

Monsieur TROUSSELLE, antiquaire installé depuis des décennies à Tokyo, nous fait le privilège de partager sa passion des antiquités japonaises. Il nous précise que son regard se porte essentiellement sur les œuvres manufacturées avant le 20<sup>ème</sup> siècle (plus précisément jusqu'à la 1<sup>ère</sup> moitié du 20<sup>ème</sup> siècle).

Toutes ces années passées au Japon ont fait évoluer sa façon de voir ce que l'on appelle ART en Occident. Au cours des années, tous ces préjugés se sont détricotés.

Selon lui, pour appréhender l'art japonais et l'apprécier, il faut se laisser faire et remettre en cause ce que l'on a pu apprendre ou voir dans les musées en Occident.

Monsieur TROUSSELLE va nous initier à la compréhension des objets japonais afin de permettre de faire la distinction entre L'ART et le BEAU.

Monsieur TROUSSELLE a appris, ainsi qu'il est d'usage en Occident, que l'art se déclinait avec au sommet les beaux-arts, les arts majeurs (peinture, sculpture), puis les arts mineurs, les artistes et les artisans. Au Japon, il a dû désapprendre tous ces enseignements.

En effet, au Japon, l'art et l'artisanat ne se distinguent pas pour la simple et bonne raison que ces concepts n'existent pas.

Par exemple, au Japon, il n'y a pas de musée d'Art. D'ailleurs le mot japonais pour musée est Bijutsu kan qui signifie : bâtiment de la méthode du beau ; l'intérêt se porte sur la beauté et sur le savoir-faire du beau (bijutsu).

Au Japon, l'utilité de l'objet participe à sa beauté. Donc pour apprécier l'art japonais, il faut oublier toute hiérarchie.

Au Japon, le beau se partage, il est simple et naturel et surtout pas obscur. La beauté au Japon n'est pas restreinte à la production de l'homme ; elle est partout (cascade, arbre majestueux). La beauté des choses est toujours mise en valeur. L'œil est exercé depuis l'enfance ; on constate une modestie, une piété devant ces manifestations de la beauté dans la nature. Alors qu'en Occident, le beau est rattaché à l'homme.

Le beau laisse sans voix. Il est accessible à tout le monde, on ne critique pas le beau. On se déplace même en famille pour l'admirer.

Le beau n'est pas confisqué au profit d'une élite.

Au Japon, rien ne surpasse la nature et les artisans sont là pour capter un peu de cette beauté naturelle. Le Mont Fuji est beau de toute éternité. Aucune représentation ne peut dépasser la beauté de l'original.

En japonais, le créateur s'appelle Geijutsuka : le détenteur d'un savoir-faire.

Le savoir-faire du beau se transmet de génération en génération. Au Japon, la beauté se niche en chaque chose y compris là où on ne l'attend pas mais toujours dans l'expérience active plutôt qu'en simple témoin.

Au Japon la richesse des matières n'est pas utilisée de manière excessive pour ne pas attirer l'œil et le distraire de la beauté réelle qui à l'image de la nature doit faire preuve d'humilité.

Pour apprécier à leur juste valeur la beauté d'un objet au Japon, il est souvent nécessaire de connaître les dictons, les proverbes et légendes de ce pays. La beauté est tout sauf intellectuelle.

La beauté des objets est dissimulée, pas de clinquant.

Monsieur TROUSSELLE nous révèle qu'il y a deux conditions pour qu'un objet puisse révéler sa beauté :

- Il faut d'abord bien connaître son usage : il faut que l'objet ait une utilité (par exemple : la boîte à bento, même si elle est précieuse, doit servir une fois de temps en temps pour révéler sa beauté) et soit en mouvement (éventail doit être plié et déplié)
- Ensuite il faut que l'objet ait été conçu pour être « correctement » reçu par son propriétaire

Les Japonais ont un grand respect des artisans et traditions. D'ailleurs, le mot « artiste » n'a pas la même signification en Occident et au Japon. Au Japon, ce mot a un sens léger détaché du mot art en français.

Nous apprenons aussi, qu'un objet réparé au Japon est considéré comme un objet chéri par ses propriétaires. Les réparations sont souvent effectuées avec de la poudre d'or et de la laque. Cette réparation confère à l'objet une valeur supplémentaire.

La différence entre un bel objet bon marché et un objet cher réside dans les matériaux et son degré de sophistication. Un bel objet peut dès lors être apprécié par le plus humble ou le plus riche. Il n'y a pas de ségrégation de goût.

Pour apprécier un bel objet japonais, il faut connaître quelques notions :

Mono no aware : misère pathétique concept de beauté : l'empathie pour les choses (lune dissipée dans la brume est plus belle qu'une pleine lune, hanami)

Yugen : à la fin du 12<sup>ème</sup> siècle, la cour de Kyoto confie l'administration du pays aux shogoun, la sobriété est de mise : beauté cachée, concept du non-dit du suggéré (théâtre NO)

Cérémonie du thé : Classe guerrière et cour impériale. C'est dans la pièce de thé que les objets japonais parviennent au summum de leur beauté. Dans l'alcôve appelée « tokonoma » est souvent exposé un objet apportant une touche saisonnière à la cérémonie.

Shibui : rayonnement intérieur.

Wabi : frugalité, sobriété raffinée

Sabi : fugacité visible dans la patine de l'âge

L'iki : c'est la beauté triviale joyeuse appréciée dans les classes populaires de la période d'Edo en réaction à une élite militaire férue de la cérémonie du thé. La beauté est codifiée par le style des habitants d'Edo. Iki c'est une manière de vivre, un idéal esthétique populaire. Ce n'est pas pour la noblesse.

Le chic iki : est un chic spontané. Iki est inséparable de l'edo ko : celui qui est né à Tokyo et fier de l'être (l'argent ne compte pas) ; ce qui n'est pas iki est yabo

Monsieur TROUSSELLE aime particulièrement les objets suspendus : le sagemono qui est fixé au obi du kimono pour faire office de poche. Les artisans rivalisèrent d'ingéniosité pour en faire des objets de raffinement tout en leur conservant leur utilité.

Monsieur TROUSSELLE finit sa conférence en nous montrant des photos des objets de sa collection personnelle.

Grâce à sa passionnante intervention, nous avons pu avoir un nouveau regard sur les objets japonais et en apprécier les détails qui apportent toute leur beauté. De nombreuses questions ont suivi montrant que son intervention a suscité un vif intérêt.