



CRESCO

Groupe de Recherches et d'études sociologiques
du Centre Ouest - EA 3815



<http://gresco.labo.univ-poitiers.fr>

APPEL À COMMUNICATION

COLLOQUE INTERNATIONAL

« *RECONNAISSANCE ET CONSÉCRATION ARTISTIQUES* »

7-8-9 Novembre 2012

GRESKO / Université de POITIERS (France)

Si les questions de reconnaissance et de consécration se situent au cœur de toute analyse des univers artistiques et culturels, c'est que ces derniers sont fondés sur des propriétés spécifiques et pour le moins paradoxales. En effet, relativement à d'autres domaines, les mondes de l'art se caractérisent par l'importance majeure que les professionnels comme les publics accordent à la valeur symbolique des œuvres et des artistes et par le désintéressement affiché ou, du moins, la dénégation assumée concernant la valeur et les profits économiques. Ainsi, au sein de ces univers, la hiérarchisation des artistes et des œuvres s'organise essentiellement selon la logique de l'accumulation du capital symbolique. Or, paradoxalement, l'évaluation de la qualité ou de la valeur artistique s'avère, au moins au départ, fortement marquée par l'incertitude, notamment parce que cette évaluation est généralement privée de conventions consensuelles reconnues et que ses objets (œuvres et artistes), loin d'être homogènes comme sur d'autres marchés, se caractérisent avant tout par leur singularité.

Le développement de l'analyse de la reconnaissance et de la consécration artistiques se révèle donc essentiel pour comprendre ce qui fait le prix et la valeur artistique des œuvres et pour appréhender, plus généralement, le fonctionnement social des champs artistiques dans leur diversité. C'est l'objectif que s'assigne ce colloque en faisant dialoguer des chercheurs-provenant de différents pays et de plusieurs disciplines des sciences sociales : la sociologie, principalement, mais aussi l'économie, l'histoire et l'histoire de l'art, les études littéraires, les *cultural studies*, etc. À partir des apports respectifs de ces disciplines et de

leurs points de vue, il s'agira en particulier de penser les phénomènes de consécration – représentations et pratiques – en relation avec les transformations passées et présentes des mondes de l'art en prenant soin de favoriser la comparaison internationale.

Reconnaissance et consécration s'entendent ici au sens large, incluant la notoriété médiatique et le succès commercial des artistes et des biens culturels, mais aussi les processus de légitimation et de canonisation des œuvres, des genres artistiques voire de tel ou tel registre culturel (culture légitime / culture populaire). Si ces différentes notions désignent sous la plume de certain-e-s chercheur-se-s des phénomènes circonscrits, qui ne se recoupent pas, elles recouvrent ailleurs des réalités très proches. Empruntée au champ religieux, la notion de consécration elle-même n'est pas toujours très précise. S'imposant à celles et ceux qui travaillent sur les mondes de l'art, elle semble ainsi aller de soi mais son usage, comme celui de notions connexes (succès, notoriété, renommée, réputation, visibilité, reconnaissance...) ne va pas toujours sans prêter à confusion. Une première question prend donc sens au niveau conceptuel : quelles sont les définitions et les usages proposés par les sciences sociales de ces différentes notions ? La seconde question doit être posée au plan empirique : si tant est qu'on puisse les distinguer, quelles sont les relations qui s'établissent entre ces différents phénomènes, entre la consécration par la critique et le succès commercial, par exemple ? Partant, sans se focaliser sur un terrain artistique, un contexte historique, une méthode, une perspective théorique, un privilège sera en revanche accordé aux communications reposant sur des recherches empiriques.

Sans être limitatifs ou exclusifs, **quatre principaux axes de réflexion** sont envisagés pour ce colloque :

1) AGENTS ET INSTITUTIONS DE CONSÉCRATION

La question classique de l'origine de l'autorité des agents chargés de juger de la valeur de l'art se pose avec acuité dans la mesure où, dans le pôle artistique du moins, le pouvoir de consécration varie avec le degré de légitimité reconnu aux experts ou aux instances de légitimation - institutions, textes, discours esthétique. Au-delà des acteurs et des instances traditionnelles telles qu'elles s'incarnent dans les figures des pairs, de l'expert, du critique, du jury et de l'académie, pourront également être étudiés les processus de renouvellement et les nouvelles catégories d'agents appelés à évaluer l'art (directeur marketing, commercial, élu local, etc.). On pense également aux entreprises culturelles et médiatiques dont la concentration croissante procure à un nombre de plus en plus restreint d'entre elles un contrôle accru non seulement de la production et de la distribution mais aussi de la promotion et de la prescription.

2) DROIT D'ENTRÉE, SÉLECTION, *ILLUSIO* ET SOCIALISATION

Les processus et critères d'élection ou d'exclusion des cercles restreints d'artistes consacrés peuvent s'objectiver par l'étude de leurs droits d'entrée ou loi tacite d'admission et de fonctionnement. On peut alors mettre en lumière les dispositions et compétences requises, par exemple, pour la publication et la traduction dans des maisons d'édition reconnues ou

l'obtention de prix littéraires, pour le recrutement dans un projet de danse contemporaine ou dans un orchestre symphonique. Les processus et critères d'élection peuvent s'objectiver aussi par l'étude des œuvres créées ou interprétées comme par l'étude des artistes eux-mêmes, quant à leurs socialisations, dispositions, compétences et croyances. L'analyse rétrospective des socialisations artistiques s'impose lorsque les artistes ont été consacrés de façon posthume. Mais elle peut aussi faire toute sa place à une analyse des socialisations entraîné-de-se-faire en se centrant sur les institutions qui ont la charge de la formation et de la sélection de futurs consacrés. Parce que les formes et degrés d'investissement dans le jeu artistique sont multiples et ne sont pas mécaniquement déductibles des positions occupées, on peut encore attendre que l'étude des socialisations artistiques éclaire les décalages, non rares, ou ajustements fréquents, entre croyance dans le jeu et position artistique.

3) MODES ET STRATÉGIES D'ACCÈS À LA CONSÉCRATION

La recherche de la reconnaissance fait aujourd'hui l'objet de stratégies de plus en plus explicites de la part des prétendants mais aussi de l'ensemble des intermédiaires et médiateurs concernés. Les transformations historiques et les mutations contemporaines à l'œuvre au sein des univers artistiques et culturels (accroissement des populations d'artistes, concentration des entreprises culturelles et médiatiques, développement de l'organisation par projet, etc.) ont entraîné une intensification de la concurrence et de la spéculation sur la qualité. Si ces transformations n'ont pas fait disparaître les voies traditionnelles de la consécration, elles en ont fait apparaître de nouvelles et ont rendu plus efficaces celles qui étaient davantage centrées sur la notoriété médiatique et commerciale que sur la réputation proprement artistique.

La concentration croissante des entreprises culturelles et médiatiques s'accompagne, en effet, de stratégies de focalisation de la promotion sur quelques-uns seulement des artistes produits et du développement de dispositifs, de techniques et de professionnels orientés vers la production de la notoriété : technique du « coup » éditorial, « *best-sellerisation* », recours généralisé au marketing pour rationaliser la promotion et la diffusion, services de presse, de communication ou de relations publiques, presse people, etc.

Par ailleurs, la focalisation de l'attention sur les caractéristiques de l'artiste (au détriment des œuvres) qui s'observe dans tous les domaines artistiques et leur rôle manifestement accru dans l'accès à la notoriété et éventuellement à la consécration font du « travail sur soi » un enjeu et parfois un défi pour les artistes et pour les intermédiaires (agents, managers) qui se donnent pour objectif de développer leurs carrières. Quelles sont les stratégies qui permettent de passer de l'incertitude à la domestication des logiques de consécration ? Qui précisément en est à l'origine ? Quelle en est leur portée ?

4) VISIBILITÉ / RECONNAISSANCE / NOTORIÉTÉ / CONSÉCRATION / LÉGITIMITÉ

L'usage des termes de « consécration » ou de « notoriété », par exemple, montre combien ces notions renvoient, pour certain-e-s chercheur-se-s, à des phénomènes bien délimités, alors qu'elles recouvrent ailleurs des réalités, sinon identiques, du moins similaires. Il s'agira donc d'être attentifs aux définitions et aux usages des différentes notions – succès, notoriété, renommée, réputation, visibilité, reconnaissance, légitimité – qui désignent les phénomènes que nous souhaitons voir étudiés.

Il faudra également opérer des distinctions parmi ces phénomènes et observer les relations susceptibles d'exister entre ceux de différente nature. Il est intéressant, par exemple, de distinguer la valeur associée aux œuvres de la notoriété dont sont crédités les artistes qui les produisent, pour se demander ensuite dans quelle mesure la première est indexée sur la seconde. Par ailleurs, l'objet de la consécration peut également être un courant esthétique, un « label », un procédé de création voire un trait formel (« canon »). Quel lien existe-t-il dans ce cas avec la notoriété médiatique ou la visibilité des artistes ?

On peut enfin se demander comment les modes relativement « autonomes » de la consécration (fondés sur des institutions et des critères propres au champ de production) s'articulent avec la logique plus « hétéronome » (l'objectif de rentabilité économique) du *star system*, qui parvient à imposer, du moins dans les champs les plus dépendants des industries culturelles (livre, musique, cinéma), d'autres principes, d'autres valeurs, d'autres temporalités de la consécration. S'agit-il de relations de concurrence, de complémentarité, de substitution ? Les formes traditionnelles sont-elles de plus en plus « intégrées verticalement » au sein de l'« économie médiatico-publicitaire » comme étape possible dans le procès de consécration, comme moyen de consécration disponible garant de la légitimité ? Quelles sont, pour finir, les conséquences du renouvellement des agents et des modes de reconnaissance et de consécration sur la hiérarchie des légitimités culturelles ?

Des ateliers seront organisés autour de ces quatre principaux axes de réflexion mais, si les propositions de communications le permettent, d'autres ateliers sont également envisagés autour des axes suivants :

5/ Genre et consécration ;

6/ Mesurer la consécration et ses effets ;

7/ Oublis et résurrections, révision des valeurs et canonisation ;

8/ Formes savantes et populaires/profanes de reconnaissance ;

9/ Nouvelles formes de consécration ;

10/ Temporalités et espaces de la reconnaissance ou de la consécration.

✓ Comité d'organisation :

Laurence Ellena (Université de Poitiers, GRESCO)
Pierig Humeau (Université d'Amiens, CURAPP)
Wenceslas Lizé (Université de Poitiers, GRESCO)
Fanny Renard (Université de Poitiers, GRESCO)

✓ Comité scientifique :

Président : Yvon Lamy (Université de Limoges, GRESCO)
Christophe Charle (Université Paris 1, IHMC)
Jérôme David (Université de Genève)
Wouter De Nooy (University of Amsterdam)
Olivier Donnat (DEPS, ministère de la Culture et de la Communication)
Timothy J. Dowd (Emory University, Atlanta)
Jacques Dubois (Université de Liège)
Vincent Dubois (Université de Strasbourg, GSPE)
Sylvie Ducas (CHCSC, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines)
Laurence Ellena (Université de Poitiers, GRESCO)
Charlotte Guichard (IRHiS, CNRS)
Pierig Humeau (Université d'Amiens, CURAPP)
Susanne Janssen (Erasmus Universiteit, Rotterdam)
Bernard Lahire (ENS Lyon, Centre Max Weber)
Philippe Le Guern (Université d'Avignon, Centre Norbert Elias)
Wenceslas Lizé (Université de Poitiers, GRESCO)
Gérard Mauger (CESSP, CNRS)
Delphine Naudier (CRESPPA-CSU, CNRS)
Claude Poliak (CESSP, CNRS)
Alain Quemin (Université Paris 8, Institut d'Études Européennes)
Marie-Pierre Pouly (Université de Limoges, GRESCO)
Hyacinthe Ravet (Université Paris Sorbonne, OMF)
Fanny Renard (Université de Poitiers, GRESCO)
Olivier Roueff (Printemps, CNRS)
François Rouet (DEPS, ministère de la Culture et de la Communication)
Dominique Sagot-Duvaouroux (Université d'Angers, GRANEM)
Marco Santoro (Université de Bologne)
Gisèle Sapiro (CESSP, CNRS)
Séverine Sofio (CRESPPA-CSU, CNRS)
John B. Thompson (Cambridge University)
Solange Vernois (Université de Poitiers, GERHICO)

✓ Réponses à l'appel à communication

Cet appel s'adresse aux chercheur-se-s et enseignant-e-s-chercheur-se-s statutaires ainsi qu'aux doctorant-e-s et post-doctorant-e-s en sociologie mais aussi en histoire, histoire de l'art, littérature, économie, *cultural studies*, etc. Il valorise une ouverture internationale permettant de faire émerger une approche comparative. Enfin, pour l'ensemble du colloque, un privilège sera accordé aux communications qui, sans être purement descriptives, reposeront sur des recherches de terrain à partir de techniques vivantes (qualitatives, quantitatives) ou documentaires (archives, terrain textuel, iconographique, etc.), qu'il s'agisse d'en présenter les résultats, d'en discuter les apports théoriques ou d'en interroger la ou les méthodes.

✓ Calendrier

- 1^{er} JUIN 2012 : date limite pour l'envoi des propositions de communications.
- 15 JUILLET 2012 : envoi des réponses après évaluation par deux membres du comité scientifique.
- 30 SEPTEMBRE 2012 : envoi des textes supports des interventions aux comités scientifique et d'organisation.
- 15 OCTOBRE 2012 : mise en ligne des résumés des communications.

✓ Format des propositions de communications

- Auteur(s)
- Statut(s)
- Discipline(s)
- Établissement(s) et laboratoire(s) de rattachement
- Adresse(s) électronique(s)
- Titre de la communication
- Proposition de numéro d'axe (y compris parmi les axes 5 à 10)
- Résumé (entre 3000 et 4000 signes espaces compris)
- Principales références bibliographiques

Langue : français, anglais ou espagnol.

✓ Adresse pour toute correspondance (envoi des propositions de communication, des textes supports des interventions, ou demande de renseignements) :

colloque.consecration@gmail.com