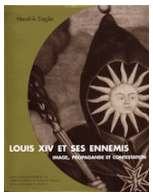
Acta fabula
Revue des parutions
vol. 18, n° 1, Janvier 2017
Pensées du pouvoir au XVIIe siècle
DOI : https://doi.org/10.58282/acta.9984

Soleil rayonnant ou prince idolâtre : critiques & protestations envers la propagande artistique de Louis XIV

Maxime Triquenaux



Hendrik Ziegler, *Louis XIV et ses ennemis. Image, propagande et contestation*, Saint-Denis : Presses universitaires de Vincennes, 2013, 410 p., EAN 9782842923686.

Pour citer cet article

Maxime Triquenaux, « Soleil rayonnant ou prince idolâtre : critiques & protestations envers la propagande artistique de Louis XIV », Acta fabula, vol. 18, n° 1, « Pensées du pouvoir au XVIIe siècle », Janvier 2017, URL : https://www.fabula.org/revue/document9984.php, article mis en ligne le 02 Janvier 2017, consulté le 30 Avril 2025, DOI : 10.58282/acta.9984

Ce document a été généré automatiquement le 30 Avril 2025

Soleil rayonnant ou prince idolâtre : critiques & protestations envers la propagande artistique de Louis XIV

Maxime Triquenaux

L'étude des usages politiques des œuvres d'art par la monarchie française, en particulier sous le règne de Louis XIV, est un chantier déjà ancien. Des ouvrages de Louis Marin[1]et de Jean-Marie Apostolidès[2] jusqu'à la grande monographie du spécialiste britannique d'histoire culturelle Peter Burke[3], ce domaine d'étude a fait l'objet d'un travail constant, à échelle internationale. Avec cet ouvrage, Henrik Ziegler s'inscrit dans ce vaste mouvement, en prenant bien soin d'ancrer sa démarche dans les problématiques de ce champ, pour mieux éclairer des aspects jusqu'à présent obscurs de la « stratégie de la gloire » louis-quatorzienne[4].

L'objet que se propose d'étudier H. Ziegler est celui de la réception de l'art royal, et plus particulièrement des phénomènes qui se produisent « entre la mise en scène artistique de la personne de Louis XIV et les critiques contemporaines correspondantes » (p. 17). L'un des principaux points aveugles de la recherche réside selon lui dans ce phénomène d'interaction qui, sous toutes ses formes, de l'adhésion au rejet en passant par l'objection ou le détournement, semble être assez systématiquement pris en compte par le pouvoir royal. En d'autres termes, le roi n'est pas ignorant des effets de sa stratégie artistique sur ce que l'historien appelle bel et bien un « public » (p. 19) ; attentif aux réactions de ce public, le roi aurait ainsi adapté régulièrement sa politique de représentation, comme l'indique l'étude de plusieurs cas bien précis.

Le livre se structure précisément sur l'examen minutieux de trois de ces cas : d'abord la devise royale « *Nec pluribus impar* » ; ensuite certaines statues monumentales du roi ; enfin sur l'art versaillais, notamment les cycles picturaux de la Grande Galerie.

1 Louis Marin, *Le Portrait du roi*, Paris, Éditions de Minuit, 1981.

2 Jean-Marie Apostolidès, *Le Roi-machine. Spectacle et politique au temps de Louis XIV*, Paris, Éditions de Minuit, 1981, et *Le Prince sacrifié. Théâtre et politique au temps de Louis XIV*, Paris, Éditions de Minuit, 1985.

3 Peter Burke, *Louis XIV. Les stratégies de la gloire* [1992], Paris, Éditions du seuil, coll. « Points histoire », 2007.

4 Pour reprendre l'expression qui donne le sous-titre du livre de Peter Burke déjà cité.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

Le premier chapitre se concentre ainsi sur la devise solaire du roi. H. Ziegler montre les implications politiques subtiles de son apparente polysémie, l'expression pouvant être comprise tantôt comme l'affirmation, dans une optique dynastique, que Louis XIV est « pareil à ses prédécesseurs » (p. 31), tantôt comme « une revendication potentielle d'un pouvoir de dimension universelle » (p. 33), dans le cadre de concurrence politique avec la puissance des Habsbourg d'Autriche et d'Espagne. Bref, la devise solaire n'est pas employée uniquement « comme une forme décorative universelle compréhensible et au contenu anodin, mais comme un instrument de combat politique destiné à transmettre au parti adverse des messages concrets ». Il s'agit donc bien ici d'une utilisation de l'art « à des fins de propagande » (p. 93).

Mais ce qui intéresse surtout H. Ziegler, c'est la trajectoire de cette devise dans les productions artistiques louis-quatorziennes, dans les contre-productions que lui opposent ses adversaires européens, et surtout dans l'interaction entre ces deux éléments. Ainsi, le détournement de la devise solaire (par le mythe de Phaéton et d'Icare, ou encore par le motif biblique de Josué), permet de « tourner en dérision les excès de l'iconographie solaire louis-quatorzienne » (p. 41). De même, l'exploitation d'un phénomène naturel comme l'éclipse solaire sert à proposer des contre-représentations. Enfin, le détournement de la devise en elle-même (« *nunc pluribus impar* », « désormais inférieur aux autres ») est encore employé contre la propagande française.

Il faut donc bien, selon l'auteur, analyser ces phénomènes en termes de stratégies élaborées en fonction d'une lutte symbolique qui prend en compte les propositions et les ripostes de la partie adverse. La réaction de Louis XIV à ces critiques évolue : si jusqu'au milieu des années 1680, les représentations royales usent et abusent de la comparaison avec le soleil, il semble qu'une inflexion se produise ensuite. Il s'agirait d'une part d'une prise en compte des effets de cette stratégie symbolique, et notamment des contestations qui lui sont opposées, et d'autre part, peut-être, d'une prise de conscience plus générale :

> Une justification de plus en plus rationnelle des phénomènes célestes ne pouvait que saper une iconographie fondée précisément sur une sublimation de la destinée individuelle par son rattachement à des événements cosmiques. C'est pourquoi, à partir de la fin des années 1680, il n'utilisa plus la métaphore solaire que de façon modérée, jusqu'à s'en désintéresser au soir de sa vie. La mort du souverain en 1715 sonna le glas du recours à la symbolique solaire par la maison de Bourbon. (p. 68)

Le deuxième chapitre s'intéresse à la statuaire louis-quatorzienne, et en particulier à deux cas de statues monumentales du roi qui chacune participent d'un objectif politique et d'une stratégie artistique différente. Le premier monument étudié est

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

celui de la place des Victoires, commandité par le duc de La Feuillade, qui devint célèbre dès son inauguration à Paris en 1686 : la statue monumentale du monarque en tenue de sacre, foulant un Cerbère et couronné de laurier par une victoire ailée, surplombait quatre captifs figurant les grandes puissances européennes vaincues par Louis XIV, ainsi que la légende « VIRO IMMORTALI » (« À l'homme immortel »). Objet de fascination des voyageurs et véritable étape obligée des circuits de visite de Paris, le monument n'en fut pas moins l'objet de critiques féroces tant à l'intérieur du royaume qu'à l'étranger. Ces critiques insistaient sur les excès idolâtres de la célébration du roi et sur la présomption de sa politique étrangère. Elles portèrent si bien, selon H. Ziegler, que les projets artistiques ultérieurs adopteront une stratégie de représentation plus modeste.

Le deuxième cas est une statue commandée à Rome en 1697 par le prince Vaini, un aristocrate romain membre du parti français. L'audace de l'œuvre consistait à emprunter à l'iconographie habsbourgeoise divers éléments tels le globe, la référence à Hercule ou encore la couronne de laurier et à les détourner pour célébrer la grandeur du monarque français. La commande choqua si fortement le parti autrichien à Rome que le sculpteur reçut des menaces de mort et qu'il fallut en charger un remplaçant qui garda l'anonymat. La violence de l'épisode montre à quel point pouvaient être sensibles les différents partis devant l'enjeu de la représentation artistique du pouvoir de leurs monarques respectifs.

Ce que l'auteur repère systématiquement dans ces affaires de statues à la gloire de Louis XIV, c'est l'importance de la réception de ces œuvres :

> Dans la France du xviie siècle, le public s'était déjà forgé une opinion quant à la convenance de certaines représentations du pouvoir. Et les institutions [....] durent en tenir compte pour élaborer l'image royale officielle du monarque. Loin de n'être que des œuvres imposées de manière autoritaire et unilatérale, les monuments royaux furent aussi les produits d'un processus d'adaptation aux idées d'une partie du public qui commençait à s'organiser et manifester une étonnante maturité politique. (p. 96-97)

Un dernier chapitre se concentre sur le château de Versailles dans les récits de voyages et les rapports diplomatiques étrangers. Cet angle permet de s'intéresser au plus grand ouvrage de propagande bâti sous le règne de Louis XIV[5], en se focalisant là encore sur sa réception. H. Ziegler repère ainsi que le plus impressionnant pour les visiteurs étrangers n'était pas forcément les différentes œuvres d'art mais les innovations techniques, comme la célèbre machine de Marly. Selon lui, Versailles fut donc bien compris comme l'expression de l'auto-affirmation

[5] Voir par exemple sur le sujet les articles d'Édouard Pommier (« Versailles, l'image du souverain ») et Hélène Himelfarb (« Versailles, fonctions et légendes ») dans le collectif dirigé par Pierre Nora, *Les Lieux de mémoire*, t. 1, Paris, Gallimard, coll. « Quarto », 1997.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

du souverain, « mais probablement dans un sens différent de celui traditionnellement admis par les historiens de l'art , aux yeux desquels seuls les programmes décoratifs et picturaux sont en mesure de véhiculer un message politique, et non les avancées technologiques et scientifiques » (p. 202).

Il montre d'autre part que « Versailles fut soumis dès avant 1700 à un jugement critique, voire médisant et moqueur » (p. 184), et qu'il ne fallut donc pas attendre les Lumières, et encore moins la Révolution française, pour que le domaine royal fût perçu comme l'exemple même des excès de la politique louis-quatorzienne. La Grande Galerie, en même temps qu'elle était admirée, faisait aussi l'objet d'une lecture critique de son programme pictural contemporain représentant les grandes étapes du règne : « l'autoreprésentation et l'autocélébration immodérées du roi dans les décors intérieurs du palais apparaissaient comme un signe préoccupant de vanité et d'orgueil, sous l'aspect tant de la morale que de la politique étrangère » (p. 227). Le domaine royal dans son ensemble servait en outre de motif pour des pamphlets anti-français faisant du palais le lieu du vice et de la luxure, symbole de la décadence morale de Louis XIV.

La conclusion de l'ouvrage en ressaisit les enjeux. Si le fait que Louis XIV ait « massivement utilisé l'art à des fins de propagande politique, suscitant à cet égard, tant en France qu'à l'étranger, des critiques et des attaques d'une véhémence et d'une persévérance qui ne manquent pas d'étonner » (p. 229) ne faisait finalement guère de doute, c'est surtout la prise en compte attentive de la réception des œuvres par le pouvoir qui est éclairée par cet ouvrage. C'est une véritable « interaction dialectique » entre le pouvoir et le public qui est analysée dans cet art qui devait « intégrer et […] prendre en compte les intérêts et les souhaits spécifiques d'un public à convaincre » (p. 233). Cette « interdépendance entre la production, l'usage et la réception de l'art » est donc à considérer comme faisant partie « des pratiques sociopolitiques courantes du début des Temps modernes » (p. 234).

Les mérites de ce presque « beau livre » (son grand format, la qualité de ses reproductions iconographiques) qui est cependant une véritable étude scientifiques pointue (par son apparat critique et ses sources nombreuses, dont certaines figurent en annexes) sont multiples. La démarche résolument interdisciplinaire, où les méthodes de l'histoire de l'art nourrissent des problématiques d'histoire de la représentation et du politique, permet de faire émerger de nouveaux objets d'étude et de nouvelles manières d'analyser les œuvres d'art ; en l'occurrence, la prise en compte de la réception des œuvres, en particulier de la part d'un public étranger, permet de mieux comprendre la manière dont étaient pensées et conçues statues, devises et autres œuvres au service de la célébration du roi.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

Les conclusions du chercheur sont fortes : selon H. Ziegler, une forme de « public » existait dès le xviie siècle[6], et fonctionnait comme une instance produisant un effet sur le pouvoir qui devait prendre en compte ses réactions. On pourrait peut-être objecter la nécessité méthodique d'adopter une analyse plus différenciée entre une réception étrangère, qui s'exprime souvent par le biais d'institutions politiques (notamment les protestations diplomatiques) et qui s'analyse notamment au niveau macroscopique, dans le cadre de la lutte pour la domination des différents états européens (la rivalité entre la France et l'Autriche est ainsi au cœur de plusieurs cas étudiés ici), et une réception interne passant par d'autres canaux et exprimant des logiques différentes (que l'on pense à des pamphlets séditieux ou aux protestations plus ou moins publiques d'un partisan de l'aristocratie traditionnelle comme le duc de Saint-Simon, dont la critique contre le monument de la place des Victoires fut virulente). Si H. Ziegler analyse séparément ces types de critiques, ses conclusions pourraient être plus précises : peut-on parler d'une même « opinion publique » en considérant sur le même niveau réception interne (en France) et réception externe (à l'étranger) des œuvres ? N'y aurait-il pas là deux modes de réception différents dans leurs expressions et leur logique comme dans leur prise en compte par le pouvoir ?

Le plus grand mérite du livre est peut-être le projet exposé en introduction de la réévaluation du terme de « propagande » concernant les usages de l'art louis-quatorziens. Si H. Ziegler note les réticences des chercheurs pour l'emploi de ce concept pour analyser les relations entre arts et pouvoir durant les Temps modernes, il défend pourtant l'utilité heuristique du terme, en ce qu'il peut rendre compte d'une stratégie consistant à défendre et imposer « des objectifs politiques spécifiques en France comme à l'étranger » (p. 24). Cette propagande n'en était pas moins d'une très grande subtilité, prenant en compte ses réussites ou ses échecs pour toujours ajuster sa stratégie. Ce faisant, H. Ziegler contribue à une description fine et subtile du pouvoir louis-quatorzien et de l'État monarchique français en général, par-delà tous les mythes et toutes les prénotions sur son caractère prétendument absolu.

6 Donc avant les Lumières, période qui marquerait la naissance d'une véritable opinion publique, selon les théories de Jürgen Habermas, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* [1962], Paris, Payot, 1988.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

PLAN

AUTEUR

Maxime Triquenaux
Voir ses autres contributions

Courriel : triquenaux.maxime@gmail.com

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.