



**MUSÉES ET PORTRAITS PEINTS  
DES PRÉSIDENTS DE LA V<sup>e</sup> RÉPUBLIQUE :  
ENTRE PRODUCTION, MÉDIATION ET RÉCEPTION**

Agnès Bernard

Université de Nancy

**Résumé :**

En terre limousine, cinq mille cadeaux reçus par le président Jacques Chirac sont rassemblés dans un musée édifié à cet effet. Dans la Nièvre, le musée du Septennat de François Mitterrand présente des objets du monde entier, recueillis durant son mandat. La rencontre entre le portrait et le récepteur a lieu grâce à un tiers : le musée, par l'intermédiaire des médiateurs, de scénographes et/ou de conservateurs. Dans cette relation triangulaire (production, médiation, réception), la place du tiers est d'autant plus importante que le sujet des portraits peints, le président, est singulier. Ce travail porte sur la représentation picturale des présidents et sur les musées qui sont affectés, entre autres fonctions, à la préservation de leur image respective. Il s'agit de comprendre le rôle des acteurs du système (peintres-donateurs, conservateurs et visiteurs) et la nature de l'ensemble des mécanismes mis en jeu dans la triangulation évoquée plus haut.

Mots-clés : portrait ; musée ; communication ; production ; médiation ; réception.

**Abstract :**

In the Limousin region, five thousands gifts presented to President Jacques Chirac are gathered in a museum built specifically for this purpose. In the Nièvre department the museum of Francois Mitterrand's seven-year term displays objects from the entire world. The encounter between the portrait and the recipient can only happen through a third party: the museum, its facilitator, its designer or its curator. In this triangular relationship (production, mediation, reception), the role of the third institution is as important as the subject of the portraits, the President, is unique. The purpose of this work is to analyse both the way presidents are pictured and the museums that are, to a certain extent, dedicated to their image. The following pages attempt to comprehend the use of the portraits and the museums in the global process of communication. The main purpose is to understand the role of each person involved in the process (painters, donors, mediators, visitors) and the nature of all mechanisms involved in the triangular relationship.

Keywords : portrait ; museum ; communication ; production ; mediation ; reception.

## Introduction

Selon la tendance de la « haute fréquence commémorative<sup>1</sup> » ou encore de l'histoire-mémoire<sup>2</sup>, les présidents (Georges Pompidou excepté<sup>3</sup>) sont à l'origine d'institutions vouées à célébrer leur accomplissement et leurs contributions à l'histoire nationale, même si tel n'était pas leur dessein initial. Ce travail porte sur la représentation picturale des présidents et sur les musées qui sont affectés, entre autres fonctions, à la préservation de leur image respective. Il s'agit de considérer le sens du portrait peint du chef de l'État dans son musée et de mesurer l'efficacité des mécanismes mis en jeu entre les acteurs du système (peintres-donateurs, conservateurs et visiteurs). Nos lieux d'étude<sup>4</sup> sont le musée de Montboudif (Georges Pompidou), de Sarran (Jacques Chirac), de Château-Chinon, de Jarnac et de Clamecy (François Mitterrand). Trois d'entre eux sont labellisés « Musée de France » (Château-Chinon, Clamecy et Sarran), les autres dépendent de la bonne volonté des communes et des associations (Montboudif et Jarnac) (voir tableau 1). Les collections des musées rassemblent de simples cadeaux de particuliers, des présents diplomatiques et deux cents portraits peints de François Mitterrand et de Jacques Chirac. Certains de ces portraits sont exposés notamment au musée Romain-Rolland de Clamecy<sup>5</sup> à l'occasion de l'exposition *François Mitterrand vu par...*

---

<sup>1</sup> Pour Pierre Nora (1997), depuis une trentaine d'années, la France entre dans une phase de « haute fréquence commémorative » qui expliquerait la création du premier musée du président Mitterrand en 1986. Pour l'historien, le retour de la gauche au pouvoir en 1981 a revêtu une signification hautement commémorative, et l'objectif du pouvoir à l'époque est de réanimer la commémoration nationale dans sa dimension laïque, avec la visite inaugurale de François Mitterrand au Panthéon.

<sup>2</sup> Selon les remarques de Dominique Poulot (2006) : « Cette histoire-mémoire du patrimoine national tourne communément à l'éloge de ces héros les plus notables, bons serviteurs et grands hommes d'État » (p. 13).

<sup>3</sup> François Mitterrand et Jacques Chirac ont créé ces musées de leur vivant alors que le musée de Montboudif est posthume.

<sup>4</sup> En Corrèze, trente-cinq mille personnes visitent le musée du président Jacques Chirac ; cinq mille, la maison de François Mitterrand à Jarnac en Charente ; vingt-deux mille la donation François Mitterrand à Château-Chinon dans la Nièvre ; trois mille personnes au musée Georges Pompidou à Montboudif, aux confins du Cézallier.

<sup>5</sup> Le musée Romain-Rolland de Clamecy est un musée « généraliste », enrichi d'une donation de François Mitterrand.

Musées	Département	Nombre de visiteurs	Gestion du musée	Date de réalisation	Labelle
Château-Chinon	Corrèze	22 000 personnes	Conseil général de la Nièvre	1986 et 1992	Musée de France
Jarnac	Charente	5 000 personnes	Association Espace culturel François-Mitterrand	1995	Musée communal
Montboudif	Cantal	3 000 personnes	Association cantalienne Georges-Pompidou	1999	Musée communal
Sarran	Nièvre	35 000 personnes	Conseil régional du Limousin	2002	Musée de France
Clamecy	Nièvre	5 000 personnes	Municipalité	1994	Musée de France

Tableau 1 : Tableau descriptif des musées des présidents de la République

## 1. Problématique et hypothèse

Le choix du sujet trouve sa justification – non exclusive, d’ailleurs – dans l’absence de précédents : pas de publications sur les portraits des présidents, aucune sur les pratiques touristiques liées aux sites des musées présidentiels. Nous allons tenter de découvrir comment la communication opère entre les pôles de la triade production-médiation-réception. Comment fonctionnent le dispositif muséal et la mise en scène du portrait *in situ* ? Pour répondre à ces questions, nous proposons une analyse quantitative avec des questionnaires administrés auprès des visiteurs et une analyse de discours des lettres de donateurs et des textes écrits par les médiateurs : les conservateurs des musées de Sarran, Château-Chinon, Montboudif et Clamecy. Notre hypothèse porte sur le triple sens (politique, intime – évocation du souvenir – et mystique) du portrait peint des présidents de la V<sup>e</sup> République au sein du dispositif muséal.

L’enquête s’appuie sur

- une *étude quantitative* avec des questionnaires administrés auprès des visiteurs (tableau 2). Les questionnaires (26 questions) auto-administrés ont été distribués parallèlement dans chaque site avant une période électorale. Cent questionnaires sont administrés au musée de Clamecy à l’occasion d’une exposition et à Sarran en 2006 à l’occasion de la mise en place de deux portraits du président. Notre questionnaire, dit d’« administration directe », est remis en main propre au répondant et rempli par ses soins. La méthode est adaptée à l’analyse d’un phénomène social (la

mise en présence des portraits et des individus au cœur du musée) et à l'importance de notre échantillon et du problème de représentativité. Ce procédé permet de quantifier les données et de procéder à des corrélations. Il faut prédéfinir les règles. Nous rencontrons le personnel de l'accueil et lui présentons les questionnaires. Les consignes sont rassemblées dans un document succinct distribué auparavant. Les enquêteurs ont pour directives de proposer les questionnaires à toutes les personnes qui ont terminé la visite, sans critères discriminants et cela jusqu'à la fermeture. Une technique d'amorçage de quatre minutes est nécessaire pour convaincre les visiteurs et éviter qu'ils ne redoutent la longueur du questionnaire.

Musées	Nombre de questionnaires	Date de l'étude
Château-Chinon	100	2004/2005
Jarnac	100	2004/2005
Montboudif	100	2004/2005
Sarran	100	2005
	100	2006
Clamecy	100	2006

Tableau 2 : Tableau descriptif de l'étude quantitative menée auprès des visiteurs

- sur *l'analyse qualitative* du contenu (Bardin, 1980) des lettres de donateurs de portraits et des textes écrits par les médiateurs. Notre analyse de contenu repose sur une opération de découpage des textes en unités, découpage suivi d'une classification par regroupements analogiques. Parmi les différentes possibilités de catégorisation, l'analyse thématique est efficace pour un discours direct et simple comme les lettres des donateurs. L'analyse des fréquences des pronoms et des adjectifs s'ajoute à l'analyse statistique textuelle et complète l'analyse de contenu.

Pour mettre en perspective les réponses des acteurs relatives à la fonction des musées, nous avons préalablement défini des fonctions des musées des présidents à partir des réflexions de différents auteurs. Régis Debray propose une typologie de monuments pour classer les musées : monument-message, monument-forme, monument-trace (Debray, 1999, p. 31). Mais nous retiendrons les remarques d'André Gob, historien d'art qui se place du point de vue de l'utilisateur du musée (le visiteur ou l'homme politique mécène) et identifie les quatre

fonctions du musée : la fonction d'exposition, de conservation, scientifique et d'animation auxquelles nous ajoutons des missions d'exemplarité : outils de citoyenneté, substitut de spiritualité, instrument d'éveil des consciences, vecteur de lien social (Gob, 2004. p. 50). Pour comparer les réponses des médiateurs et des visiteurs, nous avons établi une typologie des portraits, typologie fondée sur une analyse thématique des œuvres qui met en évidence trois types de portraits : politique, intime, sacré. Nous allons identifier et distinguer deux questions de recherche en nous plaçant du point de vue de l'objet musée et du point de vue de l'objet portrait.

Tout d'abord, du point de vue de l'objet musée. Pour les décideurs, chaque musée, dans sa désignation, répond à une fonction précise. À sa classification hiérarchique avec les musées d'art, des sciences de l'homme, de la nature et des sciences et techniques, Georges-Henri Rivière a ajouté une cinquième catégorie qui pourrait convenir à nos musées : « Les musées multidisciplinaires et musées interdisciplinaires » (Rivière, 1989, p. 90 et 140). De plus, Georges Poisson, conservateur général du patrimoine et historien de l'architecture, constate que le pouvoir « absolu » ou « largement prédominant » pousse souvent celui qui le détient à construire ou à modifier des bâtiments existants : « Le monument glorifie ou accuse le prince qui l'a fait naître. Affirmation de légitimité que l'on rencontre aussi bien chez les deux Napoléon que chez les quatre derniers présidents de la V<sup>e</sup> République, c'est-à-dire dans les régimes neufs » (Poisson, 2002, p. 1). Denis Fleurdoge abonde dans le même sens lorsqu'il affirme : « On est en droit de s'interroger sur les objectifs assignés à la création des musées des septennats et sur le désir de représentation qu'ils peuvent sous-tendre. Les présidents s'improviseraient alors comme « présidents-architectes », à l'image des rois-bâisseurs. On connaît, depuis le septennat de Valéry Giscard d'Estaing, leur impérieuse nécessité de se faire bâtisseurs » (Fleurdoge, 2001. p. 160). Toujours du point de vue de l'objet musée, quel sens lui donnent les médiateurs. Sans conteste, pour Olivier Gagnier, l'art du concepteur d'exposition, véritable metteur en scène contemporain, est de prévoir les effets de la convivialité de l'espace sur le temps de visite. Toute exposition génère une situation de communication et peut être considérée comme un média de masse (Gagnier, 1983, p. 23). Enfin quel sens lui donnent les visiteurs ? Ainsi, Jean-François Barbier-Bouvet explique la mise en place des musées des présidents depuis 1986 grâce à la décentralisation qui repose sur l'idée que « si les gens ne viennent pas à nous, il faut aller à eux » et se rendre intelligible (Barbier-Bouvet, 1983, p. 14) ? *In fine*, quel est le sens construit du musée par les présidents, et quel(s) sens lui donnent les médiateurs et les visiteurs ?

Ensuite, plaçons-nous du point de vue de l'objet portrait : quel sens prend le portrait peint lorsqu'on envisage toutes les interactions<sup>6</sup> conformément aux remarques de Hans Robert Jauss, entre les différents acteurs au sein du musée. Ainsi, nous soumettons les témoignages à l'épreuve des faits afin de vérifier, au niveau du musée, l'efficacité du discours des producteurs (les présidents) et des médiateurs (via le dispositif muséal) auprès des récepteurs et au niveau du portrait (discours des donateurs - des médiateurs - des visiteurs).

## **2. Résultats du point de vue de l'objet musée :**

Nous avons retenu trois catégories d'acteurs en jeu dans la circulation de l'information au sein d'un système : celui du musée, le producteur, qui dépend de la volonté du politique ; le médiateur, qui s'incarne dans le conservateur et dans le scénographe ; et le récepteur : le visiteur du musée. Rappelons quelques-unes des motivations des instances à l'origine du dispositif communicationnel muséal.

### **2.1. Motivations du président Jacques Chirac - stratégie des concepteurs et perception des visiteurs**

Selon les déclarations du président de la République le jour de l'inauguration, le samedi 16 décembre 2000 :

Le musée de Sarran est un observatoire du monde contemporain et un outil de compréhension des phénomènes politiques qui agitent les sociétés. Il rend intelligibles les objets en mettant l'accent sur leurs qualités et leur contexte de donation. Le rôle du musée ne se limite plus à la conservation et la médiation. Depuis une vingtaine d'années, les musées d'histoire et de société ont un rôle à jouer dans la construction de cette conscience contemporaine.

Pour le premier conservateur du musée, Marie Lavandier :

Conformément à la volonté présidentielle, le musée de Sarran n'est ni un lieu de culte, ni un lieu de mémoire, mais il oriente prioritairement son action dans

---

<sup>6</sup> Les acteurs du processus de communication (en l'occurrence, dans leurs rapports au portrait et à l'image en général) ne subissent pas les effets de l'œuvre de manière unidirectionnelle et homogène. Les études de réception montrent que le processus de construction du sens est bien plus complexe, qu'il est soumis à des interactions et que les éléments intervenant dans le processus sont de nature plurielle. Il n'y a pas de face à face « direct » et immédiat entre une personne et une œuvre, entre son envie de visiter un musée et le sens qu'elle donne au portrait.

le sens d'une réflexion sur la fonction présidentielle, le dialogue entre les cultures et la dimension pacifique liée aux échanges culturels »<sup>7</sup>.

Pour mettre en forme les directives du pouvoir, l'architecte Jean-Michel Wilmotte<sup>8</sup> « bras armé » des consignes présidentielles et maître dans l'art de la communication visuelle, a dû construire un outil favorisant la compréhension des phénomènes agitant les sociétés contemporaines. L'ordonnateur joue avec les signes iconiques et plastiques qu'il transforme en signifiants esthétiques, conformément aux observations de Roland Barthes. Le dispositif est efficient en caractères, les interactions entre les caractéristiques ludiques et didactiques du musée et les qualités générales de l'environnement matérialisent les préoccupations internationales et l'attachement du président à la Corrèze. Les visiteurs diront cela... en cinq mots : « actualité et modernité, sobriété, tradition et simplicité ». Jean-Michel Wilmotte a ordonné son musée comme un temple ou une église romane. Ainsi, pour éviter toute polémique autour d'un supposé culte de la personnalité, le conservateur du musée explique : « Je suis consciente de l'indifférence globale du public au président Jacques Chirac et il n'était pas souhaitable de 'mettre en scène' la personnalité du président avant la fin de son mandat » (Perissere, 2006), date à laquelle deux portraits sont alors présentés.

La stratégie des concepteurs (en 2000, puis en 2006)<sup>9</sup> est apparente dans le contenu de l'exposition, assortie qu'elle est d'un discours pédagogique et de démocratisation. Un discours bien compris par le public qui identifie le musée de Sarran à un « musée d'histoire contemporaine et de société dont la mission est d'abord didactique et de communication politique »<sup>10</sup>. Alors que Michèle Perissere considère l'esplanade du musée comme « un lieu public », une sorte de « place du village », un « outil de vie locale, les visiteurs n'en perçoivent pas la dimension conviviale, en tout cas ils n'en font pas mention dans les entretiens » (Perissere, 2006). Les visiteurs n'ont pas du tout perçu la fonction créatrice de lien social du musée. D'ailleurs, pour la majorité du public, indifférent ou hostile au président, « le musée de Sarran n'a rien à voir avec un lieu de culte ou un stade, un lieu à fort pouvoir idéologique ou symbolique »<sup>11</sup>. Ce qui n'est pas totalement avéré si l'on veut bien se souvenir de la « prise » de Sarran à l'occasion des manifestations contre le contrat première embauche, un contrat à

<sup>7</sup> Marie Lavandier, premier conservateur du musée de Sarran, entretien du 2 septembre 2004.

<sup>8</sup> Suzanne Ung, chargée de communication de J.M Wilmotte, entretien du 15 septembre 2006.

<sup>9</sup> En 2006, le musée de Sarran expose deux portraits, donnant lieu à la seconde campagne de questionnaires.

<sup>10</sup> Question n° 13, 69 % des répondants soulignent le rôle didactique et de communication politique du musée qu'ils considèrent comme un musée d'histoire contemporaine et de société.

<sup>11</sup> Question n° 13, 73 % des visiteurs pensent que le musée n'a pas de fonction idéologique ou symbolique.

durée indéterminée pour les moins de 26 ans, qui a suscité une vive opposition de toute part, qui a fait reculer le pouvoir exécutif. Pour une petite communauté, en revanche le musée se prête à l'espace circonscrit du lieu rituel et devient un haut lieu de l'idéal politique<sup>12</sup>.

S'agissant des collections et des interactions entre médiateurs et visiteurs, la communication est opérationnelle, les guides font remonter les observations d'un public impatient de découvrir les nouvelles réserves, « saint des saints, crypte ou caverne d'Ali-Baba<sup>13</sup> (Poulot, 2005, p. 18), et leurs trésors. En effet, la grande majorité des visiteurs du musée du président Jacques Chirac s'intéressent aux objets offerts par les chefs d'État<sup>14</sup>, un intérêt constant confirmé par la responsable des publics du musée (les visiteurs s'en ouvrent aux guides du musée et les résultats de notre enquête en témoignent). Les Français viennent admirer les cadeaux diplomatiques dans la pénombre des réserves – des présents offerts au président et dont ils estiment être privés pour certains ou être propriétaires pour d'autres. Ainsi selon Hubert Védrine, ancien ministre et président de la Fondation François-Mitterrand<sup>15</sup>, les musées des septennats incarnent une sorte de « concession à la hargne poujadiste<sup>16</sup> ». Le public de Sarrahan, curieux des fastes de la République, serait ainsi plus attentif au patrimoine national et c'est pourquoi de nouvelles réserves s'ouvrent en 2006.

## **2.2. Motivations du président François Mitterrand – stratégie des concepteurs et perception des visiteurs**

Qu'en est-il, à Château-Chinon, de la relation entre les acteurs dans le dispositif muséal ? Quels étaient les objectifs du président ? François Mitterrand est le premier à mettre en place un système de gestion des cadeaux présidentiels en ouvrant plusieurs musées, selon la nature des objets déposés. C'était un moyen de restituer une part de ces cadeaux à la collectivité nationale. Le musée du Septennat est défini par son conservateur, François Martin, comme un

<sup>12</sup> Jean Davallon (1999) définit les hauts lieux ainsi : « Certains sites ou monuments sont des hauts lieux fortement porteurs de mémoire sociale (religieuse, militaire, communautaire ou politique) et centre de rituels ; de ce point de vue, la visite de certains monuments ressemble à une forme nouvelle (et laïcisée) de pèlerinage » (p. 65).

<sup>13</sup> Pour Dominique Poulot (2005), « en un temps où l'exigence d'exposition s'assimile à un droit démocratique, la réserve du musée, pourtant requise par le besoin de stockage, semble incarner une confiscation intolérable » (p. 18). Ainsi, l'utopie de réserves visitables au nom de la communication prend corps à travers des campagnes précisément de communication et la promesse de lever le secret des réserves, saint des saints, crypte ou caverne d'Ali-Baba.

<sup>14</sup> Question n° 6 du questionnaire : 68 % viennent voir les objets offerts par les chefs d'État.

<sup>15</sup> Hubert Védrine, entretien du 15 septembre 2006.

<sup>16</sup> Le « poujadisme » est un terme négatif pour désigner une forme de populisme, de corporatisme et de démagogie qui n'ont pas forcément de rapport avec le mouvement politique d'après guerre.



« musée d'art et décoratif et un lieu de dévotion à un personnage populaire »<sup>17</sup>. La volonté du président n'était pas d'édifier un musée à sa gloire, même si d'aucuns<sup>18</sup> le soupçonnent d'avoir, par goût du symbole, constitué un itinéraire de pèlerinage et si des indices témoignent de l'existence de telles pratiques. Le président explique :

J'ai réparti en quatre fondations l'ensemble des objets que j'ai reçus pendant mes septennats. Les objets divers, - dont certains objets très intéressants, d'autres moins, peu importe, - constituent le fonds du musée de Château-Chinon, qui est un musée relativement important. J'ai envoyé 18 000 livres environ, pour l'instant, au centre culturel Jean-Jaurès à Nevers. Les tableaux sont allés au musée de peinture de Clamecy. Pourquoi ces trois villes ? Clamecy et Château-Chinon sont les deux principales villes de la circonscription que j'ai représentée et Nevers est la capitale du département de la Nièvre, département dont j'ai été l'élu pendant trente-cinq ans. C'est donc toute ma vie publique qui se trouve là et j'ai voulu marquer ma gratitude à l'égard des habitants de ce département.<sup>19</sup>

Tout concourt, d'ailleurs, dans l'organisation globale du musée, à montrer le lien solide tissé entre le président, le Morvan et l'Asie. Jean-Jacques Fernier, architecte du musée de Château-Chinon et conservateur du musée Gustave-Courbet, lors d'un entretien, confirme notre théorie.

J'étais un ami de François Mitterrand, j'ai construit Latche avant qu'il me confie les transformations du couvent acquis auprès d'une congrégation. Mon inspiration était simple sans philosophie particulière *a priori*, mais que le fort pouvoir symbolique de la chapelle m'a inspiré pour parler de François Mitterrand.

Le médiateur (Anne Lauvergeon) et peut-être François Mitterrand lui-même<sup>20</sup>, ont présenté les portraits peints dans la galerie devant laquelle en 1986, 100 000 personnes se sont pressées, dans un lieu conçu « à l'image »<sup>21</sup> de François Mitterrand, d'après nombre de visiteurs qui reconnaissent « le rôle pédagogique, mémoriel et d'exemplarité du musée qui s'inscrit dans une problématique de paix et de cultures du monde », mais qui regrettent « son

<sup>17</sup> François Martin, entretien du 13 mai 2006.

<sup>18</sup> Pour Denis Fleurdirge (2001), « Depuis le septennat de Valéry Giscard d'Estaing, les présidents édifient des « parodies de palais » : « Ces constructions sont l'expression d'un pouvoir mettant les ressources de ce savoir-faire au service de son idéologie personnelle et de la diffusion de sa propre image » (p. 41).

<sup>19</sup> Entretien accordé par François Mitterrand, président de la République, à France 3, le 6 mars 1995.

<sup>20</sup> Les conservateurs n'ont aucune certitude sur une éventuelle intervention de François Mitterrand pour le choix des portraits et de Château-Chinon.

<sup>21</sup> Question n° 13, Le musée est-il à l'image du président François Mitterrand ? Quarante-six pourcent des personnes pensent que le musée est à l'image de François Mitterrand.

manque d'inventivité »<sup>22</sup>. François Martin, conservateur et médiateur qui admet l'accumulation des objets et souligne l'absence de réflexion en amont, a bien compris les attentes du public. Dans l'avenir, il souhaite évoluer vers un concept de musée d'art et d'histoire (très en vogue aujourd'hui), avec des bornes interactives et de nouvelles thématiques<sup>23</sup>. La communication s'est avérée opératoire : le médiateur a compris les attentes des visiteurs.

S'agissant du musée de Jarnac, à la question : « Qu'est-ce qui a présidé au choix des objets, puisque vous avez déjà créé un musée du septennat à Château-Chinon : pourquoi ce nouvel espace culturel ? », François Mitterrand répond :

-J'ai réparti en quatre fondations l'ensemble des objets que j'ai reçus pendant mes septennats. Mais je ne pouvais pas oublier mon département d'origine, auquel je suis très attaché. J'ai donc mis à part les estampes ; c'est-à-dire toutes les images imprimées sur le cuir, sur le bois, ou sur la pierre et qui représentent un certain nombre d'œuvres originales intéressantes. J'y ai ajouté une quarantaine de sculptures, de façon à agrémenter l'exposition.

-Est-ce une façon pour vous d'être plus présent auprès des vôtres, d'inviter les historiens à faire le lien entre Jarnac et votre part de vérité ?

-Je crois que c'est un lien évident : donc il faut s'y reporter. Je ne peux pas m'expliquer à moi-même ce que je suis et ce que je ressens sans retrouver tout ce qui m'a formé ici, en Charente : les images d'abord, les sensations, les impressions, les souvenirs de famille et puis l'environnement amical. Tout cela est lié et fait partie de moi. J'aurais été très fier de montrer la maison de mes parents, qui fut celle de mon enfance.<sup>24</sup>

Le président souhaitait-il octroyer à la donation de Jarnac un caractère plus intime, plus personnel ? Si c'est le cas, les visiteurs ne l'ont pas compris<sup>25</sup>. La nécessité de créer un lieu de mémoire n'est pas encore d'actualité à cette époque et, depuis lors, rien n'a été modifié dans les salles. Le président était encore en vie lorsque le médiateur (Geneviève Monier), met en place, en 1995, la muséologie du lieu. C'est pourquoi la communication est pour le moment interrompue dans le sens médiation-réception. En effet, la donation de Jarnac, classée dans la catégorie des « musées d'histoire », est bien comprise par les récepteurs qui apprécient le musée, mais attendent davantage l'évocation du souvenir de l'homme, ce qui n'a rien de

<sup>22</sup> Question n° 14, questionnaire, 68 % des répondants observent que : « Le musée manque d'inventivité » ou « n'est pas innovant », « n'est pas novateur ».

<sup>23</sup> François Martin, entretien du 13 mai 2006.

<sup>24</sup> Entretien accordé par M. François Mitterrand, Président de la République, à France 3 le 6 mars 1995.

surprenant puisqu'ils sont très attachés au président. Les visiteurs ont identifié « les fonctions politiques, pédagogiques et d'exemplarité »<sup>26</sup> mais regrettent l'insuffisance de « la fonction mémorielle »<sup>27</sup>.

### **2.3. Motivation de l'association Georges Pompidou - stratégie des concepteurs et perception des visiteurs**

Quant au musée de Montboudif, défini par l'association Georges Pompidou comme un « musée d'histoire et du savoir », il est bien compris par le public qui reconnaît « son rôle pédagogique et de lieu de mémoire<sup>28</sup> au sens élargi que lui donne Pierre Nora », voire même de « haut lieu ». Claude Pompidou, épouse du président, le jour de l'inauguration, témoigne : « Ce musée est fidèle à son image cantalienne et à son image en général. Tous ces souvenirs me rappellent sa vie. Maintenant qu'il est là, on voit qu'il manquait »<sup>29</sup>. *La Montagne (édition du Cantal)* en 1999 titre : « Bien plus qu'un devoir de mémoire » et ajoute

La petite commune n'a pas seulement rempli un devoir de mémoire. Une pancarte à l'entrée du bourg, une plaque sur la maison natale de Georges Pompidou, un office à l'église chaque année, le 2 avril, c'était peu, trop peu. Outre sa maison natale, seule la statue du président Pompidou faite par Jean Chauchard attestait sa mémoire dans son village natal jusqu'à l'ouverture du musée.

Les visiteurs de Montboudif<sup>30</sup> viennent pour voir les souvenirs personnels du président Georges Pompidou et des photographies saisies sur le vif et qui s'attachent à retracer les relations du président avec le Cantal, de petits moments intimes arrachés à la grande histoire. Le concepteur avait compris l'esprit du lieu et le projet de l'association. Selon Bernard Labasse, architecte responsable du musée :

Modestie, sobriété et bon goût : la façade de la maison est à l'image de la personnalité du président. Des teintes sourdes (noir, blanc, gris), des matériaux naturels et locaux, chaux et lauses renforcent le caractère traditionnel du

<sup>25</sup> Soixante-cinq pourcent des répondants trouvent que le musée ne présente pas assez de souvenirs. La maison natale ouverte depuis deux ans répond désormais à cette fonction.

<sup>26</sup> Question n° 14, à Jarnac, 58 % de l'échantillon identifient les fonctions politiques, pédagogiques et d'exemplarité du musée.

<sup>27</sup> À Jarnac, 34 % de l'échantillon ne sont pas totalement convaincus par la congruence musée/image du président et 65 % regrettent l'absence de fonction de lieu de mémoire du musée.

<sup>28</sup> Quatre-vingts pourcent des visiteurs de Montboudif considèrent que le musée remplit son rôle pédagogique et de lieu de mémoire.

<sup>29</sup> « Claude Pompidou inaugure le musée Georges Pompidou », *La Dépêche* d'Auvergne, du 13 juillet 1999.

<sup>30</sup> Question n° 5 et 6 du questionnaire : la majorité des visiteurs de Montboudif viennent pour les souvenirs du président (68 %).

bâtiment et les vitres du musée, garnies de films de négatifs photo imitant la sérigraphie, renvoient à sa modernité. Tradition et modernité à l'image de la présidence de Georges Pompidou.<sup>31</sup>

Tout concourt au recueillement dans la petite pièce voûtée d'arêtes, ancienne cave de la maison, avec Haendel en fond sonore, dans ce musée simple qui parle de l'enfant du pays. Le dispositif muséal est efficient, tout comme la communication (médiateur-récepteur) dans les deux sens.

### **3. Du point de vue de l'objet portrait**

Il s'agit à présent de faire le point sur la nature des acteurs du système dans la relation qu'ils entretiennent avec le portrait, nous rappellerons les fonctions du portrait en parallèle. Dans cette triade production/médiation/réception, le donateur - qu'il soit lui-même peintre ou non, est acteur de la production, le conservateur ou le chargé des collections est acteur de la médiation, le visiteur est acteur de la réception.

#### **3.1. Institution - production**

Au premier niveau de la communication, on rencontre deux types de donateurs<sup>32</sup> : le donateur privé (un particulier français ou étranger) et les chefs d'État étrangers, les collectivités locales, des entrepreneurs, etc. Nous n'avons pu étudier scripturalement que les écrits des premiers, fautes d'archives diplomatiques.

Comment se construit le sens du portrait des présidents pour les donateurs ? En effet, le peintre-donateur, « l'artiste »<sup>33</sup> (Heinich, 2005) ne sait pas où sera conservé son tableau (Élysée, musée, lieu secret ?) et n'utilise pas dans la conception et la réalisation de son œuvre les potentialités offertes par un musée identifié ou pas, soit promouvoir socialement les objets qu'il expose. N'en déplaise à Édouard Pommier pour qui : « Le portrait est un moyen de faire carrière pour un peintre et de servir la cause de la peinture » (Pommier, 1998, p. 27), si l'on en croit le témoignage des conservateurs et les quelques lettres dont nous disposons, le

---

<sup>31</sup> Bernard Labasse, entretien du 10 août 2005.

<sup>32</sup> Soixante et un pourcent des portraits de Jacques Chirac sont des cadeaux de particuliers français, 66 % à Château-Chinon et 56 % au musée de Clamecy, la moitié au musée de Jarnac.

donateur ne cherche pas à intégrer le dispositif muséal pour patrimonialiser son œuvre. Il n'y a aucune interaction entre le producteur et le médiateur, en tout cas dans le sens émetteur-médiateur.

En premier lieu, en amont du médiateur, une relation invisible et fantasmée s'établit entre le peintre et le président, une voie de communication, hors dispositif muséal. Pour l'auteur, « Le portrait confère à l'artiste un statut de privilégié. Son art en fait presque l'égal du souverain : Le prince et l'artiste se rejoignent en dignité » (Pommier, 1998, p. 27). C'est ainsi qu'en exécutant le portrait du chef de l'État, le peintre s'approprie son image, gagne ses faveurs ou appelle le mythe du père (Girardet, 1980). D'ailleurs, la majorité des portraitistes privilégient le contenu politique<sup>34</sup> dans leurs représentations. Si les peintres multiplient les sens possibles de leur portrait et de leur geste (Mauss, 1973), leurs motivations<sup>35</sup> – on l'a vu – sont plus triviales que cathartiques : besoins de reconnaissance et d'appartenance sociale, d'accomplissement personnel, d'estime (Maslow, 1954), besoins idéologiques ou mystiques.

### 3. 2. Pouvoir de médiation

S'il n'existe pas d'interaction entre le peintre et le conservateur (médiateur) dans le sens production-médiation, en revanche, le médiateur<sup>36</sup> choisit dans les réserves le tableau qui lui semble le plus approprié. S'établit là une relation dans le sens médiateur-producteur : un discours entre le sujet présent, le médiateur, et le discours passé d'un artiste par le truchement du portrait, conformément aux théories de l'esthétique de la réception d'Hans Robert Jauss (1975). Ce face-à-face avec l'œuvre implique l'interrogation du conservateur, du chargé des collections ou du scénographe sur le portrait qu'il investit. Ainsi, si l'on tient notre typologie pour valide, le médiateur sélectionne des œuvres qu'il perçoit comme politiques, intimes ou

<sup>33</sup> Le terme « artiste » est à manier avec précautions. Ces praticiens du dessin et de la peinture sont pour la plupart des aspirants au statut de plasticien. Statut qui bénéficie, selon Nathalie Heinich, à une élite, à une nouvelle aristocratie acceptée et qui jouit d'une faveur collective.

<sup>34</sup> Les artistes représentent en majorité les présidents dans la sphère publique et dans leurs fonctions officielles en France : 36 % pour François Mitterrand et 26 % pour Jacques Chirac.

<sup>35</sup> Les motivations du don représentent 31 % des propos développés dans les lettres. Les considérations sur le portrait et les considérations politiques sont évoquées en proportion à peu près équivalente (26 et 24 %). Les circonstances de production sont présentes pour 20 % de l'ensemble des textes. La catégorie « motivations » a été analysée à la lumière d'une double catégorisation : oblativité et narcissique retrouvée dans la littérature.

<sup>36</sup> Pour Olivier Gagnier (1983), l'art du concepteur d'exposition, véritable metteur en scène contemporain, est de prévoir les effets de la convivialité de l'espace. Toute exposition génère une situation de communication et peut être considérée comme un média de masse. L'exposition est désormais pour les structures culturelles, les entreprises et services publics, un outil de communication au même titre que les supports visuels et les manifestations événementielles.

symboliques en fonction de la représentation qu'il a des intentions de l'artiste. Dans cette relation dans le sens médiateur-producteur, il peut choisir de mettre un artiste à l'honneur en choisissant tel ou tel portrait. C'est le cas au musée Romain-Rolland de Clamecy où Josette Sivignon<sup>37</sup>, conservateur, déclare avoir préféré l'œuvre de Yenu Oswaldo Guayasamin, dont la célébrité en Amérique du Sud équivaut à celle de Picasso en Europe.

Le médiateur choisit des œuvres qu'il perçoit de telle ou telle façon en fonction de sa représentation du public muséal. Cette représentation est peut-être subjective puisqu'elle repose sur une opinion personnelle et non sur une étude des publics. N'avons-nous pas constaté ce décalage entre notre échantillon de répondants indifférents à François Mitterrand à Château-Chinon et le public fervent décrit par le conservateur du musée ? L'enquête à Château-Chinon, montre que la majorité des personnes n'appréciaient par le président François Mitterrand (48 %). François Martin, conservateur du musée de Château-Chinon, considère que ce résultat n'est pas révélateur du public global du musée. Le public hors saison apprécie le président défunt.

Toujours dans le sens médiation-réception, le médiateur se demande si le portrait est *ad hoc*. Approprié à quoi ? À qui ? À l'image du président ? À la logique muséale ? Au public ? Le médiateur parle-t-il du président, du musée, de lui-même à travers le portrait qu'il expose ? La satisfaction du public peut ne pas être une priorité : nous l'avons constaté, certains médiateurs privilégient les portraits les plus maniabiles et les moins fragiles (Château-Chinon), d'autres une iconographie adaptée au public de bon niveau culturel, avec des œuvres abstraites (Clamecy) mais sans souci idéologique. des portraits à caractère intime pour répondre aux attentes affectives du public (Jarnac), d'autres enfin parlent du président en fonction et favorisent la rencontre entre le citoyen et la figure présidentielle par le truchement du portrait<sup>38</sup> (Sarran). Et le public est demandeur : phénomène surprenant, en 2005 alors que le musée de Sarran ne présente pas de portrait, 20 % des personnes se déclarent indifférentes ou hostiles au président mais regrettent l'absence de l'effigie présidentielle sur toile ou sur panneau.

---

<sup>37</sup> Josette Sivignon, entretien du 19 septembre 2006.

<sup>38</sup> D'après Édouard Pommier (1998) « Le portrait figuré est en concurrence avec le récit historique pour la célébration des grands hommes ».

Autre remarque, dans la relation médiation-réception, le contexte est essentiel : tout repose sur la disposition stratégique qui s'inscrit dans la sémiotique du lieu et la mise en scène, comme le confirme notre étude de réception. Pour comprendre le rôle fondamental du médiateur, il convient d'identifier la fonction du portrait qu'il va privilégier. Va-t-il mettre en avant l'usage mémoriel du portrait qui relève de la mémoire individuelle de l'artiste ou d'une mémoire sociale ou collective définies par Maurice Halbwachs, comme c'est le cas dans la galerie de Château-Chinon où les thématiques sont variées tout comme les multiples visages de François Mitterrand offerts à la curiosité des visiteurs ? En effet, la mémoire individuelle est liée à notre vécu, elle se construit grâce à l'échange et engendre des représentations subjectives. La mémoire sociale est la mémoire d'un grand groupe. « La mémoire d'une société s'unifie dans un tout : la mémoire sociale », écrit Maurice Halbwachs en 1920 (Halbwachs, 1952).

Le portrait est une figure d'exemplarité morale et politique. Il est une mise en image du pouvoir et peut représenter l'idéal politique pour les trois acteurs de la communication. Le portrait n'est-il pas réservé historiquement aux hommes de mérite ? Si c'est du président que le médiateur souhaite parler, il donne à voir l'idéal politique et jette un pont entre la figure présidentielle et le simple visiteur. Au musée de Sarran, un éclairage en fibre optique joue sur la lumière et l'obscurité transformant ainsi la réserve en crypte. Au fond de cette crypte, le portrait officiel en tapisserie orné d'un cadre doré à la feuille et une icône de Jacques Chirac, sorte de figure christique réalisée par un artiste yougoslave, trônent côte à côte au fond dans la chapelle axiale d'un chœur imaginaire.

Le médiateur peut répondre aux attentes du public ou chercher à l'influencer. Dans le premier cas, face au nombre d'admirateurs du président, dans les musées sanctuaires, comme à la donation de Jarnac, il propose l'intime, l'indicible, la présence invisible... Dans le second cas, le médiateur peut aisément manipuler le visiteur, en effet le pouvoir du portrait n'est plus à démontrer<sup>39</sup> : le conservateur, dans le mécanisme médiation-réception, révèle l'esprit de son musée en sélectionnant telle ou telle œuvre. Pendant six années, aucun portrait n'est exposé au musée de Sarran, « par manque de place »<sup>40</sup> selon le conservateur de l'époque. La crainte de faire passer le musée aux yeux du grand public pour un lieu idéologique, voué au culte de la personnalité ou un lieu de mémoire voué à celle du président Jacques Chirac, est telle qu'il

---

<sup>39</sup> Pour Jacques Ellul, le leader national peut prendre un caractère abstrait, d'où la possibilité d'avoir un chef présent « dans son absence (...) L'effigie seule, intégrée dans le circuit des propagandes suffit » (1961).

<sup>40</sup> Marie Lavandier, premier conservateur du musée de Sarran, entretien du 2 septembre 2004.

n'en fut question qu'à la veille des élections présidentielles alors que le président n'était pas candidat.

*De facto*, le médiateur peut aussi choisir de communiquer sur la fonction sociale du portrait politique, sur la petite histoire de l'Histoire chère à l'École des Annales en présentant, comme au musée de Clamecy, toute une gamme de portraits du plus médiocre jusqu'aux belles compositions de Raymond Moretti. Le musée parle de la société à son public et le portrait devient le témoignage d'une tradition populaire qui se perpétue aujourd'hui et qui traverse les courants artistiques.

### 3.3. Réception - médiation

Le troisième pôle de la triade est celui de la réception. Nous nous proposons de considérer le mécanisme de communication dans le sens réception-médiation et de décrire les types de visiteurs pour comprendre leurs attentes. Nous savons que la réception dépend de l'expérience du destinataire, de son système de valeurs et de ses références.

On rencontre, au détour des salles d'exposition, des admirateurs, des indifférents et des visiteurs hostiles aux présidents. Les uns viennent chercher l'intime, le souvenir, l'homme, les caractéristiques de leur président préféré. Le portrait touche chez le spectateur des espaces émotionnels qui font aussi partie du langage de l'art. Pour le peintre, comme pour le visiteur, le portrait devient un vecteur de mémoire digne de traverser le temps et c'est autour de l'émotion, de la jouissance esthétique, que s'articulent production et réception. En effet, toute relation esthétique est *a priori* évaluative et normative : la qualité d'une œuvre dépend du rapport que l'on entretient avec elle. C'est ici que les théories de la communication deviennent opératoires : elles multiplient les sens possibles – sociaux, informationnels, etc.

Les critères des visiteurs sont « émotion et réalisme »<sup>41</sup> à Jarnac, « modernité et psychologie »<sup>42</sup> à Montboudif. Chaque visiteur entre en communion avec la figure présidentielle au sens propre et figuré et élabore son propre discours sur le président, le musée, le portrait. « Ce sont les regardeurs qui font les tableaux », pour reprendre une formule

<sup>41</sup> Question n° 9, à Jarnac, le portrait séduit les inconditionnels et veulent voir « l'homme » avec « émotion et réalisme » (67 %).

<sup>42</sup> À Montboudif, les visiteurs aiment le portrait de Victor Vasarely (71 %) pour sa « modernité et psychologie ».



chère à Marcel Duchamp : chaque visiteur est confronté à la démarche du portraitiste (la production) qu'il intègre ou non, mais aussi au discours du médiateur (la scénographie). Le médiateur a joué un rôle prépondérant dans la perception du portrait et les visiteurs sont sensibles à sa mise en scène. La réception est un processus dynamique qui évolue en fonction du temps, de l'histoire et du cadre.

S'agissant de la réception, chaque visiteur est également confronté à ses semblables, selon qu'ils sont seuls ou non devant le portrait - d'aucuns parlent de pulsion d'échange (Ruby, 2002). La réception peut être perturbée et l'émotion différée, le regardeur peut choisir de s'approcher ou de s'éloigner, de contempler un instant l'œuvre ou de passer rapidement devant.

Le second type de visiteurs, indifférent au président<sup>43</sup>, attend malgré tout la représentation du chef de l'État et respecte la fonction présidentielle. Le mécanisme de réception du portrait peint correspond à une sorte de projection-identification dans la personne d'un chef, perçu comme un héros. Comme en politique, le regardeur peut choisir d'être actif ou passif et détermine ses propres critères de référence selon qu'il aime le portrait et pas le président ou inversement. Quel que soit le sentiment des visiteurs à l'égard des présidents, ils sont étonnés de ne pas voir de portrait peint exposé. Le portrait semble donc avoir gardé tout son sens – sinon tous ses sens – aujourd'hui...

## Conclusion

Notre hypothèse est vérifiée : le portrait peint des présidents de la V<sup>e</sup> République dans leur musée garde tout son sens. Bien que le portrait soit un objet d'étude ressortissant traditionnellement à l'histoire de l'art, nous l'avons investigué avec les outils des sciences de la communication pour comprendre non seulement son statut présent, mais également les situations qu'il engendre ou dans lesquelles il est instrumentalisé. Nous ne nous sommes pas contentée d'observer les « effets » du portrait muséal sur les visiteurs. Nous nous sommes intéressée au sens construit du portrait, du triple point de vue de l'émission, de la médiation et de la réception : sur la façon dont s'articulent l'effet voulu et la réception ? Il s'agit d'un discours entre le sujet présent, le visiteur et le discours passé d'un artiste par le truchement du

---

<sup>43</sup> Dix-sept pourcent des visiteurs du musée de Sarran n'apprécient pas Jacques Chirac, mais 20 % (avant 2005) regrettent l'absence de portrait du président.

portrait. La réception implique l'interrogation du visiteur sur le portrait qu'il investit de sens. L'objet peint imposait d'interroger d'abord la nature du support.

L'étude sémiotique des œuvres laisse apparaître une typologie admettant un contenu politique, intime, mystique ou mythique. La classification que nous avons établie s'est avérée efficiente : elle nous a permis de rendre compte de la communication entre les pôles de la triade production-médiation-réception, de son opérabilité dans le dispositif muséal et dans la mise en scène du portrait *in situ*. De ce point de vue, et compte tenu des réactions des intéressés, ce travail d'investigation a donné l'occasion aux médiateurs de modifier le regard qu'ils portaient sur leurs collections et leur mise en valeur. On s'aperçoit que les portraits, même modestes, semblent aujourd'hui susciter un regain d'intérêt. À Château-Chinon, deux expositions impulsées par notre étude ont été organisées. Le chef de l'État est l'un des sujets les plus représentatifs de l'imagerie politique, puisqu'il occupe une place significative dans les médias. Pour autant, il existe nombre d'images le représentant, qui ne sont pas toutes des portraits officiels, non plus que des photos de presse en situation. Les réserves de nos musées débordent d'œuvres d'artistes de renom ou de peintres du dimanche, citoyen français ou étranger.

Si on veut bien accorder quelque créance aux sondages qui affirment que les Français se désintéressent de la politique et que les représentations du pouvoir s'en trouvent affectées, il convient néanmoins de les nuancer. En effet, à l'ère de la reproductibilité technique, le portrait semble avoir conservé toute son aura. *Ipsa facto*, les portraits sont des images politiques qui « représentent » des hommes et des lieux de l'histoire, au double sens qu'on veut bien donner à ce terme : ils sont une représentation et ils sont en représentation et font partie de l'histoire de la communication politique. Dans cette relation triangulaire (production, réception, médiation), la place du tiers est d'autant plus importante que le sujet des portraits peints, le président, est singulier.

Dans ces cavernes d'Ali-Baba, parmi un curieux bric-à-brac, il faut murmurer « Sésame ouvre-toi » pour saisir le sens de la mise en scène des objets des septennats et des figures présidentielles. Si on trouve dans cet « antre » bien des objets-sujets d'étonnement et nombre de portraits énigmatiques, le musée affecté à un président contribue sans doute à la reconnaissance de la représentation figurée et inversement, un portrait célèbre peut faire

connaître un musée : par exemple, les visiteurs viennent à Montboudif pour admirer le portrait du président par Victor Vasarely.

Ainsi, notre étude des portraits nous a-t-elle conduite à admirer leurs écrins, les musées, puis à analyser les motivations des présidents, des médiateurs et des visiteurs de ces sites un peu singuliers, jusqu'à découvrir des pratiques pèlerines que nous soupçonnions, sans en mesurer l'ampleur.

Il fallait faire l'histoire de ces images peintes de nos présidents, conservées dans le secret des réserves, de leur production, de leur utilisation sociale et des musées qui leurs sont affectées. Cette démarche s'imposait à une époque où pouvoir, pouvoir des images et diffusion des images sont devenus des éléments incontestables de notre environnement intellectuel.

Nous pensons que cette recherche y a peut-être contribué en donnant quelques coups de projecteur utiles sur une partie des collections des musées, en identifiant leur public avec plus de précisions, en établissant un comparatif avec les autres musées et en apportant un éclairage singulier sur ces musées à leur tour singuliers.

## Bibliographie

- Barbier-Bouvet, J.F. (1983). *Histoires d'expo* / [Jean-François Barbier-Bouvet, Pierre Belleville, Bernard Clément, Jean Davallon...]. Paris : Centre Georges-Pompidou.
- Bardin, L. (1980). *L'Analyse de contenu*. Paris : PUF.
- Barthes, R. (1965.). *Éléments de sémiologie*. Paris : Denoël/Gonthier.
- Bouleau, C. (1963). *La géométrie secrète des peintres*. Paris : Seuil
- Davallon, J. (1999). *Présenter et « faire revivre » l'objet. L'exposition à l'œuvre. Stratégie de communication et médiation symbolique*. Paris : L'Harmattan.
- Debray, R. (1999). *La confusion des monuments*, Cahiers de médiologie, dir. par Régis Debray. Paris : Gallimard.
- Ellul, J. (1961). *Propagandes*. Paris : A. Colin.
- Fleurdorge, D. (2001). *Les rituels du président de la République*. Paris : PUF.
- Gagnier, O. (1983). *Histoires d'expo*, [publié par] Peuple et culture, le Centre de création industrielle, Centre Georges-Pompidou. Paris : Centre Georges-Pompidou.
- Girardet, R. (1980), *Mythes et Mythologies politiques*, Paris : Seuil.
- Groupe µ (1992). *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*. Paris : Seuil.
- Gob, A. (2004). *La muséologie, Histoire et développement des enjeux*. Paris : Armand Colin.
- Halbwachs, M. (1952). *Les Cadres sociaux de la mémoire*. Paris : PUF.
- Heinich, N. (2005). *L'Élite artiste*. Paris : Pair.
- Jakobson, R. (1963). *Linguistique et poétique, Essais de linguistique générale*, Paris : Minuit.
- Jauss, H. R. (1990). *Pour une esthétique de la réception*. Paris : Gallimard.
- Maslow, A. (2008). *Devenir le meilleur de soi-même*. Paris : Eyrolles.
- Mauss, M. (1973), *Sociologie et anthropologie / Marcel Mauss* ; Introd. à l'œuvre de Marcel Mauss par Claude Lévi-Strauss, Paris : PUF.
- Nora, P. (1997). *Les lieux de mémoire*, tome III, « Les France » / sous la dir. de Pierre Nora. Paris : Quarto Gallimard.
- Paille, P. (2003). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : A. Colin.
- Poisson, G. (2005.). *Les grands travaux des présidents de la V<sup>e</sup> République*. Paris : Parigramme.
- Pommier, É. (1998). *Théories du portrait. De la Renaissance aux lumières*, Paris : Gallimard.

Poulot, D. (2005.). *Musée et muséologie*. Paris : Découverte.

Rivière, G.H. (1989), *La Muséologie selon G.H. Rivière*. Paris : Dunod.

Ruby, C. (2002). Esthétiques des interférences. *Espace temps. Les Cahiers*, 78-79.