



**HAL**  
open science

## Introduction. Les territoires de l'intermédiation. Division sociale du travail et luttes de frontières

Laurent Jeanpierre, Olivier Roueff

### ► To cite this version:

Laurent Jeanpierre, Olivier Roueff. Introduction. Les territoires de l'intermédiation. Division sociale du travail et luttes de frontières. La Culture et ses intermédiaires dans les arts, les industries culturelles et le numérique, Editions des Archives Contemporaines, pp.I-XXXI, 2014, 9782813000972. halshs-01176010

**HAL Id: halshs-01176010**

**<https://shs.hal.science/halshs-01176010>**

Submitted on 16 Jul 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Laurent Jeanpierre, Olivier Roueff (dir.), « Introduction. Les territoires de l'intermédiation. Division sociale du travail et luttes de frontières », *La Culture et ses intermédiaires dans les arts, les industries créatives et le numérique*, Paris, Editions des Archives Contemporaines, 2014, p. I-XXXI

Un site états-unien de vente en ligne ayant commencé son activité par la distribution des livres se lance à la fois dans l'édition littéraire, dans le journalisme narratif et dans la vente d'œuvres d'art tandis que son patron et fondateur acquiert l'un des titres quotidiens les plus prestigieux de la presse nationale états-unienne. Une entreprise états-unienne distributrice de vidéos à la demande, également productrice de séries télévisées de grande audience, annonce son entrée sur le marché français si bien que le ministère de la Culture de ce pays se demande si, en l'absence de régulations, ce nouvel opérateur ne risque pas de contourner les mécanismes obligatoires de financement du cinéma national. Autre information : après avoir vu leur nombre diminuer de manière très rapide dans les années 1990 et 2000, quelques librairies indépendantes ré-ouvrent aux États-Unis, en faisant appel à des dispositifs de financement collectif et participatif. Dans certaines villes du pays, des artistes s'organisent avec la population pour créer des coopératives de création qui défendent une consommation culturelle directe et locale, à l'instar de ce qui existe déjà en matière agricole et alimentaire. On note ailleurs que plusieurs acteurs de cinéma sont devenus, ces dernières années, producteurs de films afin d'exercer un plus grand contrôle sur leur carrière. Ces quelques données brutes et disparates viennent toutes de la chronique des arts et des industries de la culture et de la communication durant les premières années de la décennie 2010. Elles attirent l'attention sur ce que nous appelons dans cet ouvrage les intermédiaires des secteurs artistiques et culturels – qu'ils s'agissent de petites et de grandes entreprises ou d'individus, indépendants ou salariés – ainsi que sur les diverses manières dont les artistes et les travailleurs de la création réagissent aux transformations actuelles de l'intermédiation dans leur univers professionnel.

L'objectif de ce livre est de mettre en perspective une partie de ces métamorphoses à partir d'enquêtes variées ayant porté notamment sur les agents artistiques, les producteurs et les distributeurs de cinéma, les managers, les tourneurs dans les « musiques actuelles » et des opérateurs numériques dans la musique comme MyMajorCompany, Beezik, Noomiz, Jamendo ou bien iTunes, Amazon mp3, Yahoo! music, AOL Music, les agents d'auteurs et les éditeurs dans la bande-dessinée, les sociétés des ventes volontaires d'œuvres d'art, les marchands d'art moderne et les galeristes de *graffiti art*, des acteurs de la presse en ligne en langue française, des sites de revues scientifiques comme Cairn ou encore les plateformes de distribution de contenus numériques comme l'Appstore d'Apple, Myspace, YouTube ou Google Play, etc.<sup>1</sup>. En rassemblant des études de cas aussi différentes en apparence, l'ouvrage est l'un des premiers en langue française qui se consacre exclusivement et dans plusieurs secteurs à la fois aux organisations et aux personnes qui mènent des activités d'intermédiation dans la culture<sup>2</sup>. Réunissant des chercheurs issus de plusieurs pays et surtout de plusieurs disciplines des sciences humaines et sociales – histoire, économie, études culturelles, sciences de gestion, sciences de l'information et de la communication, sociologie –, il propose plus largement, à l'instar des développements qui suivront dans cette introduction, des réflexions

---

<sup>1</sup> Ce livre fait suite au programme de recherche IMPACT (ANR-08-CREA-035) et au colloque « Intermédiaires et prescripteurs de la création » qui s'est tenu à la Maison Interuniversitaire des Sciences de l'Homme en Alsace (Strasbourg) du 20 au 22 juin 2012.

<sup>2</sup> Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, Olivier Roueff, *Intermédiaires du travail artistique. A la frontière de l'art et du commerce*, Paris, La Documentation Française, coll. « Questions de culture », 2011 ; et littérature de langue anglaise

sur les différentes manières d'analyser ces métiers, leur place et leur évolution. Pris ensemble, les chapitres de ce livre entendent ainsi offrir quelques éléments pour une sociologie des intermédiaires de l'art et des industries culturelles.

Le développement de celle-ci nous paraît d'autant plus nécessaire que, même si la bibliographie sur les intermédiaires de la culture n'est pas vierge, les études culturelles, en particulier la sociologie de l'art et de la culture, se sont traditionnellement intéressées en priorité à l'offre et à la demande de culture, c'est-à-dire aux artistes et aux publics. Alors que l'étude de la création connaît un essor important en sciences sociales, particulièrement du point de vue d'une économie et d'une sociologie du travail, elle s'est souvent concentrée sur les seuls créateurs, en les isolant de leurs multiples relations avec les nombreux autres acteurs qui interviennent pourtant dans l'activité de production des œuvres<sup>3</sup>. Cette sous-représentation relative de la question des intermédiaires se manifeste par exemple avec la difficulté qu'il y a à dénombrer, y compris dans chaque secteur d'activité culturelle, les différents intermédiaires et surtout à évaluer leur importance – nous y reviendrons – dans l'économie contemporaine de la culture. En outre, les acteurs qui intéressent les contributeurs de cet ouvrage ne représentent pas seulement un nouvel objet à étudier, une réalité économique et professionnelle relativement négligée qu'il conviendrait de mettre au jour. Pour eux, l'étude des organisations et des populations occupant des positions d'intermédiaires dans la culture constitue un point d'entrée des plus pertinents pour saisir les changements actuels du fonctionnement des arts et des industries culturelles et, plus encore peut-être, des règles déterminant le travail créateur. .

### Une fonction controversée

Une telle démarche implique toutefois de mettre d'abord entre parenthèses quelques préjugés puissants quant à la fonction des intermédiaires marchands, en particulier dans la culture. D'abord, la définition même de l'intermédiaire de la culture pose problème. Pour certains des professionnels dont il est question ici, le terme n'est pas le plus adéquat pour décrire les tâches qu'ils effectuent. Il ne correspond pas non plus nécessairement aux représentations qu'ils se font d'eux-mêmes, sur lesquelles nous reviendrons. Il peut par exemple être vu comme trop lié à l'intérêt économique. Ou bien il connote trop de passivité. Plusieurs chercheurs, y compris dans les chapitres qui suivent, attirent aussi l'attention sur les limites du terme. Keith Negus exprime ainsi ses craintes que le mot « intermédiaire », qu'il emploie tout de même, n'incite à éviter les questions de pouvoir, en ce qu'il serait rattaché à une représentation plate du monde social. Bernard Miège estime, quant à lui, que la discussion sur les intermédiaires ne peut se tenir sereinement lorsqu'on étudie aujourd'hui les industries culturelles et créatives car elle véhicule souvent l'utopie d'un pouvoir nouveau du consommateur culturel et informationnel, à travers une intermédiation dite « ascendante » où ce sont les destinataires finaux qui mobilisent des intermédiaires sans stocks pour satisfaire leurs besoins, comme avec iTunes par exemple. Dans l'étude des industries créatives, l'intérêt pour les intermédiaires est, selon Miège, devenu excessif et il s'est fait au détriment d'une compréhension de longue durée des modèles de développement des filières culturelles. Afin de distinguer entre des fonctions qu'il juge distinctes, le chercheur propose par conséquent d'appeler « intermédiaires » uniquement les professionnels aux activités diverses qui s'interposent entre créateurs et usagers. Le néologisme d'« intermédiaireur » pourrait alors désigner les acteurs qui, à l'heure actuelle et dans les industries culturelles et créatives, se placent en priorité au niveau de la diffusion-distribution. Quant au terme d'« intermédiaireurs », il pourrait qualifier, parmi ces derniers, les quelques acteurs de la distribution et des réseaux sociaux à tendance monopolistique, qui prennent actuellement une part dans la production culturelle.

---

<sup>3</sup> Howard Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988 [1982].

Une autre critique en direction du terme d'intermédiaire tient à des questions de périmètre. Plusieurs contributeurs de notre ouvrage notent qu'il est problématique de situer, par définition, les intermédiaires de la culture *entre* les artistes et les consommateurs, dans la mesure où les uns comme les autres peuvent aussi, sous des modalités variables, être associés au financement, à la diffusion, à la promotion et à la prescription des produits et sont, dans ce cas, des acteurs de l'intermédiation. Quelques chapitres soulignent aussi que toute réflexion sur les intermédiaires culturels ne saurait négliger les personnels techniques, de plus en plus centraux dans les secteurs industrialisés de la culture qu'il s'agisse de la fabrication, du stockage, des besoins énergétiques du Web ou de l'acheminement des biens culturels, ainsi que les personnels internes des firmes d'édition et de production, y compris ceux qui ont en charge la publicité, le marketing et les relations publiques.

Ensuite, un discours sur l'intermédiaire comme parasite de la production traverse toute l'économie, qui n'est pas spécifique aux arts et aux industries culturelles. Dans la culture, il en existe deux versions antithétiques mais solidaires l'une de l'autre. Dans la première, l'intermédiaire culturel est considéré comme tout puissant. Il est ce faiseur de rois sans qui certaines *success stories* n'auraient pas pu avoir lieu. Ou bien il est ce gardien du temple impitoyable ayant empêché l'accès à la reconnaissance de créateurs géniaux, restés inconnus à cause de lui. Dans une autre version, l'intermédiaire culturel est au contraire parasitaire : il est celui qui empêche aux artistes de bénéficier d'une communication directe avec leurs audiences potentielles. Ou bien cet inutile qui profite des talents pour « se payer » sans rien produire lui-même. À ces représentations négatives, répond bien entendu l'image positive de l'intermédiaire sans qui la création ne saurait exister socialement et économiquement, dont l'une des figures est celle du défricheur ou du dénicheur ou bien celle du garant solide, capable d'investir dans la création la plus innovante. Un des effets de la montée de l'intermédiation culturelle numérique depuis une quinzaine d'années est de permettre à ces différents poncifs d'être à nouveau mis en circulation. C'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles nous avons choisi d'inclure ce type nouveau d'intermédiation dans les analyses présentées ici, en juxtaposant par exemple délibérément des études sur des opérateurs en apparence impersonnels du monde numérique avec des recherches sur des intermédiaires individuels dans plusieurs univers distincts de création artistique.

D'une manière plus générale, le débat sur l'influence et l'utilité, positives ou négatives, des intermédiaires de la culture n'est pas seulement produit par les artistes, les critiques ou par les profanes, en particulier les spectateurs, des mondes culturels même si ces trois types d'agents sociaux en sont presque toujours des parties prenantes. Ce débat relève aussi d'un discours « indigène » venant de certains intermédiaires culturels eux-mêmes qui participent ainsi, plus ou moins consciemment, d'une rationalisation de leur position ou de leur stratégie, comme lorsque des « petits » se plaignent de la montée des « gros », les intermédiaires directs des intermédiaires virtuels et d'anciens intermédiaires des nouveaux venus<sup>4</sup>, etc. Ces débats sur l'intermédiation culturelle se retrouveraient certainement dans les discussions plus générales sur les mérites du commerce et de la distribution sous leurs différentes formes. Cela signifie aussi que l'évaluation du rôle des intermédiaires dans les arts et les industries culturelles fait généralement l'objet, dans tous ces secteurs d'activité, d'un conflit permanent qui appartient de plein droit à une sociologie des intermédiaires de la culture et peut même en constituer un point de départ intéressant.

Si certains chercheurs peuvent trouver un intérêt à étudier pour elles-mêmes les controverses portant sur les bienfaits ou les méfaits des intermédiaires de la culture vis-à-vis des artistes ou des spectateurs, c'est aussi qu'une grande partie d'entre eux en reprennent, sans toujours s'en

---

<sup>4</sup> C'est le cas par exemple des éditeurs littéraires face aux agents (Lizé, Naudier, Roueff, op. cit.).

apercevoir, certains éléments pour construire leur questionnement. Voici par exemple un sociologue qui montre que le « génie » d'un créateur mondialement reconnu est en réalité dû, au moins en partie, aux actions nombreuses des intermédiaires – galeriste, impresario ou éditeur – qu'il a rencontrés lors de sa vie. On a ici la trame de plusieurs analyses sociologiques de la création et surtout de la consécration. Et voici un autre chercheur, économiste celui-là, qui démontre, quant à lui, que la rencontre entre l'artiste et son public ne peut se faire sans l'action d'agents que la théorie économique standard ne prend pas en compte. C'est, on le sait, l'ossature de la plupart des analyses hétérodoxes des marchés de biens culturels (ou symboliques), qu'elles proviennent de l'économie ou de la sociologie. Ces deux problématiques qui placent au centre de leur raisonnement les intermédiaires de la culture sont, bien entendu, scientifiquement légitimes. Les résultats qui en sont issus restent indispensables à une meilleure compréhension des mondes de l'art. Une même question générale les traverse : celle de l'établissement d'une « valeur » sous les formes très diversifiées que peut prendre celle-ci pour le chercheur – visibilité, reconnaissance, réputation, prix, etc. Et le risque existe donc que les chercheurs produisent, à cause de cette problématisation, une version savante du discours évaluatif de sens commun, positif en l'occurrence, sur l'utilité des intermédiaires de la culture : soit pour les créateurs eux-mêmes et leurs créations, soit pour les mondes de l'art entendus comme des entités sociales relativement autonomes, prenant par exemple la forme de systèmes ou de marchés. D'autres questions de recherche, comme par exemple celle de l'efficacité de l'intermédiation pour présenter, auprès des publics, la diversité existante de l'offre culturelle, ou encore celle du « talent » comme singularité irréductible à l'évaluation des intermédiaires<sup>5</sup>, portent aussi avec elles un risque de prolonger des jugements de valeur sur les intermédiaires.

L'enquête sur ce type d'acteurs implique par conséquent une attention particulière aux évaluations inconscientes ou ordinaires portées par les chercheurs eux-mêmes, jusque dans leurs opérations de recherche, au sujet de leur utilité, de leur efficacité ou de leur sens de la justice. S'il est légitime de s'interroger sur la place, plus ou moins grande et déterminante, des intermédiaires dans la création ou bien au sein du fonctionnement d'ensemble des secteurs culturels, un des enjeux d'une sociologie de ces positions dans les mondes de l'art reste de se défaire du mode de questionnement ou de raisonnement fonctionnaliste qui domine la littérature scientifique sur les intermédiaires de la culture en faisant ultimement de ces derniers des auxiliaires utiles à une tâche qui dépasse leur action. Cela explique que cet ouvrage insiste au contraire sur la pluralité des rôles et la multiplicité des fonctions que peuvent avoir les intermédiaires de la culture, selon les contextes, les conjonctures et les jeux d'acteurs au sein desquels ils interviennent.

### Des parties d'un tout

Il reste qu'un ressort essentiel de l'intérêt, public ou savant, pour les intermédiaires, tient certainement à l'attrait qu'exercent, en particulier pour les démarches de recherche critiques, la quête des origines et le regard en direction des coulisses du monde social. Connaître mieux les intermédiaires culturels, c'est espérer trouver la causalité cachée ou l'arrière-monde permettant d'expliquer ce qui a lieu pour les artistes et dans la culture. Aussi compréhensible soit-elle, une telle impulsion n'a qu'un rendement scientifique limité lorsqu'elle se contente de déplacer le centre de l'attention des créateurs (ou des publics) vers les intermédiaires, voire lorsqu'elle accorde à ces derniers les qualités que le sens commun prête d'ordinaire aux premiers, comme le génie ou le talent. Si elle est en partie autonomisée dans cet ouvrage, l'étude des intermédiaires de la culture ne saurait donc rester fondamentalement détachée de

---

<sup>5</sup> Laurent Jeanpierre, « De l'origine des inégalités dans les arts », *Revue française de sociologie*, 53, 1, janvier-mars 2012, p. 95-115.

celle des autres acteurs des mondes de l'art et des industries culturelles et de la communication. Cette mise en relation de l'intermédiation avec les autres protagonistes de la culture permet aussi d'éviter un autre écueil auquel risque d'être confrontée toute sociologie des intermédiaires de l'art : la constitution en artefact d'un groupe social des intermédiaires culturels issus de plusieurs secteurs d'activité pourtant bien distincts. Comme le montrent au contraire plusieurs des contributions de cet ouvrage, l'unité collective des intermédiaires culturels n'est en rien une donnée sociale<sup>6</sup> : de nombreuses différences existent, qui doivent être analysées par le chercheur, entre les secteurs, entre les métiers, ainsi qu'à l'intérieur d'une même activité d'intermédiation. Et si des recherches sont cependant consacrées actuellement aux intermédiaires culturels, c'est que ces derniers sont traditionnellement apparus dans la sociologie de l'art et de la culture comme des agents parmi d'autres, quoique peu observés, de la création et de la production.

Parce qu'elle conçoit la création (et la construction de la valeur) comme un acte collectif plutôt qu'individuel, c'est-à-dire comme le fruit d'une activité à laquelle contribuent de multiples protagonistes et non comme le simple résultat de l'inspiration ou de l'action singulière de l'artiste, l'œuvre du sociologue états-unien Howard Becker, en particulier *Les Mondes de l'art* (1982), fut l'une de celles qui accorda le plus clairement une place de droit, dans l'analyse sociologique de la culture, à celles et ceux que nous appelons ici les intermédiaires. Après avoir affirmé que « [t]out travail artistique, de même que toute activité humaine fait intervenir les activités conjuguées d'un certain nombre, et souvent d'un grand nombre, de personnes » et que l'œuvre « porte toujours des traces de cette coopération »<sup>7</sup>, Becker consacre en effet un chapitre de son livre à la « distribution des œuvres d'art ».

« [L]es mondes de l'art pleinement développés créent des systèmes de distribution qui intègrent les artistes dans l'économie de leur société. (...) Ces systèmes de distribution, comme d'autres activités de coopération inhérentes à un monde de l'art, peuvent être contrôlés par les artistes eux-mêmes. En général, ce sont des intermédiaires spécialisés qui s'en occupent, en obéissant à des intérêts souvent différents de ceux des artistes dont ils diffusent les œuvres. (...) Selon les systèmes de distribution, ce sont des catégories différentes d'intermédiaires qui font circuler les œuvres et l'argent entre les artistes et le public, et des liens plus ou moins directs de communication et d'influence qui s'établissent entre producteurs et consommateurs des œuvres. (...) Les mondes de l'art possèdent souvent plusieurs systèmes de distribution qui fonctionnent en même temps ».<sup>8</sup>

Pour illustrer ces propos, le livre de Becker est donc parsemé d'observations, le plus souvent de seconde main, sur une multitude d'intermédiaires de la culture : « responsables de l'embauche » dans le cinéma, éditeurs, marchands et galeristes d'art, producteurs de spectacles et de cinéma, entreprises commerciales des industries culturelles, etc.

Comme celle d'Howard Becker, la sociologie de l'art et de la culture de Pierre Bourdieu accorde une place importante – quoiqu'ambivalente<sup>9</sup> – aux intermédiaires culturels dans l'analyse des œuvres, dans l'étude de leur valeur sociale, ainsi que dans la construction de ce que le sociologue français appelle un « champ de production artistique » et un « marché de biens symboliques », cadres d'analyse qu'il privilégie pour lire les produits de la création et leur destination. On sait, à ce sujet, que Bourdieu a construit son analyse des champs culturels

---

<sup>6</sup> Sur la nécessité et les modalités historiques de la construction politique des groupes d'intermédiaires culturels, voir Olivier Roueff, Séverine Sofio (dir.), « Intermédiaires culturels, territoires professionnels et mobilisations collectives dans les mondes de l'art », *Le Mouvement social*, n°243, juin 2013.

<sup>7</sup> Howard Becker, op. cit., p. 27.

<sup>8</sup> Ibid., p. 112-114.

<sup>9</sup> Olivier Roueff, « Une magie sociale sans magiciens ? La place des intermédiaires dans la fabrique des valeurs », in Philippe Coulangeon, Julien Duval (eds), *Trente ans après La Distinction*, Paris, La Découverte, 2013, p. 153-164.

à partir d'une relecture structurale de l'analyse weberienne de la religion mettant en avant l'opposition entre prophétie et prêtrise. Celle-ci représente bien entendu la matrice de différenciation entre créateurs et instances de consécration et de diffusion<sup>10</sup>. Il en découle une attention particulière aux opérations de légitimation culturelle, par exemple à l'action des critiques, qui tend à inclure, comme le font également plusieurs contributions de notre ouvrage, les pratiques de prescription dans l'intermédiation culturelle. L'enjeu est ensuite de comprendre les différents régimes d'articulation existant entre valorisation symbolique et valorisation économique<sup>11</sup>. Dès la fin des années 1960, Bourdieu distingue alors de manière centrale, à l'intérieur des secteurs culturels, un « champ de production restreinte » où circulent les produits à destination des pairs et un « champ de grande production », qui diffuse les œuvres à destination des « non-pairs » – public dit « cultivé » et « grand public », principalement<sup>12</sup>. À ces deux modes de production correspondent en principe des circuits d'intermédiation différenciés<sup>13</sup>. Dans ce cadre général, les intermédiaires culturels font donc l'objet d'une analyse intégrée à celle de la production des œuvres, c'est-à-dire, dans le langage de Bourdieu, à l'espace ou au champ des producteurs. Dès lors qu'il s'agit de comprendre « qui a créé les créateurs », c'est donc tout le système des agents qui participent à l'univers de croyance dans l'originalité et la singularité de l'artiste qu'il faut analyser, à commencer peut-être par ceux qui « produisent » les « producteurs » en les formant ou en les sélectionnant, cette dernière tâche étant généralement prise en charge par des intermédiaires culturels<sup>14</sup>. Tout en incluant ainsi le programme d'une sociologie des intermédiaires de la culture dans l'analyse d'une totalité plus large appelée « champ » de production, Bourdieu a aussi développé une analyse consacrée exclusivement à un univers d'intermédiation culturelle : celui des entreprises d'édition littéraire française des années 1990, entendu lui aussi comme un champ<sup>15</sup>.

### Travail et organisations de l'intermédiation culturelle

La plupart des contributions de notre ouvrage se situent dans un dialogue, parfois critique, avec les œuvres de Pierre Bourdieu et d'Howard Becker et de ceux qui se sont inspirés de leur programme de recherche respectif. Certains chapitres approfondissent la confrontation entre les deux œuvres, qui est — c'est une singularité qu'il faudrait interroger — particulièrement

---

<sup>10</sup> « De même que, selon Max Weber, la structure du champ religieux s'organise autour de l'opposition entre le prophète et le prêtre (avec les oppositions secondaires entre le prophète, le sorcier et le prêtre), de même, la relation d'opposition et de complémentarité qui s'établit entre le champ de production restreinte et les instances de conservation et de consécration constitue sans doute un des principes fondamentaux de la structuration du champ global de production et de circulation des biens symboliques, l'autre étant constitué, on l'a vu, par l'opposition qui s'établit à l'intérieur du champ de production proprement dit, entre le champ de production restreinte et le champ de grande production culturelle. » (Pierre Bourdieu, « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, n°22, 1971, p. 70.

<sup>11</sup> Voir aussi Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, Séverine Sofio, *La Fabrique de la consécration*, Paris, Editions des Archives Contemporaines, à paraître.

<sup>12</sup> Pierre Bourdieu, « Le marché des biens symboliques », art. cit.

<sup>13</sup> « De fait, la logique des homologues structurales entre le champ des éditeurs ou des galeries et le champ des artistes ou des écrivains correspondants fait que chacun des “marchands du temple” de l'art présente des propriétés proches de celles de “ses” artistes ou de “ses” écrivains, ce qui favorise le rapport de confiance et de croyance sur lequel se fonde l'exploitation (comme on le voit par exemple lorsque les marchands tirent profit du désintéressement statutaire de l'écrivain ou de l'artiste, en le prenant tout simplement à son propre jeu). » (Pierre Bourdieu, « Le champ littéraire », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°89, 1991, p. 6.

<sup>14</sup> Pierre Bourdieu, *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil, 1992, p. 219-221. Voir aussi : Gérard Mauger (dir.), *Droits d'entrée. Modalités et conditions d'accès aux univers artistiques*, Paris, Editions de la MSH, 2006 ; Gérard Mauger (dir.), *L'accès à la vie d'artiste. Sélection et consécration artistiques*, Bellescombes-en-Bauges, Editions du Croquant, coll. « Champ social », 2006.

<sup>15</sup> Pierre Bourdieu, « Une révolution conservatrice dans l'édition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°126-127, 1999, p. 3-28.

développée en France<sup>16</sup>. Bien entendu, la plupart des autres sociologues de la création artistique et culturelle ont aussi eu à se pencher, de manière plus ou moins approfondie, sur l'intermédiation. En France, avec son ouvrage pionnier sur *Le Marché de la peinture en France*, Raymonde Moulin a certainement inauguré la sociologie des intermédiaires de l'art<sup>17</sup>. Au début des années 1980, à partir d'une enquête sur les producteurs de musique *pop*, Antoine Hennion a par ailleurs tenté de redéfinir toute la sociologie de l'art comme une sociologie des intermédiaires<sup>18</sup>. D'autres sociologues de la culture ou de l'art se sont intéressés plus récemment en France à différents types d'intermédiaires de la culture. Deux cadrages dominent ces études, le premier portant sur la contribution des différents intermédiaires à la construction de la valeur symbolique ou économique des œuvres, le second portant sur le degré de professionnalisation des intermédiaires de la culture. La première peut être rattachée à la sociologie des marchés de biens ou de personnes, la seconde à la sociologie des professions.

En intégrant les acquis de ces travaux, en particulier de la seconde, même s'il faudra en critiquer une partie des présupposés, les approches qui dominent cet ouvrage peuvent être rapportées d'abord à la sociologie du travail et des organisations : deux angles de vue qui ont plutôt dominé les travaux sur les intermédiaires culturels de langue anglaise. En effet, un débat scientifique sur les intermédiaires de la culture s'est développé en Grande-Bretagne depuis le début des années 1990. Une partie de celui-ci vise à interroger les thèses de Bourdieu sur la légitimité culturelle en se demandant si les protagonistes qui nous intéressent dans cet ouvrage peuvent en desserrer le poids. L'interrogation se concentre alors le plus souvent sur les industries culturelles parce qu'elles produisent des biens « de masse » qui seraient consommés avec un même engouement dans plusieurs classes sociales pourtant distantes sous d'autres rapports<sup>19</sup>. L'autre problématique où apparaît nettement, dans la sociologie britannique, la thématique de notre ouvrage a trait au caractère plus ou moins aliéné du travail dans les secteurs culturels et à l'accomplissement de soi dont les intermédiaires seraient les porteurs et les modèles dans la mesure où ils réconcilieraient les valeurs de l'entreprise, le management et l'art ou la créativité<sup>20</sup>. Aucune de ces questions sociologiques générales ne peut être résolue sans un travail d'enquête précis sur les activités concrètes des individus et des organisations en position d'intermédiation, à la manière de celui qui est entrepris dans différents chapitres de cet ouvrage<sup>21</sup>.

Dans la sociologie états-unienne, lorsqu'on excepte la contribution de Becker, c'est l'étude des organisations qui est le cadre d'analyse et de débats qui nous intéresse au sujet des intermédiaires de la culture. Paul Hirsch a ainsi été l'un des premiers à attirer l'attention des sociologues états-uniens de la culture, à travers une analyse des stratégies entrepreneuriales dans trois secteurs culturels industrialisés, l'édition, le disque et le cinéma, confrontés à une forte incertitude du côté de l'offre comme de la demande de biens culturels<sup>22</sup>. Hirsch a

---

<sup>16</sup> Cf. Becker sur Bourdieu et Bourdieu sur Becker dans le champ littéraire

<sup>17</sup> Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Minuit, 1967.

<sup>18</sup> Antoine Hennion, « Une sociologie de l'intermédiaire : le cas du directeur artistique de variétés », *Sociologie du travail*, n°83, 1983, p. 459-474.

<sup>19</sup> Sean Nixon, Paul du Gay, « Who Needs Cultural Intermediaries? », *Cultural Studies*, vol. 16, n°4, 2002, p. 495-500 ; Keith Negus, « The Work of Cultural Intermediaries and the Enduring Distance Between Production and Consumption », *Cultural Studies*, vol. 16, n°4, 2002, p. 501-15.

<sup>20</sup> Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Sage, 1991.

<sup>21</sup> Wright, 2005 sur les libraires pour un bon résumé de ces débats et un travail empirique intéressant ; citer aussi Hesmondhalgh et Baker, quand même ? Sarah Baker, David Hesmondhalgh, *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*, New York, Routledge, 2011.1

<sup>22</sup> Paul M. Hirsch, « Processing Fads and Fashions : An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems », *American Journal of Sociology*, vol. 77, n°4, Jan. 1972, p. 639-659.



notamment essayé de saisir les différences entre l'internalisation et l'externalisation des fonctions d'intermédiation culturelle. Charles Kadushin a, quant à lui, proposé d'analyser des secteurs culturels en les comprenant comme des circuits et des réseaux, une approche qu'il a développée en particulier pour l'industrie du livre<sup>23</sup>. Plusieurs recherches états-uniennes se sont par la suite intéressées aux mondes sociaux des organisations de placement des talents dans le cinéma et à leur stratification interne ou bien aux manières dont des réseaux entre intermédiaires et créateurs se stabilisent peu à peu dans des univers, comme ceux du spectacle vivant ou du cinéma, où domine l'organisation du travail par projets<sup>24</sup>.

Des monographies nombreuses et récentes en langue anglaise, qui combinent plusieurs des problématiques que nous venons d'évoquer, ont par ailleurs été réalisées, par exemple sur les intermédiaires de l'industrie musicale, sur leurs homologues dans l'industrie cinématographique, sur les galeries d'art ou sur les transformations contemporaines de l'édition<sup>25</sup>. L'objectif de notre ouvrage est de s'appuyer sur ces entrées sectorielles en présentant une juxtaposition des transformations de l'intermédiation dans plusieurs secteurs, première pierre pour des travaux comparatifs à venir. Pour résumer notre tour d'horizon rapide de la littérature scientifique existant sur les intermédiaires culturels, l'analyse de ces changements s'est faite, même lorsqu'elle est concentrée sur un métier ou quelques entreprises, en concevant les opérateurs de l'intermédiation comme des parties souvent oubliées d'un univers de création qui comprend, outre les artistes et les talents, de nombreux autres protagonistes qui rendent possibles l'existence et la reconnaissance sociale des œuvres. En s'intéressant en priorité à l'activité et aux organisations de l'intermédiation, les auteurs de cet ouvrage ont alors prolongé ces questionnements pour interroger prioritairement la *division sociale du travail de création*.

Pris collectivement, leurs contributions permettent de se demander à quelles conditions sociales et économiques les fonctions d'intermédiation sont autonomisées dans la production culturelle et occupées par d'autres personnes que par les artistes eux-mêmes ? Peut-on aller plus loin dans la caractérisation des positions d'intermédiation culturelle que de signaler qu'elles combinent des systèmes de valeur qui ont longtemps été antagonistes comme ceux de l'art et du commerce ? D'autres questions découlent de ces premières interrogations générales. L'accroissement du poids économique des secteurs culturels dans nos sociétés, en termes de valeur ajoutée et d'emplois, implique-t-il, comme le supposent plusieurs chercheurs depuis quelques décennies, une augmentation presque mécanique du nombre des individus et des entreprises pratiquant l'intermédiation<sup>26</sup> ? Et que dire alors de la division sociale du travail d'intermédiation lui-même ? Augmente-t-elle, en suivant peu ou prou une loi générale d'accroissement de la spécialisation des sphères d'activité ? Ou bien se restreint-elle, au contraire, sous l'effet de stratégies de croissance ou de courts-circuits de la part de certains agents intermédiaires, en particulier lorsqu'ils sont acteurs du numérique ?

---

<sup>23</sup> Charles Kadushin, « Networks and Circles in the Production of Culture », *American Behavioral Scientist*, n°19, 1976, p. 769-784.

<sup>24</sup> Robert R. Faulkner, *Music on Demand: Composers and Careers in the Hollywood Film Industry*, New Brunswick, NJ, Transaction Books, 1983 ; William T. Bielby, Denise D. Bielby, « Organizational Mediation of Project-Based Labor Markets: Talent Agencies and the Careers of Screenwriters », *American Sociological Review*, 64(1), 1999, p. 64-85.

<sup>25</sup> Keith Negus, art. cit. ; André Schiffrin, *L'édition sans éditeurs*, Paris, La Fabrique, 1999 ; John B. Thompson, *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century*, Cambridge, Polity Press, 2010.

<sup>26</sup> Voir le diagnostic de Pierre Bourdieu dans *La Distinction. Critique sociale du jugement* (Paris, Minuit, 1979), qui est souvent repris dans la littérature anglaise.

## Filières industrielles, production artisanale et franges de l'intermédiation

Pour répondre à ces questions, les recherches présentées ici entendent rompre avec l'enchantement ordinaire qui prédomine dans le discours « indigène » ou la chronique économique des secteurs culturels, au sujet de l'intermédiation comme de la création. Une attention particulière a donc été accordée aux « petits » métiers de l'intermédiation, peu visibles, démographiquement peu importants, mais aussi à certaines start-up de l'économie numérique du culturel, aux domaines de la création moins connus sous l'angle de l'intermédiation, comme la bande-dessinée, ou encore aux fractions les moins reconnues de plusieurs métiers phares de l'intermédiation culturelle. Plusieurs contributeurs de ce volume insistent à cet égard sur le fait que les carrières d'intermédiaires sont majoritairement marquées par la précarité économique et des formes de pluriactivité. La vie des intermédiaires de la culture n'est pas sans ressembler à la vie d'artiste dans ce qu'elle a d'incertain et en ce qu'elle implique très majoritairement un renoncement à des gratifications économiques qui correspondent à son niveau d'études. Nous nous sommes aussi intéressés à des situations peu formalisées d'intermédiation culturelle : ou bien les accords entre intermédiaires et artistes y sont non écrits, comme cela est encore le plus souvent le cas dans les arts visuels, ou bien l'intermédiation n'y est pas reconnue comme un métier à part entière, et encore moins comme une profession, comme c'est le cas par exemple dans le cinéma pornographique français. Ce regard porté sur les franges souvent oubliées ou peu institutionnalisées de l'intermédiation de la culture reste cependant articulé à plusieurs contributions qui évoquent les grandes entreprises voire les très grandes entreprises des secteurs culturels et de l'industrie numérique que Bernard Miège appelle, comme nous l'avons évoqué, les « intermédiaires » et les « intermédiaireurs ».

Plusieurs auteurs de ce volume appellent aussi à se distancier des conceptions qui font de l'opposition entre les valeurs « désintéressées » de l'art et les valeurs « intéressées » du commerce le seul principe structurant des activités d'intermédiation dans la culture. Dans le cas du cinéma par exemple, où le coût d'entrée dans le secteur est trop élevé pour autoriser des démarches artisanales, si ce n'est dans certaines franges du documentaire et du court-métrage, cette représentation « indigène » d'un système clivé de valeurs serait, selon Olivier Alexandre, infirmée en pratique par la variabilité concrète des activités des personnes et des entreprises. Audrey Mariette confirme cette idée en se concentrant sur la comparaison entre les trajectoires individuelles de deux distributeurs indépendants de cinéma arrivés dans le secteur dans les années 2000 après avoir suivi des formations récentes dans le domaine culturel. Dans les deux cas, on a affaire à des parcours hétérodoxes pour des diplômés de grandes écoles et à des personnes qui se définissent, sans difficultés, ni culpabilité, en termes de commerce. De ce point de vue, il faut relativiser, selon Mariette, la différenciation entre le système de valeurs des « gros » et des « petits » distributeurs indépendants et cesser de considérer comme évidente l'association, historique en France, entre distribution indépendante et cinéma d'auteur – et ce d'autant plus que les individus ne cessent de jouer de l'ambivalence de leur activité, affirmant leur goût esthétique face à certains interlocuteurs et leur compétence commerciale face à d'autres. Ainsi, si les mondes de l'art et des industries culturelles sont fortement différenciés, les valeurs commerciales sont devenues depuis quelques décennies partagées par presque tous les acteurs qui nous intéressent : elles semblent désormais avoir conquis la plupart des fonctions d'intermédiation. On est en droit de parler, de ce point de vue, comme d'autres travaux l'ont souligné, de tendances à la managérialisation des intermédiaires culturels<sup>27</sup>, même si celle-ci prend, bien entendu, des

---

<sup>27</sup> W. Naudier, D. Lizé, O. Roueff, op. cit.

formes différentes selon que le mode production culturel est industriel et à grande échelle ou plus artisanal et à petite échelle.

### **L'intermédiation dans les secteurs culturels industrialisés**

Parmi les travaux consacrés ici au premier de ces modes de production, les enquêtes sur l'industrie cinématographique portent à la fois sur l'ensemble de la filière en France et sur certains seulement de ses métiers, comme ceux de producteurs, d'agents de talents ou de distributeurs indépendants. Olivier Alexandre rappelle d'abord qu'au moins douze types d'intervenants non-artistiques ayant un rôle financier, assurantiel, commercial et/ou informationnel et étant reconnus comme des professionnels à part entière participent à l'existence des films. Comment se représenter leur coopération dans des projets successifs ? Comme un champ de production, ainsi que le suggèreraient Bourdieu et ses élèves ? Comme un monde social d'interactions soumises à des conventions communes, comme l'indique plutôt Howard Becker ? En observant les statistiques d'emploi et de chiffre d'affaires, Alexandre propose plutôt de voir dans le cinéma français trois cercles concentriques d'entreprises et d'individus intermédiaires dépendants les uns des autres. Le premier de ces cercles concentrerait plus des trois quarts de l'activité. C'est aussi ce que confirme, à partir d'un cas particulier, l'enquête d'Audrey Mariette qui porte sur les distributeurs du cinéma indépendant. Il y a en France, en principe, plus de cent sociétés de distribution, mais c'est un marché dominé par des grands groupes : les dix premiers distributeurs concentrent plus de trois quarts des encaissements en distribuant pourtant moins d'un tiers des films. Cette structure générale de concentration forte et inégalitaire des revenus individuels ou des chiffres d'affaires n'est d'ailleurs qu'un des traits parmi d'autres qui apparentent, comme nous l'avons déjà souligné, les « marchés » du travail des intermédiaires culturels aux « marchés » du travail artistique tels que les a par exemple décrits et analysés Pierre-Michel Menger<sup>28</sup>.

En travaillant sur les agences de talents à Hollywood, Violaine Roussel confirme elle aussi qu'il est abusif de parler d'un monde du cinéma unifié et homogène. Elle propose, à la suite du sociologue états-unien Robert Faulkner, de distinguer entre deux Hollywood, le grand et le petit, qui sont à la fois interdépendants et surtout – c'est l'un des résultats de son enquête – relativement autonomes l'un par rapport à l'autre. Deux recherches, dont la sienne, portent en effet sur les agents artistiques. Ces derniers organisent la rencontre entre l'offre et la demande d'emploi des comédiens, des réalisateurs et des scénaristes et ils négocient les conditions de travail et les rémunérations de ces derniers. Le métier est certainement plus reconnu aux Etats-Unis qu'en France où, comme le montre Delphine Naudier, il dépendait pendant longtemps du ministère du Travail plutôt que du ministère la Culture. C'est par ailleurs un domaine d'activité, comme la distribution, où il y a peu de protagonistes en France : on y comptait en effet 168 agences, soit 217 agent-e-s, répertoriées en 2013. C'est aussi un univers stratifié avec des agences polycéphales qui représentent des profils distincts de clientèle et celles qui, petites ou moyennes, sont portées par une fondatrice et représentent uniquement des comédiens, des scénaristes ou des réalisateurs.

Le monde de producteurs de cinéma français, analysé par Laure de Verdalle, n'est pas différent dans sa morphologie générale. Deux grands groupes, Europacorp et Gaumont, produisent plusieurs films par an tandis que plus de cent cinquante sociétés n'en produisent qu'un. Quelques producteurs seulement peuvent s'adjoindre régulièrement le financement des chaînes de télévision et d'autres partenaires. Pour tous les autres, chaque montage de projet est une épreuve parsemée de nombreuses incertitudes. Chacune d'entre elles et chaque appariement avec des partenaires potentiels, qu'ils soient financiers ou techniques, modifie la forme et le contenu même du projet créatif. Le problème que révèle l'analyse sociologique et

---

<sup>28</sup> Pierre-Michel Menger, *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Paris, Gallimard/Seuil, 2009.

processuelle du travail des producteurs de cinéma n'est donc pas celui, classique dans la littérature sur Hollywood et sur le cinéma, de l'opposition entre la liberté créatrice des réalisateurs et les contraintes matérielles de la production. Laure de Verdalle montre que les producteurs, plus que tous les autres protagonistes du cinéma, participent, tout le long du projet, au travail de création. Ils construisent par ailleurs des carrières couplées entre différentes personnalités de l'industrie.

Le secteur de l'industrie musicale est abordé dans cet ouvrage dans deux chapitres. Un panorama en est proposé par le sociologue britannique Keith Negus. Ce dernier s'intéresse aussi bien aux dépisteurs de talent et au personnel marketing des maisons de disques qu'aux designers des sites web, aux producteurs, aux remixeurs ou encore aux personnes représentant des organismes d'État et ayant un intérêt particulier pour les revenus générés par la production musicale. L'un des changements majeurs en cours dans l'industrie musicale tient au reflux relatif du support physique et à l'importance croissante de la diffusion numérique et immatérielle. Negus explique que cela s'accompagne parallèlement d'une valorisation de l'expérience musicale directe dans les spectacles, les concerts et les festivals. Par ailleurs, de plus en plus d'acteurs économiques font appel à l'industrie musicale pour leur promotion et leur publicité. Si la vente directe de disques est en baisse, les revenus tirés des droits juridiques, lorsque des chansons sont placées dans des jeux, des publicités, des films ou utilisées lors de manifestations artistiques et culturelles, sont donc en augmentation rapide. Il en résulte une multiplication, depuis les quinze dernières années, des intermédiaires situés entre l'offre et la demande.

L'enquête de Wenceslas Lizé porte sur un petit groupe parmi ces intermédiaires de la musique : les managers, les agents et les « tourneurs » en France. L'une des principales tâches des deux premiers types d'acteurs consiste ainsi à prospecter et à négocier, pour l'artiste ou le groupe dont ils sont mandataires, des engagements auprès d'employeurs. Les « tourneurs » sont quant à eux plus souvent les employeurs des artistes, mais ils prospectent aussi une série de lieux de diffusion auxquels ils vendent la plupart du temps un spectacle. Lizé insiste sur le fait que, dans le cas qu'il a étudié, comme dans de nombreux autres métiers d'intermédiation du travail artistique, les frontières sont poreuses entre fonctions. Nous l'avons dit, la pluriactivité des intermédiaires est monnaie courante. On peut comprendre celle-ci comme une stratégie de couverture des risques pris dans le placement d'artistes ou de spectacles et de lutte contre la précarité économique qui domine dans ces métiers. Lizé montre que la pluriactivité des intermédiaires, à un plus haut niveau de reconnaissance, est cependant plutôt liée à une disposition à la démultiplication de soi qui est très souvent le corollaire d'une origine sociale et d'un niveau de diplôme élevés allié au choix paradoxal d'investir des activités moins définies que celles auxquelles ce niveau de ressources initiales auraient dû conduire. L'enquête montre ici que l'un des attraits des activités d'intermédiation culturelle, dans l'industrie musicale comme ailleurs, tient précisément au fait que leur droit d'entrée est souvent moins codifié que dans des professions classiques et qu'il est possible de définir largement sa fonction plutôt que d'épouser un rôle prédéterminé par un poste ou par un corps de métier<sup>29</sup>. Il reste, comme le souligne Keith Negus, que plus les individus sont « dominés » dans leurs métiers, plus le portefeuille de la pluriactivité risque de déborder bien au-delà des travaux d'intermédiation, avec des activités annexes dans des bars et les centres d'appels et de multiples autres tâches considérées comme plus subalternes<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Vincent Dubois, *La culture comme vocation*, Paris, Raisons d'Agir, coll. « Cours & Travaux », 2013.

<sup>30</sup> Gérard Mauger (dir.), op. cit.

## L'intermédiation dans les arts visuels

Deux chapitres traitent d'un secteur culturel moins industrialisé que l'audiovisuel et la musique et d'une situation où les relations entre intermédiaires et artistes sont moins formalisées. Dans les pas des travaux de Raymonde Moulin, qu'elle revisite à partir des archives, Julie Verlaine revient sur l'histoire des galeries d'art moderne parisiennes après la Seconde Guerre mondiale. Elle s'interroge sur la substitution du nom de « galeriste » à celui de « marchand d'art » au début des années 1980. Depuis le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle, le rôle des marchands de tableaux avait été de rendre possible les échanges entre les artistes et les collectionneurs. Mais le soupçon d'exploitation économique et morale du public et des créateurs a toujours pesé sur le métier. Verlaine montre qu'en France après 1945, les relations entre artistes et galeries d'art deviennent plus formalisées : elles sont plus souvent contractualisées et protègent mieux le marchand contre les ruptures de contrat. Les directeurs de galeries ont aussi plus souvent fait des études supérieures en histoire de l'art. Le métier change également de dimension, l'échelle internationale s'ajoutant à la scène nationale. La médiation du marchand est donc moins passive et se diversifie pour quitter la seule sphère commerciale, ce dont témoignerait le changement sémantique d'appellation du métier.

Le chapitre de Pierre-Edouard Weill s'interroge quant à lui sur le rôle des intermédiaires dans la légitimation progressive de l'art graffiti. Née dans les rues de Philadelphie dans les années 1960, la pratique du *graffiti art* n'a été reconnue à grande échelle dans le monde commercial de l'art que depuis le milieu des années 2000, en particulier à Paris. Weill montre pourquoi certaines tentatives de consécration dans les deux décennies précédentes ont échoué : dans les années 1980 à New York, après l'exposition du MOMA appelée *New York Wave* ; aux Pays-Bas et à Paris dans les années 1990, à travers des galeries comme Magda Danysz ou Le Point du jour, cette dernière financée par la créatrice de mode Agnès b. Le troisième cycle de légitimation du graffiti art s'est fait avant tout par l'intermédiaire d'une société de ventes volontaires parisienne après la vente record des œuvres de l'artiste Banksy en 2006 par la maison de ventes Bonham à Londres. Chez les graffeurs, le jugement des pairs est alors marginalisé par le jugement du marché. Mais certains artistes et certains collectionneurs participent tout de même à ces opérations parce qu'ils ont monté des « écuries » d'artistes graffiti dans les décennies qui ont précédé. Quelques centres d'art contemporain comme le Palais de Tokyo à Paris suivent ensuite le mouvement. Pierre-Edouard Weill se demande par conséquent si l'étude de la consécration progressive du graffiti art ne témoigne pas d'un changement des intermédiaires cardinaux dans l'art dit contemporain. Les collectionneurs privés supplantent les institutions publiques par leur capacité d'achat et les sociétés de vente volontaires concurrencent les galeries pour la légitimation des nouvelles formes de création. Le centre de gravité de l'intermédiation et de la valorisation dans le monde de l'art est en train de se déplacer vers le marché, conclut Weill.

Il ressort donc de ces deux contributions sur l'intermédiation des arts visuels que les plus grands collectionneurs ne sont plus des publics passifs mais de véritables intermédiaires actifs, que les plus grands galeristes ne se comportent pas seulement comme des médiateurs mais comme des producteurs et que les sociétés de vente volontaires sont en train de devenir des intermédiaires puissants, même si elles ne favorisent pas la production. Tout le système d'intermédiation de l'art est donc en cours de changement. Si les arts visuels représentent encore un cas de production culturelle de type artisanal, on peut cependant constater que les valeurs commerciales semblent, comme dans les industries culturelles, avoir gagné du terrain au sein des activités d'intermédiation. De même, la concurrence entre intermédiaires est-elle devenue plus forte. L'évolution du secteur témoigne en définitive d'une puissance accrue de l'aval sur l'amont des filières de production, dont témoigne en particulier le rôle croissant des

collectionneurs. Même si elles n'ont pas la même amplitude dans les industries culturelles et dans l'art, ces tendances se retrouvent quel que soit le mode de production des biens culturels.

### L'effet inflationniste des industries numériques

Plusieurs chapitres portent par ailleurs sur les conséquences du développement des industries numériques sur l'intermédiation culturelle. Contrairement à un discours dominant, cet essor ne se traduit pas par une baisse du nombre des intermédiaires, malgré les phénomènes de concentration autour de certains acteurs dominants et malgré le fait que les créateurs peuvent maintenant diffuser plus facilement leurs contenus auprès des publics potentiels. D'une part, les relations d'échanges entre producteurs et consommateurs restent fortement encadrées et contrôlées, ce qui nécessite des intermédiaires spécialisés dans ces activités informationnelles, assurantielles et financières. D'autre part, les transactions en ligne ouvrent, de manière inédite, des nouvelles possibilités d'intermédiation qui portent sur les relations contractuelles, l'information et la relation aux consommateurs. Dans le cas de l'industrie musicale, on a vu que l'ouverture de nouveaux canaux de diffusion avait fait augmenter la nécessité de l'intermédiation. Keith Negus évoque à ce sujet l'idée de « biens cybernétiques », lorsque la valeur des produits culturels est liée aux relations qui sont créées avec des images, des films, des produits dérivés, des jeux, etc. Un autre trait décisif du développement des industries numériques dans la culture tient à l'augmentation extraordinaire de l'offre et au problème de l'« hyperchoix » des produits culturels qui en découle mécaniquement<sup>31</sup>. S'il est vrai, en apparence, que les libraires et les disquaires disparaissent au profit de magasins en ligne et de plateformes d'agrégation, Pierre-Jean Benghozi et Thomas Paris insistent avant tout, dans ce contexte, sur le fait que les activités d'intermédiation se transforment. Elles mettent désormais en valeur, à l'échelle numérique et macro comme à l'échelle physique et micro, les actes de prescription des intermédiaires et dévalorisent toutes les fonctions logistiques et matérielles. Plus souvent qu'autrefois, les intermédiaires de la culture ne sont donc plus seulement de simples médiateurs mais des « tiers actifs » qui structurent l'offre ou bien assistent la demande. Par ailleurs, si l'intermédiation technique tend à se substituer à l'intermédiation humaine, c'est qu'elle est présentée comme plus objective et morale, moins liée aux aléas du jugement humain qui affecteraient la neutralité nécessaire à la prescription.

Le chapitre de Vincent Bullich et Thomas Guignard synthétise pour sa part un programme de recherches sur les plateformes de distribution et de diffusion de contenus numériques qui se sont développées depuis le milieu des années 1990. Ces nouveaux acteurs ont mis en place, à l'aval des filières d'industries culturelles, un dispositif analogue qui a pris corps dans le secteur des systèmes d'exploitation et des logiciels puis dans celui des jeux vidéo. Une plateforme cherche à apparier une offre et une demande en proposant un ensemble cohérent de fonctions techniques, informationnelles et transactionnelles. Mais il n'y a pas d'achat de biens (ou de droits) à des fournisseurs en vue d'une revente à des consommateurs finaux. Il s'agit de mettre en relation des vendeurs « affiliés » avec des acheteurs « affiliés ». Ces plateformes représentent un secteur marchand en pleine expansion. S'y sont investies les acteurs du logiciel et du Web, comme Google, les équipementiers, les opérateurs de télécommunications et, enfin, les producteurs et éditeurs de contenus eux-mêmes. Or, comme l'expliquent Bullich et Guignard, la valeur de la plate-forme réside moins dans sa capacité à extraire un revenu sur les transactions qu'elle autorise que dans sa capacité à produire et capter des externalités liées à ces mêmes transactions. Par ailleurs, ces nouveaux opérateurs entraînent un déplacement des risques de production vers les créateurs et les producteurs culturels eux-mêmes, qui tendent à assumer seuls les investissements.

---

31

## La fin des industries culturelles ?

L'entrée des acteurs du numérique provoque donc de profonds bouleversements des filières culturelles et de leurs modes d'intermédiation. Pour Benghozi et Paris, les évolutions de l'intermédiation constituent même, à l'heure actuelle, le moteur principal de la réorganisation des industries culturelles. Elles mettent en concurrence les entreprises habituelles du secteur avec de nouveaux acteurs. Or le poids économique de ces derniers est sans commune mesure avec celui des acteurs de la culture, si bien qu'ils sont capables de remettre en cause profondément les équilibres sectoriels et les formes existantes d'intermédiation. Ensuite, l'infrastructure technologique joue un rôle de plus en plus important : les acteurs de la culture sont en effet plus souvent dépendants des fabricants de matériel (tablettes, smartphones, liseuses, etc.) comme Apple ou des formes de commercialisation imaginées par les opérateurs de réseaux ou gros acteurs de l'Internet comme Google ou Amazon. On assiste donc à une métamorphose dont il reste à l'heure actuelle difficile de prévoir les conséquences de moyen terme. Sommes-nous pour autant dans une phase de transition annonçant la fin des filières et des champs de production aux économies différenciées, aux technologies spécifiques et aux régulations propres ? Entrons-nous, autrement dit, dans une ère de « continuum numérique » fédérant les industries culturelles et créatives<sup>32</sup> ? Plusieurs des contributeurs de ce volume en doutent fortement. Dans l'audiovisuel et l'industrie musicale, par exemple, les plateformes de diffusion et de distribution comme YouTube sont encore secondaires sur le plan économique et elles concernent en priorité les biens produits par les amateurs ou les semi-professionnels. Avec le numérique, de nouveaux intermédiaires naissent, de nouveaux modèles de valorisation émergent. Mais, pour l'instant, ils sont encore majoritairement soumis aux logiques sectorielles anciennes, disent les contributeurs de cet ouvrage.

## Prolifération et concentration des intermédiaires : des logiques complémentaires

Deux tendances en apparence contradictoires semblent donc dominer la production et l'intermédiation culturelles. La première va dans le sens d'une prolifération des intermédiaires, d'une diversification croissante des intervenants et des fonctions, en particulier sous l'effet du développement de l'économie de la culture et des techniques. La seconde va dans la direction d'un cumul stratégique par certains acteurs des activités d'intermédiation, des rôles socioprofessionnels ou d'une extension de leurs domaines d'intervention. Un résultat important des contributions de cet ouvrage consiste à montrer que ces logiques ne sont en rien opposées et qu'au contraire elles se complètent. L'intégration des industries numériques dans les industries culturelles se traduit certes par une multiplication des intermédiaires mais aussi par des expérimentations qui durent peu de temps faute de viabilité économique. Inversement, les logiques de concentration et de monopolisation tendancielle se maintiennent et se renforcent dans tous les champs de production culturelle. Il reste qu'il n'y pas une configuration de marché unique qui se retrouve dans tous les arts, les industries culturelles ou la culture en ligne.

Plusieurs auteurs insistent enfin sur le fait que la hiérarchie économique entre entreprises d'intermédiation se reflète dans une hiérarchie sociale des intermédiaires individuels. Par exemple, même si les tâches d'intermédiation dans la culture sont de plus en plus accessibles aux femmes, ces dernières sont plus souvent spécialisées dans des fonctions de représentation, comme le montre l'étude des agences de talents en France. Olivier Alexandre rappelle aussi que les différences d'appartenance aux différents cercles du cinéma français correspondent souvent aussi à une différence de diplômes. Enfin, il faut souligner que les « dominés » de l'intermédiation adoptent aussi plus souvent une conception passive de l'intermédiation

---

<sup>32</sup> Philippe Chantepie, Alain Le Diberder, *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris, La Découverte, Coll. « Repères », 2005.

comme soutien neutre à la création, là où les « dominants » ont tendance à devenir de plus en plus interventionnistes dans le processus artistique. Violaine Roussel montre ainsi que les quatre plus grandes agences de talents de *Big Hollywood* ne se conçoivent pas seulement comme des représentants neutres des intérêts des artistes, mais comme de véritables « catalyseurs de projets » et qu'elles empiètent par conséquent, lorsqu'il s'agit de leurs plus gros clients, sur les activités de la production cinématographique. Ainsi que le confirment plusieurs des contributeurs du volume, la concentration des intermédiaires se traduit souvent, là comme ailleurs, par un déplacement vers la production et donc par un contrôle plus fort de l'aval sur le processus créatif lui-même.

### Vers une écologie sociale de la création ?

Au-delà de toutes ces observations, les travaux de ce volume entendent aussi contribuer, à partir de leurs objets propres et de leurs démarches respectives, à élaborer un nouveau modèle d'analyse sociologique des secteurs culturels. Ce dernier n'est ici qu'esquissé car l'enjeu de cette introduction n'est pas d'en déployer toutes les hypothèses. Soulignons d'abord que l'étude des intermédiaires de la culture permet de révéler un trait plus général des univers culturels : le caractère contingent, réversible et virtuellement conflictuel de la division du travail entre agents participants aux mondes de l'art et aux actes de production, de diffusion et de consommation des biens artistiques. Penser la création ou la production culturelle à partir d'un modèle où il existe toujours et partout trois et seulement trois familles d'agents strictement alignés sur des fonctions bien distinctes – les artistes concepteurs des œuvres, les intermédiaires financeurs, fabricants, évaluateurs, diffuseurs ou prescripteurs, entre autres, et les publics récepteurs – et où seules varieraient les manières dont ils interagissent à l'intérieur de ces rôles, c'est exclure du périmètre de l'enquête l'historicité propre des ensembles sociaux qui conditionnent ces interactions et la distribution effective des activités entre les agents. Nous proposons donc d'appeler *système d'intermédiation* le cadre propre où peut se saisir la division spécifique du travail des intermédiaires. La notion permet d'abord de substituer à l'image de la chaîne de création l'idée d'un ensemble d'interdépendances qui lient les artistes, les intermédiaires et les prescripteurs. Ensuite, elle entend indiquer qu'il ne suffit pas de souligner la dimension coopérative ou conventionnelle de la création, mais également sa dimension conflictuelle, qui fait, par exemple, que les protagonistes de l'intermédiation peuvent changer d'activités ou tenter de conquérir une activité qu'ils ne contrôlaient pas auparavant.

Raymonde Moulin a parfaitement anticipé ces points dans ses travaux successifs sur l'art en France<sup>33</sup>. Elle a ainsi montré qu'on ne peut jamais analyser *seule* une activité d'intermédiaire entre l'offre et la demande de produits artistiques : les activités de critique, de conservation de musée, de marchand d'art doivent par exemple être étudiées de concert. Ensuite, comme nous l'avons déjà souligné, il ne faut pas oublier que les artistes eux-mêmes peuvent avoir des activités d'intermédiaires : ils peuvent être à eux-mêmes leurs propres promoteurs et leurs propres critiques. Aussi, dans le système des intermédiaires de l'art, les différentes positions sont dans un rapport de concurrence pour découvrir les nouvelles œuvres, les nouveaux artistes, « baliser » le territoire artistique, « dénommer » ou « étiqueter » ses régions, autrement dit pour transformer des différences de styles ou de propriétés sociales ou esthétiques des artistes en ressource distinctive créant tendanciellement, comme le dit Moulin, les « conditions d'un monopole » (comme dans le cas du brevet scientifique) et, à partir de ce geste, pour extraire de la valeur et tenter de la faire fructifier, de l'accumuler ou de la convertir. Mais les intermédiaires de l'art sont aussi dans un rapport d'alliance les uns avec

---

<sup>33</sup> Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*, op. cit. ; *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1992 ; *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion, 2003.



les autres : il n'est pas possible, en effet, de faire exister seul des nouveaux produits ou des nouveaux producteurs. Tous les intermédiaires sont donc interdépendants à plus d'un titre.

En outre, comme nous l'avons déjà souligné, dans le système qu'ils forment, une même personne, un même acteur, peut parfois avoir plusieurs activités : soit en même temps, en cumulant des positions multiples ; soit au cours d'une même carrière, en passant d'un poste à un autre. Le système des intermédiaires d'un secteur culturel est un ensemble dynamique où les rapports de force changent car les différentes activités d'intermédiation sont en conflit ou parce que les jeux d'alliances passées entre plusieurs types distincts d'intermédiaires sont en concurrence. Nous pensons que le travail créateur est mieux compris lorsqu'il est vu comme intégré dans, ou, mieux, comme produit par ce système d'intermédiation qui diffère selon les lieux et les époques. Dans cet esprit, les travaux de Raymonde Moulin ont par exemple permis de distinguer des périodes qui correspondent à des transformations du poids relatif des différents acteurs au sein du système des intermédiaires de l'art – on sait, grâce à elle, qu'en France après la Seconde Guerre mondiale, le couple « critique-marchand » a été prédominant jusque à la fin des années 1970 puis qu'il a été supplanté par un duo « conservateur de musée-galeriste », à son tour en crise aujourd'hui.

Tout système d'intermédiation participe de ce que nous pouvons appeler, en adaptant le modèle des territoires professionnels proposé par le sociologue états-unien Andrew Abbott, une *écologie sociale de la création*<sup>34</sup>. Plusieurs chapitres soulignent en effet que les intermédiaires de la culture ne peuvent en définitive être définis facilement en étant envisagés comme l'ensemble des protagonistes des arts et des industries culturelles à l'exception des artistes et des publics. On a rappelé aussi qu'artistes et publics peuvent aussi, sous certaines conditions, agir comme des intermédiaires : de l'artiste qui cherche des financements ou monte une exposition, au spectateur qui prescrit ses goûts à son entourage, crée un fan-club ou commande une œuvre. Inversement, on pourrait aussi affirmer que les intermédiaires de la culture sont toujours aussi des récepteurs : cette activité d'appréciation des œuvres est souvent au cœur de leur métier. De même peuvent-ils, sous d'autres conditions encore, intervenir directement dans la conception des œuvres. Les contributions de ce volume montrent ainsi, qu'au-delà des définitions officielles des *métiers*, les *tâches* concrètement effectuées par chaque protagoniste d'un « monde de l'art » touchent sans cesse aux fonctions des autres et que ces décalages permanents entre les appellations et les activités sont l'objet de luttes de frontières continues. Ces luttes sont, selon nous, une source fondamentale et jusqu'à présent négligée de la dynamique des univers de la création. L'étude des intermédiaires de la culture permet ainsi de révéler un principe de structuration sous-étudié dans ce domaine. Proposer, pour décrire cet ordre, une écologie sociale de la création revient donc moins à décrire l'« environnement » des créateurs que la définition et la répartition des rôles, souvent multiples et ambivalents, entre la totalité des acteurs en jeu dans l'existence des œuvres<sup>35</sup>.

Pour qui veut comprendre spécifiquement l'intermédiation, il faut donc étudier la manière dont ces acteurs font système au sens où ils prennent part à un jeu social commun. Dans ce jeu, différents protagonistes se distribuent sur ce que nous appelons des « territoires d'activité ». Ces territoires, abstraits mais bien réels, représentent un point d'entrée particulier

---

<sup>34</sup> Andrew Abbott, *The System of Professions. An Essay on the Division of Expert Labor*, Chicago University Press, 1988.

<sup>35</sup> Cette perspective ne périmé pas une analyse en termes de champ artistique : elle construit surtout son objet autrement. A une structure des possibles définie à partir de l'espace des « prises de position » (l'art pour l'art vs. l'art pour le grand public, modalement), autour duquel s'organisent des espaces de positions différenciés et homologues (l'espace des écrivains, celui des éditeurs, celui des distributeurs... jusqu'à l'espace des consommateurs), elle substitue une structure des possibles définie à partir des luttes de frontières qui portent sur la division sociale du travail dans le but d'avoir prise sur le processus de valorisation des œuvres.

sur une ou plusieurs tâches contribuant aux processus de production et d'appréciation des œuvres ou des biens culturels : par exemple le financement des œuvres, le montage des équipes artistiques, la contractualisation de leurs relations, l'évaluation critique, la distribution, la fabrication des œuvres, le contrôle et la répartition des recettes, la défense juridique ou syndicale, etc. Le périmètre des tâches revendiquées par les occupants de chaque territoire d'activité à un moment donné fait par ailleurs l'objet de luttes de frontières. Pour un protagoniste, entreprise, collectif ou individu, ces luttes peuvent être orientées vers la monopolisation d'un faisceau de tâches, avec comme horizon éventuel la formation d'un groupe professionnel autour du contrôle de ce qui constitue alors une juridiction. Elles peuvent aussi aller vers l'extension, par la conquête de nouvelles tâches et par l'occupation d'autres territoires. Et ces deux stratégies peuvent, bien sûr, être combinées. En outre, toutes ces luttes de frontières se jouent à différentes échelles : au niveau « macro », avec, par exemple les processus de développement professionnel, les négociations entre instances représentatives ou les conflits portant sur la définition du droit – le droit d'auteur étant bien sûr un lieu de luttes cardinal dans les mondes de l'art ; mais aussi au niveau « micro », dans le cours même des activités.

### **Mieux comprendre les « carrières » atypiques de la culture**

En effet, les situations où les rôles d'un protagoniste d'une activité de création sont clairement délimités et distribués en amont de la coopération sont plus ou moins fréquentes selon les secteurs culturels, les pays et les époques. Comme les contributions rassemblées ici le montrent, les manières d'endosser ces rôles sont elles-mêmes presque toujours renégociées lors des processus de travail. Plus, certaines activités consistent précisément à négocier le détail des territoires de chacun dans l'accomplissement d'un projet artistique. Le travail contractuel, omniprésent même s'il n'est pas toujours écrit, est, de ce point de vue, un domaine encore sous-étudié par la sociologie et l'économie des mondes de l'art. Mais il faut ici insister sur le point suivant : le système de répartition des territoires d'activité dans un univers de production d'œuvres n'est pas, ou est rarement, coextensif à l'organigramme institutionnel des professions, définies par le droit, les mécanismes d'entrée et les spécialisations officielles des organisations.

Ces derniers éléments sont essentiels, mais la perspective que nous proposons vise plutôt à prendre acte de la complexité de la division *concrète* du travail de création et de valorisation sociale des œuvres. D'un côté, certaines tâches sont revendiquées par de nombreux acteurs aux statuts professionnels variables. Dans le monde du cinéma, par exemple, le placement d'artistes est, lorsqu'on l'observe de près, un objet de luttes entre plusieurs groupes : certains seulement – les agents, d'une part, et les responsables de distribution, d'autre part – en ont fait l'une des tâches centrales de leur juridiction professionnelle. Mais cette tâche peut, dans certains cas, être aussi revendiquée par d'autres protagonistes de l'industrie cinématographique, plus ou moins nombreux et plus ou moins puissants selon les configurations : les producteurs qui montent les équipes artistiques, financières et techniques ; les distributeurs dominants, qui imposent des artistes vedettes au casting ; les réalisateurs, qui tentent de contrôler la sélection des rôles principaux et des techniciens, etc. D'un autre côté, la plupart des intermédiaires de la culture cumulent les fonctions et définissent ainsi leur activité à l'intersection de plusieurs métiers institués. Toutes ces stratégies rendent donc particulièrement complexe l'objectivation de parcours réguliers dans les carrières des intermédiaires de la culture, ces dernières ressemblant plus souvent à des successions de différentes formes de cumul de fonctions qu'à des trajectoires linéaires au sein d'une seule et même profession.

Prenons, là aussi, un exemple tiré des chapitres qui suivent. Les agents et les managers musicaux définissent en principe leur territoire d'activité respectif autour de la tâche de placement des artistes. Au niveau institutionnel, leur concurrence se joue par conséquent sur l'association de cette tâche avec d'autres tâches. Alors que le périmètre des agents est plus souvent concentré sur le placement et la négociation contractuelle, les managers revendiquent d'avoir un rôle dans l'ensemble des paramètres constitutifs d'une carrière artistique (stratégies créatrices, communication, gestion des droits dérivés, droit de regard sur la production et l'édition...). Mais, par ailleurs, rares sont les agents ou les managers de la musique qui ne sont qu'exclusivement agents ou managers du début à la fin de leurs carrières. Selon les moments de leurs parcours, ils peuvent aussi être critiques, tourneurs, éditeurs, producteurs de disques, etc.

L'espace des carrières de ces intermédiaires culturels n'est donc pas réductible à celui des « professions » ou des métiers : il se définit mieux à l'échelle des systèmes d'intermédiation qui rendent plus ou moins probables et plus ou moins satisfaisantes certaines formes de cumul d'activités, formalisées en juridictions professionnelles ou non, ainsi que certains enchaînements de ces cumuls au long de parcours plus ou moins institutionnalisés par le droit et par les spécialisations des organisations. Le présent volume offre une plongée dans cette complexité du travail collectif de création et des trajectoires de ses protagonistes.

Il espère poser ainsi les premiers jalons d'un déplacement de la focale dominante d'analyse dans la sociologie des intermédiaires de la culture en France : des monographies de professions plus ou moins cristallisées à l'objectivation des systèmes de division du travail et de structuration des carrières à l'échelle d'un secteur culturel. L'étude des intermédiaires de la culture permet en effet de mettre au jour ce qui nous semble être le cadre le plus pertinent pour analyser les univers de la création : leur écologie sociale d'activités, irréductible à un monde social d'interactions coopératives ou à un ensemble de champs de production et de diffusion délimités. Dans l'analyse du travail et des organisations culturelles, cette écologie représente un élément essentiel. Ce programme, inachevé ici étant donné l'ampleur du travail d'enquête qu'il appellerait pour être complet, est, selon nous, prometteur s'il s'agit d'adopter un point de vue sociologique plus réaliste, moins réifiant, sur l'organisation sociale effective des activités d'intermédiation et de création dans les arts et les industries culturelles. Sans partager nécessairement tous les attendus qui précèdent, tous les auteurs de l'ouvrage y contribuent à leur manière.

## Structure de l'ouvrage

Dans la première partie ils montrent en effet que les intermédiaires de la culture ont un rôle dans les systèmes de création qui, tout en ayant été reconnu, est souvent resté subsidiaire. La partie s'ouvre avec deux formulations théoriques du problème, à partir de travaux pionniers sur la question. La relecture d'Howard Becker proposée par Célia Bense Ferreira et Karim Hammou permet ainsi d'approfondir un usage devenu trop souvent routinier des travaux du sociologue états-unien. Plus qu'à un simple élargissement de l'enquête des artistes vers les intermédiaires de la culture, qui risquerait de fixer une bonne fois pour toutes une frontière étanche et surtout non interrogée entre les activités respectives de ces deux groupes, la perspective des *Mondes de l'art* appellerait en réalité à problématiser la variabilité des partages d'activité existants entre acteurs « visibles » et acteurs « invisibles » de la création. Cette idée est reprise ensuite, de manière plus ou moins explicite, par nombre des études de cas de notre ouvrage.

Christian Bessy et Pierre-Marie Chauvin rappellent, quant à eux, que l'intérêt ancien des économistes hétérodoxes et des sociologues pour les conventions de coordination et les équipements sociotechniques des marchés aboutit nécessairement à redimensionner la place

des intermédiaires dans les secteurs culturels où circulent des biens symboliques. Dans de tels contextes sociaux, marqués par une forte incertitude sur la valeur des biens, les intermédiaires de la culture ne peuvent plus alors être conçus comme de simples vecteurs d'informations entre producteurs et consommateurs culturels : ils contribuent directement à la construction des conditions mêmes de l'échange, notamment à travers leur pouvoir d'évaluation. C'est la raison pour laquelle toute étude systématique des marchés de biens symboliques devrait en principe être complétée par une meilleure connaissance de leurs intermédiaires. C'est aussi la raison pour laquelle les activités de prescription sont incluses dans notre analyse des intermédiaires de la culture et qu'elles participent, selon nous, de plein droit de la sociologie des intermédiaires.

Après les mises en garde de Bernard Miège évoquées au début de cette introduction, suivent deux illustrations empiriques de ce rôle devenu central des intermédiaires de la culture dans les arts et les industries culturelles. Comme nous l'avons déjà mentionné, Olivier Alexandre en montre l'importance en cartographiant méthodiquement l'ensemble des protagonistes de la production cinématographique française depuis les années 1980. Laura Braden et Timothy Dowd montrent par ailleurs que l'étude de la consécration canonique et posthume des peintres et des compositeurs du début du XX<sup>ème</sup> siècle ne saurait se faire sans une meilleure connaissance des intermédiaires avec lesquels ils ont été en contact.

Les deuxième et troisième parties de notre ouvrage proposent, à partir de ce constat initial sur la centralité négligée des intermédiaires dans la création, six monographies d'intermédiaires de la culture. Outre les résultats qu'elles apportent, qui ont déjà été évoqués, elles illustrent la manière dont la constitution de territoires d'activité spécialisés consiste en une lutte de frontières destinée à s'accaparer un certain nombre de tâches. Qu'il s'agisse de la transformation historique du « marchand » d'art moderne en « galeriste » dans la France de l'après-guerre, de la construction fragile d'une position de distributeur indépendant de films à la croisée des rapports aux fournisseurs et aux clients ou bien des manières d'ancrer le territoire des producteurs cinématographiques français dans la capacité à faire converger d'autres territoires d'activité pour monter les budgets et les équipes de films, ces analyses montrent d'abord que les intermédiaires de la culture sont des « agents doubles » qui apprennent à composer avec des frontières symboliques, en particulier entre les exigences de l'art et celles du commerce, mais aussi avec des frontières entre activités. Autre élément de complexité : l'observation des multiples tâches effectuées par les agents d'artistes du cinéma aux Etats-Unis et en France, comme par les agents et les managers de musiques actuelles en France, oblige à insister sur la multifonctionnalité des intermédiaires de la culture et sur les principes de variation de leurs territoires d'activité qui sont toujours définis relationnellement, au sein d'écologies sociales plus larges.

Si le territoire de chaque activité d'intermédiation apparaît ainsi comme « pluriel », parce que la composition des tâches et des logiques d'action qui le constituent est hétérogène et variable, on peut aussi observer inversement comment se distribuent certaines tâches d'intermédiation au sein de ces écologies sociales de la création. Il s'agit alors de déterminer entre qui, où et comment se distribuent – ou pas – les différents territoires d'activité de l'intermédiation dans un secteur culturel donné. C'est ce qu'illustre par exemple le cas du placement d'artistes dans le cinéma pornographique étudié par Mathieu Trachman. Dénué d'agents spécialisés, il est défini dans les relations d'exploitation hétérosexiste et androcentrée entre comédiens, réalisateurs et comédiennes. Quant au processus de consécration de l'« art graffiti » aux Etats-Unis et, aujourd'hui, en France, il peut aussi être conçu comme distribué au sein de coalitions d'intermédiaires où certains acteurs l'emportent sur d'autres selon les périodes et les pays. L'étude de la circulation des scénaristes et des dessinateurs de bande dessinée en France montre au contraire une configuration où peinent à s'imposer des

intermédiaires spécialisés sur des tâches déjà accaparées par d'autres (éditeurs essentiellement).

Étudiée pour finir, dans la cinquième partie de notre ouvrage, la généralisation de la technologie numérique pour la fabrication et la distribution des œuvres, si elle ne bouleverse pas, comme nous l'avons souligné, l'ensemble des univers artistiques, introduit de nouvelles opportunités qui permettent à de nouveaux intermédiaires de contester des territoires établis ou à d'autres, plus établis, d'asseoir un peu plus encore leur domination.

Dans la postface qui conclut le volume, la sociologue états-unienne Diana Crane offre un diagnostic de l'état contemporain des activités de production culturelle appuyé sur de longues années d'enquêtes consacrées en particulier aux arts visuels et à la mode<sup>36</sup>. Elle montre par exemple combien le centre de gravité de ces activités s'est déplacé, en passant de la concurrence entre grandes capitales nationales hiérarchisées à la concurrence polycentrique entre acteurs d'un espace global qui s'imposent aux métropoles mondialisées. L'étude des systèmes d'intermédiation doit donc désormais inclure l'échelle des circulations internationales. C'est à ce niveau que s'observe par exemple l'importance croissante des foires commerciales dans l'intermédiation culturelle contemporaine, celle des méga-collectionneurs hyper-fortunés dans l'art contemporain ou bien encore celle des *trend-setters* dans la mode. Ces trois types d'acteurs opèrent des alignements de goûts entre pays et entre créateurs. Dans les industries culturelles actuelles, en voie de mondialisation, un petit nombre d'entreprises transnationales dominant la production et la diffusion des biens culturels et influencent, même négativement, les stratégies des entreprises nationales, régionales et locales. Parallèlement, l'intégration numérique de ces secteurs tend aussi à dévaloriser le poids des champs culturels nationaux. Dans ce contexte général d'intensification des circulations internationales, de nouveaux intermédiaires sont nécessaires à l'allongement des circuits de diffusion culturelle et à l'information sur les créations étrangères.

\*

Cette dernière contribution confirme ainsi plusieurs tendances communes aux différents métiers et secteurs étudiés dans cet ouvrage. Le résultat essentiel des enquêtes rapportées ici est que la croissance des marchés culturels et du nombre de scènes de valorisation des biens symboliques fait augmenter le nombre des intermédiaires de la culture à l'échelle nationale comme à l'échelle mondiale. On peut certainement parler à ce sujet d'un *âge d'or des intermédiaires culturels*, d'autant que – c'est le deuxième résultat de cet ouvrage – plus ces derniers sont puissants, plus l'influence qu'ils exercent sur les projets créatifs peut être grande. En bas de l'échelle sociale ou économique de l'intermédiation, l'intermédiaire imite l'artiste d'une autre manière : il partage avec ce dernier des formes précaires d'emploi, de gratification et de carrière. Partout donc, qu'ils participent au processus créatif ou qu'ils épousent une vie d'artiste, les intermédiaires de la culture agissent aujourd'hui comme des créateurs et ne sont plus définissables seulement comme des compléments nécessaires à la création.

L'étude des intermédiaires de la culture montre aussi que les valeurs du commerce se sont imposées depuis quelques décennies et elle permet d'en saisir quelques causes, en particulier dans les origines sociales et surtout la formation de ces protagonistes. Autre point de convergence des analyses présentées ici : le constat de la puissance accrue de l'aval des filières créatives sur la production, qui va jusqu'à inclure les destinataires finaux des produits

---

<sup>36</sup> Diana Crane, *The Transformation of the Avant-Garde. The New York Art World, 1940-1985*, Chicago (IL), University of Chicago Press, 198 ; Diana Crane, *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*, Chicago (IL), University of Chicago Press, 2000.

culturels dans le travail d'intermédiation. La sociologie des intermédiaires de l'art, des industries culturelles et de la culture en ligne permet aussi de montrer que, dans ces activités, la concurrence, les inégalités et la concentration vont croissantes. L'intermédiaire, entreprise ou individu, est aussi plus souvent un prescripteur : une activité dont l'importance stratégique, dans un contexte d'augmentation rapide et diversifiée de l'offre, est devenue cardinale.

Ces mobilités aujourd'hui fréquentes, de l'intermédiation vers la production, la création ou la prescription, témoignent de la nature fondamentalement contingente de la division du travail créateur dès lors que ce dernier est entendu, comme c'est le cas ici, comme une action collective. L'enjeu théorique consiste alors à se défaire d'une vision fonctionnaliste dominante qui envisage les rôles des mondes de l'art comme irréversiblement distincts. Aux approches du travail dans les univers culturels en termes de professions ou de professionnalisation nous avons donc cherché à substituer une écologie sociale plus labile où les luttes de frontières et les stratégies de déplacement entre activités sont permanentes et représentent l'objet central de l'enquête. Cette minoration, à la fois théorique et empiriquement fondée dans la conjoncture actuelle, des logiques professionnelles dans l'étude des industries culturelles et créatives ne s'accompagne pas parallèlement, pour les auteurs de cet ouvrage, d'une minoration comparable des logiques sectorielles : celles-ci restent au contraire fortes, même face aux industries numériques et à leurs géants. L'étude des intermédiaires de la culture interroge néanmoins nos manières de découper le monde social.

L'ambition d'une telle étude est cependant loin d'être achevée. Elle constitue selon nous un terrain d'enquêtes fécond et encore relativement vierge, qui demande à être développé à l'avenir au sein de la sociologie de l'art et de la culture mais également comme contribution possible aux sociologies du travail, des organisations ou des marchés. Plus que l'étude des créateurs ou des publics, l'étude des intermédiaires culturels et de leurs relations avec les artistes nous semble en effet représenter un analyseur pertinent des transformations de l'économie de la culture, en particulier des liens entre capital et travail. Dans ce domaine, les analyses du capitalisme culturel ou cognitif conduites dans une perspective marxiste, même renouvelée ou élargie, ont tendance à sous-estimer les nombreuses différences vécues entre secteurs, entre statuts, entre modes de contractualisation et de rémunération et entre activités à l'intérieur du travail créatif et des métiers de la culture. Ces différences, ou ces frontières, représentent pourtant des obstacles souvent infranchissables à la prise de conscience et à la politisation d'une condition commune, comme celles du précaire, du post-salariat ou du travail immatériel<sup>37</sup>. L'analyse actuelle du capitalisme culturel en tant que mode de production spécifique peut au contraire être enrichie par des études par le bas des relations entre travailleurs créatifs et systèmes d'intermédiation au sein de ce que nous avons appelé des écologies du travail. En définitive, c'est également dans cette perspective qu'on pourra lire les chapitres qui suivent.

---

37