Le marché des objets sacraux en Moscovie : une tentative de reconstruction

The market for sacral objects in Muscovy: an attempt at reconstruction

El mercado de objetos sacros en Moscovia: un intento de reconstrucción

Aleksandr Lavrov

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/assr/38821>

DOI : 10.4000/assr.38821

ISSN : 1777-5825

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2018

Pagination : 73-83

ISSN : 0335-5985

Référence électronique

Aleksandr Lavrov, « Le marché des objets sacraux en Moscovie : une tentative de reconstruction », *Archives de sciences sociales des religions* [En ligne], 183 | juillet-septembre 2018, mis en ligne le 01 janvier 2022, consulté le 06 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/assr/38821> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/assr.38821>

Aleksandr Lavrov

Le marché des objets sacraux en Moscovie : une tentative de reconstruction

Si l'on postule l'existence d'un particularisme moscovite à l'époque moderne, il faut tout d'abord évoquer deux éléments, dont le premier est tout à fait matériel et le deuxième se réfère à une tradition mentale. En premier lieu, il existait très peu d'ateliers monastiques et diocésains, spécialisés dans la production des objets de dévotion. La production de ces ateliers était le plus souvent d'un caractère non-sacral, destinée à la consommation habituelle des religieux et des laïcs. Pour vendre ou offrir des souvenirs aux fidèles, les monastères ou les évêques se voyaient souvent obligés de les acheter chez les producteurs semi-indépendants. Cette dernière demande pourrait constituer un élément important dans la formation du marché des objets de dévotion.

Le second élément à prendre en compte renvoie à la coutume selon laquelle les icônes ne devaient pas être vendues, mais seulement « échangées ». Les peintres vendaient leur production, mais tous les achats que nous allons examiner étaient présentés comme des échanges dans les registres des dépenses des monastères, c'est-à-dire dans des documents techniques, qui n'étaient pourtant pas destinés à être publiés¹. Si l'on tient compte de ce que tout achat d'une icône devait être camouflé en échange et que le don d'une icône supposait souvent un don réciproque, cette tradition avait deux conséquences importantes. D'abord, les producteurs d'icônes bon marché entraient dans ce circuit commercial avec une légèreté surprenante : ils échangeaient leurs icônes contre des œufs et des oignons, comme le remarqua avec amertume leur critique, le peintre d'icônes Iosif Vladimirov. De plus, il n'est pas surprenant de constater que les petites icônes, destinées aux pèlerins, représentaient un cadeau plutôt qu'un objet du commerce. Sans fixer un prix, les autorités du monastère attendaient des fidèles un don, ce qui rend difficile l'étude du marché. À la place de l'achat, nous voyons l'échange de dons, dans deux directions, à destination du monastère et à destination des fidèles.

1. La seule exception que j'aie trouvée provient du registre du monastère Kirillov-Belozerskij : il s'agit de la vente de l'héritage d'un moine, pendant laquelle les icônes du défunt furent « vendues » au même titre que ses livres : Dmitrieva, 2010, p. 370 (février 1636).

Le point de vue des distributeurs d'icônes : les monastères et les évêchés

Pour comprendre les pratiques de vente et d'achat dissimulés, il est important d'étudier le cas des monastères et celui des évêchés, grands commanditaires et donateurs d'icônes. Tout d'abord, nous pouvons nous référer à la récente étude consacrée par Pavel V. Sedov aux lettres des chargés d'affaires (*striapčie*) des grands monastères moscovites qui représentaient leurs intérêts auprès de leurs procures (*podvor'e*) à Moscou. Cette correspondance, qui représente une source sous-estimée pour l'histoire culturelle et politique de la Moscovie, permet d'affirmer que les monastères offraient aux membres de la famille du tsar, à leurs donateurs (*vkladčiki*) et aux secrétaires des Secrétariats, qui suivaient les dossiers relatifs aux intérêts des monastères, divers cadeaux : icônes, imprimés religieux, chapelets, peignes, mais aussi d'autres objets produits par l'économie monastique, comme des verres ou des coupes (*bratiny*) (Sedov, 1996).

Il n'est pas facile d'établir le statut de ces cadeaux. Dans le cas de la famille du tsar et des bienfaiteurs, il s'agissait clairement d'un don au sens où l'entend Marcel Mauss, qui soulignait la réciprocité et l'interdépendance du donateur et du destinataire. Dans le cas des secrétaires, il s'agissait plutôt d'une forme spéciale de pots-de-vin – les objets de dévotion, parfois sans être vendus ni achetés, faisaient partie d'un système de corruption généralisée qui fonctionnait sur la base d'un barème de prix, connu de tous les intéressés. Ici Pavel Sedov établit deux types de traditions. Premièrement, le chef et le personnel du Secrétariat, auquel étaient confiées les affaires du monastère, devaient recevoir des icônes. Chaque nouvel archimandrite ou supérieur de monastère entrant dans ses fonctions devait effectuer ce don. Cette pratique était ressentie comme obligatoire par les secrétaires. Par exemple, le secrétaire du Conseil (*Duma*), Bogdanov, écrivait au chargé d'affaires d'un monastère : « Votre monastère est assigné à notre direction et c'est la raison pour laquelle on nous présente des icônes ». Deuxièmement, une icône représentait un objet d'une valeur moyenne. Le fait d'accepter une icône ou un autre don de même type, en refusant en même temps un don plus coûteux, signifiait que le fonctionnaire montrait sa bienveillance à l'égard de la communauté monastique, sans toutefois se voir obligé de résoudre un dossier en faveur du monastère.

Une autre difficulté pour l'analyse est liée aux pratiques elles-mêmes, puisque les icônes étaient données en même temps que d'autres produits de l'économie monastique (sel, poisson, etc.), qui n'avaient aucune valeur sacrale. Pour cette raison, les objets d'un prix moyen, par exemple les peignes, offerts aux simples pèlerins qui utilisaient le moins les services du sanctuaire (hébergement, repas offerts) pourraient être les plus intéressants pour notre étude. Toutefois, les sources sont ici quasi muettes, car les chapelets et les peignes semblent fabriqués par les monastères pour être donnés aux fidèles à titre gratuit : à strictement parler, ils ne faisaient pas partie du marché.

Pour mieux comprendre comment fonctionnait le système du « don », il est intéressant de consulter les registres du monastère Kirillov-Belozerskij de la première moitié du xvii^e siècle, publiés par Zoja V. Dmitrieva. Fondé en 1397 par saint Cyrille à Beloe ozero, ce monastère devint dès le xv^e siècle un centre important du monachisme, surtout pendant la polémique des « non-possesseurs » avec les disciples de saint Josèphe de Volok. Le monastère abritait les reliques de saint Cyrille, et sa collégiale était dédiée à la Dormition. Au xvii^e siècle, dans les premières années après le Temps des troubles, le monastère devint un lieu d'exil pour les dissidents politiques et religieux, mais aussi pour ceux envoyés là sur la demande de leur famille, entraînant une intensification des contacts avec la capitale.

Pendant les années 1610-1630, le monastère ne vendait pas d'icônes aux particuliers, mais achetait annuellement un ensemble d'icônes, réparties toujours entre deux sujets : la Mère de Dieu et saint Cyrille. Ces acquisitions peuvent être classées en trois groupes. Premièrement, des commandes furent passées à un peintre d'icônes qui dépendait du monastère. Il était logique, dans cette situation, que le monastère procurât le matériel et que le peintre ne fût récompensé que pour son travail. Dans ce cas, le monastère réussissait à réduire les frais jusqu'à un kopek par icône².

Dans le deuxième groupe se trouvent des commandes passées à peintres indépendants. Très souvent, il s'agissait d'un peintre issu du clergé séculier : le cas de Popov, plusieurs fois évoqué dans les registres, est typique. On peut supposer que pour les enfants cadets d'un prêtre, qui ne pouvaient pas hériter la paroisse de leur père, la peinture d'icônes représentait une carrière intéressante. Dans ce cas, le matériel pouvait provenir du monastère ou du peintre lui-même. Les sources donnent l'impression que le fait d'exécuter plusieurs commandes et, surtout, le nombre d'icônes commandées pouvaient influencer le prix d'un exemplaire. Ainsi, ce prix était souvent de six kopeks par icône³. Toutefois, dans le même cadre, on trouve des commandes beaucoup plus ambitieuses passées à des peintres de Jaroslavl' et de Rostov. Leurs icônes étaient relativement chères, puisque leur prix atteignait jusqu'à neuf kopeks et demi⁴.

Dans un même ordre d'idées, les moines de passage à Moscou, qui commandaient des icônes dans la capitale, devaient aussi déboursier des sommes considérables. Malheureusement, il est impossible de savoir si ces icônes étaient achetées pour être distribuées aux bienfaiteurs moscovites ou si les moines voulaient les rapporter au monastère. Cette situation peut signifier que les moines ne voulaient pas transporter d'icônes dans leurs déplacements, quand ils quittaient le monastère pour se rendre à Moscou, ou bien qu'il leur arrivait de sous-estimer leurs besoins et que, par conséquent, ils devaient

2. Dmitrieva, 1996 : 119. La commande est passée au peintre du monastère Ivan, en avril 1615 : 32 icônes coûtent 35 kopeks.

3. *Ibid.* : 124. 13 icônes de Saint Cyrille pour 78 kopeks, juin 1615.

4. Par exemple, en août 1611, Grigorij Rostovec livra 60 icônes de la Mère de Dieu avec saint Cyrille, dont chacune coûtait 9,5 kopeks. *Ibid.* : 56.

acheter des icônes sur place, dans la capitale. Les moines du monastère Kirillov-Belozerskij achetèrent ainsi 186 icônes, toujours avec les deux mêmes sujets, en les payant entre 10 et 15 kopeks pièce⁵. En partant de cet exemple, il est possible d'affirmer que le marché de Moscou pouvait satisfaire aussi une demande très large, mais que les prix étaient plus élevés que ceux pratiqués en province. En d'autres termes, la production des peintres d'icônes n'avait pas encore atteint une diffusion à l'échelle du pays.

Le troisième cas de figure enregistré concerne des achats faits directement sur le marché (*vymeneno*). Ce dernier cas est le plus intéressant, car le monastère devenait ici un acteur commercial, en négociant avec les producteurs et avec des distributeurs qui nous restent inconnus – le nom du vendeur n'était pas porté dans le registre. La demande du monastère était toujours la même et elle n'était pas difficile à prévoir. Là encore, le prix pouvait rester modeste. En mars 1615, les représentants du monastère achetèrent onze icônes de saint Cyrille, dont chacune coûta plus de 7 kopeks. En mai de la même année, le monastère acheta encore quinze icônes identiques, en les payant 7,4 kopeks pièce⁶.

En parallèle des monastères, un autre grand donateur d'icônes est la figure de l'évêque. Malheureusement, les archives diocésaines sont conservées de manière très fragmentaire pour la Moscovie du xvii^e siècle. Celles de Vologda et d'Ustjug Velikij sont une heureuse exception. Pour comprendre la place des objets de dévotion, j'ai étudié les registres tenus par l'archevêque Simon de Vologda et de Beloozero pendant son voyage à Moscou en 1666⁷. Tous les paiements y sont mentionnés, même minuscules. En quittant la capitale, l'archevêque Simon prit dans son trésor vingt icônes de la Sophie Sagesse de Dieu pour les offrir au tsar à l'occasion de la fête de Pâques⁸. Le choix du sujet des icônes n'est pas étonnant, étant donné que la cathédrale de Vologda était dédiée à sainte Sophie, comme celles de Kiev, de Novgorod ou de Polock.

La provenance de ces icônes ne peut pas être établie de manière précise. Elles furent soit produites à Vologda par les peintres diocésains soit commandées aux peintres locaux, ce qui pouvait diminuer les frais. Avant de les offrir aux membres de la famille du souverain, l'archevêque entreprit une opération importante : il commanda à un orfèvre moscovite de décorer dix-huit de ces icônes avec des inscriptions gravées et des couronnes (*venčiki*) d'or et d'argent. Pour chaque icône, l'archevêque paya 23 kopeks pour le matériel et 25 kopeks pour le travail, soit un demi-rouble qui s'ajoutait au prix initial. C'est grâce

5. *Ibid.* : 375. Ces sommes sont déboursées en avril 1636.

6. *Ibid.* : 118 et 122.

7. Bibliothèque nationale russe, Département des manuscrits, Q.II.112, 174 февраля в 16 день книга преосвященного архиепископа Симона Вологодского и Белозерского московской езды приходная всяким розным сборам [Le 16^e jour de l'an (7)174. Registre des recettes et des paiements divers du Très Saint archevêque de Vologda et de Beloozero Simon pendant son voyage à Moscou].

8. *Ibid.*, fol. 45r-45v. : « взял с собой из домово́й казны к светлому христову воскресению великому государю в поднос и на расход дватцать образов Премудрости слова Божия канфарского окладу без венцов ».

à cette opération que l'émergence d'un marché des icônes apparaît dans les sources⁹.

Malgré les différences de contextes, les cas monastique et diocésain présentés semblent aller dans le même sens : le pluralisme de l'offre prouve l'absence d'un grand producteur capable d'inonder le marché de ses produits aux prix attractifs. Cependant, cet état de fait évolua au milieu du XVII^e siècle.

Le marché des icônes : le point de vue des producteurs

Autour de 1655-1658, le peintre d'icônes Iosif Vladimirov adressa à un collègue une « Épître d'un peintre d'icônes à un autre peintre d'icônes » (*Poslanie ikonopisca ikonopiscu*)¹⁰. Ce texte a toujours été considéré comme un manifeste esthétique, c'est-à-dire comme l'apologie de nouvelles tendances stylistiques, contestées à cette époque par les traditionalistes. Mais ce texte présente en même temps le point de vue d'un artisan qualifié, indigné par la concurrence des « vilains », qui produisent des icônes bon marché, qualifiées de « bousillage » (*ploš'e*) :

Mais que pourrait-il y avoir de plus honteux que ces icônes – un marchand de bétail les revend à un autre marchand de bétail, par centaines et par milliers [...]. Les résidents de Šuja, de Xoluj et de Palex les vendent sur les petits marchés. On emporte des icônes identiques dans les villages les plus perdus et on les échange contre un œuf ou contre un oignon, comme les mirlitons des enfants. Et ces bateliers [*osnač'i*], en charmant les gens simples, leur disent que les icônes de bonne peinture ne produisent pas de miracles, tandis que, parmi les icônes miraculeuses, on en connaît certaines de mauvaise peinture. Et, ayant entendu cela, les habitants des villages ne collectionnent pas de bonnes peintures, mais cherchent des icônes pas chères¹¹.

Essayons de comprendre la teneur de ce texte. Il va de soi que Vladimirov est indigné par les activités des artisans qui inondent le marché avec leur production, en pratiquant un « dumping » sur les prix. Dans le même temps, avec toute son indignation, il donne des informations précieuses sur la distribution

9. *Ibid.*, fol. 45. Il est intéressant d'observer que l'orfèvre qui exécuta cette demande est Tixon Posoškov, c'est-à-dire le père du premier économiste russe, Ivan Tixonovč Posoškov. Les icônes furent données au tsar Aleksej Mixajlovič, à la tsarine Marija Il'inična, aux tsarévitchs Aleksej, Fedor, Siemeon, aux tsarevnas Irina, Anna, Tat'ajana Mixajlovna, Evdokija, Marfa, Sof'ja, Ekaterina i Marija, ainsi qu'à Pitirim, métropolite de Novgorod, et à Ilarion, archevêque de Rjazan'.

10. Ovčinnikova, 1964 : 9-61 ; Belobrova, 1993 : 110-111.

11. Ovčinnikova, 1964 : 33 : « К чему же плошья того икон тех и безчестнее – прасол у прасола перекупают, что и простого щепья по сту и по тысящи в кострах ; Шуяне и Холуяне, Палешане на торжах продают. И такие иконы розвозят по заглушным деревням, и врознь на яицо и на луковипу, яко детские дутки, продают. А большею статьею на харавье и на опойки и на всякую рухлядь меняют. И простую чадь оснати те своимн блядословьми обаяючи глаголют, яко от доброписания прощи не бывает, а в чудотворных иконах, и плохова де письма, много. И то слышавше, сельстии жители добрых писем не збирают, а ищут дешевых икон. Егда и зело плоху видят икону, но мнят такое письмо и чудотворно, а се и купят непроторно ».

de la production de Palex et de Xoluj. Tout d'abord, la possibilité d'échanger une icône contre un œuf ou un oignon, ainsi que la vente « sur les petits marchés » indiquent clairement que la production de ces localités fut destinée avant tout aux consommateurs ruraux. D'autre part, un aspect intéressant concerne l'identité sociale et culturelle des vendeurs. Vladimirov souligne qu'il ne s'agit pas de peintres eux-mêmes, mais de vendeurs qu'il choisit de qualifier avec deux termes – les *prasoly* (marchands de bétail) et les *osnači* (bateliers). Remarquons, tout de suite, que ces deux désignations sont péjoratives: le marchand de bétail ne pouvait pas être compétent en art et le deuxième terme (*osnač*) ne désigne pas seulement un batelier, mais aussi un nigaud. Pour autant, si on prend ces indications à la lettre, il faut constater que la vente des icônes était effectuée par des marchands non spécialisés (par exemple, ceux qui vendaient le bétail) et qu'elle avait lieu par voie fluviale. En prenant en considération la situation géographique de Palex, Šuja et Xoluj, il faut reconnaître que l'idée de livrer une grande partie des icônes avec des barques était judicieuse. Le village de Palex se trouve sur le fleuve Ljulex, qui se jette dans le fleuve Teza, sur lequel se trouvent à leur tour le village de Xoluj et la ville de Šuja. La Teza est un affluent de la Kljaz'ma, qui traverse Vladimir, une cité qui pouvait déjà constituer un marché régional. En parcourant la Kljaz'ma, on descend vers l'Oka, et, de là, vers la Volga. En d'autres termes, ces villages des peintres d'icônes étaient reliés au plus grand système fluvial de la Moscovie européenne.

L'épître de Vladimirov fut composée à la fin de la décennie 1650. Au même moment, une plainte, liée à un meurtre, met en évidence un phénomène tout à fait nouveau, qui n'était pas attesté par Vladimirov et qui va quelque peu à l'encontre de ses propos: l'existence de marchands spécialisés dans la vente d'icônes. En 1658, la veuve Ljubov' Gubina de Šuja dépose une plainte après le meurtre de son fils, le marchand (*gulebščik*) d'icônes Kirjuška, par des collègues¹². Il est particulièrement intéressant de constater que ce document n'emploie pas encore le mot spécifique utilisé par la suite pour qualifier un marchand d'icônes et d'images: *ofenja*. Deux interprétations sont ici possibles: le terme n'existait pas encore, ou bien il appartenait à un argot, à une langue spéciale et ne pouvait être utilisé dans une supplique adressée au tsar¹³. Selon Max Vasmer, *ofenja* vient du mot grec ἀθηναῖος (athénien). Cette étymologie semble exotique, mais elle est soutenue par une épithète de saint Hiérophane, évêque d'Athènes (*Erofej-ofenja*)¹⁴.

Les marchands spécialisés s'assurèrent un succès considérable. Ils se gagnèrent rapidement l'ensemble du marché moscovite et regardèrent vers la Grèce et les Balkans. En 1705, dix marchands d'icônes de Palex demandèrent au Secrétariat des ambassades une charte pour se rendre en Valachie et en Serbie avec plusieurs milliers d'icônes. En 1709, ils apparurent de nouveau en

12. « Čelobitnaja... », 1864; Tarasov, 1995: 204.

13. La première hypothèse est étayée par le dictionnaire de la langue russe des ^{xvi}^e-^{xvii}^e siècles, qui ne mentionne pas ce mot. Voir Šmelev, 1988.

14. Vasmer, 1953: 293.

Valachie avec cette ancienne charte, qui n'était plus valable. Par conséquent, le résident russe à Constantinople demanda l'interdiction de tels voyages, et on obligea Buturlin, seigneur de Palex, à ne pas autoriser ses serfs à partir à l'étranger pour le commerce d'icônes¹⁵. Pour certains historiens, il est possible de projeter cette situation au XVII^e siècle, en supposant que les voyages de marchands avec les icônes de Palex et de Xoluj avaient déjà lieu avant l'époque de Pierre le Grand. D'autres préfèrent y voir une constellation de facteurs typique du XVIII^e siècle. Je suis partisan de la seconde hypothèse. En effet, les exportations d'icônes russes vers l'Empire ottoman ou vers ses protectorats étaient quasi impossibles pendant les guerres de la Sainte-Ligue, avant la conclusion du traité de Constantinople, en 1700. C'est la diplomatie pétroviennne qui, créant une détente inédite dans les relations russo-ottomanes pendant la première décennie du XVIII^e siècle, offrit de bien meilleures conditions pour les exportations. D'autre part, les ventes d'icônes « de mauvaise peinture » à l'étranger ne sont pas évoquées par les sources du XVII^e siècle, alors que, pour Vladimirov, marqué par son rigorisme, de telles pratiques devaient représenter un phénomène abominable, capable de saper le prestige de la Moscovie dans le monde orthodoxe. Il faut rappeler que, dans l'épître citée, le peintre discute avec un diacre serbe, présenté comme un partisan des approches traditionnelles dans la peinture des icônes.

Entre la réforme liturgique du patriarche Nikon et la réforme ecclésiastique de Pierre le Grand

L'épître d'Iosif Vladimirov offre un excellent point d'observation, car elle réunit deux époques, moscovite et pétroviennne. Son auteur se réfère au patriarche Nikon, qui, quelques années auparavant, en 1653, est à l'initiative d'une grande réforme liturgique. Parallèlement à cette réforme, désignée aussi comme une « correction des livres », le patriarche envisageait aussi une « correction des icônes », pour reprendre le terme d'Oleg Tarasov¹⁶, autrement dit une réforme de leur production et de leur diffusion. L'épître d'Iosif Vladimirov, élitiste et polémique, pourrait être regardée comme l'ébauche de ce programme réformateur.

15. Bogojavlenskij, 1947 : 243-244. Bien que l'historien cite le dossier trouvé dans les Archives des actes anciens (Moscou), plusieurs informations semblent douteuses. Ainsi, l'historien affirme que, parmi les paysans, se trouvait le régent du chœur (*krestovij d'jak*) de la tsarine Praskov'ja Fedorovna, avec les lettres adressées au clergé orthodoxe – autrement dit, que ce voyage commercial fut utilisé pour la diplomatie informelle. Mais le nom de ce régent (Vozglasov) n'est pas connu des dictionnaires biographiques. Malheureusement, une étude approfondie n'est pas possible : la cote indiquée par l'historien ne permet pas de retrouver le dossier dans les archives (Российский государственный архив древних актов, fonds 86, Сношения с Сербией и Черногорией, année 1705). Le dossier a peut-être été déplacé dans une autre collection ou la référence est fautive.

16. Tarasov, 1995.

Dans la pensée de Vladimirov, la peinture professionnelle, inspirée par la nouvelle esthétique, pouvait refléter le contenu théologique orthodoxe. Pourtant, toute l'aventure de la réforme liturgique eut des conséquences inattendues, y compris pour la production et le marché des icônes. Les vieux-croyants, refusant les nouveaux rites (le signe de croix avec trois doigts), rejetèrent aussi leurs représentations dans les icônes, c'est-à-dire qu'ils n'acceptaient pas les nouvelles icônes et qu'ils préféraient les anciennes. Ce rejet, purement « rituel », devint rapidement esthétique et se transforma alors en refus de toutes les icônes peintes à la manière occidentale.

Cela eut deux conséquences pour le marché des icônes. Premièrement, les peintres s'accommodèrent de la nouvelle demande en créant une production qui, du point de vue figuratif, se référait aux exemples de la première moitié du XVII^e siècle (« l'école Stroganov »), aux anciens rites et aux anciens textes. Pour autant, ces icônes ne furent pas toujours exécutées par des peintres qui étaient eux-mêmes vieux-croyants. Au contraire, il serait légitime de supposer que le travail et l'identité religieuse du créateur s'éloignèrent l'une de l'autre à cette époque. Dans le même temps, une nouvelle demande pour les icônes « anciennes » se développa. Certes, la Russie médiévale connaissait, outre les icônes miraculeuses et des icônes « simples », des icônes dotées d'une histoire ou d'une légende. Toutefois, à partir du *Raskol* et pour la première fois dans l'histoire russe, les vieux-croyants recherchaient les icônes « anciennes » et se montraient prêts à les payer des sommes considérables. La préférence donnée par les autorités ecclésiastiques aux icônes nouvelles, peintes sous l'influence du baroque, permettait aux vieux-croyants de racheter plus facilement les anciennes icônes et de les restaurer. Ainsi, malgré leur « conservatisme » présumé, les vieux-croyants contribuèrent à l'apparition en Russie d'une attitude quasi moderne à l'égard des antiquités.

La réforme appelée de ses vœux par Iosif Vladimirov fut reprise par les conciles ecclésiastiques de 1666 et 1667. De manière plus singulière, elle fut reprise aussi par Pierre le Grand pendant ses réformes ecclésiastiques. Il n'y a pas lieu de formuler ici un jugement général sur le changement pétrovien, qui s'effectua en plusieurs étapes et qui présente un amalgame de ruptures et de continuités. Néanmoins, soulignons que les mesures relatives aux icônes et à leur commerce formaient précisément un élément de continuité. Le contrôle des peintres d'icônes par les élus ou les fonctionnaires, l'interdiction de plusieurs compositions considérées comme non-orthodoxes et même l'interdiction intimée aux peintres populaires de Palex et de Xoluj de peindre des icônes forment les grandes lignes de cette politique. Toutefois, face à la situation du marché du début du XVIII^e siècle, ces projets apparaissaient déjà comme utopiques et ils ne purent jamais être mis en œuvre. L'ampleur des circuits marchands de la vente d'icônes était déjà telle à rendre irréaliste toute réforme pour les modifier ou les réguler.

Aleksandr LAVROV
 Université Paris-Sorbonne
 allavrov@yahoo.com

Bibliographie

- БЕЛОВРОВА Ol'ga A. [Белоброва Ольга А.], 1993, « Иосиф Владимиров [Iosif Vladimirov] », in Д. М. Булантин, А. А. Турналов (eds.), *Словарь книжников и книжности Древней Руси*, вып. 3 (XVII в.), Р. 2: И-О, Saint-Petersbourg, Наука, p. 110-111.
- BOGOJAVLENSKIJ Sergej K. [Богоявленский Сергей К.], 1947, « Связи между русскими и сербами в XVII-XVIII вв. [Les relations entre les Russes et les Serbes aux XVII^e-XVIII^e siècles] », in *Славянский сборник*, Moscou, ОГИЗ, p. 241-261.
- DMITRIEVA Zoja V. [Дмитриева Зоя В.] (ed.), 2010, *Приходные и расходные книги Кирилло-Белозерского монастыря 1601-1637 гг. [Les registres des recettes et des dépenses du monastère Kirillov-Belozerskij]*, Moscou-Saint-Petersbourg, Альянс – Архео.
- OVČINNIKOVA Ekaterina S. [Овчинникова Екатерина С.], 1964, « Иосиф Владимиров: трактат об искусстве [Iosif Vladimirov: traité sur l'art] », in В. Н. Лазарев et al. (éds.), *Древнерусское искусство. XVII век*, Moscou, Наука, p. 9-61.
- SEDOV Pavel V. [Седов Павел В.], 1996, « Подношения в московских приказах XVII в. [« Les offrandes dans les Secrétariats moscovites du XVII^e siècle »] », *Отечественная история*, 1, p. 139-150.
- ŠMELEV Dmitrij N. [Шмелев Дмитрий Н.], 1988, *Словарь русского языка XI-XVII вв. Вып. 14 (Отрава-Персона)* [Dictionnaire de la langue russe des XI^e-XVII^e siècles, vol. 14 (Otrava-Personja)], Moscou, Наука.
- TARASOV Oleg Ju. [Тарасов Олег Ю.], 1995, *Икона и благочестие. Очерки икононого дела в императорской России [L'icône et la dévotion. Esquisse du travail de l'icône dans la Russie impériale]*, Moscou, Прогресс, Традиция.
- VASMER Max, 1953, *Russisches etymologisches Wörterbuch*, Heidelberg, Carl Winter, vol. 2.
- 1864, « Челобитная царю Алексею Михайловичу шуйской вдовы Любовки Губиной об убийстве сына ея Кирюшки товарищами его ходебщиками с иконами в 1658 г. [« Supplique au tsar Aleksandre Mixajlovič de la veuve de Šuja Lubovka Gubina au sujet du meurtre de son fils Kiruska par ses compagnons vendeurs d'icônes en 1658 »] », *Владимирские губернские ведомости*, 44.

Le marché des objets sacraux en Moscovie : une tentative de reconstruction

Deux caractéristiques majeures permettent de comprendre la fabrication des objets de dévotion dans la Moscovie du XVII^e siècle. En premier lieu, les ateliers monastiques et diocésains spécialisés dans la production de ce type d'objets y sont très peu nombreux. Pour vendre ou offrir des souvenirs aux fidèles, les monastères ou les évêques devaient souvent les acheter chez les producteurs semi-indépendants, ce qui fut un facteur important dans la formation d'un marché. D'autre part, la coutume veut que les icônes ne soient pas vendues, mais seulement « échangées ». Le commerce des icônes est évoqué dans l'Épître d'un peintre d'icônes à un autre peintre d'icônes, écrite par Iosif Vladimirov vers 1655-1658; cette source révèle la vente des icônes sur les marchés, pour un prix bas ou contre de la nourriture, et offre des indices sur l'identité sociale et culturelle des vendeurs. La vente des icônes semblait être le fait de marchands non spécialisés; le commerce empruntait la voie fluviale. Cependant, l'époque voit apparaître des marchands spécialisés qui, à partir du début du XVIII^e siècle, traversent les frontières de la Moscovie pour vendre leur production en Serbie.

Mots-clés : Moscovie, XVII^e siècle, icônes, production monastique, marchands.

The market for sacral objects in Muscovy: an attempt at reconstruction

Two major characteristics make it possible to understand the production of devotional objects in seventeenth-century Muscovy. In the first place, the monastic and diocesan workshops specialized in the production of this type of objects are very few. To sell or offer souvenirs to the faithful, monasteries or bishops often had to buy them from semi-independent producers, and that was an important factor in order to create a market. On the other hand, traditionally icons are not sold, but only "exchanged". The trade of icons is evoked in the Epistle of an icon painter to another icon painter, written by Iosif Vladimirov around 1655-1658; this source reveals the sale of icons on the markets, for a low price or against food, and offers clues about the social and cultural identity of the sellers. The sale of the icons seemed to be the work of unskilled merchants; the trade took the river way. However, the period saw the appearance of specialized merchants who, from the beginning of the eighteenth century, crossed the borders of Muscovy to sell their production in Serbia.

Keywords: Muscovy, 17th century, icons, monastic production, merchants.

El mercado de objetos sacros en Moscovia: un intento de reconstrucción

Dos características principales hacen posible comprender la producción de objetos devocionales en Moscovia del siglo XVII. En primer lugar, los talleres monásticos y diocesanos especializados en la producción de este tipo de objetos son muy pocos. Para vender u ofrecer recuerdos a los fieles, los monasterios u obispos a menudo tenían que comprarlos a productores semiindependientes, lo que era un factor importante en la formación de un mercado. Por otro lado, la costumbre es que los iconos no se venden, sino que solo se «intercambian». El comercio de iconos se evoca en la epístola de un pintor de iconos a otro pintor de iconos, escrito por Iosif Vladimirov alrededor de 1655-1658; esta fuente revela la venta de iconos en los mercados, por un precio bajo o en contra de los alimentos, y ofrece pistas sobre la identidad social y cultural de los vendedores. La venta de los iconos parecía ser obra de comerciantes no calificados; el comercio tomó el camino del río. Sin embargo, el período vio la aparición de comerciantes especializados que, desde el comienzo del siglo XVIII, cruzaron las fronteras de Moscovia para vender su producción en Serbia.

Palabras clave: Moscovia, siglo XVII, iconos, producción monástica, comerciantes.