



HAL
open science

[Recension] Selling Happiness. Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai

Michela Bussotti

► **To cite this version:**

Michela Bussotti. [Recension] Selling Happiness. Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai. *Arts Asiatiques*, 2007, 62, pp.153 - 154. halshs-02509221

HAL Id: halshs-02509221

<https://shs.hal.science/halshs-02509221>

Submitted on 16 Mar 2020

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.

Ellen Johnston Laing, *Selling Happiness. Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai*

Michela Bussotti

Citer ce document / Cite this document :

Bussotti Michela. Ellen Johnston Laing, *Selling Happiness. Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai* . In: Arts asiatiques, tome 62, 2007. pp. 153-154;

https://www.persee.fr/doc/arasi_0004-3958_2007_num_62_1_1682_t1_0153_0000_2

Fichier pdf généré le 21/04/2018

à lui, une représentation de Nyoirin Kannon, plutôt associée au Shingon. On découvre également que le sanctuaire intérieur est, lui, plus spécifiquement organisé pour la célébration de rituels d'initiation (kanjō; skt. abhiseka) avec les deux mandalas de la Matrice et du Diamant se faisant face de chaque côté de l'autel. Le Mieidō, bâtiment dédié à Kūkai, date du XIV^e siècle mais fut refaçonné au XVIII^e siècle, les deux périodes coïncidant avec la prédominance de l'école Shingon sur le temple.

Les 4^e et 5^e chapitres se concentrent sur ce pourquoi le Murōji est aujourd'hui célèbre : le Kondō. Fowler nous introduit dans les rivalités inter-écoles dans lesquelles le Murōji s'est retrouvé plongé. On découvre au fil des pages que le bâtiment a subi au cours des siècles des changements radicaux aussi bien au niveau de son appellation, que de sa forme ou de sa raison d'être. La réorganisation des statues datant des IX^e et X^e siècles, classées Trésor national ou Bien culturel important, sur l'autel principal est particulièrement intéressante. Le groupe, constitué de deux bouddhas (généralement identifiés comme Shaka et Yakushi) et de trois bodhisattvas (Jūichimen Kannon, Jizō et Monju), ne correspond à aucune description dans les sutras ou les manuels iconographiques, et personne n'a

à ce jour été à même d'expliquer de manière convaincante pourquoi ces cinq statues ont été regroupées sur ce site. Elles n'ont pas été sculptées aux mêmes époques et leurs différences stylistiques démontrent qu'il n'avait pas été initialement prévu de les placer ensemble.

Il serait impossible ici de présenter ou même résumer l'extraordinaire histoire contée par Fowler. Elle parvient cependant à la conclusion que la triade originelle était constituée de Yakushi Nyorai accompagné par Jizō et Kannon, les bodhisattvas de la lumière (*hōkō bosatsu*). D'après Fowler, ce sont les membres de l'école Hossō qui ont opéré les changements de manière à établir un lien entre les cinq représentations du Murōji et les cinq kamis shintō du sanctuaire de Kasuga, à l'époque partie intégrante du Kōfukuji. Nous avons donc ici un exemple particulièrement intéressant d'une iconographie manipulée de manière à appuyer les manœuvres des tenants d'une école dans sa revendication de ses droits de propriété sur le Murōji.

Ce dernier chapitre est certainement l'un des plus palpitants de l'ouvrage et démontre les talents de l'auteur. Le seul bémol serait le choix de Fowler d'ignorer complètement l'étude des Douze Généraux placés devant les représentations princi-

pales du Kondō. En effet, d'un point de vue artistique, elles ont autant d'intérêt que les cinq principales statues puisqu'elles datent toutes de l'époque Kamakura et sont toutes classées Biens culturels importants. En outre, ces douze « gardiens » sont les compagnons habituels de Yakushi. Dans le cadre de la discussion sur la véritable identité du bouddha central, Shaka ou Yakushi, cela aurait constitué en outre un argument supplémentaire. En tout état de cause, ils auraient certainement mérité mieux que les quelque 17 lignes page 179.

Cet ouvrage est une mine d'informations aussi bien sur les pratiques religieuses, les croyances, les luttes de pouvoir interconfessionnelles, les liens entre topographie et religion, mais aussi sur les liens si particuliers entre le monde religieux et les artistes qui tentent à leur manière de transposer les croyances. L'époque Heian est considérée comme l'âge d'or de l'art japonais, le Murōji en présente une facette remarquable. Cet ouvrage richement illustré, accompagné d'un glossaire des termes japonais et chinois devrait séduire aussi bien les historiens des religions, les historiens de l'art, que toute personne curieuse du Japon.

ANTONY BOUSSEMART

Ellen Johnston Laing

Selling Happiness. Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai

Honolulu, University of Hawai'i Press, 2004. ISBN 0-8248-2764-3.
308 p., 149 ill. dont 37 en couleur

Selling Happiness est un beau livre, par sa présentation avec de nombreuses planches en noir et blanc ou en couleurs, ainsi que par son contenu intéressant et rédigé d'une façon agréablement concrète, ce qui le rendra accessible à un public plus large que les spécialistes. Certaines affirmations tranchées – telle que l'absence de consommation dans le système traditionnel économique chinois (p. 11) – ne vont pas faire l'unanimité. Mais on peut se demander si cela n'est pas le résultat d'un choix de l'auteur, qui refuse des théorisations pour rester lié à ses matériaux et à leurs images : images le plus souvent de femmes, mais parfois de paysages ou de fleurs, dessinées au

dessus d'un calendrier, avec aux marges et en arrière-plan des produits à sponsoriser, des inscriptions en chinois et éventuellement dans une langue étrangère (p. 3). Voici donc la composition la plus commune du calendrier en forme de poster (*yuefen pai*), le plus souvent produit dans une imprimerie lithographique d'une Shanghai cosmopolite et – soulignerons-nous – coloniale, destiné à la maison des gens du commun.

Pour nous présenter ces objets, produits et producteurs d'une société de masse et de consommation, Ellen Johnston Laing a conçu un ouvrage que l'on peut diviser en deux parties principales : une présentation générale de ce phénomène artistique, édi-

torial et commercial (ch. 1-3), suivie par des études de cas sur des exemplaires particuliers associés à l'activité d'une douzaine d'artistes (ch. 4-9). Un bref exposé sur les artistes de posters et calendriers après 1949, mais surtout sur le débat et les difficultés rencontrées par ce genre et par ses auteurs face aux nouvelles exigences de la politique, conclut le texte (ch. 10, p. 223-134). Viennent ensuite les notes, la bibliographie, un glossaire et un index (p. 235-305).

Dans la première partie de *Selling Happiness*, nous trouvons un chapitre proprement introductif de ce qu'étaient les posters calendriers aux Etats-Unis (p. 4-

11), ainsi que des informations sur les prémisses de cette production en Chine (publicité xylographiée et calendriers anciens, p. 11-29). Mais l'auteur y présente aussi le «statut» de ces produits dans leur milieu de production et de diffusion, celui des commerces et du monde de l'art de Shanghai entre la fin de Qing (1644-1911) et l'époque Républicaine (1911-1949). Les détracteurs ne manquent évidemment pas, non seulement chez les artistes et les intellectuels, mais aussi parmi les hommes d'affaires dont certains doutent de la vraie efficacité de ces imprimés en tant que support publicitaire (p. 29-39). Ces mêmes milieux sont aussi au cœur du ch. 3, «Production et marché des calendriers publicitaires en Chine» (p. 61-77), où sont traités plusieurs aspects concernant ces imprimés: l'apprentissage du graphisme occidental se fait chez les missionnaires et dans les écoles gouvernementales; les publications sur ce sujet fleurissent; le flux d'images alimente la production de calendriers créés par les agences publicitaires indépendantes ou annexées aux grandes entreprises, par des artistes commerciaux, par des maisons d'édition, etc. Parmi ces maisons, la Commercial Press est – une fois de plus – à la pointe, avec une gamme de calendriers finis ou non, qui sont sponsorisés dans les publications de genres différents de la maison. Le monde de l'édition est toujours présent dans la narration, car les auteurs des posters calendriers publient aussi dans des revues, où ils illustrent souvent pages et couvertures.

Le deuxième chapitre (p. 42-59) pourrait être défini comme plus «technique», non dans le sens strict du terme, mais parce qu'on y aperçoit comment le développement des différentes techniques, le passage de la xylographie à la lithographie, les évolutions liées à l'introduction de la couleur et à la photographie, accompagnent des changements d'un autre type, par exemple le déplacement de la production des estampes populaires de Suzhou à Shanghai, l'arrivée dans la ville «nouvelle» de nombreuses personnes destinées à mettre en application ces nouvelles techniques, en faisant évoluer les métiers ainsi que les messages de l'art et de la communication.

Le chapitre quatre (p. 79-83) est destiné à présenter la première phase de cette production. On y constate la capacité de Ellen Johnston Laing à déchiffrer symboles et éléments de l'iconographie, plus ou moins traditionnels, y compris ceux des calen-

driers à sujet historique et politique (cette thématique apparaît aussi dans les inscriptions, telles que celles de *minguo wansui* et *guomin wansui*, citées aux p. 102, 111; voir aussi p. 135). À partir de ce chapitre, il devient peu utile d'essayer de donner un résumé dans ce compte rendu. D'une part, ce résumé est déjà compris dans le corps même de l'ouvrage (p. 40-42), présentant ces chapitres comme autant d'études consacrées aux artistes actifs dans la production des posters calendriers: Zhang Zhiying (ch. 4), Zhou Muqiao (ch. 5, p. 85-113), Zheng Mantuo et Xu Yongqing (ch. 6, p. 115-137), Xie Zhiguang (ch. 7, p. 139-170), Liang Dingming, Hu Boxiang, Ni Gengye et Zhang Guangyu (ch. 8, p. 171-198), Hang Zhiying, Jin Xuechen et Li Mubai (ch. 9). D'autre part, l'auteur procède souvent par une description détaillée des documents – et pour cette raison, même si le livre est richement illustré nous aurions parfois souhaité encore plus de reproductions pour les ouvrages décrits –, et chaque passage est un élément du discours. En fait, pour la vie de certains peintres, comme le fortuné Xie Zhiguang, les informations sont assez nombreuses pour nous permettre de suivre son histoire non seulement dans la Shanghai de la période Républicaine, mais aussi dans l'après 1949. Par contre d'autres biographies sont moins détaillées, et les posters calendriers prennent le devant. Bien que des éléments sur la vie de Zhou Muqiao, ainsi que ses collaborations avec différentes entreprises éditoriales, soient mentionnés, on peut retenir de ce chapitre l'évolution de la «mise en page» du poster calendrier, qui après l'application dans les années 1910 d'un bandeau fait de rubans, bannières et drapeaux au dessus de l'image, abandonne cette disposition et ces motifs pour utiliser dans les années suivantes des bords avec des décorations élaborées (p. 110-111). Et bien que ces éléments puissent sembler marginaux, c'est cependant dans ces espaces que seront plus tard représentés des nouveaux motifs, par exemple ceux inspirés de l'art déco. Les influences de ce mouvement se reconnaissent dans le *designer* abstrait et dynamique non seulement des décors marginaux, mais aussi des lieux et des vêtements représentés dans les images (p. 187-191); parfois même la graphie est revue, à l'aide des nouvelles techniques d'impression, et de nouveaux types de «caractères art déco» sont utilisés pour les annonces. C'est entre autres par le biais de

ces imprimés «populaires» que les formes géométriques et abstraites de l'art étranger seraient devenues familières, dans une ville moderne comme Shanghai, même à l'homme du commun (p. 193-196). Mais l'innovation vient également des différentes techniques picturales (par exemple la méthode au carbone et pigments de Zheng Mantou, p. 116, et les travaux à l'huile de Liang Dingming, p. 172-173) ou de l'influence de la photographie (comme dans l'œuvre de Hu Boxiang, p. 177-179).

Revenons en conclusion aux femmes qui sont au cœur d'autant de messages visuels. Ce sont parfois des personnages vrais, et même des stars du spectacle (p. 183), mais le plus souvent il s'agit de portraits de modèles inconnus, ou de copies de dessins et photos, parfois d'origine étrangère, qui ont été identifiés par Ellen Johnston Laing. Les femmes représentées portent des vêtements et des coiffures à la mode orientale ou occidentale, comme dans certaines images de Zheng Mantuo. Elles sont rarement des mères, le plus souvent des jeunes femmes séduisantes, parfois explicitement alléchantes, en partie ou complètement déshabillées (voir le poster tardif de Xie Zhiguang, p. 159), avec une réception de la part du public qui va se faire de plus en plus tolérante à ce propos (p. 213-217, 219). Sur le fond on voit un paysage, ou des intérieurs avec un mobilier occidental, et les dessins des personnages comme ceux des objets sont tracés avec une habileté croissante. Une exception à ces poncifs de femmes «disponibles» est offerte par l'ancienne héroïne militaire Mulan, dont les portraits font leur apparition dans les années 1930, lors de l'occupation japonaise (p. 164-165). On remarquera aussi quelques héroïnes avec une pose ou des vêtements sportifs, un genre de dessins qui est inspiré également par la situation historique et politique du moment, car développer un corps sain et fort est considéré comme une nécessité pour faire face à l'invasion étrangère (p. 218-219). Cependant, ces femmes sportives sont le plus souvent statiques, et si par leur biais les échos de l'actualité devaient se manifester dans les calendriers, cette production – et parfois sa description – dépassent difficilement le monde «patiné» des nouveaux médias «vendeurs de félicité».

MICHELA BUSSOTTI
EFEO-Pékin