

La contribution des publics à la production de la valeur culturelle

Regards Sociologiques, n°49, 2016, pp.5-9

Le problème de la construction de la valeur symbolique occupe une position centrale en sciences sociales. Il se pose avec acuité aux sociologues et aux historiens de l'art qui ont consacré de nombreux travaux aux phénomènes de reconnaissance et de consécration artistiques. L'essentiel de ces travaux porte sur les voies traditionnelles de la consécration telles qu'elles s'incarnent dans les figures des pairs¹, de l'expert², du critique³, du jury⁴ et de l'académie⁵. Plus récemment, l'attention s'est portée vers « les nouvelles formes de la consécration culturelle »⁶ davantage centrées sur la promotion et la notoriété médiatique. En revanche, rares sont les recherches qui s'intéressent explicitement au rôle des publics, des amateurs et de la réception dans les processus de reconnaissance et de consécration des artistes et de leurs oeuvres.

Au-delà de leur diversité, les analyses sociologiques de la construction des valeurs artistiques confèrent ainsi implicitement au champ de production (ses artistes, ses marchands et ses prescripteurs) et aux industries médiatiques et culturelles le monopole de la production de la valeur artistique. Pourtant, les enquêtes sur les publics, sur les amateurs et les formes de réception des biens culturels suggèrent une division plus large du travail de production de cette valeur. C'est ce que le présent dossier souhaiterait montrer en mettant en évidence la contribution des amateurs aux processus de valorisation des biens culturels⁷.

Pour déplacer ainsi la focale, il faut distinguer plusieurs échelles. À un niveau macroscopique, on peut reprendre la distinction entre le champ de production et le champ de récep-

¹ Bourdieu Pierre, *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Le Seuil, 1992.

² Quemin Alain, *Les commissaires-priseurs. La mutation d'une profession*, Paris, Anthropos/Economica, 1997.

³ Allen Michael Patrick, Lincoln Anne E., « Critical discourse and the cultural consecration of American films », *Social Forces*, 2004, pp. 871-893.

⁴ Heinrich Nathalie, *L'épreuve de la grandeur. Prix littéraires et reconnaissance*, Paris, La Découverte, 1999.

⁵ Braden Laura, « From the Armory to academia: careers and reputations of early modern artists in United States », *Poetics. Journal of empirical research on culture, the media and the arts*, n°37, 2009, pp. 439-455.

⁶ Sur ce point, voir : *Réseaux* n°117, « Les nouvelles formes de la consécration culturelle », 2003.

⁷ Ce dossier est l'une des publications issues du colloque international « Reconnaissance et consécration artistiques », organisé du 7 au 9 novembre 2012 à l'Université de Poitiers par Laurence Ellena, Fanny Renard et les coordinateurs du présent dossier. Il a été organisé plus généralement par le GRESO (EA 3815), avec la participation du CURAPP (UMR 7319) et le soutien du DEPS du ministère de la Culture, de l'Université de Poitiers, de la Région Poitou-Charentes, de l'IUFM Poitou-Charentes et de la Communauté d'agglomération Grand Poitiers. Il a également reçu le soutien des partenaires scientifiques suivants : le CESSP (UMR 8209), le Centre Max Weber (UMR 5283) et l'Observatoire Musical Français (EA 206).

tion⁸ pour montrer comment, au sein du dernier, les publics contribuent à la valorisation des œuvres et des genres artistiques à travers les choix qu'ils opèrent. Sous cet angle, qui est celui de Modesto Gayo dans ce dossier, le volume du public traduit le succès d'un genre ou d'un artiste, tandis que ses caractéristiques sociales, telles qu'on peut les saisir au travers des enquêtes sur les pratiques culturelles⁹, par exemple, sont un indicateur central de leur degré de consécration ou de légitimité culturelle¹⁰.

À une échelle plus microscopique, cette perspective d'une division du travail de construction de la valeur artistique entre sphère de production et espace de consommation peut conduire, comme dans certaines études de réception, à nuancer l'idée du pouvoir des critiques et de la promotion des industries culturelles sur les représentations et les choix des récepteurs¹¹, en mettant en avant leur capacité réflexive de résistance¹². Elle permet également de mettre en évidence le rôle des amateurs « leaders d'opinion » culturelle, susceptibles d'orienter les pratiques et les goûts des individus sur lesquels ils exercent une « influence »¹³. Certains travaux font ainsi apparaître la relative autonomie de certains consommateurs à l'égard de la légitimité culturelle, autonomie fondée sur des groupes ou des institutions porteurs de logiques d'évaluation concurrentes : groupe de pairs, milieu professionnel, fan-club, etc.¹⁴ Dans le même ordre d'idée, certaines recherches sur les fans contribuent, implicitement ou explicitement, à l'étude de la participation des publics à la production de la valeur des biens culturels et des artistes. Il suffit de penser à la production de fanzines ou aux diverses formes de « cultes » rendu par les fans à leur idole¹⁵, qui, lorsque cette dernière est décédée, participent à « la mise en patrimoine et en postérité de la vedette et de son œuvre »¹⁶. Certains artistes et producteurs ont d'ailleurs bien saisi le parti qu'il pouvait tirer de l'activité des fans : récemment, des recherches anglophones montrent comment ils enrôlent – et parfois exploitent – les fans dans le travail de production du capital symbolique des artistes, notamment par leur usage d'internet et des médias sociaux¹⁷.

Plus généralement, avec les nombreux sites web qui permettent aux utilisateurs d'écrire et de partager leurs critiques, cette participation à la production de la valeur dépasse les communautés de fans pour s'étendre à des nombreux consommateurs culturels¹⁸. À cet égard, il est

⁸ Bourdieu Pierre, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979 ; Bourdieu Pierre, *Les règles de l'art, op., cit.*

⁹ Donnat Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte/ministère de la Culture et de la Communication, 2009.

¹⁰ Bourdieu Pierre, *La distinction. Critique sociale du jugement, op. cit.*

¹¹ Radway Janice, *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1984 ; Voir aussi le numéro 11-12 de la revue *Hermès* coordonné en 1993 par Dayan Daniel : « À la recherche du public. Réception, télévision, media ».

¹² Jenkins Henri, *Textual poachers. Television fans and participatory culture*, New York, Routledge, 1992 ; Collovald Annie, Neveu Érik, *Lire le noir. Enquête sur les lecteurs de récits policiers*, Paris, Bibliothèque publique d'information, 2004.

¹³ Dans le prolongement des réflexions sur les effets indirects des messages médiatiques amorcées par l'équipe réunie autour de Paul Lazarsfeld pour les enquêtes suivantes : Lazarsfeld Paul F., Berelson Bernard, Gaudet Hazel, *The People's Choice*, New York, Columbia University Press, 1944 ; Katz Elihu, Lazarsfeld Paul F., *Influence personnelle. Ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin/Institut national de l'audiovisuel, 2008 [1955].

¹⁴ Par exemple : Pasquier Dominique, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Autrement, 2005.

¹⁵ Le Guern Philippe (éd.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, PUR, 2002.

¹⁶ Segré Gabriel, *Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains*, Paris, Armand Colin, 2014, p. 53.

¹⁷ Baym Nancy, Burnett Robert, « Amateur experts : International fan labor in swedish independent music », *International journal of cultural studies*, vol.12, n°5, 2009, pp. 433-449 ; Morris Jeremy W., « Artists as entrepreneurs, fans as workers », *Popular music and society*, vol.37, n°3, 2013, pp. 273-290.

¹⁸ Pasquier Dominique, Beaudouin Valérie, Legon Thomas, « *Moi, je lui donne 5/5* ». *Paradoxes de la critique amateur en ligne*, Paris, Presses de l'École des mines (coll. i3), 2014.

intéressant d'observer la diversification des émetteurs de critiques (professionnels mais aussi amateurs) qui se produit à la faveur notamment de la multiplication des supports (presse spécialisée, blogs, forums, wikis) et qui contribue à une certaine démocratisation de l'activité critique, dans un mouvement que Patrice Flichy¹⁹ qualifie de « sacre de l'amateur ». Dans d'autres domaines aussi, le travail de valorisation n'est pas seulement assuré par les intermédiaires et experts professionnels. En art contemporain, les grands collectionneurs qui achètent de nombreuses œuvres à un même artiste et à un prix relativement faible collaborent, en accord avec le marchand ou le promoteur de l'artiste, à l'élaboration des hiérarchies sociales et économiques entre les œuvres²⁰.

Toutefois, le rôle de ces *taste makers* non professionnels et plus généralement le pouvoir de consécration des amateurs ne doivent pas être surestimés. Le pouvoir d'intervenir sur le sens et la valeur des œuvres demeure très inégalement partagé entre les différents espaces au sein desquels elles circulent : les instances les plus proches de la production (éditeurs, critiques, presse...) interviennent en amont sur la sélection et la certification des artistes et disposent de moyens importants pour produire le besoin de leurs produits. Ce dossier n'a pas pour intention de contredire ce constat ni de verser dans le discours de réhabilitation des amateurs et des fans²¹ en surestimant leurs capacités de résistances aux prescriptions de la critique ou des campagnes promotionnelles. S'ils peuvent détourner, résister, se faire indifférents à ces dernières, les amateurs les plus chevronnés n'en sont parfois que de simples relais.

Les sept articles présentés dans ce dossier ont donc pour objectif de répondre empiriquement, sur des terrains variés, à cette question encore peu explorée de la contribution des amateurs ou des publics à la production de la valeur des œuvres. Issus de plusieurs disciplines (sociologie, histoire, sciences de l'information et de la communication, anthropologie), les auteurs ont en commun d'aborder ces questions tout en mobilisant des éclairages théoriques et méthodologiques fort différents. Le dossier présenté ici peut-être pensé comme un programme de travail qui ne demanderait qu'à être poursuivi, enrichi de nouveaux objets, questionnements et approches.

En sociologie de la culture comme dans les autres domaines, l'historicisation permet d'éviter de considérer comme nouveaux des phénomènes anciens. C'est ce qui nous a incité à placer en ouverture du dossier l'article de l'historienne Charlotte Guichard, qui donne à voir l'importance de l'amateur pour la reconnaissance des peintres au siècle des Lumières. Après avoir exploré l'apparition de la figure de l'amateur au XVIIIe siècle, intimement liée aux mutations de l'espace artistique parisien, l'auteure cherche à comprendre le rôle qu'a pu jouer cette nouvelle figure sociale dans la production de l'œuvre d'art tout en contribuant à la reconnaissance de certains artistes. L'un des enjeux est ici de montrer comment les amateurs de peinture ont pleinement participé à l'institutionnalisation de certaines valeurs définissant les frontières de l'art et les canons esthétiques au siècle des Lumières.

Dans son article consacré à la réception d'un tableau méconnu de Nicolas Poussin (*La fuite en Égypte*), Samuel Coavoux montre les effets du statut d'une œuvre sur sa réception. Ce tableau se prête d'autant mieux à l'analyse que certaines de ses caractéristiques, notamment

¹⁹ Flichy Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010.

²⁰ Moulin Raymonde, *Le Marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion (coll. Champs), 2009 [1997], p. 34.

²¹ Comme par exemple Jenkins Henry, *Textual poachers. Television fans & participatory culture. Studies in culture and communication*, New York, Routledge, 1992.

sa taille modeste, n'attire pas spontanément le regard des visiteurs. À partir d'une enquête ethnographique menée au Musée des Beaux-Arts de Lyon, l'auteur montre tout d'abord que la désignation de Poussin, c'est-à-dire la « griffe » de la signature²², accroît l'importance du tableau. Les dispositifs de médiation présents au musée ne sont pas étrangers à ce phénomène. Il poursuit ensuite son analyse en montrant comment s'articule d'un côté l'évaluation institutionnelle de la valeur de cette toile et, d'autre part, des critères de jugement esthétique appliqué par les publics qui ne leur permettent pas toujours de retrouver des justifications adéquates de cette valeur.

À partir d'une étude approfondie des associations et des institutions parapubliques, Maïa Drouard s'intéresse à la production et à la consécration patrimoniale. Elle montre comment ces instances de consécration – dans leurs évolutions successives – ont permis l'émergence de nouveaux intermédiaires de la culture reléguant, au second plan, les professionnels de la culture et du patrimoine architectural. Incarnés ici par deux bénévoles « relais de pays » de la Fondation du Patrimoine, ces nouveaux intermédiaires participent au processus de labellisation et à la transformation des critères de reconnaissance des édifices à partir de nouvelles catégories d'entendement, en lien avec leurs dispositions bourgeoises.

Les articles suivants ont en commun de s'intéresser aux publics de la musique. Dans le premier, Juliette Dalbavie présente une enquête menée dans différentes conventions de disques où se côtoient les « collectionneurs », acheteurs comme vendeurs, amateurs comme professionnels. À partir d'une analyse des interactions, des pratiques entre ces collectionneurs et de l'organisation spatiale particulière, l'auteure révèle comment les conventions opèrent des classements mais également comment les amateurs classent ce qui mérite d'être conservé ou pas, c'est-à-dire légitiment la valeur de telle ou telle production musicale en fonction de sa rareté, du support, du chanteur, du label, etc. L'enjeu est ici de montrer de quelle manière les amateurs construisent la valeur de la chanson de variétés, voir même, dans certains cas, comment les discophiles experts fixent eux-mêmes la valeur des œuvres.

Dans un autre espace musical, celui du hip-hop gabonais, Alice Aterianus-Owanga s'intéresse plus spécifiquement au rôle des « groupies » dans la construction du succès et de la notoriété chez les rappers de Libreville. Les relations qu'elles nouent avec les rappers permettent à ces derniers de mettre en scène une masculinité conçue comme capacité à multiplier les « conquêtes » et les prouesses sexuelles, sur laquelle repose en partie leur capital de notoriété. À partir de là, dans ce monde d'hommes, certaines fans ont une place de choix et, surtout, vont adopter des stratégies pour figurer elles aussi avec tel ou tel rappeur. Par un transfert de capital symbolique, certaines de ces femmes s'érigent finalement elles-mêmes en célébrités, dans le milieu hip-hop et au-delà, auprès des hommes proches du pouvoir politique notamment.

À partir de l'ethnographie d'un groupe d'une douzaine d'amateurs de jazz, Wenceslas Lizé s'attache à montrer que ce collectif constitue une instance de socialisation qui participe « pratiquement » à la définition des valeurs artistiques et à la légitimation des goûts. Pour cela, l'auteur prend le parti de caractériser tout d'abord les différents agents présents dans ce groupe pour ensuite s'interroger sur les pratiques (observées), sur les discussions (enregistrées) lors des manifestations musicales et, finalement, l'ensemble des interactions ayant

²² Bourdieu Pierre, Delsaut Yvette, « Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°1, 1975, pp. 7-36.

lieu au sein de ce groupe de « connaisseurs ». Alors que les groupes de pairs sont souvent considérés comme des espaces de remise en cause de la culture légitime, les principes de légitimation à l'œuvre au sein de ce cercle de jazzophiles apparaissent plutôt conformes à ceux du champ de production jazzistique et aux normes de la légitimité culturelle.

Enfin, dans une toute autre perspective, Modesto Gayo propose une analyse comparative des données de deux enquêtes quantitatives sur les goûts musicaux, la première au Royaume-Uni, la seconde au Chili. Dans cette perspective macrosociologique, la contribution du public à la reconnaissance des genres s'analyse sous l'angle du volume et de la valeur sociale des consommateurs. Après avoir mis en débat la notion de distinction de Pierre Bourdieu et la perspective de l'omnivorisme de Peterson²³, l'auteur analyse les préférences musicales et leurs évolutions sur les deux territoires. Selon lui, un profond changement des préférences musicales a eu lieu qui ne peut s'interpréter ni suivant la seule thèse de la distinction, ni suivant celle de l'omnivorisme, mais en développant la notion de pluralité des régimes culturels pour rendre compte des nouvelles frontières symboliques qui circonscrivent les univers de goûts.

²³ Peterson Richard A., Simkus Albert, « How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups », in Lamont Michele, Fournier Marcel, *Cultivating Differences*, Chicago, The University of Chicago Press, 1992, pp. 152-186.