

## Avatars mémoriels et réalité historique augmentée : la Révolution française à travers ses produits dérivés

Martial Poirson

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/elh/1217>

DOI : 10.4000/elh.1217

ISSN : 2492-7457

### Éditeur

CNRS Éditions

### Édition imprimée

Date de publication : 5 septembre 2017

Pagination : 95-103

ISBN : 978-2-271-11657-4

ISSN : 1967-7499

### Référence électronique

Martial Poirson, « Avatars mémoriels et réalité historique augmentée : la Révolution française à travers ses produits dérivés », *Écrire l'histoire* [En ligne], 17 | 2017, mis en ligne le 28 septembre 2020, consulté le 29 octobre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/elh/1217> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/elh.1217>

---

Tous droits réservés

# Avatars mémoriels et réalité historique augmentée : la Révolution française à travers ses produits dérivés

---

À l'heure où souffle le vent salubre d'une histoire soucieuse de défaire le récit national et de faire barrage aux récupérations identitaires, la conscience historienne trouve dans la culture globalisée de l'ère numérique de nouvelles médiations sujettes à caution. Elles sont issues aussi bien des cultures populaires que des postures artistiques, voire de la production à vocation commerciale, qu'il s'agisse de consommation de masse ou d'industrie de luxe, au gré du développement d'une véritable économie touristique. La référence à l'histoire se cristallise sur des objets, images et imaginaires, au prix d'anachronismes revendiqués et de détournements assumés. En dépit de leur posture d'irrévérence ou de défiance, ce que je qualifie d'*avatars mémoriels* consiste en

copies, simulacres ou artefacts comprenant des textes, images et objets générés sur différents supports, mais aussi des dispositifs interactifs et participatifs plus complexes qui se multiplient au sein des cultures numériques, à l'exemple des jeux vidéo en réseau : leur rapport à l'histoire va de la citation allusive d'un fait ou d'une parole historique – avérés ou fantasmés – à la reproduction de facsimilés d'objets ou d'archives authentiques.

La notion d'avatar mémoriel renvoie à une culture numérique avide de connaissance historique autant que d'en exploiter les potentialités vidéoludique<sup>1</sup> ; elle peut également désigner un ensemble de produits dérivés librement inspirés par un épisode, un événement, un personnage... Ces avatars peuvent

s'exprimer au sein d'une culture matérielle soucieuse tantôt de reproduire des choses banales, tantôt de créer des prototypes exploitant la rareté afin d'aiguillonner l'esprit de collection et de satisfaire un désir de distinction ostentatoire. Ils peuvent en outre inspirer la production d'un patrimoine culturel immatériel prompt à exploiter les potentialités des arts de la performance au sein d'expériences de *reenactment*<sup>2</sup> ou de spectacles de reconstitution historique, comme dans le parc d'attractions du Puy-du-Fou<sup>3</sup>. Pour fantaisistes qu'ils puissent paraître, ces avatars mémoriels ne sont pas insignifiants : ils participent activement à une politique de la mémoire en cristallisant un certain inconscient historique.

L'un des champs d'investigation les plus révélateurs de ce rapport ludique à l'histoire est la gigantesque production née des célébrations du Bicentenaire de la Révolution<sup>4</sup>. Ce que révèle à première vue cet ensemble d'avatars, c'est l'ambivalence entre le conformisme des stéréotypes historiques qui en inspirent la conception et l'efficacité performative des stratégies de perversion des conventions. Établir la généalogie des choses banales associées à la Révolution revient à la fois à faire l'histoire des nombreuses idées fausses liées à cette « machine à fantasmes<sup>5</sup> », à ce « mythe<sup>6</sup> »,

et à retracer la troublante rémanence, voire résilience des stéréotypes historiques de ce « trésor perdu<sup>7</sup> ». Une telle démarche revient à prendre pour champ d'investigation la production de discours politico-médiatique, les cultures populaires ou encore les pratiques créatives qui s'expriment en marge ou à l'encontre de l'historiographie officielle et des politiques institutionnelles de la mémoire.

Dans la perspective de la réflexion engagée sur la « petite histoire », il est loisible d'interroger cette forme en apparence anodine, anecdotique ou accessoire de produits jugés insolites, voire incongrus, librement inspirés par la référence à l'histoire, prenant soudain une place centrale dans l'espace public et médiatique comme dans l'espace privé et domestique. C'est donc du côté des productions commémoratives, commerciales, décoratives ou récréatives que porte l'enquête. Elle met en évidence la politique du dérisoire à l'œuvre dans un ensemble, en apparence seulement, hétérogène, qui se définit par son artificialité assumée, et dont l'obsolescence en quelque sorte programmée défie *a priori* toute collecte, conservation et, à plus forte raison, valorisation. Elle engage un redéploiement de l'activité du collectionneur, du conservateur, du chercheur ou de l'enseignant...

## Une marchandisation (délibérée) de l'histoire

La référence à la Révolution peut prendre les apparences d'une simple signalétique, émondée de toute substance réellement historique, comme de façon manifeste à travers une part importante

des productions commémoratives du Bicentenaire, soudain constituées en vecteurs de mémoire diffusés à grande échelle – souvent à destination des touristes – à un prix généralement modique :

éléments vestimentaires (T-shirts floqués à l'aide d'images d'archives ou de tableaux d'époque, sacs, gants, parapluies, éventails, cravates, tabliers), jouets pour enfants et adultes (jeux de cartes, de dés ou de société tels que le «Jeu de l'oie de la Révolution» ou le «Jeu du Sans-Culotte», figurines à monter ou à peindre, poupées), objets de décoration intérieure (affiches, statues, santons)



Santon du Sans-Culotte appartenant à une série commandée à l'occasion du Bicentenaire et finalement non commercialisée (collection particulière)

ou du quotidien (vaisselle, timbres, médailles, torchons), et même denrées alimentaires telles que le «camembert de 1791» – autre commémoration –... Ces objets inscrivent la Révolution dans la perspective sérielle d'une culture quotidienne ludique et partagée dont les marchands de mémoire prennent soin de gommer ou d'estomper les questions

polémiques au profit de la célébration consensuelle de l'héritage des *Droits de l'homme et du citoyen*. Ersatz plutôt que réel avatar, ces produits dérivés subliment toute dimension dissensuelle du référent révolutionnaire et perdent de vue toute «histoire sensible du sensible dans l'histoire<sup>8</sup>».

De telles étrangetés, issues d'un *merchandizing* ou d'un *marketing* profitable, ont cependant le mérite de donner accès à un ensemble d'usages ironiques, parodiques ou irrévérencieux de l'histoire. C'est le cas de Miss Piggy, marionnette des Muppets de Jim Henson<sup>9</sup>, de la Minnie Mouse de Disney, habillée «en Marie-Antoinette», c'est-à-dire affublée d'une robe à panier et coiffée d'une haute perruque blanche, ou de l'insolite statuette en résine «Marie Catoinette», qui donne à la reine une apparence féline<sup>10</sup> en écho à certaines caricatures zoomorphes de l'époque révolutionnaire. Elles défont avec arrogance la Barbie Marie-Antoinette<sup>11</sup>, projection en trois dimensions d'un portrait de Vigée-Lebrun<sup>12</sup>, plus ou moins détaillée selon le prix – il peut atteindre plusieurs milliers d'euros pour un prix de départ de 249 dollars. Figure obsessionnelle qui traverse les classes sociales et les cultures nationales, la reine fonctionne dès lors comme un label, une marque, si bien que la collection de ses avatars constitue un investissement, voire un placement spéculatif.

Ces objets disparates sont également le point de condensation d'un imaginaire collectif, et surtout un raccourci sémantique propice à l'archéologie des réappropriations abusives de l'événement historique au sein d'une culture *mainstream* globalisée. C'est ce que montre la série de produits dérivés de

la figure ambivalente de la reine de France aux États-Unis. Elle est tantôt reprise à son compte par une culture *Queer*, parfois même revisitée à travers une relance sado-masochiste ou porno-chic, tantôt présentée sous les traits de la *Teen Queen*, avec la complicité de grandes marques du luxe telles que Christian Louboutin, qui lance une édition limitée de trente-six paires de chaussures à l'effigie de la reine en vente exclusive à Dubaï, Gipsy Factory, Juicy Couture ou Nina's : événements, assiettes, argenterie, lustres, colliers en crochet, poupées de papier à habiller ou de porcelaine, perruques et costumes, lampes de chevet, palettes de maquillage, lingerie, parfum, pendentifs, étiquettes, marque-pages, tapis de souris, calendriers, pâtisseries... Aussi

arbitraires que puissent être ces exploitations commerciales de la reine, elles entretiennent souvent avec l'histoire un rapport de correspondance, qu'il s'agisse de relever la concordance ou de souligner la discordance des temps, reprenant à leur compte la culture pamphlétaire et la caricature antimonarchique à travers le motif de la frivolité, voire de la prédation sexuelle dont ces objets constituent comme une sorte de métaphore filée<sup>13</sup>, voire de métonymie. La publicité ne s'y trompe pas, qui exploite à satiété le référent historique, à l'instar de la promotion du thé « Marie-Antoinette » en 2009 : « Une promenade bucolique au Petit Trianon. Un délicieux thé d'après-midi pour une pause gourmande et romantique. Tout l'esprit Ladurée ! »

## Un musée (imaginaire) des stéréotypes

Reste que la conservation et l'étude de ces avatars mémoriels considérés comme pertinents pour saisir un certain inconscient culturel de l'histoire pose problème, tant du point de vue des conditions de leur collecte que de leur valorisation : comment conserver des denrées périssables telles que les Cup Cakes « *Let them eat Cakes* », les *Head Pops* (sucettes à l'effigie de la reine décapitée) ou les parfums inspirés par une certaine vision du luxe de Marie-Antoinette ? Comment exposer la production pléthorique et dématérialisée des cultures numériques autrement que par des captures d'écran, photographies ou photomontages qui en neutralisent les algorithmes et dispositifs de mutualisation, de partage et

d'enrichissement ? Comment rendre utilisables par des visiteurs les jeux évolutifs tels que la maquette à monter et à peindre, la figurine animée ou à plus forte raison le jeu vidéo en réseau ?

Ces avatars rétifs à toute conservation muséographique autorisent l'établissement d'une typologie. On distingue plusieurs catégories d'avatars révolutionnaires : en premier lieu, les *produits commémoratifs* mis en circulation, pas uniquement par les pouvoirs publics, à l'occasion du Bicentenaire, comme la série des déclinaisons des Marianne (timbres, bustes, pièces, statues)<sup>14</sup> ou les éditions limitées des affiches de la *Déclaration des droits de la femme*, et dont certains revêtent une charge symbolique forte, comme la « cuvée

des Sans-Culottes» (Registre national des marques n° 1501730) ou du «Sang des Sans-Culottes», représentant des groupes révolutionnaires en armes, ou surtout la «bière des Sans-Culottes», qui joue sur une série d'équivoques grivoises; en second lieu, les *produits dérivés* issus du *marketing* de masse des industries culturelles, telles que les entreprises cinématographiques à l'occasion de la sortie de *biopics* ou de fictions patrimoniales (*Heritage Film*), comme lors de la déferlante qui a suivi la diffusion mondiale du *Marie Antoinette* (2006) de Sofia Coppola; en troisième lieu, les *produits de consommation* distribués à grande échelle dans le monde entier, en particulier au Japon et aux États-Unis,

qu'ils soient populaires, tels les jeux pour enfants (poupées, livres illustrés, images d'Épinal, figurines, fanzines), bandes dessinées ou romans policiers imaginant notamment les femmes de la Révolution en *serial killers*, ou au contraire issus des industries du luxe, tels les cosmétiques, la gastronomie, les accessoires vestimentaires (déguisements macabres et sexistes d'Halloween aussi bien que haute couture); en quatrième lieu, les *produits détournés* par des sous-cultures, des contre-cultures ou des gestes artistiques contestataires, tels les *tags* ou les tatouages ou, dans un autre ordre d'idées, la publicité, qui procède aussi, à sa façon, par détournement et remotivation de stéréotypes de genre.

## Une histoire (fictive) contributive et collaborative

À cette typologie d'objets et archives s'ajoutent des produits plus composites, reposant sur des *protocoles expérimentiels interactifs*, allant de la guillotine en modélisme à peindre et monter intitulée *The Chamber of Horrors La Guillotine*<sup>15</sup>, avec son mécanisme de tête aimantée, ou la Marie-Antoinette *Action Figure* à tête éjectable<sup>16</sup>, dont on peut dévêtir la robe rouge afin de faire apparaître la chemise blanche avec laquelle elle est montée sur l'échafaud, jusqu'au célèbre jeu vidéo *Assassin's Creed. Unity*, en passant par les nombreux sites de partage de données qui constituent un nouveau champ d'investigation pour l'historien<sup>17</sup> au sein d'une sorte de «dicomania<sup>18</sup>».

Lady Oscar, héroïne transgenre, transculturelle et transhistorique du célèbre manga shôjo de Riyoko Ikeda intitulé *La Rose de Versailles (Berusaiyu no Bara)*,

paru en feuilleton à partir de mai 1972, est une figure matricielle à la frontière entre cultures matérielle et numérique. Depuis sa parution originale, ce manga essaime dans tous les modes d'expression (bande dessinée, dessin animé, comédie musicale, opéra rock, cinéma, notamment avec Jacques Demy)<sup>19</sup>, inondant le marché de produits dérivés de consommation courante, favorisant leur appropriation par des «fans de la première heure» et des «fans confirmés». Fiers de leur «*mangaka* préférée», ils revendiquent le droit d'être «monomaniaque[s]<sup>20</sup>», à travers plusieurs sites dédiés. Dès lors, l'avatar n'a plus vocation privative et individuelle: il permet, grâce à la perspective numérique, qui estompe la séparation entre intimité et extériorité, de partager des ressources et constituer une communauté autour

d'objets, images et témoignages collectés, agencés et customisés<sup>21</sup>.

connaît, à travers l'essor de pratiques collaboratives, une vogue sans précédent<sup>22</sup>.



Couverture d'un guide touristique de Versailles à l'usage des touristes japonais, reprenant des visuels du manga *Lady Oscar* insérés dans les photographies des sites (collection particulière)



*Gaga portraits*, photogramme d'une vidéo présentée par Robert Wilson au musée du Louvre en novembre 2013 à l'occasion de l'exposition *Living rooms. Le Louvre invite Robert Wilson*

On peut évoquer l'apparition d'un « nouveau folklore » engendré, ou pour le moins amplifié par l'émergence de sites de partage de ressources permettant de mutualiser les avatars en les réinscrivant dans la perspective sérielle qui les a inspirés, à travers une culture de la citation visuelle, en particulier dans le cas de la caricature ostensible dont fait régulièrement l'objet le tableau de David *La Mort de Marat ou Marat Assassiné* (1793) : le tribun défunt dans sa baignoire est représenté tour à tour sous les traits de Mister Bean, Dark Vador, Obama, Super Man ou Lady Gaga... Brouillant les frontières entre privé et public, nombreux sont les blogs et réseaux sociaux rebaptisés « marie-internette », cependant que la « légende rose et noire » de la reine

Elle témoigne d'une universalisation de la Révolution française par la culture du sensible et de l'image, mais aussi de la musique et du texte.

Ces cultures numériques peuvent se saisir en temps réel, à l'occasion des productions spontanées de cultures contestataires. Par exemple, une série d'images en réaction au thème des « casseurs » de 1789, qui a motivé un ensemble de déclarations sur les murs de la capitale, à la faveur du mouvement Nuit debout, sont reprises par Claude Guillon sur le blog *La Révolution et nous*<sup>23</sup>, rendant hommage à ces usages militants au sein de l'espace public. Là encore, l'avatar mémoriel constitue des successions de réactions simultanées qui n'ont pas vocation à être pérennisées ni répercutées en

dehors de leurs contexte d'émergence, de leur système d'énonciation... Plus généralement, la profusion d'avatars numériques symbolise une réalité historique augmentée devenue horizon d'attente prédominant des *Digital natives*.

L'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication et la valorisation de ce patrimoine immatériel et collaboratif trouvent avec le jeu vidéo un champ de manœuvre privilégié, bien que controversé. Huitième *opus* du cycle, le jeu vidéo d'action-aventure *Assassin's Creed. Unity*, incorporant des éléments d'infiltration, commence en 1789 et se termine en 1794. Il ressuscite les figures de Charlotte Corday, Théroigne de Méricourt ou encore Marie Tussaud, aux côtés de personnages d'invention. Conçu par Ubisoft à grand renfort de conseillers historiques, il propose un parcours vidéoludique dans le Paris de

la Révolution. Pensée pour les consoles «nouvelle génération» capables de faire évoluer avec fluidité plus de 5000 personnages à l'écran et de faire intervenir des foules massives, la conception du jeu se fonde sur trois piliers (la navigation, la circulation des personnages et les combats): elle laisse une large liberté de choix et de décision au joueur au cours de ses missions, ce qui sollicite davantage son imagination au sein de la plus grande ville jamais réalisée en image numérique. Qu'ils exhibent ou subliment la violence des événements, de tels avatars réactivent un patrimoine vivant porteur de stratégies idéologiques consistant tantôt à exhorter à l'action émancipatrice les héritiers des combattants révolutionnaires, tantôt à alimenter l'effroi rétrospectif sur les événements historiques, tantôt à en proposer une vision distanciée et ironique.

## Obsolescence programmée ou extension du domaine de l'histoire

Cette dernière catégorie d'avatar, au sens donné à ce terme par les cultures numériques, engage une réflexion sur l'objet considéré non comme produit fini, mais comme processus de création continuée, susceptible de s'inscrire dans la perspective d'une esthétique relationnelle: il consiste en protocoles à activer, au sein de dispositifs immersifs, voire émergifs, suscitant et même présupposant l'interaction avec le visiteur, spectateur ou collectionneur. Si le savoir-faire des musées et galeries d'art contemporain en la matière n'est plus à prouver, les musées d'histoire ont encore dans cette extension du domaine

de l'histoire à opérer leur révolution copernicienne: ils peinent à intégrer ce matériau vivant, participatif et évolutif, à leurs fonds patrimoniaux. S'il est clair que toute collection constitue en soi une forme mutilée de conservation d'objets, dans la mesure où ils sont soustraits aux usages sociaux, culturels, économiques ou politiques qui ont motivé leur production et orienté leur réception, voire programmé leur obsolescence, la question se pose, avec encore plus d'acuité, en ce qui concerne les avatars mémoriels.

Situés entre marché et État, autrement dit entre mercantilisme consumériste et pédagogie citoyenne active, les avatars

mémoriels attestent d'une emprise des objets sur les consciences qui influence notablement notre rapport à l'histoire. Sous l'apparente incongruité d'objets sciemment insolites et de représentations délibérément factices, un champ nouveau d'investigation s'offre par conséquent à la communauté scientifique, loin de ses assises épistémologiques habituelles. La collecte, l'inventaire et le traitement d'avatars à la durée de vie limitée et à la légitimité contestée, en vertu de leur ambivalence et de leur équivocité constitutive, apparaissent en définitive comme un champ nouveau d'expertise et d'indisciplinarité. Il est susceptible de renouveler l'historiographie, tout en stimulant des disciplines d'apparition récente telles que les études cinématographiques, les arts du spectacle, le design ou les humanités numériques, sans pour autant perdre de vue sa dimension politique et idéologique. Ce regard actualisant sur un domaine évanescant et volatil offre une plongée dans la politique de la mémoire<sup>24</sup> née de la ferveur patrimoniale attachée à l'imaginaire social et culturel de la Révolution française dans l'espace de la mondialisation. Or, si l'intérêt pour

une certaine imagerie révolutionnaire est désormais manifeste, contribuant à faire prendre au sérieux la production d'industries culturelles et récréatives<sup>25</sup>, rares sont encore les recherches scientifiques consacrées aux avatars mémoriels.

Pourtant, certaines institutions de conservation s'ouvrent timidement à cette « petite histoire » qui fait une entrée remarquée dans certains musées. À l'heure où la star *pop rock* Lady Gaga, entreprenant une série de « GAGA portraits » à mi-chemin entre performance et création vidéo, à l'occasion de la sortie de son nouvel album médiatisé sous le titre *Artpop*, est immortalisée dans la posture de la célèbre toile de David *La Mort de Marat* (1793), à l'occasion d'une carte blanche donnée à Robert Wilson au musée du Louvre en novembre 2013<sup>26</sup>, dans une composition projetée sur écran, il semble que le référent révolutionnaire fasse retour dans notre inconscient culturel : brouillant les contours de notre rapport à l'histoire, mais aussi à notre présent et à notre avenir, il en bouscule les codes culturels, esthétiques et idéologiques, tout en lançant un défi nouveau au chercheur, incité à réinventer ses objets, méthodes et approches.

## Notes

- 1 Jean-Clément MARTIN, Laurent TURCOT, *Au cœur de la Révolution. Les leçons d'histoire d'un jeu vidéo*, Vendémiaire, 2015. Voir également le numéro spécial d'*Historia* consacré à la Révolution française (n° 20, nov.-déc. 2014).
- 2 Voir le colloque « *Reenactment* / Reconstitution : refaire ou déjouer l'Histoire ? », organisé par Estelle Doudet et Martial Poirson au Centre culturel international de Cerisy-La-Salle du 22 au 29 septembre 2018.
- 3 Jean-Clément MARTIN, Charles SUAUD, *Le Puy-du-Fou, en Vendée. L'histoire mise en scène*, L'Harmattan, 1996.

- 4 Voir mon exposition « Révolution française et culture populaire (xx<sup>e</sup>-xxi<sup>e</sup> siècles) » au musée de la Révolution française, de juin 2013 à avril 2014.
- 5 Jean-Clément MARTIN, *La Machine à fantasmes. Relire l'histoire de la Révolution française*, Vendémiaire, 2012.
- 6 Sophie WAHNICH, *La Révolution française n'est pas un mythe*, Klincksieck (Critique de la politique), 2017.
- 7 Sophie WAHNICH (dir.), *Histoire d'un trésor perdu. Transmettre la Révolution française*, Les Prairies ordinaires, 2013.

- 8 Sophie WAHNICH, *Les Émotions, la Révolution française et le Présent*, CNRS Éd., 2009.
- 9 Poupée en porcelaine « Miss Piggy » en « Marie-Antoinette » par Enesco, édition limitée à 2500 exemplaires, 1983 : <[www.muppetcentral.com/collectibles/muppets/porcelain.shtml](http://www.muppetcentral.com/collectibles/muppets/porcelain.shtml)> (consulté en mai 2017, comme l'ensemble des sites qui suivent).
- 10 *Marie Catoinette*, ERTL Collectibles, « The Cat Hall of Fame », 2011.
- 11 Marie-Antoinette Barbie® Doll, Women of Royalty™ Series, modèle n° 53991, série limitée (2003), Mattel : <[www.barbiecollector.com/shop/doll/Marie-Antoinette-barbie-doll-53991](http://www.barbiecollector.com/shop/doll/Marie-Antoinette-barbie-doll-53991)>.
- 12 Celui de 1778, conservé au Kunsthistorisches Museum de Vienne.
- 13 Voir les contributions de Catriona SETH, Dorothee POLANZ et Guy SPIELMANN dans Martial POIRSON (dir.), *La Révolution française et le monde d'aujourd'hui. Mythologies contemporaines*, Classiques Garnier, 2014, III<sup>e</sup> partie, section « Marie-Antoinette, icône pop », p. 335-376.
- 14 Maurice AGULHON, Pierre BONTE, *Marianne. Les visages de la République*, Gallimard, 1992.
- 15 <<https://www.youtube.com/watch?v=WD2K5iRnlok>>.
- 16 <<https://www.youtube.com/watch?v=5r9UJbqckxo>>.
- 17 Guillaume MAZEAU, *Le Bain de l'histoire. Charlotte Corday et l'attentat contre Marat (1793-2009)*, Champ Vallon, 2009; Jean-Clément MARTIN, « Charlotte sur le net ou la magie du meurtre », dans *La Machine à fantasmes*, op. cit., p. 181-192.
- 18 Jean-Luc CHAPPEY, *Ordres et désordres biographiques. Dictionnaires, listes de noms, réputation, des Lumières à Wikipédia*, Champ Vallon, 2013, p. 329-353.
- 19 Voir les contributions de Tomoko TAKASE, Nathalie ALZAS, Christophe CAVE et Norio MIHARA, et Cyril TRIOLAIRE dans Martial POIRSON (dir.), *La Révolution française et le monde d'aujourd'hui*, op. cit., III<sup>e</sup> partie, section « Lady Oscar, héroïne transgenre », p. 377-434.
- 20 <<http://lady-oscar.e-monsite.com/>>.
- 21 Le site qui lui est consacré par Nathalie Garrouste, collectionneuse passionnée, est révélateur, de même que sa fréquentation, dépassant 300 000 consultations dès juin 2016 : <<http://www.larosedeversailles.com/>> (en japonais).
- 22 « Marie-Internet ou la légende rose et noire de Marie-Antoinette, de Schönbrunn à Google », <<https://www.franceculture.fr/emissions/mauvais-genres/marie-internet-ou-la-legende-rose-et-noire-de-marie-antoinette-de>>.
- 23 Claude GUILLON, *La Révolution et nous*, <<https://unsansculotte.wordpress.com/2016/06/05/1789-49-3-2016-arithmetique-historique-numerologie-revolutionnaire/>>.
- 24 Martial POIRSON, *Politique de la représentation*, H. Champion, 2014, chap. 3, p. 157-200.
- 25 Paul CHOPÉLIN, Tristan MARTINE (dir.), *Le Siècle des Lumières en bande dessinée. De poudre et de dentelles*, Karthala, 2014; Sylvie DALLET, *La Révolution française et le cinéma. De Lumière à la télévision*, Éd. des Quatre-Vents, 1988; Martial POIRSON, Laurence SCHIFANO (dir.), *L'Écran des Lumières. Regards cinématographiques sur le XVIII<sup>e</sup> siècle*, Oxford, Voltaire Foundation (Studies on Voltaire and the eighteenth century), 2009, et *Filmer le dix huitième siècle*, Desjonquères, 2009.
- 26 Le dispositif est repris dans l'exposition *Amazones de la Révolution* au musée Lambinet de Versailles entre novembre 2016 et mars 2017, mettant en regard l'original et son œuvre seconde.