

Le monde flottant

Serge Pallascio

Numéro 123, 2015

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/79586ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Pallascio, S. (2015). Le monde flottant. *Cap-aux-Diamants*, (123), 38–39.

LE MONDE FLOTTANT

Le peintre Claude Monet possédait une collection de quelque 230 estampes japonaises. Paul Gauguin mourut dans l'indigence la plus totale aux îles Marquises, mais néanmoins entouré d'estampes japonaises. Vincent Van Gogh copiait régulièrement les grands maîtres japonais. « Tout mon travail se construit pour ainsi dire sur les Japonais », disait-il. Le Musée national des beaux-arts du Québec, en collaboration avec le Museum of Fine Arts de Boston, présente, jusqu'au 27 septembre 2015, *Inspiration Japon. Des impressionnistes aux modernes*. Regard sur une proposition muséale où originalité, sensibilité et intelligence sont au rendez-vous. L'Occident découvre le Japon au XVI^e siècle grâce à l'explorateur vénitien Marco Polo. En 1641, le pays du Soleil levant adopte une politique isolationniste qu'il n'abandonnera qu'en 1853. Le Japon cède alors devant la pression militaire des États-Unis et signe un traité commercial avec celui-ci.

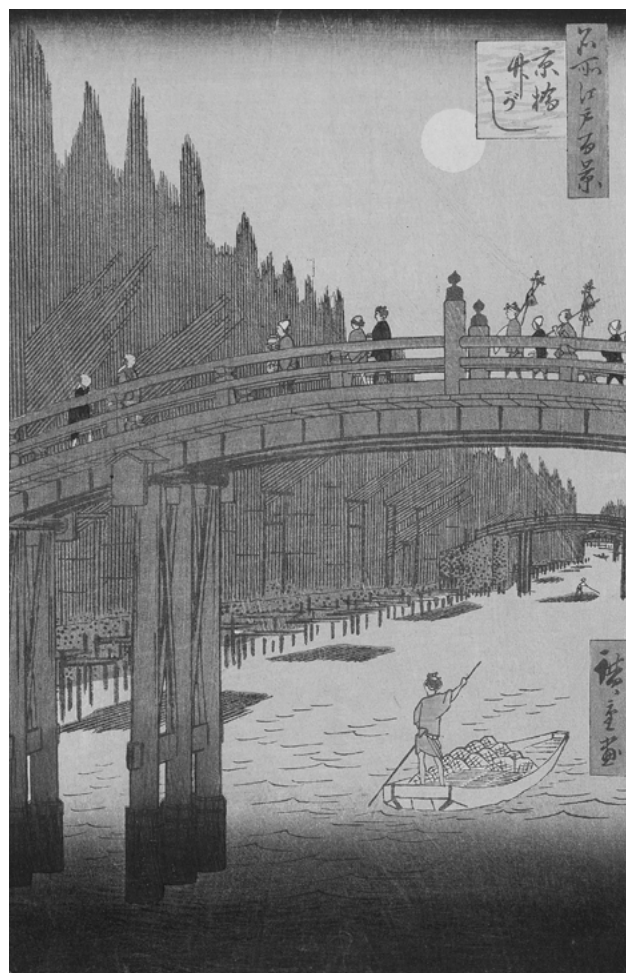
Entre-temps, la « modernité » s'empare de l'Amérique et de l'Europe. L'Exposition universelle de Paris de 1867 permet au grand public de se familiariser avec l'art japonais. En 1872, le journaliste Philippe Burty invente le mot « japonisme » pour désigner l'engouement collectif vis-à-vis l'art japonais. L'écrivain Jules de Goncourt aura même ce cri du cœur « *Japonaiserie for ever!* ».

Plus qu'une mode, le « japonisme » est un phénomène qui va toucher toutes les couches de la société ainsi que toutes les sphères de vie, de la pratique artistique aux produits de consommation. Les Français Claude Monet, Edgard Degas, Henri Matisse, le Norvégien Edward Munch, les Américains Frank Lloyd Wright et Louis Comfort Tiffany vont tous s'inspirer de l'art japonais pour développer leur propre lan-

gage et proposer des sujets plus représentatifs de la vie moderne. Après avoir visité l'exposition de 1893 consacrée à l'art japonais, au Musée des arts décoratifs, le peintre Camille Pissarro s'exclame : « Ces artistes japonais me confirment dans notre parti pris visuel ».

L'exposition proposée par le MNBAQ évite avec bonheur un didactisme trop appuyé et privilégie l'émotion. La rigidité de la chronologie cède le pas devant une approche plus intuitive des œuvres. L'« organicité » de l'exposition trouve son origine dans le sentiment de liberté qui émane de la mise en espace. Le designer Guillaume Lord a choisi avec pertinence une palette de couleurs – vert, beige, rose pâle et jaune – qui rappelle celle utilisée par les maîtres japonais dans leurs *ukiyo-e*, ces « images du monde flottant ».

Cette appellation vient du bouddhisme selon lequel les plaisirs terrestres sont éphémères et évanescents. Rien n'est blanc ou noir. Tout est en gamme de gris. Dans *Les contes du monde flottant*, parus vers 1665, Asai Ryōi écrit « Vivre uniquement le moment présent, se livrer tout entier à la contemplation de la lune, de la neige, de la fleur de cerisier [...] c'est ce qui s'appelle *ukiyo* ».



Utagawa Hiroshige I, *Le pont Kyōbashi*, de la série *Cent vues célèbres d'Edo*, période Edo, 1857, 12^e mois, gravure sur bois; encre et couleur sur papier. Collection William Sturgis Bigelow. (Photo © 2015 MFA, Boston).

L'*ukiyo-e* a ses thèmes de prédilection : les paysages, les femmes, les prostituées, les acteurs de kabuki, les animaux et les motifs floraux. Il a ses codes visuels, particulièrement au niveau des cadrages. Il a enfin ses icônes. Utagawa Hiroshige, Kitagawa Utamaro et le plus grand, Katsushika Hokusai. Ils sont tous présents à cette exposition et leurs œuvres sont jumelées à celles d'artistes européens ou américains.



Claude Monet, *Le bassin aux nymphéas*, 1900, huile sur toile, donné en mémoire du directeur Alvan T. Fuller par la Fuller Foundation. (Photo © 2015 MFA, Boston).

Le dialogue est surprenant. *Le bassin aux nymphéas* de Claude Monet est le prolongement du *Pont de Kyobashi* de Hiroshige par la similitude de l'aménagement du lieu et de sa représentation visuelle. *Le postier Joseph Moulin* de Van Gogh renvoie au même artiste en raison de ses couleurs vives et ses formes stylisées. *Le songe d'une nuit d'été* d'Edward Munch répond à *Hodogaya sur le Tōkaidō* d'Hokusai par la verticalité de ses arbres qui contraste avec l'horizontalité de son cadre.

L'ethnocentrisme occidental fait place à l'humilité que provoque cette réflexion intelligente sur l'intemporalité et l'universalité de l'imaginaire humain. Une humilité que Hokusai exprimait ainsi : « Quand j'aurai 110 ans, je tracerai une ligne et ce sera la vie ».

Serge Pallascio

TC • Transcontinental votre guide dans vos projets marketing

Notre image de marque reflète ce que nous sommes devenus : une entreprise qui active pour ses clients des programmes marketing intégrés faisant appel à des contenus imprimés, électroniques, numériques et interactifs visant à attirer, à joindre et à fidéliser les consommateurs.

Transcontinental Québec, fière partenaire de Cap-aux-Diamants.



tc • IMPRIMERIES
TRANSCONTINENTAL

TC • Transcontinental Québec
2850, rue Jean-Perrin
Québec (Québec) G2C 2C8
Téléphone: 418 840-5000
Sans frais: 1-800-840-5002
infoquebec@transcontinental.ca