Sur *L'Artiste, l'institution et le marché* de Raymonde Moulin

On L'Artiste, l'institution et le marché by Raymonde Moulin

Alain Quemin et Clara Lévy

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/23412>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.23412

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 15 novembre 2020

Pagination : 371-384

ISBN : 978-2-8143-0586-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Alain Quemin et Clara Lévy, « Sur *L'Artiste, l'institution et le marché* de Raymonde Moulin », *Questions de communication* [En ligne], 37 | 2020, mis en ligne le 15 novembre 2020, consulté le 16 juin 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/23412> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23412>

ALAIN QUEMIN

Université Paris 8-Vincennes-Saint-Denis, IEE, F-93526, Saint-Denis, France
Membre senior de l'Institut universitaire de France
aquemin[at]univ-paris8.fr

CLARA LÉVY

Université Paris 8-Vincennes-Saint-Denis, IEE, F-93526, Saint-Denis, France
clara.levy05[at]univ-paris8.fr

SUR L'ARTISTE, L'INSTITUTION ET LE MARCHÉ DE RAYMONDE MOULIN

Résumé. — *L'Artiste, l'institution et le marché* constitue l'ouvrage le plus abouti de la sociologue de l'art française Raymonde Moulin. Paru au début des années 1990, il s'intéresse à la constitution de la valeur de l'art, qui se construit à l'articulation du marché et du musée. Cette analyse repose sur une multitude de données empiriques de première et seconde mains concernant principalement le domaine des arts visuels en France dans les années 1980. Ces données sont examinées avec une grande finesse, en dehors de tout dogmatisme conceptuel et théorique. C'est ce qui a permis à l'ouvrage de bénéficier d'une réception très positive au moment de sa parution, tout particulièrement dans le monde de l'art, mais qui s'est encore élargie au fil des décennies jusqu'à en faire un classique incontournable de la sociologie de l'art.

Mots clés. — sociologie de l'art, histoire de la sociologie, marché de l'art, institutions, artistes

En préambule, il convient de préciser la relation qu'ont entretenue les deux auteurs de ce texte avec Raymonde Moulin et, en particulier, la position qu'ils occupaient lorsqu'elle a publié *L'Artiste, l'institution et le marché*. Alain Quemin (1997) préparait alors, depuis deux ans, sa thèse de doctorat, sous la direction de la sociologue, à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), sur la profession de commissaire-priseur. Il entretenait donc des contacts réguliers avec sa directrice de thèse, tant lors des séances du séminaire de recherche qu'elle organisait mensuellement qu'à l'occasion des déjeuners auxquels elle l'invitait régulièrement pour parler de son travail. Clara Lévy, quant à elle, venait de s'inscrire en thèse, également de sociologie, et elle aussi à l'EHESS, auprès de Dominique Schnapper et elle travaillait sur les écrivains juifs de langue française (1998). D'une certaine façon, cela aurait pu constituer un lien avec R. Moulin *via* la personne de Raymond Aron : la sociologue de l'art avait été la plus proche collaboratrice de celui-ci et D. Schnapper, qui en était la fille, avait toujours entretenu une grande proximité avec son père, notamment sur le plan professionnel. Toutefois, alors que R. Moulin et D. Schnapper avaient été intimes du vivant de R. Aron, et bien qu'elles fussent toutes deux directrices d'études à l'EHESS, elles s'étaient beaucoup éloignées après la disparition de celui-ci. À l'époque, C. Lévy ne connaissait pas encore personnellement R. Moulin.

L'auteure Raymonde Moulin : de l'histoire à la sociologie de l'art

R. Moulin, qui s'est éteinte à 95 ans, le 9 août 2019, est née le 19 février 1924, à Moulins, dans une famille de petits notables. Son père, qui était le receveur des postes de la ville, était également conseiller municipal. Fille unique, elle expliquait qu'elle avait été beaucoup gâtée, tout particulièrement par son père et par un oncle. L'absence de frères, avec lesquels elle se serait alors *de facto* trouvée en situation de concurrence, peut expliquer, du moins en partie, sa trajectoire aussi brillante qu'atypique pour une femme de sa génération. C'est à Lyon, en zone libre, que R. Moulin a effectué, pendant la Seconde Guerre mondiale, sa classe préparatoire littéraire, puis le reste de ses études, jusqu'à l'agrégation d'histoire. D'abord nommée à Moulins, elle a ensuite gagné Paris et les lycées Molière puis Fénelon. Alors qu'elle était lasse de devoir enseigner chaque année la même chose, elle entendit parler du Centre national de la recherche scientifique (CNRS) lors d'une rencontre incidente. Elle alla donc demander conseil à son directeur de maîtrise d'histoire – elle avait consacré son mémoire à la place de la femme dans la cité grecque – en lui expliquant qu'elle désirait désormais « vivre dans le siècle ».

Ainsi fut-elle orientée vers R. Aron, camarade d'études à l'École normale supérieure de son directeur de mémoire. Le célèbre sociologue encadra sa thèse d'État et elle en devint une très proche collaboratrice puisqu'il lui confia même le secrétariat général du Centre européen de sociologie historique dans

les années 1970. Forte d'une thèse remarquée sur *Le Marché de la peinture en France* (1967), R. Moulin a effectué toute sa carrière au CNRS, de 1957 jusqu'à sa retraite en 1992. De 1985 jusqu'à cette date, elle y a cumulé son poste avec celui de directrice d'études à l'EHESS, après un passage de deux ans au Centre expérimental de Vincennes, alors tout juste créé, devenu ensuite l'Université de Vincennes Saint-Denis (Quemin, 2020).

C'est en sociologie de l'art que la contribution de R. Moulin a été la plus décisive. Parallèlement à Pierre Bourdieu et ses collaborateurs, elle a complètement refondé ce domaine dans les années 1960. Si, dès les débuts de la sociologie en France, une certaine « sociologie esthétique » était apparue, le terme *sociologie* constituait surtout une étiquette apposée par les auteurs, la discipline étant à la mode à la toute fin du 19^e siècle et au début du 20^e siècle (Quemin, 2018). Le contenu proprement sociologique était, quant à lui, plus discutable. Il est possible de porter un regard proche sur la contribution de Pierre Francastel, historien de l'art de formation qui créa, pour sa part, l'expression *sociologie de l'art* et qui occupa même la première chaire créée sous cette dénomination, mais dont l'ancrage réel dans la discipline fait, aujourd'hui encore, débat (Quemin et Lévy, 2010). De façon assez similaire, Jean Duvignaud fut surtout un « touche-à-tout », insuffisamment ancré en sociologie pour y apporter une contribution déterminante et produire une réelle filiation. Ancien assistant à la Sorbonne de Georges Gurvitch, qui fut un pont de la sociologie mais dont l'héritage est resté limité, J. Duvignaud fut tout à la fois sociologue, anthropologue, écrivain, critique de théâtre, dramaturge, essayiste et scénariste. Pour sa part, Lucien Goldmann, spécialiste d'esthétique et de théorie littéraire, poursuivait largement l'œuvre de Georg Lukàcs, et il a pu ouvrir la voie à la sociologie de la littérature. Toutefois, pendant longtemps, celle-ci était (étrangement) considérée comme distincte de la sociologie de l'art. En rompant résolument tant avec l'incertitude disciplinaire de tous les auteurs précédents qu'avec les apories de la filiation marxiste (également représentée par L. Goldmann), R. Moulin a ancré la sociologie de l'art dans une perspective délibérément empirique. La dimension fondatrice du *Marché de la peinture en France* (Moulin, 1967) pour le domaine peut s'apprécier d'un double point de vue. Elle peut, d'abord, se mesurer au fait que l'ouvrage comporte très peu de références en sociologie ; c'est surtout la démarche originale, essentiellement compréhensive, qui inscrit ce livre dans la discipline, laquelle était d'ailleurs encore largement à constituer. Il faut se souvenir qu'à l'époque, il n'existait pas de section de sociologie au CNRS, comme R. Moulin le soulignait elle-même. L'influence fondamentale de cet ouvrage peut aussi se mesurer au fait que l'un des plus grands sociologues du 20^e siècle, l'Américain Howard S. Becker, trouva une source d'inspiration majeure dans ce livre pour apporter, à son tour, une contribution essentielle en sociologie de l'art avec *Les Mondes de l'art* (1988) et devint longtemps un compagnon de route de R. Moulin.

Plus fondamentalement encore, l'apport de celle-ci a été prépondérant pour l'essor de la sociologie de l'art qu'elle a non seulement irriguée par ses propres travaux mais aussi structurée de façon déterminante. En 1983, elle a créé un laboratoire

spécialisé, le Centre de sociologie des arts, qui a joué un rôle essentiel en termes d'identité du domaine de recherche. À ce moment-là, comme durant toute sa carrière, R. Moulin fut une grande « patronne ». Outre son rôle incontournable de directrice de laboratoire à la tête de la première équipe de sociologie de l'art (une équipe de taille restreinte d'une dizaine de personnes), R. Moulin a également organisé et présidé un important colloque devenu une référence, à Marseille, en 1985 (les contributions ont ensuite été réunies dans *Sociologie de l'art*, d'abord paru à la Documentation Française en 1986, puis réédité chez L'Harmattan en 1999). De secteur de niche mal identifié, la sociologie de l'art (et de la culture) est devenue un domaine majeur en sociologie.

En 1992, R. Moulin a publié son chef-d'œuvre, *L'Artiste, l'institution et le marché*, livrant une analyse brillante du système mis en place en France durant les années 1980.

La constitution de la valeur de l'art à l'articulation de l'institution et du marché

Exactement un quart de siècle après son premier ouvrage majeur qui lui avait apporté la notoriété, *Le Marché de la peinture en France* (1967), *L'Artiste, l'institution et le marché* porte de nouveau sur l'objet de recherche de prédilection de son autrice : le marché de l'art et son fonctionnement. Ce sujet est envisagé dans une perspective résolument pluridisciplinaire : historique, qui permet de recontextualiser les mécanismes mis au jour, mais aussi économique et surtout sociologique. Dès les premières pages de l'ouvrage, l'autrice dessine le projet général qui est le sien :

Notre analyse sera focalisée sur la spécificité de la configuration artistique actuelle qui réside dans l'interdépendance accrue entre le marché de l'art où s'effectuent les transactions et le champ culturel où s'opèrent l'homologation et la hiérarchisation des valeurs artistiques [...]. Les recherches dont ce livre est l'aboutissement ont été menées dans une triple perspective : proposer une analyse sociologique de la construction des valeurs artistiques, étudier le rôle des différentes catégories d'acteurs qui opèrent dans la construction des valeurs artistiques, établir le portrait sociologique de la figure centrale des mondes de l'art, l'artiste. Ce programme est exprimé par l'ordre dans lequel les trois parties de l'ouvrage sont articulées. À chacune de ces parties correspondent un registre d'interprétation et un type de matériaux et d'informations spécifiques. (p. 7-8)

L'introduction de l'ouvrage constitue un modèle du genre, construite sans effet de manche et rédigée avec une clarté, une précision et une exactitude – à la fois par rapport au titre du livre et au contenu des pages qui suivent – qui ne peuvent que forcer l'admiration. La structure du propos à venir y est exposée de manière simple et accessible au lecteur : de ce fait, l'introduction rédigée par l'autrice constitue le meilleur des résumés possibles. Nous allons pourtant tenter ici de relever le défi de proposer une autre présentation de l'ouvrage, qui bénéficie, par rapport à l'introduction de R. Moulin, d'une distance historique

mais aussi épistémologique puisque, depuis 1992, les travaux sociologiques sur le marché de l'art se sont multipliés (Durand, 1989 ; Quemin, 1997, 2002, 2013 ; Velthuis, 2005 ; Fialho, 2006 ; Mercier, 2012 ; Hest, 2012 ; Yun, 2016 ; Simioni, 2019). De manière plus générale, la sociologie de l'art dans son ensemble s'est considérablement étoffée (Péquignot, 2009 ; Quemin, 2017), tant du point de vue des enquêtes empiriques menées que de celui des réflexions conceptuelles ; ainsi cet enrichissement, au cours des trois décennies qui ont suivi, permet-il de porter un regard différent sur le texte ici considéré, que l'on peut relire avec le recul conféré par l'ensemble des recherches conduites depuis.

Au moment de sa parution, l'ouvrage de R. Moulin a marqué par la formulation d'une thèse originale qui avait déjà été esquissée dans *Le Marché de la peinture en France*. Le marché de l'art et les institutions culturelles sont, depuis le milieu des années 1960, en étroite interdépendance : le cours du premier dépend des politiques culturelles des secondes, elles-mêmes influencées en partie par la valorisation et les cotes ayant cours sur le marché... Fondée sur une augmentation massive des soutiens à la création et à la promotion de l'art contemporain, la politique culturelle publique dont R. Moulin rend alors compte au début des années 1990 agit sur le commerce des œuvres, sur la formation des réputations artistiques et sur la concurrence des innovations esthétiques. Dans le même temps, l'internationalisation croissante du monde de l'art modifie les règles de la compétition et de la consécration artistiques.

Le primat de l'empirisme

Les ouvrages de R. Moulin en général et celui-ci en particulier ne constituent pas d'extraordinaires échafaudages théoriques ayant pour ambition d'éblouir par la sophistication conceptuelle et de ne retenir de la réalité sociale étudiée que les éléments allant dans le sens d'un modèle théorique préétabli qu'il s'agirait d'illustrer à tout prix. Rien d'étonnant, donc, à ce qu'H. S. Becker soit devenu un lecteur enthousiaste de R. Moulin, chez laquelle il retrouvait une méfiance proche de la sienne envers la « *big theory* » pour reprendre une de ses expressions. Loin de tout dogmatisme, R. Moulin a toujours su mobiliser, chez chaque auteur et dans chaque courant, ce qui pouvait lui permettre d'éclairer le terrain d'enquête qui lui était si familier, le marché de la peinture ou, plus généralement, celui de l'art. C'est ce qui explique que, dans son ouvrage, elle puisse citer des auteurs aussi différents en matière d'ambition théorique que P. Bourdieu ou H. S. Becker – deux sociologues qu'elle a personnellement côtoyés – et dont elle a tiré les apports les plus compatibles avec son approche empirique de la sociologie. C'est en partie ce qui explique comment elle est parvenue à concilier des emprunts effectués tant dans le modèle du champ artistique, d'une part, que dans celui des mondes de l'art, d'autre part, alors que ceux-ci ne sont pas fréquemment envisagés comme compatibles. Cette ouverture d'esprit et cette curiosité expliquent

également, que, à côté de ces grands noms de la sociologie, elle mentionne de jeunes auteurs alors bien moins consacrés (dont A. Quemin et Anne Saint-Rémy, qui effectuaient, à l'époque, leur thèse sous sa direction). Les renvois aux premières recherches de ses doctorants sont effectués essentiellement pour les apports de leurs enquêtes de terrain.

En effet, c'est l'une des caractéristiques majeures du travail de R. Moulin : sa réflexion et son argumentation s'adossent sur de solides données empiriques, dont elle dévoile systématiquement les principes de construction. À de multiples reprises au fil de son texte, la sociologue ne manque pas de souligner que certains choix méthodologiques effectués influent sur certaines données obtenues, qu'il est impossible de neutraliser cette influence, mais qu'il convient, malgré tout, d'en être conscient pour ne pas sacraliser les résultats présentés. Ainsi est-ce le cas lorsque R. Moulin s'appuie sur les données du *Kunstkompass*, le classement international des artistes contemporains alors le plus connu et le plus utilisé par les acteurs du monde de l'art, établi par le journaliste économique allemand Willy Bongard : « Par la sélection des juges qu'il opère, il pré-détermine le palmarès. Il semble que les pondérations ne soient pas sans conséquence sur la place occupée par les artistes de la RFA et nul n'ignore que la publication des prévisions de Willy Bongard et ses successeurs (comme celle des prévisions boursières) relève de la (*self*) *fulfilling-prophecy* » (p. 78).

Il n'en reste pas moins que l'enquête est menée avec d'autant plus de rigueur que la sociologue entretenait depuis près de 30 ans une familiarité avec son terrain et avec les acteurs qui y évoluaient ; ce qui lui a permis, d'une part, de recueillir elle-même certains témoignages particulièrement précieux et, d'autre part, de mener des analyses secondaires bienvenues sur des données collectées par d'autres – le tout étant savamment entremêlé (tel est, par exemple, le cas lorsqu'elle fait « dialoguer » des extraits d'entretiens, qu'elle a elle-même menés ou qui ont été effectués par ses collaboratrices, avec des extraits d'entretiens issus de la presse généraliste ou spécialisée en art).

Il est tout à fait notable que, dans *L'Artiste, l'institution et le marché*, méthode qualitative et méthode quantitative soient alternativement – et parfois simultanément – mobilisées. En effet, aux extraits d'entretiens déjà mentionnés, s'ajoute la présentation de données chiffrées, souvent de seconde main, permettant à R. Moulin de mettre au jour, par exemple, de grandes tendances du marché de l'art ou les principales caractéristiques des artistes visuels contemporains. Cela ne l'empêche pas de se défier de tout sociologisme, en tenant compte également, à côté de données classiquement utilisées par les sociologues de l'art, de données nettement plus originales, car moins facilement intégrables par cette discipline : par exemple, la personnalité des galeristes ou le charisme individuel de tel ou tel critique d'art.

Une analyse fine du système des arts visuels mis en place, en France, durant les années 1980

La première partie de l'ouvrage s'intéresse à la construction de la valeur artistique, à la fois économique et sociale, à partir de l'examen de trois cas très contrastés qui donnent lieu à autant de segments du marché différents, auxquels sont respectivement consacrés les trois chapitres successifs de cette partie : les œuvres classées, les « tableaux à la douzaine » (ou les « chromos ») et, enfin, l'art contemporain international. Bien sûr, c'est le troisième cas qui intéresse particulièrement R. Moulin, mais elle accorde malgré tout une réelle attention au marché des œuvres classées – puisque c'est celui qui sert de référence à l'ensemble des marchés de l'art – et au marché des tableaux infra-artistiques – dont les règles de fonctionnement imitent celles des marchés de l'art légitime :

De l'un à l'autre de ces trois cas, l'amplitude de l'hétérogénéité des biens, de l'incertitude quant à leur valeur, des échelles de prix et des capacités de spéculation varie très fortement. Cependant, dans chacun des trois marchés, la relation entre évaluation esthétique et appréciation monétaire est au cœur de chacune des transactions. Du marché des « chromos », tableaux illégitimes du point de vue de la culture savante et aisément substituables les uns aux autres, au marché des chefs-d'œuvre du passé, hautement légitimes et non substituables, en passant par les zones de forte incertitude représentées par la création contemporaine, des stratégies plus ou moins explicites sont en jeu qui contribuent à la différenciation des produits et à la valorisation des auteurs.

Pour surprenant qu'il soit, le rapprochement de ces trois marchés a l'intérêt de signaler sous quelles conditions – unicité, exécution à la main, signature, originalité dans la pluralité de ses significations – le bien considéré s'éloigne de l'univers des biens ordinaires et se révèle capable de répondre au désir d'art des acheteurs. (p. 8)

C'est ce qui explique que R. Moulin procède au rapprochement entre ces trois marchés qui s'ignorent le plus souvent les uns les autres – et dont les deux marchés les plus légitimes (celui des œuvres classées et celui des œuvres contemporaines) manifestent condescendance et mépris à l'égard du marché des chromos (Couture, 1981) dont ils estiment ne partager aucune caractéristique. Au contraire, le point de vue sociologique adopté par R. Moulin lui permet d'établir qu'il n'existe aucune rupture entre ces trois marchés, contrairement à ce que considèrent à la fois le sens commun et les avis généralement tenus pour experts dans ce monde social : c'est, en réalité, une forme de *continuum* qui prévaut.

D'ailleurs,

la technique de l'amalgame est très utilisée pour procurer aux peintres qui n'appartiennent à aucun des mondes de l'art une aura artistique. Telle galerie parisienne située dans un quartier élégant distribue à des clientèles ciblées trois catégories de tableaux : ceux des « maîtres modernes », impressionnistes, fauves, cubistes ; ceux des peintres vivants et « confirmés » se situant dans la tradition réaliste française ; enfin, des toiles que le directeur de la galerie désigne comme « tableaux de grand magasin ». Dans un quartier touristique de la capitale, les galeries font cohabiter quelques tableaux-cautions de maîtres modernes, pas toujours à vendre, des tableaux traités à la façon d'artistes célèbres, Utrillo ou Nicolas de Staël, et des chromos sans référence et sans prétention. D'une cimaise à l'autre, d'un quartier à l'autre, la transition s'opère

insensiblement entre le marché des formes plastiques les plus appauvries et les plus anonymes et le marché des tableaux qui répondent, par les thèmes traités, à des attentes analogues de la clientèle, mais dont les auteurs offrent un plus haut degré de qualification et dont les prix sont plus élevés. Les arguments de vente, dans ces zones frontière indécises, ont plus de ressemblances que de différences. (p. 40)

La deuxième partie de l'ouvrage est consacrée à la description et l'analyse des permanences et des mutations des politiques culturelles de l'État français, puis des mondes et des marchés de l'art. R. Moulin explique qu'un nouveau modèle d'action publique, le modèle français, s'élabore au cours des années 1980, avec l'arrivée au pouvoir de François Mitterrand et lors du premier ministère de Jack Lang (1981-1986) en charge de la culture :

L'originalité du projet d'ensemble réside dans la volonté de dépasser les contradictions inhérentes aux politiques artistiques. La mobilisation de puissants moyens financiers, la transformation de l'administration des arts plastiques et la création de nouvelles institutions sont conçues comme les instruments de ce dépassement. Le projet culturel socialiste répond à un modèle d'économie mixte qui suppose la poursuite et le développement d'une politique de socialisation du risque artistique, en même temps que la relance du marché et la réconciliation de l'art avec l'économie [Sont analysées] les deux grandes modalités de l'action publique, celle de l'État providence avec les mécanismes de socialisation du risque d'une part, celle de l'État mécène avec les modalités d'intervention sur les marchés des œuvres et la commande d'autre part. La tension existe entre ces deux logiques d'action qui, dans la réalité, sont en constante interférence. C'est seulement par commodité d'exposition que nous en dissociérons l'analyse, en insistant sur le second aspect. Les gouvernements de droite ont, en effet, dès avant 1981, contribué à mettre en place l'État providence artistique, mais l'insuffisance des moyens financiers réduisait les possibilités d'intervention sur le marché. Le geste politique majeur du premier septennat Mitterrand ayant été le doublement, en 1982, du budget du Ministère de la Culture, c'est à un véritable changement d'échelle que nous assistons dans la politique des acquisitions et des commandes publiques. (p. 89-90)

Enfin, c'est à la figure centrale de l'artiste que sont consacrés les quatre chapitres de la troisième partie. Il s'agit d'abord de se lancer dans la tâche délicate de définir et de dénombrer les artistes plasticiens : en effet, la qualité d'artiste peut être envisagée de multiples façons (depuis le critère minimal de l'autodéfinition jusqu'aux critères apparemment plus rigoureux des recensements institutionnels, mais dont l'autrice met parfaitement en évidence le caractère socialement construit) et sa définition constitue un véritable enjeu de luttes tant symboliques que sociales. R. Moulin examine ensuite les similitudes et les différences caractérisant les artistes par rapport à l'ensemble des actifs de la population française. C'est là que sont analysées des variables essentielles de la carrière artistique : la visibilité sociale et la réputation :

On observe, dans notre population artistique, une forte prédominance des origines urbaines et une sur-représentation des étrangers, l'origine étrangère ne constituant pas un handicap dans l'accès à la notoriété. Les artistes se recrutent majoritairement dans les catégories sociales élevées, mais on constate que l'origine sociale élevée joue plus sur la capacité d'entrer dans le champ artistique que sur la réussite au niveau le plus élevé de la visibilité sociale. Il n'existe pas, pour les femmes, de discrimination à l'entrée dans le champ artistique, mais les chances de réussite varient très significativement en fonction du sexe. Au début des années quatre-vingt, les femmes ne représentent plus que 1 % des artistes ayant le plus fort degré de visibilité sociale.

Mais le destin professionnel des femmes varie nettement avec la génération. La réussite artistique se fait en général attendre longtemps. La part d'artistes jeunes est, dans notre enquête, très faible parmi les artistes les plus connus. Il faut, ici encore, rappeler l'évolution récente de cette situation, en faveur des artistes jeunes. On peut y voir, entre autres raisons, l'influence renouvelée des écoles d'art et l'effet des stratégies commerciales de lancement des « jeunes » artistes. La plupart des artistes de l'échantillon étudié pratiquent un art « figuratif » (62 %), en entendant par là une figuration qui exclut les formes figuratives situées dans le secteur « avancé » du champ artistique. Presque un quart des artistes pratiquent un art « abstrait », là aussi non comprises les formes d'abstraction relevant du secteur « avancé » du champ artistique. Une proportion relativement faible se situe dans les courants d'« avant-garde », quelle qu'en soient les modalités (16 %). Du côté des « avant-gardes » se trouvent plutôt les hommes que les femmes, plutôt les jeunes que les vieux, plutôt les artistes originaires des classes supérieures que ceux des classes populaires et moyennes. L'appartenance au secteur « avancé » du champ artistique (les tendances esthétiques constituant ce secteur varient selon le moment historique) apparaît comme le moyen le plus sûr, depuis le début du XX^e siècle, et comme le moyen le plus rapide, au cours de la période récente, d'atteindre le degré le plus élevé de la visibilité sociale. (p. 296)

Naissance et réception de l'ouvrage, émergence d'un classique

Il s'avère particulièrement difficile de résumer un ouvrage tel que *L'Artiste, l'institution et le marché*, tant celui-ci est dense et fourmillé d'informations qui sont venues renouveler à la fois la compréhension du marché de l'art mais aussi du monde social des arts visuels et la façon de mener une analyse sociologique de ceux-ci. R. Moulin, dont nous sommes restés très proches jusqu'à sa disparition et qui aimait beaucoup parler du passé et de sa carrière, concédait facilement que cet ouvrage constituait son meilleur livre, qu'elle plaçait devant *Le Marché de la peinture en France* en termes de qualité. Dans celui-ci, elle proposait déjà une bibliographie fournie, mais introduisait très peu de références en sociologie (ou largement des références dans une perspective marxiste qui apparaissent souvent dépassées aujourd'hui, et qui l'étaient déjà à l'époque). Encore très historienne, elle semblait davantage inspirée par l'histoire de l'art, mais aussi par des documents « indigènes » comme des mémoires de marchands utilisés à la manière d'archives. On pourra s'amuser d'assez nombreuses références en anglais, que R. Moulin lisait mal, et également... de références en allemand, langue qu'elle ne pratiquait pas. Si *Le Marché de la peinture en France* constitue une formidable enquête, *L'Artiste, l'institution et le marché* s'avère d'une tout autre ampleur. A. Quemin était alors doctorant de l'autrice quand est paru l'ouvrage : l'introduction de celui-ci a fait l'effet d'une bombe sur lui, tant ce texte était dense et recollait les morceaux des nombreuses interventions qu'effectuait la sociologue dans le séminaire de recherche qu'elle animait alors à l'EHESS. À la fois scientifique et un peu mondain, ce rendez-vous mensuel attirait non seulement des doctorants, mais aussi des dames qui s'intéressaient à l'art et qui y assistaient très régulièrement. R. Moulin n'y dispensait aucun cours à proprement parler, y présentait rarement ses propres travaux, mais elle invitait des chercheurs ou même, parfois, des acteurs

du monde de l'art. Elle y effectuait surtout des synthèses et commentaires d'une grande finesse de ces interventions en s'appuyant sur son projet d'ouvrage en cours qu'A. Quemain devait retrouver en lisant ensuite *L'Artiste, l'institution et le marché*. Cela l'avait placé dans un état de grande excitation intellectuelle, comme s'il obtenait enfin la clé d'une énigme dont, depuis quelques années, il réunissait les indices successifs.

Si l'ouvrage frappe, aujourd'hui encore, par sa nature magistrale, il convient de rappeler qu'il fut le fruit d'un long et douloureux enfantement. Cela peut surprendre tant il apparaît dense et relève manifestement d'un travail colossal, mais son autrice se disait elle-même paresseuse, et avait le sentiment de ne pas avoir assez travaillé pour produire une œuvre plus substantielle au cours de sa carrière. Toutefois, elle concédait ne pas avoir pu se consacrer à ses travaux de recherche autant qu'elle l'aurait souhaité car, directrice d'une unité de recherche, elle avait à cœur de stabiliser dans l'emploi des collaborateurs hors statut et, à cette fin, elle devait donc accepter de réaliser des contrats qui la détournaient de son œuvre personnelle. Publié sur le tard, à 68 ans, exactement au moment de son départ à la retraite, *L'Artiste, l'institution et le marché* a constitué une libération pour celle qui s'était beaucoup consacrée à des tâches institutionnelles et qui doutait alors de sa contribution à la sociologie, considérant qu'elle n'avait pas réalisé d'ouvrage important depuis *Le Marché de la peinture en France*. Néanmoins, la rédaction fut facilitée par l'accompagnement de Pierre-Michel Menger, ancien doctorant resté proche de R. Moulin et qui devait, des années plus tard, devenir professeur au Collège de France. La sociologue ne cachait pas qu'il lui tenait à cœur de faciliter cette nomination et d'effectuer ainsi le passage de relais avec son propre maître, R. Aron, qui avait lui-même occupé cette prestigieuse position. Elle souhaitait donc remettre à P.-M. Menger un manuscrit qu'il pourrait publier chez Flammarion, dans la collection « Art, histoire, société » qu'il codirigeait avec Alain Mérot, professeur d'histoire de l'art et spécialiste de Nicolas Poussin. De façon étonnante, la sociologue a confié un jour à A. Quemain que *L'Artiste, l'institution et le marché* n'avait été possible que parce que Florent Champy, qui effectuait son doctorat sur la profession d'architecte, puis lui, s'étaient inscrits en thèse sous sa direction à un an d'intervalle ! Jusque-là, elle n'avait pratiquement pas encadré de thèses d'hommes et d'aucun normalien, à part P.-M. Menger qui, à ce double titre, avait été particulièrement important pour elle. Agrégée d'histoire – concours qu'elle n'avait réussi qu'à sa troisième tentative (elle nous l'avait dit sur le tard et avait mis cela sur le compte de son manque de confiance en elle notamment, mais elle avait préparé le concours en province, ce qui rendait le succès plus difficile) –, elle nourrissait incontestablement un complexe d'infériorité par rapport aux philosophes et aux normaliens. Ceux-ci – R. Aron, P. Bourdieu, Jean-Claude Passeron, Michel Foucault au Centre expérimental de Vincennes – avaient toujours largement composé son environnement professionnel et elle éprouvait le sentiment de ne pas être tout à fait comme eux, de ne pas posséder une culture aussi légitime que la leur. Le fait que deux jeunes hommes (c'était important pour elle) soient venus s'inscrire en thèse avec

elle à un an d'écart l'avait convaincue qu'elle ne devait « pas être si mauvaise que cela » (c'est la formule qu'elle employa) et constitua une motivation très forte pour terminer *L'Artiste, l'institution et le marché* qu'elle ne parvenait jusqu'alors pas à finir. Par ailleurs, elle a pu bénéficier d'une invitation de la Fondation Getty, à Los Angeles (États-Unis), qui lui a permis de mettre, pendant plusieurs semaines, ses obligations de directrice du Centre de sociologie des arts entre parenthèses, et ce d'autant plus que, à l'époque, partir aussi loin constituait une vraie rupture, car le contact ne pouvait pas être conservé *via* l'internet.

La publication de l'ouvrage a constitué un événement suffisamment marquant pour que son éditeur organise un cocktail de lancement au très à la mode café Beaubourg, à l'angle du Centre Pompidou. Beaucoup de personnalités du monde de l'art avec lesquelles R. Moulin était en contact depuis des années s'étaient déplacées pour l'occasion. C'est parce que ce livre a été un succès et a connu un grand retentissement que R. Moulin a publié ses deux suivants qui ont requis un travail bien moindre, mais constituaient une demande de son éditeur : *De la valeur de l'art* et *Le Marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, parus respectivement en 1995 et en 2000, tous deux également chez Flammarion. Dans les deux cas, il s'agit d'ouvrages écrits très rapidement, le premier constituant un recueil d'articles très denses mais déjà existants, le second ayant fait l'objet d'un travail bien moindre que *L'Artiste, l'institution et le marché*. Autre signe du succès de cet ouvrage, celui-ci a également été proposé en collection économique (« Champs »), au format poche, en 1997, puis de nouveau réédité en 2009. Sa réception a été très forte, surtout dans le monde des arts visuels qui venait d'être largement redéfini, durant toutes les années 1980, du fait de l'importante institutionnalisation et légitimation de l'art contemporain due aux gouvernements de gauche successifs. Le monde de l'art était donc très réceptif à un regard analytique sur son fonctionnement, et d'autant plus de la part de R. Moulin qui jouissait d'une grande reconnaissance depuis la parution du *Marché de la peinture en France*. Déjà âgée au début des années 1990, la sociologue jouait en quelque sorte le rôle de figure tutélaire pour ce monde social, puisqu'elle était déjà présente sur le marché et dans le monde de l'art contemporain bien avant la plupart des acteurs qu'elle analysait et qu'elle pouvait ainsi tirer parti de son double regard de sociologue et d'historienne. À l'inverse, la réception a d'abord été moindre en sociologie. Certes, *L'Artiste, l'institution et le marché* a bénéficié de divers comptes rendus, tout particulièrement dans la *Revue française de sociologie* et dans les *Annales ESC* (devenus ensuite *Annales SHS*). Mais R. Moulin était très proche de la première revue, qu'elle a même dirigée, et celle-ci pouvait difficilement ne pas couvrir la sortie de son ouvrage. Certes, la longue recension (près de 10 pages) par Claude Grignon était très élogieuse – celui-ci n'hésitait déjà pas à mentionner que le livre méritait de devenir un classique –, mais le commentateur était chercheur à l'Institut national de recherche agronomique et pas du tout spécialiste de la sociologie de l'art. Si, quelques années auparavant, il avait co-signé un ouvrage important avec J.-C. Passeron (1989), il

importe de souligner de nouveau que ce domaine apparaissait alors largement déconnecté de la sociologie de l'art. Cela peut donner à penser que c'est un lecteur bienveillant davantage que spécialiste qui avait été choisi par la revue. Autre publication dont R. Moulin était très proche à travers son collègue et ami historien Jacques Revel, les *Annales ESC* avaient confié la rédaction d'un compte rendu, très positif également, à l'économiste de la culture Pierre-Jean Benghozi, avec lequel la chercheuse entretenait également d'excellentes relations. Toutefois, globalement, la sortie de l'ouvrage ne constitua pas un événement majeur en sociologie comme pouvait le représenter la publication de certains livres de P. Bourdieu comme *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire* (1992) paru la même année que *L'Artiste, l'institution et le marché* et qui, dans l'espace de la sociologie, fut beaucoup plus remarqué. Cependant, il convient de recontextualiser les faits et de considérer que, au début des années 1990, la sociologie de l'art n'était pas complètement sortie de son statut de niche. Si la parution d'un ouvrage de P. Bourdieu en sociologie de l'art pouvait rencontrer un très fort retentissement, c'est aussi et sans doute surtout parce qu'il avait été un sociologue de l'éducation très influent avant de compléter cette compétence par celle de la culture et d'adopter une perspective très englobante (Quemin, 2018). C'est aussi grâce à *L'Artiste, l'institution et le marché*, mais aussi du fait de la poursuite de la dynamique engagée par le colloque de sociologie de l'art organisé à Marseille en 1985 que la sociologie de l'art a ensuite progressivement élargi son audience, permettant une plus vaste reconnaissance du chef-d'œuvre de R. Moulin. Un autre fait marquant dans le processus de reconnaissance de la sociologie de l'art est la création du groupe de recherche « Œuvres, publics, société » (GDR Opus) dû aux efforts conjoints du professeur grenoblois Alain Pessin et de son homologue parisien Bruno Péquignot à la fin des années 1990. Cette initiative a considérablement ouvert la sociologie de l'art, désormais plus proche de la sociologie de la culture, et lui a assuré un rayonnement bien plus fort. C'est, en partie du moins, cet élargissement du domaine et de son emprise qui a permis à l'ouvrage de gagner réellement son statut de classique qui aurait sans doute été moins aisément atteint s'il s'était inscrit dans un secteur d'audience moindre. Alors que *Le Marché de la peinture en France* a été traduit en langue anglaise tardivement, 20 ans après sa parution initiale, *L'Artiste, l'institution et le marché* n'a toujours pas connu un tel destin près de 30 ans après sa publication, ce qui atteste d'un intérêt d'ampleur malgré tout limitée. Il est vrai que, analysant, avec une finesse inouïe, un système national très contextualisé, celui des arts plastiques en France, l'ouvrage se prêtait mal à l'exportation. Certes, tel était déjà le cas pour *Le Marché de la peinture en France*, mais, au cours des années 1960, période sur laquelle portait l'essentiel de l'enquête, ce pays constituait encore le centre du monde et du marché international de l'art dans le secteur des arts visuels. En 1992, il n'en était plus rien, le cas français perdait de son intérêt pour le lecteur étranger qui pouvait ne pas être seulement intéressé par la dimension analytique de l'ouvrage.

Conclusion

Impossible, aujourd'hui, de traiter du marché de l'art sans se reporter à cet ouvrage majeur, même si, du fait des analyses très empiriques et contextualisées de R. Moulin, les éléments factuels ne sont plus toujours d'actualité et font que le livre a inévitablement vieilli sur le fond. Toutefois, la différence est moins forte entre la période sur laquelle porte essentiellement ce second grand ouvrage de R. Moulin et celle qui l'a précédée qu'entre les années 1990 et celles qui ont suivi. Après le premier essai du *Marché de la peinture en France, L'Artiste, l'institution et le marché* reste un ouvrage pivot de la sociologie de l'art en ce qu'il a encore davantage ancré le domaine dans une perspective empirique (Heinich, 2004). C'est ce qui explique que, malgré l'absence de traduction en anglais, l'ouvrage soit mobilisé par les sociologues de l'art étrangers, au-delà du cercle initial des lecteurs français. Si, durant toute sa vie, R. Moulin s'est montrée, surtout en privé, très réservée sur la « sociologie des œuvres », on peut s'étonner de constater que l'œuvre n'est pas du tout absente de l'ouvrage, bien au contraire. Empruntant, pour rendre compte de la création de la valeur, tant à l'interactionnisme symbolique qu'à la théorie bourdieusienne, en termes de position dans le champ et de « magie », R. Moulin s'est appliquée à révéler les « trucs » de cette opération. Parce que, par-delà même le domaine spécialisé de la sociologie de l'art, *L'Artiste, l'institution et le marché* constitue désormais un classique de la sociologie, il faut, aujourd'hui encore, lire et relire R. Moulin.

Références

- Becker H. S., 1988 [1982], *Les Mondes de l'art*, trad. de l'anglais (États-Unis) par J. Bouniort, Paris, Flammarion.
- Bourdieu P., 1992, *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Couture F., 1981, *Le Marché des chromos à Montréal*, thèse de 3^e cycle en anthropologie sociale et histoire, École des hautes études en sciences sociales.
- Durand J. C., 1989, *Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985*, Sao Paulo, Ed. da Universidade de São Paulo.
- Fialho A. L., 2006, *L'Insertion internationale de l'art brésilien. Une analyse de la présence et de la visibilité de l'art brésilien dans les institutions et le marché*, thèse de doctorat en sciences de l'art et du langage, École des hautes études en sciences sociales.
- Grignon C. et Passeron J.-C., 1989, *Le Savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie de la littérature*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Heinich N., 2004, *La Sociologie de l'art*, Paris, Éd. La Découverte.
- Hest F. J. J. van, 2012, *Territorial Factors in a Globalized Art World? The Visibility of Countries in International Art Events*, thèse de doctorat, Erasmus Universiteit/École des hautes études en sciences sociales.
- Lévy C., 1998, *Écritures de l'identité. Les écrivains juifs après la Shoah*, Paris, Presses universitaires de France.

- Mercier C., 2012, *Les Collectionneurs d'art contemporain. Analyse sociologique d'un monde social*, thèse de doctorat en sociologie, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3.
- Moulin R., 1967, *Le Marché de la peinture en France*, Paris, Éd. de Minuit.
- Moulin R. (éd.), 1986, *Sociologie de l'art*, Paris, Documentation française.
- Moulin R., 1992, *L'Artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion.
- Moulin R., 1995, *De la valeur de l'art*, Paris, Flammarion.
- Moulin R., 2000, *Le Marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion.
- Péquignot B., 2009, *La Sociologie des arts*, Paris, A. Colin.
- Quemín A., 1997, *Les Commissaires-priseurs. La mutation d'une profession*, Paris, Éd. Anthropos/Éd. Economica.
- Quemín A., 2002, *L'Art contemporain international. Entre les institutions et le marché*, Nîmes, J. Chambon/Artprice.
- Quemín A., 2013, *Les Stars de l'art contemporain. Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels*, Paris, CNRS Éd.
- Quemín A., 2017, « The sociology of Art », dans K. Korgen (éd.), *Cambridge Handbook of Sociology*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 293-303.
- Quemín A., 2018, « Pierre Bourdieu, la sociologie de l'art et de la culture... et les sociologues du domaine », dans S. Dufoix et C. Laval (éds), *Bourdieu et les disciplines*, Nanterre, Presses universitaires de Paris-Nanterre, p. 167-186.
- Quemín A., 2020, « Raymonde Moulin (1924-2019) : un parcours de sociologue de l'art », *L'Année sociologique*, 70, p. 9-12.
- Quemín A. et Lévy C., 2010, « La fortune critique de Pierre Francastel en sociologie de l'art en France : un héritage limité », dans T. Dufrène (éd.), *Pierre Francastel. L'hypothèse même de l'art*, Paris, Éd. de l'Institut national d'histoire de l'art, p. 51-61.
- Simioni A. P. C., 2019, « Mulheres artistas no mercado artístico internacional: um olhar a partir dos índices do Artprice », *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, 9, p. 66-81.
- Velthuis O., 2005, *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton, Princeton University Press.
- Yun K., 2016, *Être exotique en art contemporain. La scène internationale de l'art et trois pays d'Asie – Japon, Corée du Sud et Chine – dans la mondialisation. Création et stratégie de diffusion*, thèse de doctorat en sociologie, Université Paris 8-Vincennes-Saint-Denis.