à des « stratégies communicationnelles ». La même idée est à la base de la réflexion de l'anthropologue Benoît de l'Estoile qui retrace l'histoire des « musées des autres » en France dans *Le goût des autres*<sup>3</sup>. D'après lui, « parce que la mise en exposition est la traduction spatiale et sensorielle (en particulier visuelle) de conceptions explicites ou implicites, elle offre une matérialisation de visions du monde. Le musée est à la fois l'expression de courants artistiques, scientifiques, politiques qui se développent en dehors de lui et un lieu de production et de diffusion de représentations, qui contribuent pour une part non négligeable à définir la réalité et à constituer les cadres d'interprétation à partir desquels celle-ci est déchiffrée ».

---

<sup>1</sup> Ci-après abrégée en « MCJP ».

<sup>2</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre, stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris : L'Harmattan, 1999

<sup>3</sup> De L'Estoile Benoît, *Le goût des autres: de l'exposition coloniale aux arts premiers*, Paris : Flammarion, 2007

Me référant à ces affirmations, je me suis donné pour tâche d'observer la façon dont les trois expositions de design ont représenté le Japon. Elles ont pris place dans trois institutions distinctes, dont les ambitions de dialogue interculturel, de promotion de la culture japonaise, ou encore commerciale, sont différentes. Plus concrètement, quelles représentations du Japon dans le monde ont été exposées, à Paris, pendant l'hiver 2008 ?

L'analyse ethnographique de ces expositions s'est d'abord portée sur l'observation attentive des lieux. Les objets, la scénographie, les panneaux explicatifs fournissent des informations au visiteur; mais plus encore, brochures, plans et autres supports écrits distribués au public explicitent le propos développé. Les discours recueillis auprès de membres de l'organisation, côté français, permettent également de mettre en lumière certains partis pris de la mise en exposition. Enfin, les communiqués de presse envoyés par les institutions organisatrices, et, en retour, l'écho de ces expositions dans des journaux et revues permettent d'évaluer la façon dont leurs propos ont été perçus et relayés.

Les discours semblent annoncés différemment selon les institutions qui les véhiculent, mais au sein même de chaque exposition, l'observation révèle le caractère hétéroclite des objets présentés : la coexistence d'objets de registres variés suscite un sentiment de confusion, renforcé par des scénographies assez discrètes. Pourtant, le discours désigne toujours « un » Japon présenté comme homogène. Quels leitmotifs reviennent et permettent d'établir la cohérence des expositions, tout en esquissant une vision homogène du Japon ? A l'issue de l'analyse des données observées, il apparaîtra que le discours porté par les trois expositions appartient à une rhétorique éprouvée récurrente dans l'ensemble de la production de discours sur le Japon par lui-même.

## Trois expositions, une diversité d'objets

### *Description des trois expositions*

#### - Le musée du Quai Branly et l' « esprit Mingei »

Le musée du Quai Branly vise à présenter les cultures du monde dans leur diversité, à travers des expositions accordant une large part à l'appréciation esthétique des objets exposés.

Ici, « de l'artisanat populaire au design : l'esprit *Mingei* au Japon » se focalise sur la personne de Yanagi Sôetsu (1889-1961) et sur son mouvement (*mingei* 民藝) de découverte et de mise en valeur de l'artisanat japonais et coréen notamment, initié à partir des années 1920. L'exposition a été réalisée sous la direction de Germain Viatte, commissaire d'expositions au musée du Quai Branly, mais à partir d'objets provenant presque tous du *Mingeikan*, le musée fondé par Yanagi en 1936.

La scénographie de la salle est très sommaire. Le fond des vitrines est blanc, et les objets sont posés sur des supports neutres. Aux murs, quelques cartels résument la démarche de Yanagi Sôetsu. L'ensemble, très neutre, ne laisse pas voir de parti pris spécifique au musée du Quai Branly par rapport au contenu issu du *Mingeikan*.

Les objets de la première vitrine sont de provenances géographiques et d'époques très variées: un plat créé en 1952 par le potier anglais Bernard Leach, qui a vécu au Japon, côtoie des bols et plateaux chinois ou coréens datés du XVI<sup>ème</sup> au XIX<sup>ème</sup> siècle, une sculpture de l'époque Jômon (-10000 à -300) ou encore une urne funéraire d'Okinawa datée du XX<sup>ème</sup> siècle.

La vitrine suivante regroupe trois ensembles : « les arts populaires au Japon » présente des laques, des poteries, des vêtements du Japon datant du XVIII<sup>ème</sup> et XIX<sup>ème</sup> siècle ; quelques pas plus loin, les « arts populaires à la périphérie de l'archipel » exposent des objets coréens et d'Okinawa, du XVI<sup>ème</sup> au XX<sup>ème</sup> siècle ; enfin, « les premiers complices de Yanagi Sôetsu » présentent des poteries réalisées dans les années 1930 à 1940 par des artistes influencés par le *Mingei*.



**Figure 1 : Une vitrine de l'exposition *Mingei***

Une grande salle ronde au fond de galerie d'exposition est consacrée à « trois créateurs internationaux au Japon » ayant œuvré entre 1930 et 1950 : l'Allemand Bruno Taut (laques), l'Américain Isamu Noguchi (luminaires, meubles, terres cuites), et la Française Charlotte Perriand (mobilier). L'espace « Yanagi Sôri et la question du design » est réservé aux créations les plus célèbres du designer, fils de Sôetsu, réalisées des années 1950 à 1970 : par exemple, le tabouret *Butterfly*, créé en 1956, est mis en valeur dans une vitrine séparée.

Sur le chemin de la sortie, une table basse rassemble les « objets en bambou » : des objets anonymes de l'époque d'Edo y côtoient des créations de Bruno Taut.

De façon générale, et jusqu'à l'intérieur même des vitrines, l'exposition montre une juxtaposition d'objets d'origines très diverses, de par leurs provenances respectives ou la période historique dont ils sont issus. Ils répondent à des registres différents : la présence des objets anonymes procède d'une démarche de conservation tandis que d'autres, dont les auteurs sont mis en avant, sont issus d'une démarche de création.

- « L'harmonie au quotidien » à la Maison de la Culture du Japon

La Maison de la Culture du Japon, en tant qu'institution, dépend de la Fondation du Japon dont le siège est à Tokyo. Elle propose régulièrement des expositions sur des thématiques variées, conformément à sa mission de promotion de la culture japonaise.

L'exposition « *Wa : l'harmonie au quotidien* » propose des objets très différents de ceux du quai Branly. Le visiteur entre par un couloir blanc où sont d'abord présentés des objets illustrant le concept de « *wa* » 和, donné comme une « conception traditionnelle de l'harmonie »: ils sont présentés comme « synthétisant des propriétés antagonistes ». Sous cette désignation se trouvent, entre autres, un tonneau à sake, un humidificateur d'air en forme de bulle, ou un piano électrique.

### Esprit d'harmonie (n° 001 à 012)

- |     |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                   |     |                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 001 |   | <b>Tonneau à saké Fukunishiki</b><br>F: Fukunishiki Co., Ltd. / D: Issay Kitagawa (GRAPH) / 1993 / Le caractère "fu" (de Fukunishiki) est stylisé sous la forme d'une tige de riz chargée de grains.                              | 007 |    | <b>design zushi</b><br>F: ALTE MEISTER GALLERY ZUSHIYA / D: Shigeru Uchida (Uchida Design Inc.) / 2002 / Version contemporaine d'un autel familial.                                                                                                       |
| 002 |  | <b>Shiraki Tsukushi Bentô</b><br>F: Yoshinobu Shibata Enterprises Ltd. / D: Yoshimasa Shibata / 2003 / Pour ces boîtes-repas, la technique du <i>magewappa</i> a permis d'imposer une forme courbe au bois de cèdre.              | 008 |  | <b>Guitare Silent</b><br>F: YAMAHA Corporation / D: Yamaha Product Design Laboratory / 2001 / Guitare électrique dont on peut jouer sans déranger ses voisins grâce à sa sortie casque.                                                                   |
| 003 |  | <b>Autocuiseur de riz à induction, série "ZUTTO"</b><br>F: ZOJIRUSHI CORPORATION / D: ZOJIRUSHI CORPORATION+Design Studio S / 2004                                                                                                | 009 |  | <b>MODUS F11</b><br>F: YAMAHA Corporation / D: Yamaha Product Design Laboratory / 2007 / Piano électrique de forme compacte, à la finition artisanale.                                                                                                    |
| 004 |  | <b>Cocotte à induction</b><br>F: TOSHIBA HOME APPLIANCE CORPORATION / D: Hiroko Matsumoto / 2002 / Sur un appareil de cuisson par induction est emboîtée une cocotte en métal qui rappelle les traditionnelles marmites en terre. | 010 |  | <b>HIROSHIMA</b><br>F: MARUNI WOOD INDUSTRY INC. / D: Naoto Fukasawa (NAOTO FUKASAWA DESIGN) / 2008 / Chaise en bois de hêtre soigneusement poli.                                                                                                         |
| 005 |  | <b>Something to Touch</b><br>F: Shioyasu Urushi Ware Company / D: MILE / 2003 / Petite enceinte en laque.                                                                                                                         | 011 |  | <b>Prefab Coat "Riz"</b><br>F: Sanada Studio inc. / D: Takehiko Sanada / 2008 / Manteau fabriqué à partir de riz.                                                                                                                                         |
| 006 |  | <b>Humidificateur Ver.3</b><br>F: PLUS MINUS ZERO CO., LTD. / D: Naoto Fukasawa / 2004 / 2007 / Humidificateur d'air.                                                                                                             | 012 |  | <b>A-POC COTTON BAGUETTE</b><br>F: MIYAKE DESIGN STUDIO / D: Issey Miyake+Dai Fujiwara / 2000 / Chacun participe à la réalisation du vêtement en découpant ce tissu tubulaire avec des ciseaux en suivant les lignes de découpe incluses dans la matière. |

Figure 2: Présentation des objets du premier couloir de l'exposition de la MCJP

Ce couloir mène à une vaste salle sombre, aux murs tendus de toile noire, et décorée de pan de tissus blancs suspendus au plafond. 160 objets y sont annoncés par le dépliant comme constituant un panorama représentatif des objets utilisés au quotidien par les Japonais

d'aujourd'hui. La date de création de la majorité de ces objets se situe entre 1980 et 2008, même si quelques pièces célèbres plus anciennes, telles le tabouret *Butterfly*, déjà vu au Quai Branly, sont présentes.

Les objets sont installés dans des vitrines basses d'environ 1m20 de haut, dont la largeur occupe presque tout l'espace, et qui forment des couloirs dans lesquels circule les visiteurs. Les six premières rangées, et deux estrades au fond, présentent des objets regroupés selon des catégories fonctionnelles<sup>4</sup>. Les trois dernières vitrines présentent des objets répartis selon six « mots-clés » donnés en *rômaji* puis traduits : *kawaii* (« mignon »), *kurafuto* (« craft »), *kime* (« finesse de grain »), *tezawari* (« sensation tactile »), *minimaru* (« minimal »), *kokorokubari* (« prévenance »). Ces mots renvoient d'après la brochure à « des concepts, des sensations ou des goûts particulièrement présents dans le design japonais ». Les catégories fonctionnelles, aussi bien que les concepts, sont introduits par de très courts textes qui figurent aux extrémités des vitrines. Par exemple, le paragraphe concernant *kokorokubari* débute ainsi : « Aux yeux des Japonais, la prévenance est une vertu, et aussi une forme de sagesse permettant de vivre harmonieusement et agréablement en société ».

Enfin, en retrait de la salle principale, un « espace découverte » propose aux visiteurs de manipuler une dizaine d'objets, parmi lesquels une guitare, des cahiers ou une corbeille.

L'exposition est caractérisée par une volonté de proposer un panel très étendu qui soit « représentatif de la multitude d'objets » que les Japonais utilisent chaque jour, d'après les termes employés sur la brochure. Cela aboutit à la coexistence, dans la même salle, d'instruments de musique, de maquettes figurant des voitures, de stylos, et d'une combinaison de natation de compétition. Certains objets sont signés par des designers célèbres (telle la chaise « Hiroshima » de Naoto Fukasawa), d'autres proviennent d'agences moins connues: l'assemblage apparaît hétéroclite.

#### - Les Arts Décoratifs et la sensibilité *Kansei*

Le musée des Arts Décoratifs accueille régulièrement des expositions dédiées au design. L'exposition *Kansei*, élaborée par le METI<sup>5</sup> et le JETRO<sup>6</sup>, a réuni d'après la brochure

---

<sup>4</sup> Ces douze catégories sont dans l'ordre : « art de la table », « articles pour le bain », « électroménager et petit matériel électronique », « technologies numériques », « jouets », « papeterie », « articles divers pour la maison », « vêtements et accessoires », « emballages et sacs », « véhicules », « mobilier » et enfin, « luminaires ».

<sup>5</sup> METI : Ministry of Economy, Trade and Industry (Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie japonais).

<sup>6</sup> JETRO : Japan External Trade Organization (Organisation du commerce extérieur japonais).



« les secteurs privés, publics et universitaires dans un même effort de compétitivité industrielle ». L'ambition de cette exposition est donc de promouvoir la production japonaise en matière de design dans un but commercial.

Au sein de la nef des Arts Décoratifs, l'espace d'exposition de *Kansei* est divisé en trois parties. Au centre, une grande salle est occupée par neuf écrans à LED qui diffusent des scènes animées, tirées de rouleaux illustrés du *Dit du Genji*. Deux sculptures monumentales occupent l'espace jusqu'au plafond : « Ikebana », réalisée par l'école d'arrangement floral Ikenobo, est une structure réalisée à partir de baguettes ; tandis que « Scène de Nô » est une installation amovible réalisée par le designer Kita Toshiyuki. De grandes calligraphies de *Kansei* en *kanji* (感性) présentent la traduction du mot (« sensibilité ») et achèvent de rendre le lieu impressionnant.

Le couloir à gauche de la nef propose une exposition de 104 objets, posés sans vitrine sur des estrades blanches à diverses hauteurs. Les objets sont regroupés en trois thèmes, « l'expression », « le geste » et « le cœur », qui illustrent des « valeurs *kansei* » et renvoient chacun à quatre concepts différents. Tous ces mots sont exprimés en japonais, en *kanji* ou *hiragana*, puis *rômaji*, et enfin traduits : par exemple, un panneau énumère « 動作, *dôsa*, le geste »<sup>7</sup>.

Comme à la MCJP, les objets sont d'usages et de valeurs extrêmement variés : des élastiques en forme d'animaux aux canettes de soda en passant par le mobilier, la vaisselle, les bijoux et les téléphones portables, l'exposition couvre toutes sortes d'« objets du quotidien ». Ils sont tous de production très récente (des années 2000) mais certains modèles dits « traditionnels » (bouilloire, fouets pour la cérémonie du thé...) ne sont pas des créations exclusives du design contemporain.

Le couloir opposé est constitué de six salles : quatre d'entre elles présentent chacune un « maître » artisan (en imprimerie, maroquinerie ou teinturerie) et ses productions, et deux autres sont réservées aux travaux de graphistes japonais. Certains de ces créateurs sont quelquefois présents dans les salles.

Ici encore, l'exposition présente des éléments très divers. Les objets du premier couloir sont au moins aussi hétéroclites que ceux de la MCJP ; la présence d'installations artistiques, ainsi que la présentation du travail d'ateliers artisanaux contribue à accentuer la diversité du contenu exposé.

---

<sup>7</sup>

Voir plus loin la liste de ces concepts et leurs traductions.

### *Des registres d'objets mélangés*

La cohérence d'ensemble de chacune des expositions n'apparaît pas d'emblée. Or, rappelons-le, toute exposition construit un propos: quelle vision du Japon les organisateurs ont-ils voulu donner en sélectionnant ces objets de registres pourtant différents ? Est-il possible de dégager ce qui les rassemble ?

Les objets de l'exposition de la MCJP tenus pour représentatifs de ce qu'utilisent les Japonais aujourd'hui ne sont pourtant pas tous d'un usage domestique quotidien. Parmi les articles de vaisselle, les téléphones portables, les cahiers d'écolier et les luminaires, on trouve un tonneau de sake, un tenori-on (instrument de musique numérique), ou même un parc (*Moerenuma*, à Sapporo) conçu par le designer Isamu Noguchi : il comprend plusieurs structures de divertissement et est représenté ici par des photographies dans la catégorie « jouets ».

Dans l'exposition *Kansei*, des chaises côtoient des montres, un vélo, des bouteilles en plastique, un robot thérapeutique dédié aux personnes malades, une guitare à quatre cordes... tous de fabrication très récente. L'intention est de montrer la vitalité du design moderne, mais l'ajout d'un fouet en bois pour le thé, d'un éventail ou d'amulettes shintô introduit également une dimension qui se veut « traditionnelle ».

Le musée du Quai Branly juxtapose également des objets d'ordres historique et géographique variés, décrits plus haut. Ce mode de présentation fait fondre les objets du passé et les objets contemporains sous une même étiquette, celle de « *mingei* ».

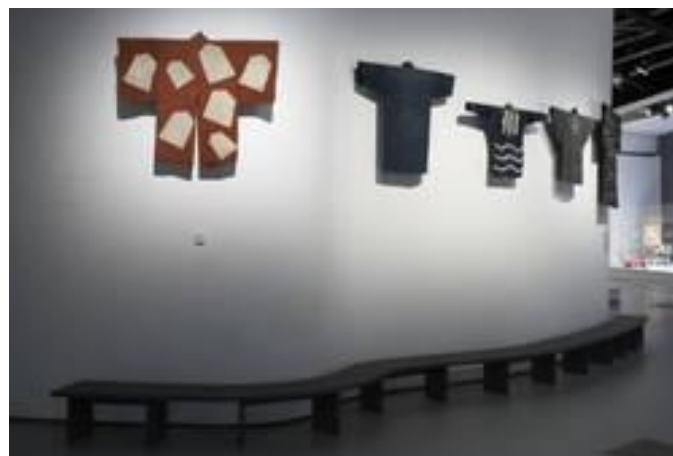
### *Une scénographie muette*

Le mélange des types d'objets est accentué par les scénographies respectives des expositions : en effet, la juxtaposition des objets ne s'accompagne que de très peu d'éléments explicatifs, et lorsqu'ils sont présents, ils sont d'accès difficile.

A la MCJP, peu d'explications sont fournies au visiteur. Mises à part les quelques phrases d'entrée, sous le chapeau de « *Wa* : harmonie », et les courts cartels qui introduisent les catégories d'objets, aucune indication n'est donnée dans les vitrines sur leur fonction ou leur origine. Seul un numéro y figure, qui renvoie à la brochure, distribuée à l'entrée, laquelle comporte davantage d'explications. Cependant, il s'agit d'un document de 40X60 cm, plié en

huit, qui comporte les photographies des 160 objets ainsi les indications de nom, date, créateur et fonction. La police d'écriture est très petite, l'impression dans des dégradés de bleu ; l'ordre des objets est parfois différent de celui de l'espace d'exposition. Autant dire que dans la salle, qui est sombre, la lecture de la brochure est assez malaisée. De plus, une certaine confusion semble régner quant à la délimitation de l'espace muséal : certaines pièces exposées à l'air libre, notamment un four et une machine à laver, sont fréquemment manipulés par les visiteurs, lesquels sont vite rappelés à l'ordre par les gardiens.

Au musée du Quai Branly, la signalétique n'est pas plus explicite. Rappelons que les objets sont mis sur le même plan, sur un fond blanc, et sous un éclairage neutre. Ils sont placés à différentes hauteurs dans les vitrines. Les vignettes qui comportent leur nom, leur date de création et leur origine sont très sommaires, et posées au pied de la vitrine, au sol. Elles comportent des numéros, qui sont repris sur un schéma au sol, au centre de la vitrine, lequel figure la disposition de chaque objet, afin de faire correspondre objets et vignettes. Ce système rend l'information que comportent les vignettes, déjà succincte, encore plus discrète et difficile d'accès : il faut se baisser pour pouvoir les lire. Les différences d'époques et d'origines géographiques, ou bien de démarches (conservation, création) n'apparaissent pas. Trois très petits écrans de dix pouces faisant défiler des photographies complètent faiblement la scénographie. Quelques paragraphes sur la vie et les positions intellectuelles de Yanagi Sôetsu figurent sur des panneaux, mais leur contenu est repris presque intégralement dans la petite brochure de quatre pages au format A5. Il figure également sur ces pages une interview de Germain Viatte, laquelle est le seul texte qui émette quelque mise en regard du mouvement *Mingei* avec l'histoire du Japon, sa modernisation puis la période militariste. Aucune information n'est donnée sur l'usage des objets.

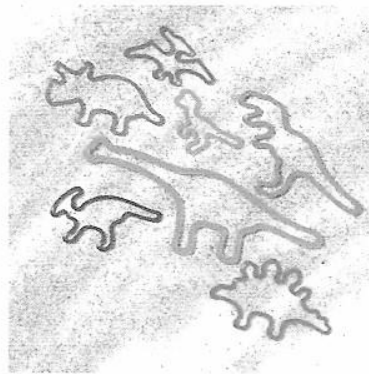


**Figure 3: Les vêtements présentés par l'exposition *Mingei* sont mis en valeur pour leur esthétique; un simple carton donne leur date de fabrication approximative, mais aucune autre information n'est fournie.**

Par contraste, la scénographie du premier couloir consacré aux objets, au musée des Arts Décoratifs, donne une impression de luxe. Les éclairages sont nombreux, les éléments sur lesquels sont disposés les objets à l'air libre sont en noir et blanc brillants. De nombreuses calligraphies habillent l'espace, en blanc sur des panneaux noirs, qui mettent en avant et expliquent des concepts. Chaque objet est numéroté, possède un titre japonais, une date et une provenance. Cependant, l'usage des objets n'est pas expliqué en salle. Il faut pour cela se reporter à la brochure : très fournie, elle comporte 53 pages, et reprend l'intégralité des textes de l'ensemble de l'exposition, avec en outre des textes signés par les membres organisateurs. Pour chaque objet, une photographie en couleur accompagne un paragraphe expliquant l'usage et le rapport au concept qui lui est associé (cf. figure 4). La densité des informations fournies pour chaque objet dans le livret est telle qu'il semble peu probable que le visiteur s'y reporte de façon systématique.

#### 071 Animal Rubberband Dino

élastiques en forme d'animaux pour un meilleur usage  
 Nom de société \* +d, Designer \* Passkey Design, Date de création \* 2007  
 Matière / Technologie \* Silicone  
[www.plus-d.com/arb-dino/](http://www.plus-d.com/arb-dino/)



L'idée du concepteur de ces élastiques est de créer un attachement pour des articles jetables. En forme d'animaux ou de dinosaures, ils sont fabriqués en silicone, un matériau plus résistant que le caoutchouc. Ils retrouvent leur forme après utilisation pour lier papiers, livres ou documents. Leur conception est le fruit de l'observation approfondie des usages et emplois des élastiques en vue de convertir un produit habituellement jetable en un produit que l'on a envie de conserver. Jeter un élastique équivaut à ne pas tenir compte de sa valeur essentielle, son *mottai*.

**Figure 4 : Description des élastiques en forme d'animaux; cet objet est présenté dans la catégorie de la valeur *mottai***

Par ailleurs, l'écriture japonaise, autant syllabaires que *kanji*, est omniprésente dans les trois expositions, et particulièrement dans celle des Arts Décoratifs. Les « concepts » définissant les objets sont calligraphiés dans la brochure, ainsi que sur de grands panneaux verticaux suspendus. De façon générale, on peut dégager un procédé récurrent de présentation

de l'objet : il est associé à un concept en japonais, lequel est calligraphié, puis transcrit en alphabet romain, avant d'être éventuellement traduit, et, enfin, viennent les explications (cf figure 5).



**Figure 5 : Présentation de la "valeur" *karoyaka*  
(la brochure l'associe au concept de *kokoro*)**

Or, l'écriture japonaise est incompréhensible à la très grande majorité des visiteurs Français. En tant que telle, il s'agit d'une écriture muette, qui, plus que d'apporter des informations supplémentaires, semble faire obstacle à la compréhension. Elle apporte surtout une unité visuelle aux expositions, par la multiplication des supports qui y ont recours.

La confusion des registres d'objets et le peu d'informations accessibles contribue à un sentiment d'uniformité des expositions. Ce sentiment est soutenu par la rhétorique employée : elle englobe l'ensemble des Japonais, il y est question de façon récurrente d'un « esprit » qui les caractériserait. Le communiqué de presse de la MCJP mentionne l'harmonie comme « une vertu japonaise par excellence », et donc commune à tous les Japonais, qui gouverne l'ensemble de la production de design nipponne. L'ambition de la MCJP est de montrer ce qu'utilisent « les Japonais » quotidiennement. Dans le cas des Arts Décoratifs, ceci est particulièrement évident : le « *kansei* » est par exemple matérialisé par la sculpture « Scène de nô » qui manifesterait « cette sensibilité des Japonais qui ressentent intimement cet espace comme une enceinte sacrée ». Les concepts énumérés par la même exposition sont formulés de façon encore plus emphatique, et insistent sur le fait qu'il s'agit des notions partagées par

tous les Japonais. Par exemple, le mot *hyôjô* 表情, traduction littérale d' « expression », est présenté comme un concept de « ce que les Japonais appellent l' « expression » d'un objet ».

Regardons concrètement, à présent, les objets et leur mise en valeur : à partir de quels indices ce sentiment d'unité est-il induit ?

## **A la recherche d'une unité de propos**

### *Des unités partielles : les matériaux des objets*

Tout d'abord, l'unité des objets est réalisée par la matière dont ils sont faits.

Ainsi, l'espace réservé aux objets en bambou dans l'exposition *Mingei* est révélateur. Il comporte des pièces de mobilier, notamment des tabourets, et mêle des objets anonymes de l'époque d'Edo, achetés par Charlotte Perriand, à des créations de Bruno Taut. L'unité de l'espace est donc créée par le matériau bambou qui « semble incarner pour l'étranger le matériau type du Japon <sup>8</sup>», et fait l'unité des objets par sa qualité japonaise même.

La japonité des objets des deux autres expositions semble, de la même façon, être contenue par le matériau dans lequel ils sont faits. Par exemple, on trouve à la MCJP un manteau « fabriqué à partir de riz », une enceinte en laque, une corbeille en laque sur inox, de la vaisselle en tissu de kimono moulé dans de la résine; aux Arts Décoratifs, un sac fait en fibre de riz, un téléphone en laque, des lanternes en papier... autant de matériaux naturels qui évoquent le Japon. Ceci se retrouve également au niveau de la scénographie : les panneaux explicatifs de l'exposition *Mingei* semblent faits de papier *washi*. Les pans de tissus accrochés au plafond de la salle de la MCJP ont également été conçus pour ressembler à ce type de papier.

La japonité semble aussi transparaître dans l'usage des objets liés à l'alimentation. La prédominance des objets issus de ce registre est frappante : bols, pots à sauce soja, autocuiseurs de riz, théières, couteaux de cuisine, râpe à radis blanc, fouet à thé, coupes à sake, couverts, baguettes... Ce qui fait l'identité du Japon semble être lié à ce que les Japonais mangent et à leur façon de manger. Ainsi, tout objet relevant de l'alimentaire est, de façon privilégiée, le support du discours des expositions.

---

<sup>8</sup>

Citation tirée du texte du cartel figurant sur l'espace « les objets en bambou ».

## ●●● VISUELS POUR LA PRESSE



**Guitare Silent**  
design : Yamaha Product Design  
Laboratory  
© YAMAHA Corporation



**HIROSHIMA**  
Naoto Fukasawa  
Photo by Yoneo Kawabe /  
© MARUNI WOOD INDUSTRY INC.



**Flacon pour sauce de soja  
Kikkoman** (150 ml)  
Kenji Ekuan / Kikkoman  
Corporation / DR



**Théière et tasse à thé en  
porcelaine blanche**  
Sori Yanagi / Ueda Toseki  
© Yanagi Design Institute



**Râpe à radis blanc**  
Shunji Yamanaka  
© OXO International



**AKARI 1AT**  
Isamu Noguchi  
© OZEKI & Co., Ltd.

■

**Figure 6 : une partie des "visuels pour la presse" de l'exposition de la MCJP:  
trois des six objets présentés ici ont trait à l'alimentation**

A travers les matériaux mobilisés qui créent des unités partielles, et les références à la nourriture, l'identité japonaise des objets semble façonnée par des éléments référant à la nature; en d'autres mots, une identité présentée comme naturelle.

### *Des références partagées pour un « esprit » japonais*

Les expositions se font écho sur de nombreux points; parmi ceux-ci, elles partagent l'argument d'un Japon atemporel, le recours à la langue japonaise comme clé de concepts spécifiques, ou la mise en avant de l'harmonie comme valeur à l'origine de la qualité du design japonais. Tout ceci fait référence à un « esprit », dont le lieu semble être le « cœur » japonais, le *kokoro* 心.

Dans les brochures et les communiqués de presse, la rhétorique de ces thématiques abonde, et laisse apparaître une réelle convergence des discours.

### - L'atemporalité de la culture japonaise

Au musée du Quai Branly, cette atemporalité est marquée, dès l'entrée, par la juxtaposition d'objets plus ou moins anciens. Ainsi présenté, le mouvement *Mingei* apparaît

comme s'inspirant d'un « esprit » qui aurait traversé les siècles, et qui se donnerait à voir dans les objets issus de la culture japonaise, toutes époques confondues. C'est d'ailleurs le sentiment suscité par l'utilisation du terme « redécouverte » afin de qualifier la valorisation de l'artisanat populaire entreprise par Yanagi Sôetsu : son emploi suggère qu'il s'agit de mettre en lumière, à travers ces objets d'artisanat, un caractère (« spirituel », d'après les textes de la brochure), qui leur aurait été propre de tout temps, qui aurait été oublié, et que Yanagi n'aurait fait que remettre sur le devant de la scène. Enfin, l'espace réservé à Charlotte Perriand met l'accent sur la continuité entre artisanat et design, en rapportant les propos de cette dernière concernant les objets *Mingei* : « l'esprit de vérité qui a présidé à ces œuvres est un esprit éternel<sup>9</sup> ».

A la MCJP également, la récurrence des expressions telles que « aujourd'hui comme hier », « depuis longtemps » ou « traditionnel » est frappante : elles sont présentes sur chaque cartel d'explication, bien qu'ils soient succincts, et insistent sur la continuité entre passé et présent. Les objets et leurs procédés de fabrication « conservent en eux quelque chose de cet artisanat d'autrefois ». Le concept central de l'exposition, dont provient le titre, est celui de « *wa* », « l'harmonie », et sa légitimité provient de son caractère très ancien : le communiqué de presse rappelle qu'il est mentionné dans la première Constitution de Shôtoku Taishi en 604. Le design moderne est défini par la formule : « la fabrication d'objets au Japon : quand le passé s'introduit dans le futur ». Enfin, toujours d'après ce communiqué, la scénographie établie par l'agence japonaise Tonerico « perpétue la tradition » de la maison Japonaise, en proposant une « architecture minimaliste de l'espace »<sup>10</sup>.

L'exposition des Arts Décoratifs, quant à elle, présente le « *kansei* » comme une notion née avec le *Dit du Genji* en l'an mil et qui s'actualise, en tant que « faisceau de traditions japonaises façonnées au cours du temps » dans le design d'aujourd'hui, comme une notion immuable traversant les siècles : c'est ce qui justifie la coprésence des illustrations des rouleaux enluminés et des objets des années 2000. Ces scènes présentées sur un support technologique moderne (de grands écrans à LED) montrent des images animées pixellisées, dans un style évoquant de vieilles pellicules de cinéma. Sur les panneaux et brochures, le style de calligraphie utilisé est le style *reisho*, archaïsant et peu courant. L'anachronisme des effets visuels vise à renforcer le propos : il s'agit de montrer le *kansei* comme « transmis depuis cette époque », et qui, « de génération en génération, s'est perpétué jusqu'à aujourd'hui ».

---

<sup>9</sup> Extrait du discours d'introduction d'une exposition aux grands magasins Takashimaya à Tokyo en 1941.

<sup>10</sup> Selon les termes du communiqué de presse.



Le caractère immuable de la japonité apparaît donc être l'un des points centraux sur lesquels les trois expositions s'accordent.

- La langue japonaise comme clé

Le recours à la langue japonaise est également un point commun aux trois expositions : elles mettent en avant des concepts, présentés comme spécifiquement japonais et difficilement traduisibles.

Les titres des trois expositions, déjà, comportent des mots japonais, suivis d'un double point (:), qui introduit une explication, laquelle n'est pas nécessairement, ou pas seulement, la traduction littérale stricte du terme japonais. Celui-ci est donc présenté d'emblée comme intraduisible.

La brochure de l'exposition de la MCJP annonce que « tout comme les mots, les objets sont révélateurs de notre sensibilité », afin d'introduire la classification des objets en six concepts japonais<sup>11</sup>. De la même façon, les mots-clés exprimant la sensibilité « *kansei* » du design, aux Arts Décoratifs, seraient des notions purement japonaises, qui s'expriment eux-mêmes par « des mots propres à la culture et de la vie quotidienne des Japonais ». Ils sont particulièrement abondants : les quatre concepts associés aux trois thèmes forment un total de quinze mots japonais comme autant de clés de compréhension du design nippon (cf. tableau).

**Classification des objets de l'exposition *Kansei* en thèmes et mots-clés conceptuels**

THEMES PRINCIPAUX	« 表情 <i>hyôjô</i> - expression »	« 動作 <i>dôsa</i> – le geste »	« 心- le cœur »
MOTS-CLES ASSOCIES AUX THEMES	« かげろう <i>kagerou</i> - passer de l'ombre à la lumière »	« しつらえる <i>shitsuraeru</i> - aménager l'espace »	« もったい <i>mottai</i> - la valeur essentielle »
	« にしき <i>nishiki</i> - le brocart »	« しなる <i>shinaru</i> – fléchir »	« もてなし <i>motenashi</i> - l'accueil »
	« たたずまい <i>tatazumai</i> - l'allure »	« はぶく <i>habuku</i> - éliminer le superflu »	« かるやか <i>karoyaka</i> – léger »
	« きめ <i>kime</i> - le grain »	« おる <i>oru</i> - plier »	« むすび <i>musubi</i> - le nœud ».

<sup>11</sup> Pour rappel : il s'agit des concepts suivants : *kawaii* (« mignon »), *kurafuto* (« craft »), *kime* ( finesse de grain), *tezawari* (« sensation tactile »), *minimaru* (« minimal »), *kokorokubari* (« prévenance »).

Cette exposition insiste encore sur le fait que les concepts exprimant l'essence du design japonais se traduisent par des mots purement japonais : les « *wakotoba* [...] par opposition aux *kango*, mots sino-japonais empruntés à la langue chinoise classique ».

L'usage de mots incompréhensibles pour le public induit une impression d'opacité des concepts mêmes. Les deux sont indissociables : le commissaire général de *Kansei* souhaite « qu'au terme de cette exposition, le public français ait fait la découverte de cette nouvelle approche du design japonais et acquis la connaissance d'un nouveau mot : *kansei* ». Le design est présenté comme relevant d'une sensibilité exclusivement japonaise, et sa compréhension ne peut donc passer que par l'emploi du mot japonais.

### *Une image classique d'un Japon « spirituel »*

#### - L' « harmonie »

Le design présenté par des concepts opaques aux non-japonophones dessine l'image d'un Japon difficile à saisir : sensible et spirituel, sa compréhension ne peut être qu'intuitive. Cet « esprit » japonais qui transparaîtrait dans les objets est caractérisé par le recours au motif de « l'harmonie », *wa* 和.

L'harmonie est mise en valeur en tant que concept propre au Japon dans les trois expositions de design, et particulièrement dans celle de la MCJP, qui en a fait son titre. Elle le définit comme une des « valeurs les plus prisées par le peuple japonais ». Pour appuyer cette affirmation, le communiqué de presse mentionne, nous l'avons déjà vu, la phrase d'ouverture de la Constitution de 604 : « le *Wa*, valeur éminemment respectable, repose sur un principe, qui est d'éviter toute discorde ». Cette formule historique se réfère à une notion d'harmonie sociale ; or, elle est ici amalgamée à une idée d'harmonie esthétique. En effet, ce *wa*-là permettrait la fusion entre éléments anciens et modernes, ou encore entre industrie et artisanat, et fonderait la qualité propre du design japonais. La scénographie repose sur la même idée, d'après les membres organisateurs : épuré, en noir et blanc, l'espace d'exposition est « extrêmement japonais » en ce qu'il est caractérisé par « la beauté, l'ordre et l'harmonie ».

L'exposition des Arts Décoratifs fait également référence à l'harmonie, « élément de la culture spirituelle et traditionnelle du Japon », en tant que principe de fusion à l'origine de la spécificité du design japonais. Quant à celle du musée du Quai Branly, si elle n'appuie pas explicitement sur le terme, c'est encore l'idée de fusion et de symbiose entre l'artisanat

populaire et le design moderne qui sous-tend son propos, et qui permet de faire figurer des œuvres de designers célèbres à côté d'objets populaires

- Le « cœur » comme lieu d'une essence

L'« esprit » que décrivent les trois expositions trouve son essence dans le « cœur » des Japonais. Le *kokoro* en tant que concept est une notion qui a été mise en valeur par les « études nationales » *kokugaku* au XVIII<sup>ème</sup> siècle. En réaction à l'influence chinoise<sup>12</sup>, la recherche d'une essence première du Japon a amené, au fil de relectures de textes du VIII<sup>ème</sup> siècle comme le *Kojiki* 古事記 ou le *Man.yôshû* 万葉集 à l'émergence du concept de *kokoro*, qui relèverait d'une compréhension intuitive, la compréhension rationnelle relevant de la logique chinoise.

Ce « cœur » est présent plus ou moins explicitement dans les trois expositions : on le trouve dans le *kokorokubari* des objets de la MCJP, traduit par « prévenance » du créateur envers l'utilisateur. Pour comprendre le design des objets, il s'agit, d'après la brochure de *Kansei*, de saisir « le mouvement qui se produit dans le geste ou le cœur »<sup>13</sup> de celui qui le crée : d'où le concept de *dôsa*, « mouvement ». En manipulant l'objet, « il n'est pas rare que l'utilisateur commence à ressentir de l'émotion » : le « cœur » est un sentiment qui se transmet du producteur à l'utilisateur de l'objet. Pour décrire une lampe en forme de roseau, la brochure indique que « pour les Japonais, la vision des eulalies beige clair ondulant sous le vent évoque l'automne et donne un sentiment d'éphémère face au temps qui passe ».

L'insistance de *Kansei* sur le recours exclusif aux *wakotoba* pour désigner « des représentations saisies par les cinq sens », et qui d'après la brochure, ne s'écriraient qu'exclusivement en *hiragana* et non en *kanji*, relève aussi de la rhétorique du *kokoro*, dont la pureté est corrélée à son origine première.

Si le *kokoro* dans ces trois expositions renvoie à une considération esthétique, il évoque également à la dimension physiologique du cœur comme organe. Il est le lieu physique où se cristallise l'« esprit japonais ». Le musée du Quai Branly tient en effet, sur les pas de Yanagi Sôetsu, à « révéler la beauté des objets d'usage quotidien et leur dimension spirituelle », laquelle donne à voir « l'esprit des peuples ». Le *kansei* est « une riche sensibilité » sur laquelle l'exposition tente de « lever le voile », comme une « philosophie ».

---

<sup>12</sup> Notamment en philosophie et en politique, par le biais du confucianisme.

<sup>13</sup> Je reviendrai plus loin sur la tournure approximative utilisée ici.

La brochure de la MCJP présente encore cet esprit comme bien mystérieux : elle interroge « ce qui fait qu'au premier coup d'œil, un design est perçu, sans qu'on sache exactement pourquoi, comme spécifiquement japonais ».

### **Resituer le discours des trois expositions**

Les expositions *Wa* et *Kansei* ont été réalisées par des Japonais, quant à celle du musée du Quai Branly, bien que réalisée par une institution française, elle prend sa source dans l'institution japonaise qui lui a fourni les objets, accompagnés des discours qu'ils véhiculent. Le propos relayé par les trois expositions est, à l'arrivée, similaire et basé sur les mêmes arguments. Quelle place occupe ce discours dans le panorama des images diffusées par le Japon sur lui-même ?

#### *L'empreinte des nihonjin ron*

##### - Des références éprouvées

Le propos homogène des expositions est centré sur des références à l'ahistoricité du Japon, à la langue japonaise comme clé de concepts exclusivement japonais, et à un « esprit » formulé notamment par les concepts d'harmonie et de cœur. Or, ces références font écho aux thèses des *nihonjin ron* 日本人論, dans lesquels se retrouvent les mêmes éléments.

Travaux culturalistes produits par les Japonais sur eux-mêmes, ils sont définis par Jacqueline Pigeot<sup>14</sup> comme les « essais que les Japonais ont depuis la guerre consacrés à l'analyse de leurs particularités nationales, de leur société, de leur culture ». En tant que genre littéraire identifié et étiqueté comme tel dans les étagères des libraires, il est apparu après-guerre et a explosé à partir des années 1960. Il est cependant à noter que des ouvrages parus dès le début du 20<sup>ème</sup> siècle s'y apparentent, tant dans le schéma formel que dans le contenu<sup>15</sup>.

Toujours très vivante aujourd'hui, la catégorie recouvre des milliers de titres : Harumi Befu<sup>16</sup> en a recensé des formes diverses qui se déploient dans un continuum entre travaux

---

<sup>14</sup> PIGEOT Jacqueline, Les japonais peints par eux-mêmes, *Le débat*, 1983, n° 23, pp. 19-33

<sup>15</sup> Notamment, *La structure de l'iki*, de Kuki Shūzō, publié en 1930, dans lequel l'auteur définit une notion proprement japonaise, l'*iki*, donnée comme clé de l'esthétique traditionnelle.

<sup>16</sup> BEFU Harumi, *Hegemony of homogeneity : an anthropological analysis of "Nihonjin ron"*, Melbourne : Trans Pacific Press, 2001

scientifiques et essais populaires : ouvrages, articles académiques, de magazines ou de journaux, ils forment un phénomène culturel de masse. Befu a également effectué une typologie des principaux motifs autour desquels se cristallisent ces « traités sur les Japonais ». Or, il apparaît qu'ils sont précisément ceux que je viens d'énumérer.

Tout d'abord, l'ahistoricité de l'essence japonaise est au cœur du *nihonjin.ron*. Les heurts de l'Histoire sont passés sous silence, et Pigeot cite des auteurs de *nihonjin.ron* (Umesao Tadao, Nishio Kanji) dont la littérature « plaide pour l'immutabilité japonaise ».

En second lieu se dégage l'argument du langage, qui pour Harumi Befu « est inévitablement au cœur des *nihonjin.ron* » car les traits fondamentaux propres aux Japonais qui y sont énoncés sont exprimés en japonais par des concepts tenus pour difficiles à traduire. Le moteur de l'argument de l'unicité par le langage est que le japonais n'est parlé que par les Japonais, et qu'il est parlé par tous les Japonais : c'est ce qu'il appelle l'« isomorphisme parfait » entre l'aire linguistique (les locuteurs de langue maternelle japonaise), la terre (les habitants du pays) et la culture. Celui-ci induit que la logique de la langue japonaise serait différente de celle des langues occidentales, et par là-même, que le mode de pensée de ses locuteurs serait fondamentalement différent.

Enfin, ce qui fait l'identité japonaise d'après les *nihonjin.ron* relève de l'intuitivité, et corrélée à l'emploi des motifs tels que l'harmonie ou le cœur. Pigeot qualifie l'harmonie de « dogme » autour duquel est organisée la structure sociale japonaise telle que dépeinte par les *nihonjin.ron*. Quant au *kokoro* comme lieu de l'essence de la culture, Befu le décrit comme une notion immanente, une « substance » de la quintessence japonaise, qui renvoie à un sentiment de nostalgie d'un Japon pur et premier.

Les expositions reprennent les rhétoriques des *nihonjin.ron*, ce qui permet d'affirmer qu'elles s'inscrivent dans ce type de démarche. La structure du *nihonjin.ron* est régulière et propose des schémas-types de la culture japonaise<sup>17</sup> : un paradigme proprement japonais est dégagé (issu d'un registre écologique, linguistique, psychologique...) qui permet ensuite à l'auteur de décrire de nombreux aspects de la culture japonaise de façon « impressionniste » plus que sous la forme d'un développement dialectique. Le même procédé est à l'œuvre dans les expositions, qui articulent des discours homogènes sur le Japon à partir de concepts érigés

---

<sup>17</sup> Par exemple, le *nihonjin.ron* de Suzuki Hideo oppose le paysage de forêt, typiquement japonais, au paysage désertique de l'Occident : le premier serait la cause de la capacité d'analyse aiguë propre aux Japonais, par contraste avec la seconde, qui déterminerait l'esprit de synthèse : cf. SUZUKI H., *Shinrin no shikô Sabaku no shikô* (« Pensée forestière, pensée désertique »), Tokyo : Nippon Hôsô Shuppan Kyôkai, 1978.

en paradigmes : le *mingei* au Quai Branly, l'harmonie à la MCJP, et le *kansei* aux Arts Décoratifs.

#### - La méthode prescriptive

L'homogénéité des expositions est annoncée comme étant une donnée pré-requise des objets présentés ; pourtant, elle n'est que créée par la scénographie et la rhétorique issue des *nihonjin.ron*, qui font coexister et rassemblent un mélange d'objets hétéroclites.

Cette rhétorique est entretenue par des formules standardisées et des arguments lourdement martelés. A la MCJP, l'« harmonie » se décline à chaque phrase ; la rhétorique de la symbiose et de la fusion (des valeurs, des procédés de fabrication...) est le terreau de presque tous les textes émis par les commissaires et repris sur le communiqué de presse. Le musée du Quai Branly construit ses textes (de la scénographie et de la brochure) autour des champs sémantiques du populaire, de l'anonymat et du spirituel. Quant à *Kansei*, la quantité importante de textes appuyant le propos de l'exposition rend particulièrement frappant le procédé de standardisation des formules : la sensibilité, l'esprit, la nature, la tradition ou la philosophie sont autant de termes-clés qui se retrouvent dans chaque phrase de la brochure. Ils sont parfois associés au sein de tournures qui en deviennent abstraites : par exemple, on l'a vu, *dōsa* est « le mouvement qui se produit dans le geste ou le cœur » ; ou bien, « le sens esthétique [est] mûri au sein d'une culture profondément présente ». De plus, les paragraphes décrivant les objets exposés reprennent systématiquement le concept japonais qui lui est rattaché ; ils sont donc particulièrement répétitifs.

Les brochures d'expositions ne sont pas des objets conçus pour être lus de façon extensive par les visiteurs. Aussi, la répétition et la standardisation des formules sert un souci aigu de communication du propos ; quelque soit le passage que lira le visiteur, l'essentiel du message contenu par l'exposition lui sera transmis.

Or, les expositions, et donc leurs textes, au moins dans le cas de *Wa* et *Kansei*, proviennent des institutions japonaises qui les ont réalisées en grande partie, puis transposées en France. L'exposition des Arts Décoratifs est explicitement organisée de bout en bout par le METI, prenant place dans une démarche plus large de promotion industrielle à l'étranger, intitulée « *Kansei* et création de valeur », initiée par le même ministère japonais en mai 2007. Les Arts Décoratifs ne semblent donc pas avoir pris part au processus d'élaboration de l'exposition parisienne. Quant à la MCJP, elle présente habituellement des expositions

élaborées en interne à Paris, ou en partie en amont par la Fondation. Cependant, dans le cas de *Wa*, le siège japonais a été particulièrement dirigiste. Les commissaires de l'exposition étaient tous Japonais ; la scénographie est d'habitude laissée à une agence française, mais cette fois-ci l'agence était également japonaise. Du choix des objets jusqu'à leur transport, en passant par le contact avec les entreprises les ayant produits, tout a été décidé par l'équipe japonaise. Les textes présentés dans l'exposition sont habituellement élaborés à partir d'une base en japonais fournie par le siège de la Fondation, qui laisse le soin à l'équipe en France de traduire, enrichir et adapter le contenu au public français. Or, cette fois-ci, la consigne a été de ne faire que traduire fidèlement les textes de la signalétique, par ailleurs beaucoup plus courts qu'à l'accoutumée.

Tout ceci relève de la valeur « prescriptive » qui caractérise le mode de fonctionnement des *nihonjin.ron* selon Befu. Celui-ci postule que les faits énumérés dans les *nihonjin.ron* et les théories qui en sont dégagées sont donnés comme des observations, alors qu'il s'agit d'un « idéal positif » : les Japonais décrits dans ces traités, et les caractères qui leur sont associés, deviennent des standards normatifs. C'est la même idée qu'énonce Pigeot lorsqu'elle affirme que les *nihonjin.ron* insistant sur le consensus social sont moins des « objets d'analyse » que des « formules conjuratoires ». De la même façon, les institutions organisatrices des expositions en amont, au Japon, ont prescrit une vision du Japon à diffuser en France. Ainsi, la Fondation du Japon a formulé explicitement son désir de laisser les objets être « parlants », afin de donner à voir un Japon intuitif, apparenté à celui des *nihonjin.ron*, et de l'imposer auprès du public parisien.

Au musée du Quai Branly, en revanche, si les objets proviennent du musée japonais, les commissaires insistent sur l'indépendance, tant financièrement que pour la formulation du propos, dont ils ont bénéficié vis à vis du *Mingeikan*. Pourtant, nous l'avons vu, le propos est également proche de celui des deux autres expositions. En cela, l'image renvoyée par le Japon en Occident apparaît parfaitement assimilée. Cette appropriation illustre le jeu du miroir tendu par l'Autre dans la construction de l'identité japonaise.

## *Entre Japon et Occident, un jeu d'influences réciproques*

### - L'identité japonaise : une construction en miroir

Le discours d'identité par une essence culturelle, produit par le Japon sur lui-même, est donc installé et repris en France par les institutions exposantes qui le véhiculent à leur tour.

Dans le cas du musée du Quai Branly, la démarche pourtant indépendante de l'institution japonaise aboutit à un propos balisé et marqué des mêmes arguments que les expositions élaborées au Japon.

De plus, pour les trois expositions, ce propos est accepté et largement diffusé au grand public: ce qui s'observe notamment dans la presse qui a couvert les trois expositions. Les articles les évoquant reprennent les mots employés dans les communiqués de presse. Les formules sont parfois rigoureusement identiques, ce qui suggère un simple copié-collé de la source. Cependant, le discours développé plus en longueur dans le numéro spécial d'AD (*Architectural Digest*) dédié au design japonais, sur lequel je me suis concentrée, montre une véritable récupération de la rhétorique des *nihonjin.ron* : « Et si l'essence du design se trouvait bel et bien au Japon ? Sans que l'on sache exactement pourquoi, il nous arrive de distinguer, dans une myriade d'objets venus du monde entier, ceux issus du pays du Soleil Levant. Comme si, malgré la globalisation à outrance, l'œil arrivait à reconnaître ce « petit quelque chose » d'éminemment nippon ».

Sensibilité, compréhension intuitive, harmonie, atemporalité : les mêmes motifs sont repris, et dessinent les axes sur lesquels se bâtit l'image du Japon en France.

Précisément, l'identité japonaise que proposent les *nihonjin.ron* vaut pour et par sa diffusion à l'étranger. « Cette définition de soi ne vaut comme telle que parce qu'elle est acceptée par l'extérieur » : c'est pour cette raison, d'après Befu, que « le gouvernement japonais dépense tant d'énergie à propager les *nihonjin.ron* à l'étranger » en finançant leur traduction en anglais, ou, ici, en exportant des expositions culturalistes.

Ici, les expositions *Wa*, *Mingei* et *Kansei* réactualisent un jeu de projections entre Japon et Occident qui leur est bien antérieur dans la définition de l'identité japonaise. Il s'agit d'un complexe jeu de miroirs, qui fonctionne par contact et réaction, dans les deux sens et sur une large échelle historique. L'image de soi donnée par le Japon s'est construite dans une confrontation permanente avec l'étranger. Michael Lucken l'a montré dans le cas de la



formulation des concepts artistiques à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle (Lucken<sup>18</sup>) ; Laurence Caillet a également noté que les théories actuelles émises par des Japonais sur le Japon, pour être plébiscitées, doivent faire un détour par la recherche Occidentale (Caillet<sup>19</sup>). Ici, ce mouvement est illustré par un article rédigé par une commissaire de l'exposition du musée du Quai Branly, côté français, publié dans la revue *Mingei*, au Japon, afin de rendre compte de la réception de l'exposition en France<sup>20</sup>. Par ailleurs, elle attribue son succès à l'effort d'adaptation du contenu au public français. En d'autres termes, le Japon qui y a été présenté a fait mouche car il correspond déjà à une image très photogénique du Japon à laquelle le public français est sensible : le jeu de miroir est sans fin.

#### - Rejet de l'étranger et ambition universaliste

Cette identité japonaise ainsi construite englobe à la fois deux tendances paradoxales et complémentaires. Parce qu'elle est purement japonaise, elle exclut les étrangers, qui ne peuvent la comprendre. Mais dans le même mouvement, parce qu'elle est spirituelle, l'essence japonaise a une vocation universelle : il s'agit de la diffuser le plus largement possible dans le monde.

Les *nihonjin.ron* sont toujours construits dans un rapport de comparaison et de différenciation, même implicite, à l'Occident. En effet, le discours véhiculé par les expositions se donne comme concernant l'ensemble de la population japonaise, et exclut tous les non-Japonais de toute compréhension de cette identité. L'anecdote relevée par le musée du Quai Branly, indiquée sur le cartel présentant les « objets en bambou », montre bien que les concepts japonais sont inaccessibles aux étrangers : Yanagi Sôetsu trouvait les objets achetés par Charlotte Perriand de très mauvais goût.

Le procédé d'exclusion des non-Japonais est également récupéré lorsque les journalistes d'AD expliquent qu'il est nécessaire de passer par « la sémantique japonaise » pour tenter de comprendre la spécificité du design japonais. L'un des journalistes juxtapose les concepts japonais sans les traduire, et ironise sur leur opacité (« *Kawaii, kurafuto, minimaru...* rien que cela ! »). Il écrit plus loin que le « *kokoroburaki* (sic<sup>21</sup>)[est] une vertu

---

<sup>18</sup> LUCKEN M., *L'art du Japon au vingtième siècle*, Paris : Hermann, 2001, pp. 23-27

<sup>19</sup> CAILLET L. (dir.), *Ethnographies japonaises*, introduction, *Ateliers*, 2006, n°30, pp. 9-34

<sup>20</sup> SHIRAHARA Akemi, « Compte-rendu de l'exposition au musée du Quai Branly »

(ケ・ブランリー美術館展覧会報告), in *The Mingei* (民藝), n° 675, mars 2009, pp. 50-54

<sup>21</sup> Il s'agit en réalité de « *kokorokubari* ».

proche de la sagesse ». Le terme japonais n'est pas employé par souci d'exactitude : les syllabes en sont négligemment mélangées. Le recours au concept japonais semble plutôt relever de la reprise de l'exotisation par la langue au compte des Français. Enfin, lorsqu'il conclut que « l'énigme de l'item nippon n'en reste pas moins à percer », la différence insurmontable entre les Japonais et le reste du monde, argument premier des *nihonjin.ron*, est définitivement scellée dans son discours.

Cependant, cette essence purement japonaise est, plus encore, à vocation universelle. L'article de la revue *Mingei* cité plus haut affirme que la plus grande qualité de l'exposition a été de fasciner le public par le « discours universel » qui s'en dégageait : par la « parole silencieuse » des objets se dégageait une « vérité commune avec l'Occident ». Le texte signé par le Ministre de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie du Japon, en introduction de la brochure de l'exposition aux Arts Décoratifs, présente la sensibilité *kansei* comme un concept que le Japon a « élucidé » et qu'il s'agit de « diffuser dans le monde ». Le propos prend ses racines dans un Japon essentialisé, mais il a une ambition internationale.

Lorsque le design japonais est présenté comme réussissant la symbiose entre passé et présent, et entre artisanat et industrie, il s'érige en modèle. Il ne s'agit pas seulement de donner une image du Japon à voir à l'extérieur, mais de montrer également que les qualités de ce Japon sont un exemple à suivre, en l'occurrence, pour le design en général, d'où qu'il soit. De la même façon, la mise en avant des designers internationaux au sein de l'exposition *Mingei* montre que des étrangers se sont installés au Japon afin de puiser leur inspiration aux sources d'une essence spécifiquement japonaise, qui leur a permis d'élever leur création à un niveau transcendant les frontières, voire le temps : ce même « niveau plus élevé » qui est atteint grâce à la fusion des valeurs que permet le « *wa* ».

L'article de Libération<sup>22</sup> traitant de nos trois expositions soulève ces questions, en rapportant en guise d'introduction les propos du couturier Issey Miyake : « Il est possible d'envisager des mesures qui permettraient de refonder la nation sur un design ayant sa place dans le monde entier » : le design semble être un support idéal pour les aspirations internationales de l'essence japonaise.

---

<sup>22</sup> FEVRE Anne-Marie, France-Japon, relations d'harmonie, *Libération*, 4 novembre 2008, consultable en ligne : <http://www.liberation.fr/culture/0101166925-france-japon-relations-d-harmonie> (dernière consultation: 27/11/08)

## Conclusion

Les trois expositions *Mingei*, *Wa* et *Kansei* s'inscrivent dans la rhétorique des *nihonjin.ron*: elles sont, en elles-mêmes, des *nihonjin.ron*. Le Japon qui y a été donné à voir est un Japon théorisé dans cette littérature ; les expositions sont des éléments qui font partie de la promotion de ce Japon à l'étranger. Elles en reprennent les procédés d'argumentation et de persuasion. Par leur tenue à Paris à l'hiver 2008, l'acceptation de leur propos et l'écho qu'elles ont reçu dans les media, elles illustrent et réactualisent la construction de l'image du Japon produite par lui-même en regard de l'Occident.

Germain Viatte, interrogé par une revue d'art<sup>23</sup> dans une très courte interview, résume le propos de *Mingei* en deux paragraphes : il évoque successivement la « dimension spirituelle » essentielle propre au Japon, puis l'ambition qu'il a eu de montrer « l'universalité des techniques ». La juxtaposition des deux idées, dans cette synthèse, montre qu'elles forment l'armature minimale du propos de l'exposition : *essence japonaise* et *universalisme*. J'ai montré en quoi il s'agissait de deux tendances présentes dans les discours émis par les institutions exposantes et ceux qui les ont relayés. Mais de façon plus générale, le discours sur l'universalisme du modèle japonais semble être véritablement une part constituante des théories culturalistes.

Cette dynamique n'est cependant pas neutre : pour le philosophe Bernard Stevens<sup>24</sup>, elle peut poser problème en ce qu'elle réactive la thématique du « dépassement de la modernité » par le Japon, laquelle porte une « coloration idéologique » qu'il juge dangereuse. En effet, il rappelle comment, dans les années 1930-1940, les philosophes de l'école de Kyôto en ont fait la justification de l'ultranationalisme et de l'impérialisme d'alors. La recherche de la spécificité japonaise s'accompagnait d'une « réinterprétation de la philosophie hégélienne de l'histoire », dans laquelle le Japon est placé en « terme ultime de l'avènement de l'Esprit ». La « vocation spirituelle » n'était alors qu'un prétexte, le projet universaliste étant au contraire tout à fait concret, puisqu'il s'agissait de remettre chaque nation à sa place, avec le Japon à leur tête. Le « dépassement de la modernité », titre du colloque de 1942, s'exprime

---

<sup>23</sup> GEOFFROY-SCHNEITER Bérénice, «Le *Mingei* ou la beauté dans l'ordinaire... », in *L'œil* n° 607, novembre 2008

<sup>24</sup> STEVENS Bernard, « Ambitions japonaises, nouvel asiatisme et dépassement de la modernité », in *Esprit* n°213, juillet 1995, pp. 5-29

aujourd'hui sous la forme d'un « nouvel asiatisme » : ce qui le rend inquiétant est l'usage qui en est fait par les néo-nationalistes, pour lesquels la puissance économique du Japon est corrélée à la vocation universelle de la culture japonaise.

S'il semble donc nécessaire d'être prudent sur ses éventuelles implications politiques et idéologiques, Stevens concède que l'idée d'essence japonaise universelle reste néanmoins bonne à penser dans certains domaines, tels que l'esthétique. L'analyse des trois expositions *Mingei*, *Wa* et *Kansei* montre comment le design est un support privilégié dans le développement de cette rhétorique

La culture, comme essence insaisissable, se veut ici incarnée dans des objets concrets. Retracer leur processus de sélection permet de mettre à jour la « vision du monde » qui les sous-tend, et qui les dépasse. La mise en perspective historique de Stevens vaut donc pour une mise en garde qu'il apparaît nécessaire de garder à l'esprit : la manipulation de l'altérité japonaise décrite ici comprend des enjeux qui vont bien au-delà des portes des institutions muséales.

Coralie Castel, 17/12/2009

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **Matériaux primaires :**

#### Presse :

AD (*Architectural Digest*), numéro spécial design japonais, novembre 2008.

BOUCRELLE, V., « Kansei, la nouvelle valeur du design », *Planète Japon*, n° 13

FEVRE, A.-M., France-Japon, relations d'harmonie, *Libération*, 4 novembre 2008, consultable en ligne : <http://www.liberation.fr/culture/0101166925-france-japon-relations-d-harmonie> (dernière consultation: 27/11/08)

GEOFFROY-SCHNEITER Bérénice, «Le *Mingei* ou la beauté dans l'ordinaire... », in *L'œil* n° 607, novembre 2008, consultable en ligne : [http://www.artclair.com/oeil/archives/docs\\_article/60031/le---mingei---ou-la-beaute-dans-l-ordinaire.php](http://www.artclair.com/oeil/archives/docs_article/60031/le---mingei---ou-la-beaute-dans-l-ordinaire.php) (dernière consultation: 17/12/09)

SHIRAHA Akemi, « Compte-rendu de l'exposition au musée du Quai Branly » (ケ・ブランリー美術館展覧会報告), in *The Mingei* (民藝), n° 675, mars 2009, pp. 50-54

#### Communiqués de presse officiels :

*Kansei*, communiqué de presse en ligne : <http://www.jetro.go.jp/france/topics/20081121308-topics> (dernière consultation: 4/12/08)

*Wa : l'harmonie au quotidien* : communiqué de presse papier.

#### Catalogues d'exposition :

Musée du quai Branly, Paris, 2008. *L'esprit Mingei au Japon*. Catalogue d'exposition (Paris, Musée du quai Branly, 20 septembre 2008 -11 janvier 2009). Paris : Musée du quai Branly/Actes Sud, 2008

Maison de la culture du Japon à Paris / the Japan Foundation, Paris, 2008. *Wa : l'harmonie au quotidien - design japonais d'aujourd'hui*. Catalogue d'exposition (Paris, Maison de la culture du Japon à Paris, 22 octobre 2008 – 31 janvier 2009). Tokyo : Fondation du Japon, 2008.

#### Dépliants distribués gratuitement :

*L'esprit Mingei au Japon*

*Wa : l'harmonie au quotidien*

Kansei

**Matériaux secondaires :**

BEFU H., *Hegemony of homogeneity : an anthropological analysis of "Nihonjinron"*, Melbourne : Trans Pacific Press, 2001

BENEDICT R., *The Chrysanthemum and the sword*, Boston : Houghton Mifflin, 1946

BUTEL, J.-M., [#005 Exposition : L'esprit Mingei au Japon - musée du Quai Branly](#), podcast disponible sur <http://japethno.blogspot.com/> (dernière consultation 25/05/09)

CAILLET L. (dir.), *Ethnographies japonaises, Ateliers*, 2006, n°30, pp. 9-34

CHAPPUIS R., *La japonité selon Jeanne d'Arc, Critique internationale*, 2008, n° 38, pp. 55-72

DAVALLON J., *L'exposition à l'œuvre, stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris : L'Harmattan, 1999

DE L'ESTOILE B., « Quand l'anthropologie s'expose », *Critique – revue générale des publications françaises et étrangères*, n° 680-681, vol. 60, jan-fév 2004, pp. 5-15

DE L'ESTOILE B., *Le goût des autres: de l'exposition coloniale aux arts premiers*, Paris : Flammarion, 2007

DOI T., *Amae no kôzô* (en français : *Le Jeu de l'indulgence*), Tokyo : Kôbundô, 1971

GONSETH M.-O., HAINARD J., KAERH R. (éd.), *Le musée cannibale*, Neuchâtel : Musée d'ethnographie, 2002

HOBBSAWM E., RANGER T., *The invention of tradition*, Cambridge : Cambridge University Press, 1983

IVY, M., *Discourses of the vanishing: modernity, phantasm, Japan*, Chicago : University of Chicago Press, 1995

LUCKEN M., *L'art du Japon au vingtième siècle*, Paris : Hermann, 2001

OGUMA E., *Tan.itsu minzoku shinwa no kigen : the myth of the homogeneous nation*, Tokyo: Shin.yôsha, 1995

PIGEOT J., *Les japonais peints par eux-mêmes, Le débat*, 1983, n° 23, pp. 19-33

RAISON B., *L'empire des objets*, Paris : éditions du May, 1989

SABATA T., *Nikushoku bunka to beishoku bunka* (« la culture carnivore et la culture du riz »), Tokyo : Kôdansha, 1972

STEVENS B., « Ambitions japonaises, nouvel asiatisme et dépassement de la modernité », in *Esprit* n°213, juillet 1995, pp. 5-29

SUZUKI H., *Shinrin no shikô Sabaku no shikô* (“Pensée forestière, pensée désertique”), Tokyo : Nippon Hôsô Shuppan Kyôkai, 1978

TIPTON E., CLARK J. (éd), *Being modern in Japan : culture and society from the 1910s to the 1930s*, Honolulu : University of Hawaii Press, 2000

UMESAO T., *Le Japon à l'ère planétaire*, Paris : Publications orientalistes de France, 1983

UMESAO T., Keynote address: the comparative study of collection and representation, by Umesao Tadao, *Japanese Civilization in the Modern World*, XVII, Collection and representation, *Senri Ethnological Studies* n° 54, 2001, pp. 1-14

VLASTOS S., *Mirror of modernity : invented traditions of modern Japan*, Berkeley : University of California Press, 1998

YOSHIDA K., “Tôhaku” and “Minpaku” within the history of modern Japanese civilization: Museum Collections in Modern Japan, by Yoshida Kenji, *Japanese Civilization in the Modern World*, XVII, Collection and representation, *Senri Ethnological Studies* n° 54, 2001, pp. 77-104