

# QUAND L'ART CONTEMPORAIN PASSE À LA TÉLÉVISION

*Représentations, récits et médiations de 1959 à nos jours*

**Clémence de Montgolfier**

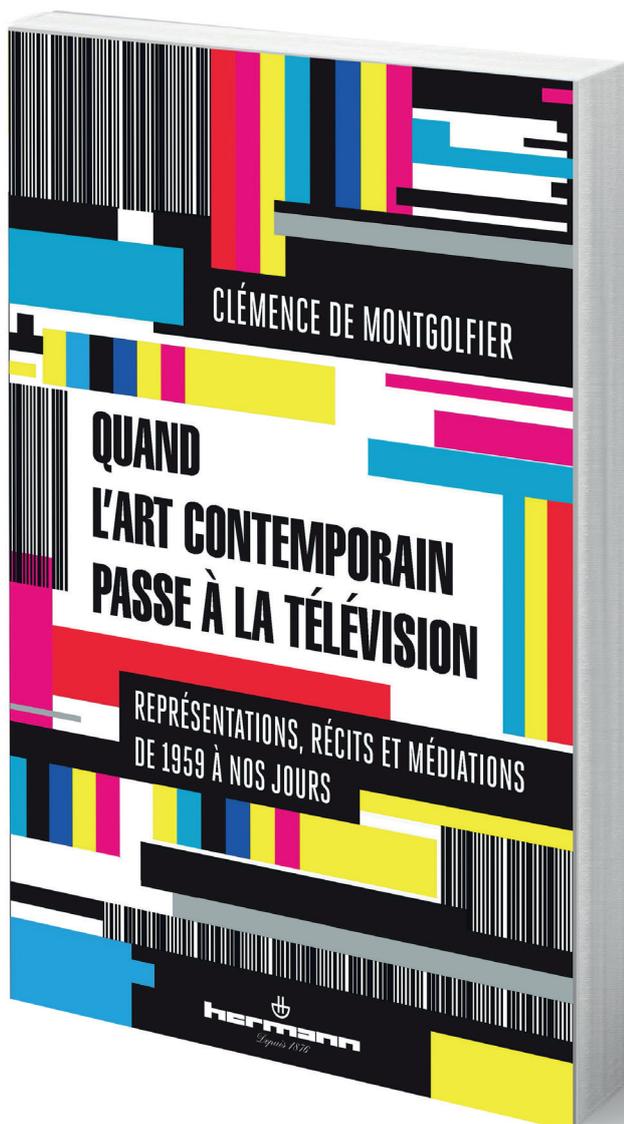
Préface de Georges-Philippe Vallois, Président du Comité professionnel des Galeries d'art  
Avant-propos de Laurent Vallet, Président de l'Institut National de l'Audiovisuel

En librairie  
le 12 février 2020

PRIX DE  
L'INAthèque  
2018

Cet ouvrage est issu d'une thèse de doctorat qui a été récompensée par le Prix de la recherche de l'INAthèque en 2018.

Il est publié en collaboration avec  
**l'INA** et le **Comité Professionnel des Galeries d'Art.**



## Le livre

Pourquoi les émissions sur l'art contemporain sont-elles si rares à la télévision ? Comment les représentations médiatiques des oeuvres d'art et des artistes, souvent stéréotypées sur le petit écran, sont-elles symptomatiques des différentes visions de la culture qui existent dans nos sociétés ? Ayant pour origine l'année de la création du premier ministère des Affaires culturelles en 1959, à l'époque de la RTF, cet ouvrage est fondé sur l'analyse d'archives d'émissions consacrées à l'art contemporain dans le champ des arts plastiques en France et à leur évolution jusqu'à nos jours. Il cherche ainsi à montrer comment la télévision a pu définir et montrer « les mondes de l'art » au fil des époques. Ce grand média populaire se révèle une source féconde pour penser les images et les discours sur l'art contemporain de manière transdisciplinaire, et nous permet d'interroger ce qui relie arts et médias, cultures et représentations, aussi bien hier qu'aujourd'hui. Il s'agit alors de mieux comprendre les négociations permanentes entre logiques de création et logiques industrielles qui sont à l'œuvre dans la culture.



**Clémence de Montgolfier** est artiste plasticienne diplômée de l'ESAD à Angers en 2011 et docteure en sciences de l'information et de la communication (CIM-CEISME, Université de Paris 3). Elle a obtenu le **Prix de l'Inathèque en 2018** pour sa thèse intitulée *Représentation des mondes de l'art contemporain à la télévision française de 1960 à 2013* (dir. François Jost).

## Extraits



Un troisième et dernier stéréotype de l'artiste contemporain, plus récent, apparaît de façon nouvelle dans les programmes télévisés depuis les années 2000 : le stéréotype de l'artiste entrepreneur, individualiste par excellence. Celui-ci est représenté comme un artiste international qui travaille selon une organisation de « studio », c'est-à-dire d'atelier presque industriel. L'artiste est dans ce cas un chef d'entreprise, le chef d'une équipe d'assistants qui sont chargés de la production matérielle et logistique des œuvres, alors que lui-même est la tête pensante responsable de la conceptualisation des projets. Ce stéréotype concerne des artistes qui sont des vedettes ou des célébrités au sein du monde de l'art, reconnus et au succès international, ce qui induit un succès sur le marché de l'art important. C'est le cas, par exemple, de Wim Delvoye dans *L'art à tout prix* (France 2) où la voix-over déclare : « Wim Delvoye nous reçoit à Gand, en Belgique dans son atelier en compagnie de son équipe. Comme les artistes de la Renaissance, il travaille avec de nombreux assistants. » Cette organisation du travail de la création fait référence au modèle des académies de peinture, créées en Italie à partir de 1562, puis en France dans le courant du <sup>xvi</sup><sup>e</sup> siècle, alors que les peintres étaient considérés comme des artisans soumis à des corporations. Ces académies, privées et sous la protection d'un mécène, furent doublées de la création de l'Académie royale en 1648 à Paris. Les académies étaient à la fois des lieux de production d'œuvres d'art et des lieux d'apprentissage, comme le décrit Nathalie Heinich dans *Du peintre à l'artiste*, entraînant ce qu'elle nomme une professionnalisation du métier de peintre, et ce jusqu'à la Révolution française. Un parallèle est donc établi entre l'artiste académicien professionnel d'alors et une forme d'organisation industrielle de la création artistique aujourd'hui. Aujourd'hui, l'artiste entrepreneur, dans les représentations télévisées, œuvre avec des moyens financiers confortables, voire parfois très conséquents, et contrairement à l'artiste romantique, il est soupçonné d'être aisé ou fortuné, bien que le sujet du patrimoine financier de l'artiste ne soit jamais abordé frontalement dans les programmes télévisés. Si un des premiers modèles contemporains de ce stéréotype semble être Andy Warhol et sa factory, nous observons aujourd'hui dans les émissions des artistes comme Jeff Koons, Wim Delvoye, Joana Vasconcelos, Fabrice Hyber, Damien Hirst, Urs Fischer, Ai Weiwei ou encore Takashi Murakami qui sont représentés de cette manière.

Ce nouveau stéréotype témoigne des évolutions des mondes de l'art contemporain vers les industries culturelles mondialisées, et des rêves de célébrité qui motivent avec elles – ou sont censés motiver – le commun des individus, dans un désir de reconnaissance. Si ce stéréotype correspond à une certaine réalité de la profession d'artiste contemporain aujourd'hui, il concerne toutefois uniquement un faible pourcentage des artistes les plus reconnus et dont la production s'élève à une échelle industrielle, tant en matière de quantité que de moyens de production. Pour la majorité des autres artistes, cette réalité du travail de l'artiste dans la société contemporaine où la demande de flexibilité et de productivité est très élevée pour des revenus faibles et irréguliers, est en fait une réelle contrainte de production qui entraîne des inégalités de niveaux de vie importantes, selon les travaux du sociologue Pierre-Michel Menger. Ce principe d'organisation du travail se passe « comme si l'art était devenu un principe de fermentation du capitalisme », selon la formule utilisée dans son ouvrage *Portrait de l'artiste en travailleur : métamorphoses du capitalisme*. Selon Menger, les mondes de l'art aujourd'hui sont en réalité caractérisés par « un excès structurel de candidats à l'emploi, un sous-emploi endémique des professionnels, des inégalités spectaculaires des chances de réussite ou de simple maintien d'une activité artistique régulière.





Informations pratiques

## QUAND L'ART CONTEMPORAIN PASSE À LA TÉLÉVISION

Clémence de Montgolfier

éditions Hermann  
Collection *galerie d'art*

15,2 x 22,9 cm

39 illustrations

295 pages - 23 €

ISBN : 979 1 0370 0252 5

Retrouvez **Clémence de Montgolfier** dans le programme  
« **Bref, je cherche** » sur Ina.fr



BREF.

**JE CHERCHE**



<https://www.youtube.com/watch?v=TjWz6GnEQnl>

Ouvrage publié en collaboration avec  
INA Éditions et le Comité professionnel des Galeries d'Art



[www.ina.fr](http://www.ina.fr)



COMITÉ PROFESSIONNEL  
DES GALERIES D'ART

[www.comitedesgaleriesdart.com](http://www.comitedesgaleriesdart.com)



[www.editions-hermann.fr](http://www.editions-hermann.fr)

Contact presse

Éditions Hermann  
Déborah Boltz, responsable de la communication  
[deborah.boltz@editions-hermann.fr](mailto:deborah.boltz@editions-hermann.fr)  
01 45 57 57 86

Agence Dezarts  
[agence@dezarts.fr](mailto:agence@dezarts.fr) | 01 44 61 10 53  
Noalig Tanguy 06 70 56 63 24 | Marion Galvain 06 22 45 63 33