



Jeu de hasard allemand
"Le voyage à travers les
Dardanelles".
Coll. Historial de la Grande
Guerre.

la mobilisation aux combats sur terre, air et mer, pour arriver à la ville non nommée de Berlin. La spécificité tient en fait dans la mise en valeur des nouvelles technologies: chaque joueur choisit son arme (croiseur, avion, ou soldat) mais, si les parcours sont parallèles, ils restent rigoureusement identiques et l'issue certaine de la victoire française cadre le discours. Chez les Alliés, le même discours est développé dans des jeux aux titres explicites comme « Who will reach Berlin First? » (Qui arrivera à Berlin en premier?). Jeu créé par la "Belgian Toys Manufacturing Co", il double son discours patriotique d'un appel à la solidarité interalliée en rappelant qu'il est entièrement fabriqué en Angleterre par des réfugiés belges et qu'il est destiné à supplanter les jouets importés d'Allemagne. Ainsi, la durée et l'espace, qui touchent toujours au symbolisme, sont mis au service d'une représentation du monde et de la guerre: les jeux édités proposent dès 1914 une géostratégie du conflit. Comprendre les étapes du jeu permet de saisir la dimension ludique et aussi l'idéologie qu'il véhicule à propos de la guerre.

PROPAGANDE PAR LE BAS

Le jouet et le jeu répondent à un besoin d'explication. Ils deviennent engagés, porteurs d'un message patriotique qui donne un sens au conflit et le justifie: les fabricants développent des pièces qui cristallisent l'imaginaire guerrier et qui correspondent à l'attente des acheteurs. Avec la guerre, les loisirs se transforment naturellement en vecteurs d'une propagande par le bas, spontanément créée par la population et les fabricants. L'État n'intervient que peu dans ce domaine et les lois du marché dictent cette culture en temps de guerre. En mettant celle-ci au centre de leurs réalisations, les fabricants prouvent

"Jusqu'au bout".
Jeu de l'oie.
Coll. Historial de la
Grande Guerre.

leur participation au conflit et créent un cadre transmettant les valeurs, les convenances, les règles de la société en des termes compréhensibles. Les jeux de cubes s'adaptent en juxtaposant aux motifs parfaitement bucoliques d'avant-guerre des scènes de combats ou d'atrocités allemandes. Nombre de jouets s'inspirent d'images déjà familières aux enfants qu'ils combinent avec celles issues de la militarisation de la société d'avant-guerre. Dans le jeu de

l'oie, connu depuis la fin du XVI^e siècle en Italie, il ne s'agit plus d'atteindre le paradis mais de gagner la guerre. Le dessinateur Guy Arnoux décline tous les aspects de l'anti-germanisme, ridiculisant les Allemands, la Kultur et accumulant les atrocités représentées. Les jouets et jeux, immédiatement très violents, acquièrent une signification presque magique, les textes de règles liant directement la mort de pions ou de figures d'un jeu de massacre à celle des ennemis sur les champs de bataille. Le jeu de quilles vendu par les grands magasins parisiens depuis 1870 n'a plus une boîte en forme de choux mais en forme de casque à pointe et les quilles à renverser sont des soldats allemands en train de se rendre. Ce dernier exemple témoigne de l'extrême violence de la culture de guerre dans laquelle la mort d'un ennemi désarmé est encouragée⁶. En passant par le loisir, on tente d'atteindre le joueur dans ses derniers retranchements, de rendre présente la guerre qui se déroule, y compris dans les moments d'évasion. Il s'agit de canaliser la surabondance d'énergie vitale qui est consommée dans une activité

Le jeu et le jouet porteurs d'un message patriotique





Jeu de quilles.
Coll. Historial de la Grande Guerre.

superflue pour mobiliser encore plus le joueur. Le jeu « inutile » sert à développer des aptitudes. Il enseigne le risque, apprend à s'exposer avec vaillance et favorise le dépassement de soi et de ses possibilités... Le jouet et le jeu sont ainsi un raccourci de la

société. Rien d'étonnant dès lors à ce que, face à un investissement émotionnel massif, la production soit tout aussi riche.

UNE PRODUCTION VARIÉE

En plus des jeux déjà cités et au delà des poupées, panoplies et des figurines de soldats⁽⁴⁾, il existe différents types de jouets, d'objets sans règles explicites qui favorisent l'imaginaire. La guerre sert de support pour des planches à découper. Les images d'Épinal, en particulier, publient depuis le milieu du XIX^e siècle des sujets d'actualité. Pendant le conflit, ce sont près de 300 séries nouvelles, toutes à sujet guerrier, qui sont publiées. Ces planches sont d'excellents exemples de la culture de guerre. Elles insistent sur l'héroïsme combattant inscrit dans la continuité des soldats de l'An

II, vilipendent les atrocités allemandes tout en rassurant les joueurs en gommant le plus souvent la souffrance. À l'autre bout de la gamme, les jeux d'optique, de fabrication complexe, permettent de développer un message plus construit et pédagogique. Les lanternes magiques promeuvent ainsi l'emprunt national. Également plus complexes en

moyenne, les jouets mécaniques qui sont fabriqués

en France depuis les années 1820, introduisent le mouvement. Grâce à une clef actionnant un ressort par exemple, le jouet peut avancer, bouger⁽⁵⁾... Par exemple, les chars d'assaut à clef ou les bateaux jouets à vapeur témoignent de la force industrielle de la nation. En exaltant les dernières trouvailles technologiques, ces objets entre le jouet, la maquette et même l'artisanat de tranchée glorifient la supériorité de la nation et sa puissance industrielle.

Une véritable culture de guerre apparaît donc immédiatement avec grande force et se manifeste dans des productions des plus variées. La diffusion et la représentativité de ces pièces peut notamment être mesurée dans les catalogues de jouets de fin

JEUX DE GUERRE

Les jeux présentent une typologie complexe et variée. Au sein des jeux de société, une place particulière doit être accordée aux jeux de guerre.

Fondamentalement, le jeu est une métaphore du monde et de la nature de l'homme. Au moment même où la guerre change de nature, apparaissent des jeux dans lesquels les joueurs doivent capturer les pions de l'adversaire. Le général Moltke introduit en 1837 le "Kriegspiel" (jeu de guerre) dans la formation des officiers. Il s'agit de déplacer sur une carte ou un terrain reconstitué à petite échelle des pions représentant des unités pouvant varier de l'escouade à l'armée. Ces "wargames", parfois d'une extrême précision et pouvant se composer de centaines ou de milliers de pions, permettent de recréer avec une certaine fidélité les engagements guerriers du passé. Le joueur, souvent bon connaisseur en histoire, cherche alors à vérifier, à travers la transposition de cas concrets, si un résultat différent était possible et d'en tirer des leçons pour planifier les opérations futures. Après 1870, les succès de l'armée prussienne amènent le "wargame" à être timidement imité dans d'autres pays. Néanmoins, la France reste rétive et, au-delà d'une certaine complexité, préfère des jeux purement mathématiques tels que les échecs.

d'année. Les premiers catalogues d'étrennes seraient une initiative des Grands Magasins du Louvre fin 1875 qui présentent ainsi leurs exclusivités. Mais simultanément, les Grands Magasins du Printemps éditent aussi un catalogue pour la nouvelle année. À la veille de la Grande Guerre, cette pratique est bien enracinée et touche un public sans cesse élargi. Ces catalogues d'étrennes sont donc une véritable source pour mesurer l'engouement patriotique. Ils comprennent 20 à 25 % de nouveautés avant 1914 puis 50 % pendant la guerre. Le développement de ces nouveaux jouets s'accompagne de la militarisation des illustrations de couvertures, premier moyen d'attirer le regard. Cette diversité impressionnante prolonge les encouragements avant-guerre: le concours Lépine expose depuis 1901 les inventions des

Catalogue d'étrennes "Au bon marché".
Coll. Historial de la Grande Guerre.

(4) Est aussi présente la référence implicite à la ruse allemande consistant à faire semblant de se rendre (« Kamerad ») pour pouvoir ensuite mieux tirer sur les soldats français surpris. Ce non-respect des règles de la guerre justifia donc tous les actes des petits français.

(5) Qui seront traités dans des études ultérieures.

(6) On distingue notamment les jouets mécaniques des automates par le nombre de mouvements: celui-ci est toujours inférieur à quatre pour les premiers.





fabricants de jouets et récompensent celles dont le prix est compris entre 5 centimes et 3 francs. En allant plus loin, on peut affirmer que, dans certains cas, la guerre favorise un nouvel essor. Ainsi, la maison Rossignol, créée en 1868, connaît un nouveau rebondissement avec la Grande Guerre. La célèbre marque aux initiales CR n'est plus sujette à la concurrence et se développe de nouveau en une grande manufacture de jouets en métal pour se retrouver en position de force en 1920-1921 lorsque les clients, victimes de pénurie, conjurent d'être livrés. Pour l'industrie du jouet, la défense de la nation détermine la survie commerciale pure et simple.

QUEL IMPACT ?

Dans ses souvenirs Où est passée ma jeunesse ?, Henri Sacha Dillot, alors âgé d'environ 3 ans, décrit l'impression laissée par les jouets anti-allemands : « Et je

Uniforme pour enfant.
Coll. Historial de la Grande Guerre.



revois encore – mais oui – cet abominable jouet qui a réjoui une ou deux années de mon enfance, et représentant un "coq gaulois" monté sur une flexible tige d'acier dont chaque mouvement le précipitait, bec en avant, sur le casque à pointe d'un soldat allemand, dont je n'ai jamais oublié le visage grotesque ».

Il y a donc eu diffusion d'une culture et d'un discours de guerre par les jeux et jouets. Mais il reste difficile d'en mesurer la réception. Les fabrications sont connues mais le coût de certains jouets et la pénurie de matières premières semblent avoir limité la diffusion. Par exemple, certains jeux de massacre se vendent 90 francs ! Des navires valent le salaire mensuel d'une ouvrière. Les jeux et jouets vendus auraient donc surtout touchés la bourgeoisie et les classes moyennes. Ceci est encore plus vrai pour les campagnes où seules les images d'Épinal pénètrent réellement.

Jeu des Quat'armes. Le saut est un meurtre symbolique. Coll. Historial de la Grande Guerre.

Dans l'enquête de Manon Pignot, un seul enfant a le souvenir d'avoir reçu des jouets pour Noël. Jean Thuillier se voit offrir une guêrite et un uniforme. Mais il ne peut jouer longtemps avec ses cadeaux car cette activité n'est pas jugée convenable dans une famille marquée par le deuil.

Enfin, il ne peut être exclu que l'intensité initiale de la mobilisation des jeux et jouets soit le reflet de la soumission à ce que l'enfant perçoit qu'on attend de lui : dans le même passage, Simone de Beauvoir poursuit en écrivant : « Je jouai au vaillant zouave, à l'enfant héroïque. J'écrivis avec des crayons de couleurs "Vive la France". Les adultes récompensèrent ma servilité. "Simone est terriblement chauvine" disait-on avec une fierté amusée. [...] Il n'en faut pas beaucoup pour qu'un enfant se change en singe ». Par la suite, la lassitude qui transparaît face à l'absence et la mort a incontestablement créé une usure dans la seconde moitié du conflit...

Le prix onéreux de certains jeux et jouets

À travers ces exemples apparaît le paradoxe d'une société voulant encadrer au maximum l'interprétation de la guerre alors que le maillage entre ses membres se distend du fait même du conflit.

Néanmoins, si Mme Hollebecque indique que les atrocités allemandes n'agissent pas sur l'imagination des enfants, des études récentes montrent que l'absence d'atrocités dans les dessins d'enfants en guerre est un signe de bonne santé psychologique. L'absence de sources ne signifie donc pas que les jouets et jeux aient été refusés ou non utilisés lorsque l'oc-

casion se présentait : Max Jeanard, 5 ans, est ainsi fier de porter un uniforme semblable à celui de son père, sergent au 89^e R.I., qui dénonce pourtant les horreurs des tranchées dans ses lettres à sa femme et lui demande de changer « ses idées soldatesques ». Le grand nombre d'exemplaires, pas toujours en bon état, du jeu « L'actualité-L'union fait la force » qui nous est parvenu montre son succès à l'époque auprès des acheteurs et des joueurs. Les étrennes, en reconduisant des jeux d'une année sur l'autre, témoignent de leur réussite commerciale. Enfin, les témoignages de l'époque se font l'écho d'une pratique réelle, immédiate et durable.



Jeu de stratégie "L'actualité-L'union fait la force". Coll. Historial de la Grande Guerre.

« L'enfant n'a pas cessé de jouer [...] En fait, depuis deux ans, d'un bout à l'autre de la France, nos enfants ont joué au soldat »⁽⁷⁾.

VERS UNE DÉMOBILISATION DES ESPRITS ?

La fin de la guerre surprend le monde des fabricants de jeux et de jouets comme le reste des belligérants. Si les catalogues d'étrennes de 1918 restent très marqués par le conflit, la part de celui-ci diminue rapidement. Le quotidien reste une source d'inspiration : le jeu de cubes de la reconstruction permet au joueur de bâtir symboliquement le retour à la prospérité d'antan d'un village anéanti par les combats. Au premier plan, le maire et l'architecte incarnent l'autorité rassurante et l'ordre social. Les jeux semblent s'éloigner des outrances de guerre. Ainsi, « Wer da ? » (qui va là ?), jeu d'échecs aux pièces cachées, met face-à-face deux armées allemandes sans aucune référence historique. Le martial jeu de fléchette « Eureka » d'avant-guerre est rebaptisé « sport national inoffensif ». La fonction éducative et mobili-

satrice des jeux et jouets, en tous cas, n'est pas remise en cause par la guerre. Au contraire, les pacifistes intégraux, comme les anciens combattants, utilisent les mêmes ressorts moraux et affectifs lorsqu'ils tentent de déconstruire le discours mobilisateur du conflit. Ils déclinent avec une certaine réussite en tract et en affiche le slogan « Enfants. Ne jouez pas à la guerre ». Aujourd'hui encore, certains pays comme la Suède interdisent la vente de jeux guerriers⁽⁸⁾. Ils se situent plus dans une tradition de jeux coopératifs ou de « serious games » (jeux sérieux) qui sont porteurs d'un message citoyen, écologique ou social clair.

Ceci n'empêche pas la mémoire de la Grande Guerre de se poursuivre encore à travers les jouets ou

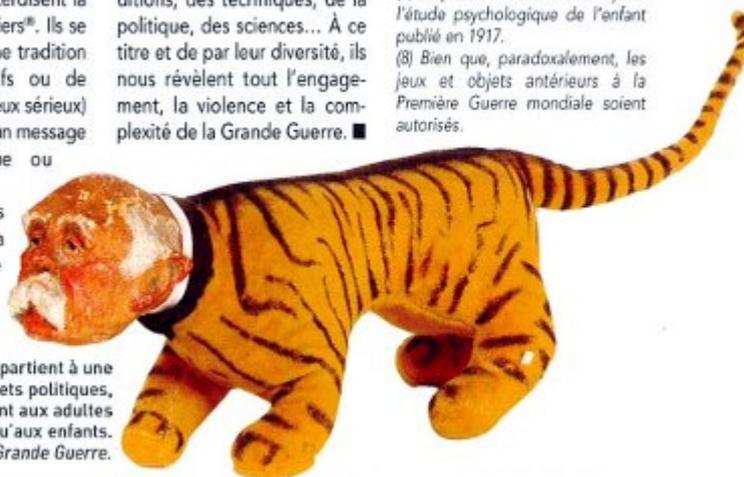
La mémoire de la Grande Guerre dans les jeux

les jeux. Les Wargames sur la thématique 14-18 déclinent les aspects tactiques et stratégiques depuis les années 80 et se prolongent dans les jeux vidéo. « Warfare 1917 » est considéré comme l'un des tous meilleurs jeux gratuits sur internet par plus de 17 millions de joueurs. Les jeux et jouets construisent un imaginaire qui est proposé à un large public. Ils sont donc au confluent de l'art, de l'économie, des traditions, des techniques, de la politique, des sciences... À ce titre et de par leur diversité, ils nous révèlent tout l'engagement, la violence et la complexité de la Grande Guerre. ■

BIBLIOGRAPHIE

Stéphane Audoin-Rouzeau, *La Grande Guerre des enfants*, Armand Colin, Paris, 1993, 188 pages.
 Jean-Marie Lhote, *Dictionnaire des jeux de société*, Flammarion, Paris, 1996, 581 pages.
 Manon Pignot, *Allons enfants de la Patrie ? Filles et garçons dans la Grande Guerre : expériences communes, construction du genre et invention des pères (France, 1914-1920)*, Thèse, EHESS, Paris, 2007, 501 pages.
 François Theimer, *Les jouets*, PUF (QSJ), Paris, 1996, 128 pages.

(7) Enquête de la Société libre pour l'étude psychologique de l'enfant publié en 1917.
 (8) Bien que, paradoxalement, les jeux et objets antérieurs à la Première Guerre mondiale soient autorisés.



Le Clémentigre appartient à une longue lignée de jouets politiques, s'adressant autant aux adultes qu'aux enfants.
 Coll. Historial de la Grande Guerre.

ENTRETIEN AVEC GEORGES MONNIER

Georges Monnier, après une aventure dans une maison de production de disques à Montréal et à New York, ouvre une boutique spécialisée dans les jeux anciens « La tortue électrique » à Paris le 1^{er} avril 1983. Il collectionne déjà les jeux tactiques à base de plateau tel que le « Jeux des quatr'armes » et les jeux en papier mâché lorsqu'il reprend la boutique « La toupie savante » tenue depuis 10 ans par une amie américaine. Associé alors avec Pierre Dietsch, un autre ami et grand collectionneur de jeux de l'oie^(*), il cherche toujours à « rafler » le plus possible de jeux dans le monde entier.

« Qu'est-ce qui a déclenché votre intérêt pour les jeux ? »

Cette passion s'explique peut-être par mon enfance pas toujours facile, où « il n'y avait pas un rond » et donc pas de jouets. Au début, j'avais surtout une culture livresque, puis on apprend, on fait ses preuves. Marchand de jeux anciens est une corporation comme une autre. Mais l'avantage, c'est la créativité dans ce secteur : cela fait 45 ans que cela m'amuse et on trouve encore des choses qu'on n'a jamais vues. C'est plaisant ! Or, la guerre de 14-18 est un des créneaux les plus prolifiques. On trouve une grande ingéniosité, qui allie l'aspect ludique au message de « casser du boche ».

Pour le collectionneur, est-ce un thème encore facile ?

Cela reste très abordable : à partir de 50 euros à 100 euros, on trouve des jeux d'adresse avec des billes qui conquièrent les villes ennemies. Pour un beau jeu de plateau, il faut compter 300 euros. Les prix stagnent dans l'ensemble mais l'exceptionnel reste à de hauts prix. « Toymania » reste le salon de référence pour ces belles pièces et les catalogues sont de bonnes sources montrant des pièces inconnues ! Il faut dire que la pérennité était faible car nombre de pièces cassaient après trois parties. L'ingéniosité primait sur la qualité. Les matériaux pendant le conflit étaient inadéquats à cause de la pénurie et on prenait ce qu'on trouvait. Ainsi un canon mécanique, sorti en très peu d'exemplaires, a un tube énorme pour un projectile tout simple... Sans doute parce que le fabriquant n'avait rien d'autre... »

(*) Sa collection de plus de 2500 pièces est à l'origine du musée du jeu de l'oie à Rambouillet.