

# Table

REMERCIEMENTS	6
INTRODUCTION	9
Entre histoire sociale et histoire de l'art	10
Curieux, amateur et connoisseur	15
Figure sociale et réputations individuelles	17
<i>Première partie</i>	
L'INSTITUTION DE L'AMATEUR	
Chapitre 1 : Une conception académique du public	23
Amateurs et associés	23
<i>Genèse de la classe des honoraires</i>	24
« <i>De l'Amateur</i> »	26
De l'honoraire à l'amateur	30
<i>La diversification du recrutement</i>	30
<i>Le renouveau des conférences</i>	41
<i>Les Salons : une ressource identitaire</i>	44
Chapitre 2 : Travail académique et libéralisation des arts	53
Le conflit avec la corporation : l'amateur comme protecteur	53
<i>La classe d'amateurs à l'Académie de Saint-Luc</i>	54
<i>La double fidélité de la famille d'Argenson</i>	56
<i>L'alliance avec le Parlement</i>	60
<i>Écrire l'histoire de l'Académie royale</i>	62
<i>Écrire les Vies</i>	67
Amateurs et artistes : une alliance sociale	72
<i>Caylus et le langage de l'amitié</i>	72
<i>L'artiste et le commerce du monde</i>	75

<i>L'artiste et l'homme de lettres</i>	77
L'amateur et la critique de Salon	80
<i>Le « beau nom d'Amateur »</i>	81
<i>La légitimité du jugement de goût</i>	86

*Deuxième partie*  
DE LA COLLECTION À L'AMATEUR

Chapitre 3 : Publier la Collection	93
Publication, reproduction, réputation	94
<i>Les guides de Paris</i>	94
<i>Catalogues et recueils de collection</i>	97
<i>Gravures de reproduction</i>	100
Le nom et la valeur	108
<i>Catalogues de vente et éloges d'amateurs</i>	108
<i>La construction sociale de la valeur de l'art</i>	112
<i>La biographie de l'œuvre</i>	114
<i>Les frontispices des catalogues</i>	117
Le spectacle de la vente publique	122
<i>Les communautés des enchères</i>	122
<i>Un nouveau spectacle urbain</i>	128
<i>L'invention de l'hôtel des ventes</i>	132
Chapitre 4 : Esthétique de la possession	136
Former la collection	137
<i>Négocier le prix</i>	137
<i>Composer la collection : la visibilité de l'école française</i>	145
<i>L'amour du dessin</i>	150
Créer un lieu	153
<i>Entre concentration et diffusion des œuvres</i>	153
<i>La collection : une esthétique d'ensemble</i>	159
Visiter la collection	164
<i>Un accès réservé</i>	164
<i>Un plaisir partagé</i>	167
<i>Former le regard, éduquer le goût</i>	170
L'œil et la prise	176
<i>Manipuler le tableau</i>	176
<i>Décrire la sensation</i>	178

*Troisième partie*  
UNE CULTURE MONDAINE DE L'IMAGE

Chapitre 5 : Sociabilités	189
Rome : le temps de l'initiation	190
<i>Rome, capitale artistique</i>	190
<i>La Rome des pensionnaires</i>	194
<i>Le bailli de Breteuil : ambassadeur et amateur</i>	203
<i>De la culture antiquaire à la récréation de l'Antique</i>	210
Paris : de la sociabilité à la commande	218
<i>Le « bureau des amateurs »</i>	219
<i>De la sociabilité à la commande</i>	223
<i>Peintres à la mode</i>	227
Chapitre 6 : Pratiques d'amateurs	239
La diffusion des arts du dessin	240
<i>Apprentissages : maîtres et livres à dessiner</i>	240
<i>La culture matérielle de l'artiste amateur</i>	253
<i>Académies particulières</i>	256
Les gravures de société	264
<i>Le lexique de l'amateur : les dédicaces</i>	267
<i>« Caricatures de société »</i>	276
<i>Le don et l'échange</i>	281
De l'admiration à l'imitation : Rembrandt et les amateurs	286
<i>La réception ambivalente de Rembrandt au XVIII<sup>e</sup> siècle</i>	286
<i>Les « Rymbranesques » ou le portrait de l'amateur en artiste</i>	291
Chapitre 7 : L'amateur : une figure contestée	300
De la satire sociale à la critique politique	301
<i>La satire de l'amateur</i>	301
<i>« La maudite race que celle des amateurs »</i>	305
<i>Le mauvais goût des amateurs</i>	310
<i>L'ouverture des collections au public</i>	314
Vers une commercialisation des arts ?	317
<i>Une entreprise artistique : le Salon des Arts au Colisée</i>	318
<i>L'impossible « musée éphémère » de Pabin de La Blancherie</i>	321
Nouvelles pratiques, nouvelles sociabilités	329
<i>Souscriptions : réinventer la commande privée</i>	329
<i>La Société des Amis des Arts : réinventer l'amateur</i>	332
CONCLUSION	339
SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE	353