Cipango

Cahiers d'études japonaises

18 | 2011

Le Japon et le fait colonial I

Une approche sociologique du marché de l'art au Japon : réseaux d'intermédiation marchands pour la vente, la circulation, la diffusion, et la formation de la valeur des œuvres d'art

Cléa Patin

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/cipango/1618>

DOI : 10.4000/cipango.1618

ISSN : 2260-7706

Éditeur

INALCO

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2011

Pagination : 287-288

ISBN : 978-2-85831-195-8

ISSN : 1164-5857

Référence électronique

Cléa Patin, « Une approche sociologique du marché de l'art au Japon : réseaux d'intermédiation marchands pour la vente, la circulation, la diffusion, et la formation de la valeur des œuvres d'art », *Cipango* [En ligne], 18 | 2011, mis en ligne le 23 septembre 2013, consulté le 30 juin 2021. URL : <http://journals.openedition.org/cipango/1618> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cipango.1618>

Ce document a été généré automatiquement le 30 juin 2021.

Cipango est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International.

Une approche sociologique du marché de l'art au Japon : réseaux d'intermédiation marchands pour la vente, la circulation, la diffusion, et la formation de la valeur des œuvres d'art

Cléa Patin

RÉFÉRENCE

Cléa PATIN, *Une approche sociologique du marché de l'art au Japon : réseaux d'intermédiation marchands pour la vente, la circulation, la diffusion, et la formation de la valeur des œuvres d'art*, thèse de doctorat, sous la direction de Pierre-Michel Menger, École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2012.

- 1 Cette thèse de sociologie, qui a prélevé dans les domaines de l'économie, de l'histoire de l'art et des sciences politiques, offre un état des lieux du fonctionnement du marché de l'art dans l'archipel. Structurée en huit chapitres, elle vise à expliquer la faiblesse de la part du Japon dans les échanges mondiaux d'œuvres d'art – ce qui contraste fortement avec la place de ce pays dans l'économie mondiale – ainsi que le caractère paradoxalement en retrait du segment de l'art contemporain (faible soutien institutionnel et manque de visibilité à l'international). Dans le prolongement des analyses pionnières sur le marché de la peinture réalisées par Raymonde Moulin en France et Segi Shin.ichi au Japon, elle se fonde sur la consultation de la presse généraliste, économique et spécialisée, ainsi que sur les connaissances tirées d'une soixantaine d'entretiens avec des représentants de la chaîne de production et de

diffusion des œuvres d'art, sur une analyse factorielle de données issues d'un questionnaire administré auprès de cent six galeries d'art tokyoïtes, sur une observation participante dans les sections artistiques des grands magasins, et enfin sur l'exploitation d'un sondage auprès d'une promotion d'un peu moins d'une trentaine d'étudiants spécialisés dans les arts visuels. Elle aborde donc avec précision les différents acteurs du marché japonais : galeries, artistes, collectionneurs, conservateurs de musées et critiques d'art, maisons de ventes aux enchères, mais aussi grands magasins et journaux (deux aspects originaux du marché japonais). Au final, la thèse montre que la faiblesse du rayonnement des artistes japonais vivants ne saurait être automatiquement imputée à un déficit du côté des galeries. Le Japon bénéficie en effet d'un réseau de galeristes compétents et efficaces, capables de se dédier de manière souvent désintéressée à l'art novateur. Outre la variété de ses circuits marchands, le pays se distingue aussi par sa position privilégiée à la rencontre de plusieurs systèmes de production picturale (occidentale et sinisée), et par une évolution historique qui lui a fait connaître toutes les étapes de la constitution d'un marché moderne. Ces facteurs sont à l'origine d'une accumulation certaine d'expérience par l'ensemble des acteurs du marché et restent, aujourd'hui encore, source de compétitivité. Cependant, une organisation trop structurée de l'art traditionnel, tant au niveau des mécanismes de certification de la qualité, de la formation des goûts que des réseaux de diffusion (contrairement à ce que l'on voit dans les pays occidentaux) a certainement nui à la construction de réseaux de légitimation plus efficaces pour l'art actuel. En outre, des considérations plus conjoncturelles, comme l'éclatement dramatique de la bulle spéculative à la fin des années 1980, ont rendu les acteurs particulièrement avers au risque, influençant *in fine* leur capacité à lancer les artistes de la jeune génération.