La possibilité de la nouvelle reconnaissance de l'espace et l'art olfactif japonais

Yoko IWASAKI (Université d'Art Kyoto-Saga)

L'art olfactif

Les œuvres d'arts exprimées par des moyens visibles, audibles et tangibles sont équivalentes à la peinture, la musique et la sculpture. Or quelle forme d'expression est la plus propre à l'art relevant du seul parfum?[1]

Je pense que ce serait l'installation.

Mais avant d'en expliquer la raison, nous devons saisir le propre du parfum. Celui-ci n'a ni contour dans l'espace ni commencement et fin dans le temps. Il est également malaisé à représenter.

En un mot, le caractère du parfum est de n'avoir pas de forme.

Nous comparons ici l'art olfactif avec l'art plastique (peinture, sculpture, et dessin), possédant des formes dans l'espace.

L'art plastique a des contours dans l'espace, une continuité dans le temps, un pouvoir de représentation. Mais celui des odeurs est informe, sans contours dans l'espace, évanescent, impossible à représenter.

Pour créer un art du parfum seul, sans employer l'art plastique, il faut comprendre ces caractères et produire des œuvres en l'employant.

Le jeu de parfum japonais :*Kumikô*

En fait, l'art du parfum, qui diffère fondamentalement de l'art plastique, était pratiqué au Japon depuis des siècles[2]. Il y a le *kumi-kô*, qui est le jeu du parfum, et le *ko-dô* qui en fait un art[3] (Fig.1). On peut y découvrir une clef très utile pour penser le parfum et l'art.

Kô-dô désigne un genre esthétique qui a pris naissance au 15ème siècle au Japon, et a pour but d'élever l'esprit humain, en sentant le parfum du bois. De même que le *sa-dô* qui est l'art du thé et le *ka-dô* celui de l'arrangement floral, le *kô-dô* jouait un rôle important au Japon, et constitue même le seul art faisant usage du parfum dans le monde.

Fig.1 la scène du *kumi-kô*

Analysons l'*ujiyama-kô*, lequel constitue l'un des genres les plus populaires au sein du *kumi-kô*. Ce jeu de parfum s'inspire du *waka* du moine Kisen, de l'époque d'Heian.

J'ai choisi de vivre
dans une hutte au sud-est de la capitale
Comme vivre avec les cerfs
J'y suis en paix mais tous disent
que c'est le Mont des ténèbres.

On prépare cinq bois parfumés, chacun par deux paquets, qu'on attribue aux expressions les 'Hutte', 'Sud-est de la capitale', 'Vivre avec cerfs', 'Mont des ténèbres', 'Tous disent'. Les participants essayent chacun des cinq parfums et de les garder dans ses mémoires. Finalement, le maître du jeu sort un paquet de parfum aléatoire, et les participants doivent le deviner.

Il y a un papier où est inscrit le résultat du jeu : réponse correcte ou fausse (Fig.2). Mais l'on doit remarquer les noms des bois des parfums à droite de ce papier. Chacun d'eux a un nom. Le maître du jeu choisit cinq bois des parfums en considérant des noms adéquats, et les organise par soi-même comme le monde d'*ujiyama-kô*. Donc, les choix des bois diffèrent selon les maîtres du jeu, et aussi selon le monde propre au *waka* choisi du moine Kisen, que les participants possèdent en communauté.

Fig.2 Un papier inscrit le résultat du jeu d'*ujiyama-kô*

Par exemple, on peut interpréter le monde d'*ujiyama-kô* comme 'la tristesse' ou 'la mélancolie', selon les choix des bois des parfums et des noms A-E, au contraire comme 'la vie rafraîchissante sans ennui du monde' par les noms F-J.

Ainsi le monde de *kumi-kô* ne dépend pas des mots du *waka*, mais de l'air ou l'atmosphère qui surgit entre les mots[4].

Plutôt que décrire ou peindre la hutte au sud-est de la capitale en détail, l'air de 'la tristesse' ou 'la mélancolie' et l'atmosphère de 'la vie rafraîchissante sans ennui du monde' sont créés par les mots stoïques du *waka*.

On peut remplir volontairement les interstices par l'imagination dispersant les motifs principaux des mots et parfums. Donc malgré qu'il semble que les objets et les hommes occupent une place central, cette dernière est en réalité l'air en arrière-plan.

On y voit une conception différente de celle reconnaissant l'espace occidental comme 'l'objet au centre et l'espace en arrière-plan'. L'objet considéré comme le centre s'abaisse de façon à se découper sur l'espace considéré comme l'arrière-plan.

La reconnaissance de l'espace et l'art japonais

(Une peinture japonaise : *Bois de pins*, par HASEGAWA Tôhaku)

Cette relation entre l'espace et le motif apparaît souvent, non seulement dans le *kumi-kô* mais aussi dans l'art plastique japonais.

Par exemple, dans *Bois de pins* par HASEGAWA Tôhaku, le peintre dessine les pins, mais il n'a pas pour but de calquer leurs formes (Fig.3). Malgré tout, on peut y voir les pins dessinés, mais surtout y apparaître l'air de brouillard froid en début d'hiver.

Fig.3 *Bois de pins* (les panneaux des gauche), Hasegawa Tōhaku, à la fin du 16ème siècle, lavis, Le musée national, Tokyo, Japon

(Un *waka*, par FUJIWARA no Toshiyuki)

On voit ensuite un *waka* japonais populaire, par Fujiwara no Toshiyuki,

Même si l'on ne peut le voir clairement
L'automne vient
On le comprend par le bruit du vent

Dans la succession de jours pénibles, par une chaleur étouffante en été au Japon, soudain l'on peut sentir l'odeur d'automne rafraîchissante, à présent aussi. Il n'y a pas de formes visibles dans ce *waka*. Il met en relief la frontière entre l'été d'hier et l'automne d'aujourd'hui.

(Le *haïku* de MATSUO Basho)

Paix du vieil étang.
Une grenouille plonge.
Bruit de l'eau.

C'est le *haïku* de MATSUO Basho le plus populaire.
Dans les plupart des cas le Japonais ne se représente pas le vieil étang et une grenouille. On dit que les étrangers demandent 'combien de grenouilles y plongent ?' ou 'quelle espèce de grenouille ? Verte ou rousse ?' Mais ces questions paraissent ridicules pour les Japonais. Il s'agit du bruit de l'eau après le plongeon de la grenouille, et de l'espace tranquille qui en résonne.

(Le cinéma d'OZU Yasujiro)

Cette reconnaissance de l'espace japonais exerce une influence sur le cinéma japonais. OZU Yasujirô crée une ambiance particulière appelé *ozu-chô* dans son cinéma. On y trouve les mêmes distributions, rôles, récits répétés.
Les films 'Printemps tardif (Fig.4)', 'Été précoce', 'Le goût du saké' sont des récits qui se ressemblent, des histoires de fille d'âge nubile. OZU n'a pas l'intention de tourner des films d'acteurs ou relatant des faits scandaleux. Il cherche à saisir l'air se distillant entre les acteurs et les décors.

Fig.5 Lee U-Fan,

(L'installation japonais dans les années 1970 :*Mono-ha*)

Le groupe *mono-ha*, artistes contemporains japonais des années 1970, semble posséder la même reconnaissance de l'espace. LEE U-Fan, le théoricien de *mono-ha*, cherchait à reprendre une relation invisible, non pas en exposant les choses mêmes, mais en disposant des objets intentionnels. Ainsi, le sujet de l'œuvre, qui montre les fissures des glaces du fait d'un choc provoqué par une grosse pierre, n'est pas la glace ou la pierre, mais la pesanteur et l'espace qui surgit par la glace et la pierre (Fig.5). 'La marge n'est pas rien'[5], dit LEE U-Fan. C'est la marge entre les choses qui est l'occasion pour les penser.

Fig.6 Sessyu, *Habokusansui-zu*, (la partie),1495, lavis, Le musée national, Tokyo, Japon

Du contour à frontière : la possibilité de la nouvelle reconnaissance de l'espace

Même si la nouvelle reconnaissance de l'espace, comme dans la critique de l'espace

par H. BERGSON[6] et les théories de M. MERLEAU-PONTY[7] sur l'espace vécu par le corps, apparaisse dans le monde de la philosophie occidentale au vingtième siècle, le concept d'espace homogène comme récipient de l'objet, par exemple l'espace euclidien, newtonien, leibnizien, et cartésien, semble rester dominant[8].

Dans le cas du Japon, l'espace et l'objet sont alternatifs, ou l'objet n'est pas 'figure', mais 'fond' pour faire prendre conscience de l'espace. Il ne s'y agit pas de la forme, mais de l'air flottant ou de l'atmosphère et sa frontière.

Dans le cas de la création par le parfum ou l'odeur, qui n'ont pas de forme et de contour, on perçoit la frontière de la reconnaissance conventionnelle de l'espace, et le résultat est une dépendance à l'art plastique. Pour saisir un parfum ou une odeur informes, il faut le modèle de la nouvelle reconnaissance de l'espace.

Ainsi je remarque les frontières, non pas les formes et contours. Le contour est ce qui joint les points de départ et de fin, et elle suscite le classement entre figure à voir et fond à reculer en arrière-plan.

Mais les frontières ne connaissent pas de hiérarchie entre le côté droit et gauche d'une ligne.

J. J. GIBSON, le théoricien du concept d '*affordance'*, pense le monde comme les des couches successives, dans sa conception du '*layout'*, qui indique la continuité des diverses textures du monde[9]. La perception n'est pas la reconnaissance du contour ou de la forme, mais la conscience des frontières du '*layout'*, c'est-à-dire 'surface', comme si l'on traversait, dans leur amoncellement, les couches du parfait aux fruits.

'L'espace vécu' n'est guère homogène, insipide et inodore ; il possède odeur, stagnation, humidité, et clarté ou obscurité[10]. En traversant un tel espace, on peut vivre en sentant les frontières des textures du monde. Il ne s'agit pas par là de la 'hutte' ou du 'cerf' lui-même, comme dans *kumi-kô*, mais de l'apparence des frontières de l'espace.

Ainsi, la reconnaissance de l'espace vécu ne tient pas à considérer l'espace comme l'arrière-plan du contour de la figure, mais comme les infinies continuités des frontières entre espaces qui ont des textures différents. Et ce sont les objets mêmes que *kumi-kô*, lavis, et *waka* visent à exprimer (Fig.6).

Conclusion : Au-delà de la forme

L'odeur et le parfum n'ont pas de forme, c'est-à-dire ne deviennent pas signes. Donc, ils recèlent, en leurs innombrables possibilités, celle d'évoquer des objets complètement nouveaux, parce que, comme dit Bergson, connaître les formes n'est que connaître des objets connus. En ce qui concerne la reconnaissance des objets informes, il faut faire travailler le plus possible l'imagination, et non pas compter sur les objets plastiques faits par quelqu'un.

Et c'est l'installation qui convient à la création par l'odeur et le parfum informes, parce qu'elle ne vise pas à exposer les objets seulement, mais cherche à exprimer la relation entre les objets et l'espace, c'est-à-dire à exprimer les frontières de l'espace infini, non pas des représentations plastiques des objets.

En outre, la création par l'odeur et le parfum n'est pas simplement le fait de doter l'espace de quelque fragrance. Puisque il s'agit de l'espace, il nous faut considérer température, humidité, clarté et sons qui forment les frontières dans l'air.

Fig.7 Naoki YAMAMOTO, *Ospray*, Room2 galerie,Kyoto(Japon)

Notes : l'œuvre olfactive de l'artiste japonais contemporain, YAMAMOTO Naoki

À la fin de ce texte, je voudrais présenter l'œuvre olfactive de l'artiste contemporain de Kyoto, YAMAMOTO Naoki[11].
Sa dernière œuvre 'Ospray' est politique (Fig.7). Son nom dérive du chasseur, qui symbolise les relations tendues entre Amérique et Japon ou Asie Orientale.
Toutefois, dans cette œuvre, il n'y a pas de formes liées à l'Ospray ou d'objets militaires.
Étant pris tout d'abord au dépourvu, on sent le parfum trop sucré autour de la salle avant d'y entrer. Attiré par le parfum, on ouvre la porte, voit dans l'espace, sans aucun son, d'innombrables bandes rouges et argentées, destinées à écarter les oiseaux nuisibles, qui constituent un espace carré. Il n'y a là nul accident, mouvement, ou objet à remarquer. Faute de mieux, on entre dans le carré des bandes. Tout à coup, l'hélice sous le plafond tourne. L'air est troublé, les bandes se soulèvent. Le parfum trop sucré jaillit du plafond. Cette situation durant, les bandes brillantes s'élèvent, les bruits des hélices vibrent. On reste planté sur place devant cet espace inquiétant, lequel surgit par ses propres mouvements. YAMAMOTO déclare :

> Quand je produis cette œuvre, je pense au moyen d'expression propre à 'la pression invisible', sur la société contemporaine. Elle indique le sentiment populaire et la tendance de l'époque par un fait de société qui dépasse les forces de l'individu. Les bandes brillantes rouges semblent statiques en apparence. Mais à peine l'homme entre-t-il dans la salle, cinq hélices tournent et s'élèvent, par lesquelles le sentiment populaire, qui s'est laissé entraîner par la politique et les mass-média, est excité. Ainsi, le parfum du chocolat Hershey's, qui représente un symbole américain, remplit et enveloppe la salle d'une odeur douce, beurrière, et tenace, et paralyse la conscience populaire par 'la pression invisible', c'est-à-dire le pouvoir de l'État[12].

Pour exprimer la pression invisible, cette œuvre n'emploie pas les formes visibles, mais adopte le moyen d'expression propre à l'installation, en employant des choses invisibles, comme le vent, le mouvement de bandes, et, par dessus tout, le parfum doux du chocolat qui ne convient point à l'atmosphère du lieu. À cause du choix de ce moyen d'expression, chacun peut réfléchir sur Ospray pour lui-même, et voir efficacement se profiler les frontières muettes mais que chacun peut sentir, entre la vie quotidienne et la guerre.
Et il a aussi produit une œuvre qui thématise la mort (Fig.8), utilisant *le sen-ko* (Fig.9), l'encens pour les morts, chez les bouddhistes, surtout au Japon. Le mort signifie la perte du corps formel. Et l'on sent les bien-aimés disparus, à travers la diffusion du parfum du *sen-ko*. La mort, qui n'a pas de forme, est adaptée pour exprimer le parfum.
Ainsi se repense la possibilité de l'art contemporain et de l'odeur ; il nous faut remettre en question la forme dans l'œuvre : quelle relation établir entre l'œuvre et l'espace en laquelle elle est située?

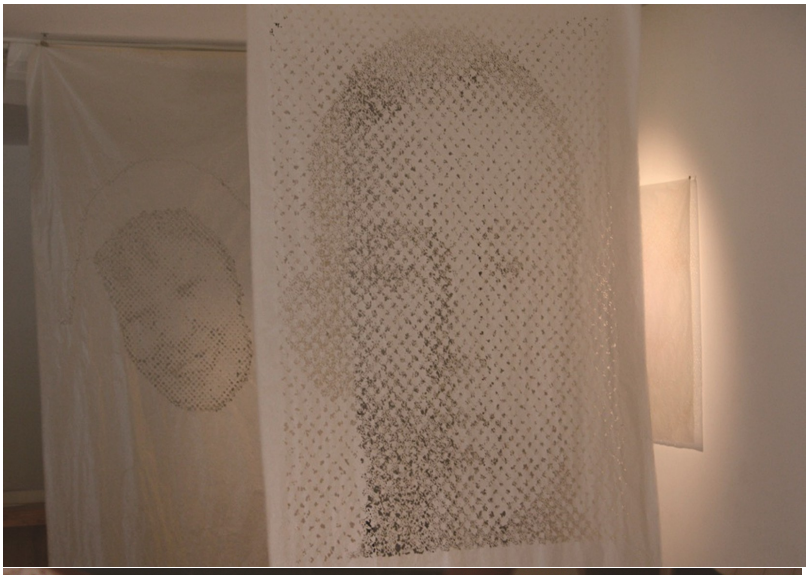

Fig.8(en haut),9(en bas)
Naoki YAMAMOTO, *Corpus Reviver,* 2013,
Galerie Meisei ,Kyoto(Japon).

Ces interrogations se relient à la possibilité d’un nouvel art olfactif.

*Je remercie du fond du cœur le professeur Michel DALISSIER, de l’université Dôshisha, pour avoir corrigé ce texte.

[1] Pour écrire ce texte, je dois beaucoup au livre de Chantal JAQUET, *Philosophie de l'odorat* (PUF, 2010). Je lui exprime ici mes remerciements.
[2] IWASAKI Yoko, *Art and the sense of smell : The traditional Japanese art of scents (ko),* AESTHETICS : Looking a t Japanese culture, No.11,March 2004.
IWASAKI Yoko, *Le parfum et le signe : à propos du Genji-kô-no-zu,* AESTHETICS, pp. 141-151, APRIL 2009.
[3] Séminaire sur la culture *kô-dô*, *Kô et Kô-dô*, Yuzankaku, 1993, pp. 164-.
[4] SANJÔNISHI Kinosa, *L'appréciation du kumi-kô*, Risôsha, 1965, p. 138.
[5] LEE U-Fan, *L'art de la marge*, Misuzu-shobô, 2000, pp. 3-4.
[6] H. BERGSON, *Essai sur les données immédiates de la conscience,* PUF, pp. 68-74.
[7] M. MERLEAU-PONTY, *Phénoménologie de la perception*, Gallimard, pp. 281-344.
[8] I. KANT, *Kritik der reinen Vernunft,* traduit en japonais par SHINODA Hideo, Iwanami, 1961, pp. 89-97.
[9] J. J. GIBSON, *The Ecological Approach to Visual Perception,* Psychology Press, pp. 101-121.
[10] G. BÖHME, *Anmutungen. Über das Atmosphärische*, Tertium, 1998, *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*, Suhrkamp, 1995, traduit en japonais par KAJITANI Shinji, Koyoshobô, 2006, p. 131-144.
[11]YAMAMOTO Naoki est né en 1963 à Niigata (Japon). Il est artiste plastique et professeur-adjoint à l'université d'Art Kyoto-Saga(email:nao-yamamoto@kyoto-saga.ac.jp). Il produit des œuvres olfactives et de la saveur, surtout utilisant le sucre, le chocolat, et les bonbons, par lesquels il cherche à exciter un sentiment touchant aux sensations, à la société et à la mémoire en nous.
[12] YAMAMOTO Naoki, *Rapport de l'exposition,* Bulletin de l'université d'Art Kyoto-Saga, 2014, p. 48.