

OBJETS ET ASPECTS MATÉRIELS

Jouer à la guerre dans l'Europe contemporaine

Bérénice ZUNINO

RÉSUMÉ

En essor depuis le ^{xix}^e siècle, les jouets guerriers sont à la fois des objets culturels et des produits commerciaux. En temps de guerre, ils contribuent à la mobilisation des civils, en particulier des enfants et des jeunes. Longtemps produits de luxe, les jouets, tout comme les jeux, plus libres, façonnent l'imaginaire et constituent un exutoire symbolique. En temps de paix, ils sont les vecteurs d'un discours historique dont le potentiel pédagogique, surtout depuis l'émergence des jeux vidéo, est encore largement inexploité. Vecteurs d'une interprétation du passé guerrier, ils suscitent des critiques et des polémiques, soulèvent des enjeux mémoriels et représentent, de fait, un champ d'étude en friche.



Anglais sous forme de pantin à construire, 1914. © Landesmuseum
Stuttgart/Museum der Alltagskultur Schloss Waldenbuch, collection F. Schreiber,
VK 1978/50-8156

Depuis le ^{xix}^e siècle, les jouets manufacturés, les jeux, l'imagerie, la littérature et, depuis les années 1970, les jeux vidéo véhiculent des représentations de la guerre en lien avec les sociétés dans lesquelles ils sont fabriqués. À

l'ère des guerres modernes, ils recouvrent un potentiel mobilisateur qui révèle la volonté des adultes d'impliquer plus avant les enfants dans les hostilités. La production et l'appropriation d'un discours historique par ces supports en temps de paix soulèvent par ailleurs des enjeux mémoriels.

De la fabrication industrielle à la Grande Guerre

Si l'on trouve la trace de jouets guerriers dès l'Antiquité, la fabrication industrielle débute vers 1870. L'industrialisation, la montée des nationalismes, le déclenchement de plusieurs guerres et l'émergence de méthodes pédagogiques (M. Montessori, C. Freinet, E. Key, W. Stern) sont autant de facteurs propices à leur essor. Se développe alors une véritable industrie : la technique de la chromolithographie (impression en couleurs sur pierre calcaire) permet de produire des jeux de société, albums de coloriage et abécédaires guerriers aux couleurs vives ; figurines militaires en étain et en plomb, coffrets-diorama, panoplies de soldats et répliques d'armes inspirées des manœuvres militaires reflètent le prestige dont jouit alors l'armée. Ces jouets sont à la fois objets commerciaux et objets culturels. Contrairement aux jouets manufacturés, coûteux et peu utilisés, les planches de soldats à découper des ateliers de Pellerin (Épinal, 1796) et de G. Kühn (Neuruppin, 1791) sont accessibles au plus grand nombre. Révélateur de la militarisation croissante des sociétés européennes, le marché du jouet est alors dominé par l'industrie allemande, largement tournée vers l'exportation, comme l'illustre le cas de la maison d'Otto Maier, fondée à Ravensburg en 1883, encore célèbre aujourd'hui sous le nom de Ravensburger. Cette situation perdure jusqu'à la Grande Guerre, chaque pays belligérant privilégiant ensuite sa production nationale. Ce conflit représente aussi la césure principale dans l'histoire des jouets guerriers, tant au plan quantitatif que qualitatif.

À partir de 1914 les jouets accompagnent la mobilisation culturelle croissante de toutes les catégories de l'arrière, même les plus jeunes. Tous les fronts et toutes les facettes du conflit y sont représentés : des reproductions de tranchées et des sous-marins pour petits garçons côtoient des panoplies d'infirmières, des poupées-soldats et poupées équipées de cartes de ravitaillement pour les fillettes. Ils offrent un espace de défoulement : des cibles de tirs, des jeux de « quille boche », des pantins et des livres à transformation mécanique – dont les pages, scindées en plusieurs parties, permettent au lecteur joueur de former des personnages hybrides en variant la tête ou le tronc – invitent à faire subir tous les mauvais traitements à l'ennemi. Les enfants n'en sont pas les seuls consommateurs : des jeux d'échecs pour soldats et des jeux de cartes de poche, facilement transportables, constituent un nouveau débouché et une source de distraction au front.

Actualisation et usages des jouets en 1939-1945

Durant la Seconde Guerre mondiale, ils sont actualisés sans connaître un véritable essor. Sont commercialisés des planches d'imagerie et des jouets à l'effigie du maréchal Pétain, de Mussolini et d'Hitler ; les célèbres figurines « Elastolin », matériau composite à base de colle et de farine de bois, des frères Otto et Max Hausser (Ludwigsburg), sont fabriquées sur le modèle des divisions de la Wehrmacht.

En temps de guerre, jouets et jeux ne présentent toutefois pas seulement un potentiel mobilisateur. S'ils sont considérés comme subversifs par les anciens combattants et les pacifistes, comme Ernst Friedrich, le fondateur du Musée anti-guerre de Berlin, ils possèdent aussi une vertu salvatrice : espace symbolique de liberté et de défoulement, ils permettent aux petits de faire face à la violence de guerre en revivant les événements à leur manière, et donc en maîtrisant le scénario. Cette dimension thérapeutique est encore plus présente dans les jeux qu'inventent les enfants : dans les villes allemandes ou sous l'Occupation ils jouent aux « bombardements » pour surmonter leurs traumatismes ; dans le « camp familial » de Birkenau ils jouent aux détenus malades battus lorsqu'ils s'évanouissent pendant l'appel ou encore à « la chambre à gaz », un trou creusé matérialisant le lieu d'extermination dans lequel ils jettent des pierres censées représenter les morts envoyés dans les fours crématoires. Les vertus thérapeutiques des jeux et jouets guerriers et des dessins d'enfants sont d'ailleurs exploitées par des pédopsychiatres, comme les époux Brauner, dès la guerre d'Espagne. Après l'endoctrinement

par les régimes totalitaires, ce souci d'encadrement et d'éducation des petits et des jeunes devient une priorité pour tous les peuples.

Entre remilitarisation des jouets et éducation à la paix au temps de la guerre froide

Après la Seconde Guerre mondiale, la jeunesse devient une nouvelle préoccupation internationale (dans le sillage de la création de l'Unesco en 1945 et de l'Unicef en 1946) dont s'empare l'industrie du jouet. Favorisée par le baby boom et l'élévation rapide du niveau de vie, elle prend une ampleur considérable.

Même si la guerre froide entraîne une remilitarisation des jouets (poupées-soldats soviétiques, figurines articulées Action Joe créées par CEJI Arbois en France en 1975 sur le modèle de la version américaine GI Joe), l'éducation à la paix reste un but affiché dans chaque camp. Ainsi des figurines à l'effigie des différents peuples de l'URSS sont-elles commercialisées dans le bloc de l'Est afin de célébrer l'esprit d'entente et d'amitié entre les peuples mis en avant par la propagande soviétique. Les jouets produits des deux côtés du rideau de fer ne sont d'ailleurs pas seulement le prolongement de l'affrontement idéologique par d'autres moyens. Ils révèlent aussi une fascination réciproque : la commercialisation à l'Ouest d'un globe terrestre autour duquel gravite une réplique miniature du premier satellite Spoutnik (1957) montre l'ampleur de l'étonnement suscité par les prouesses techniques soviétiques.

Par ailleurs, les guerres coloniales constituent un autre terrain de propagande mémorielle : des puzzles exaltent la grandeur des empires coloniaux tandis que des romans bon marché misent sur l'exotisme colonial (tels que *Le Transsaharien* de Tito Topin en France).

Enfin, les jeux vidéo, dont les premiers sont commercialisés dans les années 1970, constituent une véritable nouveauté. Ces nouveaux médias culturels sont également au centre des enjeux éthiques et mémoriels soulevés dans tous les pays par les représentations (vidéo)ludiques de la guerre. Ainsi le jeu de stratégie *Company of Heroes 2* (2013), qui se déroule sur le front de l'Est durant la Seconde Guerre mondiale, a-t-il suscité de vives polémiques en Russie car il mettrait en avant les crimes de l'Armée rouge en occultant les souffrances de la population soviétique. D'autres jeux, conçus par des programmeurs « indépendants » et soucieux de leur anonymat, posent des problèmes éthiques, comme l'illustrent les jeux *Sonderkommando Revolt*, dont le but consiste à se mettre dans la peau de déportés et qui a été interdit avant même sa commercialisation prévue en 2011, et *KZ Manager* (1990), distribué illégalement, qui propose de gérer un camp d'extermination.

Vecteurs d'interprétation du passé après avoir été outils de mobilisation culturelle et idéologique, les jouets guerriers font partie du champ de bataille mémoriel de l'histoire des conflits.

BIBLIOGRAPHIE

AUDOIN-ROUZEAU, Stéphane, *La guerre des enfants, 1914-1918*, Paris, Colin, 1993.

DUFRESNE, Jean-LUC, *Les enfants de la guerre à la paix, 1930-1950*, Paris, Somogy, 2004.

GANAWAY, Bryan, *Toys, Consumption and Middle-Class Childhood in Imperial Germany, 1871-1918*, Oxford, Peter Lang, 2009.

STARGARDT, Nicholas, *Witnesses of War : Children's Lives Under the Nazis*, Londres, Jonathan Cape, 2005.

Source URL:

<https://ehne.fr/encyclopedie/thematiques/guerres-traces-memoires/objets-et-aspects-materiels/jouer-a-la-guerre-d>

ans-l'europa-contemporaine