

LES MIÈVRERIES PATRIOTIQUES DE LA GRANDE GUERRE : INSULTE AUX COMBATTANTS OU REFLET DE L'IMAGINAIRE DE L'ÉPOQUE ?

Bruno DE PERTHUIS

En 1914, dès le déclenchement des hostilités, on assiste à une avalanche de courrier, et l'usage de la carte postale patriotique se généralise entraînant une forte augmentation des tirages. Au début du conflit, elle véhicule des images reflétant un patriotisme exacerbé, dont les clichés caractéristiques du bourrage de crâne qui finissent par indisposer les combattants par leurs invraisemblances. Lorsque le conflit s'installe dans la durée, cette production vire à un humour grivois et récréatif de caserne dont le but est de tenir la guerre à distance. Après le conflit, une polémique s'engage entre ceux qui estiment que ces cartes constituent une insulte à la mémoire des poilus, et ceux qui pensent au contraire qu'elle est le miroir de l'imaginaire de l'époque dans un moment très particulier de guerre totale.

Rappelons qu'au milieu des années 1890, la carte postale illustrée commence à coloniser la planète. Le premier pays occupé, c'est l'Allemagne. En 1899, grâce en partie à Emile Strauss, elle conquiert la France, et l'exposition universelle de 1900 à Paris peut être considérée comme le début de l'âge d'or de ce nouveau support de communication dont une « distance psychologique nous sépare des générations pour lesquelles la carte postale était aussi novatrice que peuvent l'être aujourd'hui l'internet ou le téléphone

portable »¹, écrit Marie-Monique Huss dans *Histoire de famille, 1914/1918*. Très vite, elle devient un véritable phénomène social, « une furie collective », précise Ado Kyrou dans *L'âge d'or de la carte postale*². L'auteur note encore que « si les historiens se sont déjà occupés de la carte postale, les psychologues, les sociologues, voire les psychanalystes ne se sont pas encore penchés sur ce problème », celui des raisons d'un engouement collectif aboutissant « à un rite »³. En 1947, Georges Guyonnet publie une brochure intitulée *La carte postale illustrée, son histoire, sa valeur documentaire*⁴. Il écrit qu'elle « connut une gloire sans pareille. Toutes les folies, toutes les puérités que peut inspirer un objet à la mode lui furent consacrées. Elle eut de nombreux fervents éclairés et d'innombrables snobs s'en déclarèrent passionnés. Son nom fut prononcé dans toutes les langues, son culte célébré sous toutes les latitudes, on lui prêta toutes les formes, tous les visages, toutes les vertus, on se gorgea d'elle jusqu'à la nausée »⁵.

Pendant la Grande Guerre, les tourniquets des libraires et des marchands regorgeaient de cartes postales à sujets patriotiques, sentimentaux et même scabreux si l'on en juge par le grand nombre de celles étant parvenues jusqu'à nous. C'est d'ailleurs ce que confirme John Grand-Carteret qui, en 1916, écrit déjà que nombre de « personnes de loisir, inspirées par les événements, collectionnent, depuis le début de la guerre, les chansons, les placards et les images populaires, les timbres de bienfaisance, les soldats de plomb, les faïences patriotiques, les journaux du front, les coupures émises par les municipalités, que sais-je encore ! Quant aux cartes postales, une collection complète ne tiendrait pas dans un pavillon des Halles. On doit y renoncer quand on est petitement logé »⁶. Dans *L'âge d'or de la carte postale*, Ado Kyrou écrit « qu'à partir de 1914, toute famille possède ses albums et que tout le monde est cartophile »⁷. Après la guerre, n'inspirant plus de grandes passions, la folie la déserte, et les albums se referment. La production très abondante du conflit est diversement appréciée, et la question qui divise alors les auteurs et

¹ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 30.

² Ado Kyrou, *L'âge d'or de la carte postale*, Balland, Paris, 1966, p. 11.

³ Ado Kyrou, *L'âge d'or de la carte postale*, Balland, Paris, 1966, p. 13.

⁴ Georges Guyonnet, *La carte postale illustrée, son histoire, sa valeur documentaire*, Humblot, Nancy, 1947.

⁵ Georges Guyonnet, *La carte postale illustrée, son histoire, sa valeur documentaire*, Humblot, Nancy, 1947, p. 5.

⁶ John Grand-Carteret, *Verdun Images de Guerre*, Chapelot, Paris, 1916, p. 30, note 2.

⁷ Ado Kyrou, *L'âge d'or de la carte postale*, Balland, Paris, 1966, p. 14.

les chercheurs, c'est de savoir s'il faut inclure ou exclure la période 14-18 de l'âge d'or de la carte postale⁸. Marie-Monique Huss s'étonne de voir que tant d'auteurs considèrent la période 14-18 comme n'appartenant pas vraiment à l'âge d'or de la carte postale illustrée. La raison principale de cette désaffection pour ce support vient du fait que dans le contexte de la guerre, nombre de ces cartes sont jugées « trop légères, absurdes ou déplacées ». Paradoxalement, précise Marie-Monique Huss, ce sont précisément ces cartes qui sont aujourd'hui parmi « les plus prisées des collectionneurs modernes »⁹.

A propos des cartes de la guerre 14-18 auxquelles il consacre un chapitre, Georges Guyonnet précise que « si l'on excepte la carte postale reproduisant des faits de guerre : mouvements de troupes, effets de bombardements, groupes de prisonniers, etc., publiée en abondance et d'un intérêt peut-être secondaire parce qu'ayant son équivalent dans les journaux de l'époque, il reste l'énorme quantité de compositions patriotiques ou humoristiques sur la guerre, qui constituent les plus curieux témoignages sur l'esprit public du moment »¹⁰. Il constate qu'au début du conflit, elles symbolisent bien l'optimisme de l'opinion. Pour illustrer son propos, il décrit un photomontage représentant la tour Eiffel « estomaquée qui se gondole à la visite des Zeppelins », et un autre figurant la colonne Vendôme « qui se déboulonne à la lecture du communiqué annonçant une victoire saxonne dans les forêts du Groenland ». Il s'étonne encore devant le panache naïf que « déploient ces marins au regard langoureux, ces officiers chargeant, sabre au clair, dans une nuée glorieuse surmontant une infirmière préparant un lit où ils viendront soigner de jolies blessures, et ces fantassins avantageux contant leurs exploits en termes cornéliens ou disant à leur belle : *Maintenant que j'ai bu ton baiser langoureux, je pars plein d'entrain m'illustrer sous le feu* »¹¹.

On note qu'en dépit de leur caractère naïf frisant la niaiserie, l'auteur attribue à ces cartes une valeur documentaire pour les générations futures. Il en explique les raisons en précisant que ce n'est que dans le contexte du conflit que de telles absurdités ont pu voir le jour : « Que tout cela soit faux en soi, il n'est pas besoin de le dire, mais il est significatif que la guerre ait

⁸ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 30.

⁹ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 30.

¹⁰ Georges Guyonnet, *La carte postale illustrée, son histoire, sa valeur documentaire*, Humblot, Nancy, 1947, pp. 27-28.

¹¹ Georges Guyonnet, *La carte postale illustrée, son histoire, sa valeur documentaire*, Humblot, Nancy, 1947, p. 28.

créé un climat où de telles fleurs pouvaient éclore. Ces cartes héroïques et menteuses sont les seuls documents ayant cristallisé cet état d'esprit. Si elles se sont vendues, si elles ont eu du succès, c'est qu'elles correspondaient tout de même à quelque chose de vrai, au départ des hommes à la baïonnette fleurie, aux Cyrards donnant l'assaut en gants blancs, et surtout au courage ou à l'inconscience des foules qui demandaient à son imagerie d'être le prisme magique où le sang et la boue disparaîtraient sous l'azur des uniformes »¹². Guyonnet précise enfin qu'une étude sérieuse de ces cartes qui abordèrent « sur tous les tons » tous les aspects du conflit reste à faire. C'est ce que feront plus tard des historiens d'art et de l'histoire des mentalités en reprenant à leur compte certains aspects de son analyse.

A partir des années 1960, de nouveaux collectionneurs commencent à s'intéresser aux cartes postales anciennes qu'on pouvait acheter sur les quais de Paris, « en gros, au double du prix du papier ». En 1966, le Cercle Français des Collectionneurs de cartes postales est fondé. C'est en novembre 1974 qu'est publié le premier catalogue de cotation fixant des normes de prix ainsi qu'une méthode de classement thématique. Toujours en 1974, M. Caillot, Président du Cercle Français des collectionneurs de cartes postales, écrit que « la guerre de 1918 ne permettra plus de poursuivre l'évocation poétique des choses du passé. La carte postale est devenue hélas ! un objet de propagande qui fera appel à la plus grotesque absurdité davantage qu'au sens critique. Elle restera comme une injure aux sacrifices consentis par les victimes des deux camps (...). De ces jours mémorables datera le déclin de la carte postale illustrée, en même temps que s'engloutira la société de la Belle Epoque »¹³. Mais déjà, à cette époque, cette appréciation très négative, n'est pas partagée par tout le monde. En effet, D. Neave, collectionneur demeurant à Marly-le-Roi et dont le jugement est beaucoup plus nuancé, précise que « l'année fatale de 1914 marque la fin de l'âge d'or de la carte postale, comme elle finit la *belle époque* en condamnant des millions de jeunes gens à une mort violente. Les cartes sentimentales et patriotiques éditées entre 1914 et 1918 sont des témoins véritables. Des nombreux éditeurs utilisent pour la première fois industriellement le papier bromure colorié au pochoir et réaliseront un grand nombre de cartes à thème patriotique, revanchard, sentimental et par-

¹² Georges Guyonnet, *La carte postale illustrée, son histoire, sa valeur documentaire*, Humblot, Nancy, 1947, p. 28.

¹³ *L'univers des cartes postales*, exposition du musée Roybet-Fould à Courbevoie, octobre-novembre 1974.

fois leste. Les autorités ont vite compris l'importance de la carte postale comme moyen de propagande et ont établi un contrôle strict sur les dessins utilisés »¹⁴. On note que pour Neave, en dépit de la valeur documentaire qu'il accorde aux cartes de la Grande guerre, il considère qu'on doit les exclure de la période ayant constitué son « âge d'or » qui se limite pour lui à la Belle Epoque.

Quelques années plus tard, en 1977, se tient à Chalon-sur-Saône, au musée Nicéphore Niepce, un colloque sur *La carte postale illustrée*. A cette occasion, Joëlle et Gérard Neudin, auteurs de *L'Argus international des cartes postales de collection*, qui connut un succès rapide et exceptionnel et dont le premier numéro était sorti en 1975, écrivent que « si la guerre de 1914 donna lieu à d'innombrables émissions, celles-ci sont presque toutes marquées du sceau de la censure et inspirées par la propagande la plus simpliste. Il fallait que la guerre fût jolie pour les mairaines des poilus. Il fallait que les généraux alliés fussent meilleurs stratèges que ceux d'en face. Il fallait que le rouleau compresseur russe écrasât les Prussiens... La carte postale devenait instrument politique, et remplissait ce nouveau rôle à merveille (...). Et les collectionneurs, désemparés à l'issue du conflit, commencèrent de fermer les albums. La carte postale avait perdu l'essentiel de son âme quelque part entre la Marne et Verdun »¹⁵. D'après les auteurs, c'est déçus par la production de la guerre que les collectionneurs cessèrent de s'intéresser à la carte postale illustrée dont les albums une fois refermés commencèrent à prendre la poussière des greniers.

Toujours au cours du même colloque, en 1977 donc, Serge Zeyons qui vient alors de publier son ouvrage sur les cartes dites « patriotiques » de la Grande Guerre¹⁶, écrit que ces cartes « furent légion. Les éditeurs en imprimèrent des centaines de milliers et sans doute même des millions sur les thèmes les plus divers. Pendant longtemps les collectionneurs de cartes postales ont dédaigné ces cartes, les considérant avec quelque mépris, parce que la carte postale était devenue, comme l'a dit l'un d'eux, un vil objet de propagande, faisant appel à la plus grotesque absurdité davantage qu'au sens critique. C'est vrai. De plus l'on considérait cette époque comme mettant fin à l'âge

¹⁴ *L'univers des cartes postales*, exposition du musée Roybet-Fould à Courbevoie, octobre-novembre 1974.

¹⁵ Actes du colloque *La carte postale illustrée*, Chalon-sur Saône, 6-7-8 mai 1977, musée Nicéphore Niepce.

¹⁶ Serge Zeyons, *Le Roman Photo de la Grande Guerre*, Edition Hier et Demain, Paris, 1976.

d'or de la carte postale. Il convient aujourd'hui de corriger quelque peu cette opinion puisque certains spécialistes n'hésitent pas à prolonger cet âge d'or jusqu'aux années 20 »¹⁷. En effet, Ado Kyrou, qui s'intéresse aux cartes de la Grande Guerre ainsi qu'aux cartes surréalistes dont celles de la collection de Paul Eluard, considère que l'âge d'or de la carte postale s'étend sur une période allant de 1900 à 1925¹⁸. On voit que Serge Zeyons appartient à la lignée de ceux qui tentent de réhabiliter la production du conflit, en l'incluant, à l'instar de certains amateurs, à ce que l'on considère comme son âge d'or.

Dans ce contexte de vive polémique autour de la question de savoir si ces cartes mièvres et jugées sans intérêt par certains spécialistes de la carte postale dont l'influence et la notoriété sont reconnues, constituent une insulte à la mémoire des combattants de la Grande Guerre, Serge Zeyons prend ses précautions afin de ne pas être accusé de les offenser en se proposant de réhabiliter cette documentation iconographique controversée qu'il considère au contraire comme un intéressant témoignage de l'époque sur l'esprit public du moment, donc digne d'une étude sérieuse pour l'histoire des mentalités. Pour mieux charpenter sa démonstration, il précise même que certains poilus étaient bien conscients de la stupidité de nombre de ces cartes au message mensonger car véhiculant parfois les clichés caractéristiques de ce qu'on a appelé le bourrage de crâne qui indisposa nombre de poilus et créa un profond malentendu entre le front et l'arrière : « J'espère que l'on ne se méprendra pas sur l'esprit dans lequel toutes ces choses sont dites. Il n'est pas question de porter atteinte à la mémoire des anciens combattants de la guerre 14-18 ni de tous ceux qui utilisèrent ces cartes postales. Bien souvent ils n'en avaient pas d'autres à leur disposition. On peut même dire que nombre de messages d'amour ou d'amitié hâtivement griffonnés par les malheureuses victimes de cette guerre donnent quelquefois à la carte futile ou stupide son contrepoids de vérité et de sincérité. Il arrive aussi que l'on sente percer ici et là, dans la correspondance, des allusions subversives et même des questions directes échappées à la vigilance de la censure et qui démentent sans ambiguïté l'image mensongère et ridicule imprimée au recto de la carte »¹⁹.

Comme exemple de protestation de certains contemporains face au ridicule et au scandaleux, à leurs yeux, de nombre de compositions, mention-

¹⁷ Actes du colloque *La carte postale illustrée*, Chalon-sur Saône, 6-7-8 mai 1977, musée Nicéphore Niepce.

¹⁸ Ado Kyrou, *L'âge d'or de la carte postale*, Balland, Paris, 1966, p. 7.

¹⁹ Serge Zeyons, *Le Roman Photo de la Grande Guerre*, Edition Hier et Demain, Paris, 1976.

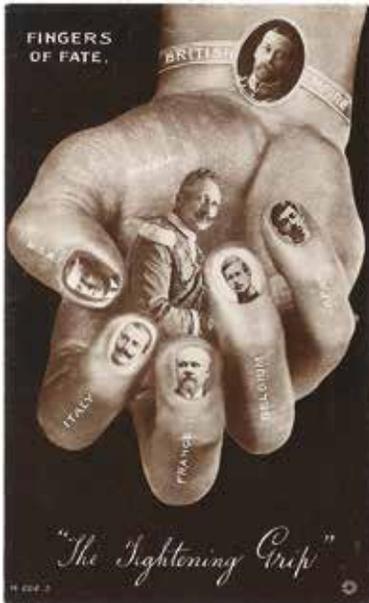


Fig. 2 : *The Tightening grip*, photomontage anglais.



Fig. 3 : *La main qui étreint*, « Comment la voient les poilus du front », numéro 194 de la marque E. M.

Ici, cette main, c'est celle d'une galante qui enserre un couple d'amoureux : un poilu embrassant goulûment une jeune aguicheuse qui semble attendre le prochain client en l'invitant sournoisement du regard à prendre sa place dans la file d'attente. On voit qu'une fracture s'opère entre deux conceptions de l'imagerie de guerre, ceux qui restent fidèles au patriotisme exacerbé du début du conflit appelant à la lutte à outrance contre l'envahisseur, et ceux qui, sans doute las et désabusés par les excès de cette propagande et la durée du conflit alors que l'on anticipait une guerre courte, en appellent à la jouissance immédiate des plaisirs d'une vie qu'ils risquent de perdre à tout moment pour une cause dont ils commencent à douter.

Images ridicules et mensongères, écrit donc Serge Zeyons, dont le regard actuel, comme le nôtre, est forcément déconnecté du contexte de la guerre. Ces images, dont la fonction reste à définir avec précision, ne seraient donc peut-être pas aussi stupides que l'on pourrait aujourd'hui le penser aux yeux de nombre de combattants qui s'y sont tout de même reconnus. Ces images patriotiques ridicules et mensongères ayant joué un rôle considérable de

« salubrité publique », Serge Zeyons les décrit ainsi : « Des millions de petits rectangles de carton en noir et en couleur racontent ce qui se passait sur le front. On y voit, dès 1914, l'accueil délirant de l'Alsace libérée à nos soldats victorieux. On frémit devant les atrocités et les perfidies du monstre à casque à pointe alors qu'à tout instant se manifeste la grande et belle générosité française. On apprend que le boche n'a, pour toute nourriture, qu'un pain noir détestable appelé KK et que l'odeur de notre camembert le fait ramper jusqu'à nos lignes où, suffoquant de bonheur, il se laisse prendre sans résistance. On applaudit aux exploits sans pareils de Rosalie, la baïonnette française, à ceux de notre 75, étoile des batailles. On se laisse bercer par la chanson de la mitrailleuse. Même le chien, le chien français s'entend, se couvre de gloire comme l'attestent les cartes postales émouvantes qui lui sont consacrées (...). Les poux ne deviennent vermine que lorsqu'ils sont allemands (...). La peur, on ne la trouve que chez les gens d'en face. La mort aussi. Sauf quand notre drapeau recueille dans ses plis tricolores le héros frappé au cœur. Il n'est, de blessés, qu'aux jambes et aux bras »²⁰. Toutes ces cartes qui relèvent d'un patriotisme d'opérette constituent aux yeux de nombre de poilus une offense, car elles dévalorisent leur courage en présentant l'ennemi comme un lâche,



Fig. 4 : Les bourreurs de crâne, n° 2101 de la série JK, 1917.

²⁰ Serge Zeyons, Le Roman Photo de la Grande Guerre, Edition Hier et Demain, Paris, 1976, p. 7.

alors qu'il se révèle être un redoutable combattant. Ce sont ces compositions caractéristiques du bourrage de crâne considéré comme une insulte à la mémoire des combattants qui indisposent le plus les tenants de leur exclusion de l'âge d'or de la carte postale. Ce bourrage de crâne est d'ailleurs tourné en dérision dans le numéro 2101 de la série JK datant de 1917 et intitulé *Les bourreurs de crâne* qui sont : le stratège en chambre, le retraité du petit café, le bouillant journaliste, et celui qui a le fin tuyau.

Les cartes lestes et grivoises déplaisent également aux tenants de l'exclusion des cartes de 14-18 de l'âge d'or de la carte postale. Dans *La femme au temps de la guerre de 14*, Françoise Thébaud écrit que « du rêve, il en faut dans cet univers masculin et morbide. A défaut de femmes réelles, on offre aux soldats des femmes de cartes postales ou de magazines, celles que Bertrand Mary appelle *les déesses de la poste*. Vendues à des millions d'exemplaires, les cartes illustrées sont admises par les services postaux des armées dans les zones de cantonnement et de repos ; elles peuvent être aussi achetées par le soldat lors d'un séjour à l'arrière. Cartes tendres où la pensée de la femme est tout entière tournée vers son compagnon : *Loin des yeux, près du cœur*. Cartes érotiques de prises de mamelon ou de scènes conjugales en dentelles. Cartes grivoises... »²¹. Dans *Les images qui mentent*, Laurent Gervereau écrit que « des séries entières de cartes postales et de vignettes, souvent à partir de photos colorisées à la main, illustrent les positions des *doux moments* et, dans de véritables séquences de romans-photos, narrent les assauts des sens ». En effet, « des femmes en petite tenue, au bord du lit, amoureuses perpétuelles, guettent l'instant de passer *du front aux lèvres* »²². Même les femmes enrôlées dans la propagande patriotique symbolisant Marianne ou Verdun « s'imposent d'abord, prétexte d'ailleurs à étaler les rondeurs dévêtues de plantureux modèles. Les allégories sont de chair. L'idéal féminin s'incarne en source de désir, rejoignant en cela les techniques de la publicité substituant la concupiscence de l'acheteur pour le modèle affriolant censé le conduire par mnémotechnie vers le produit »²³. Marie-Monique Huss précise que toutes ces images, qui font de la femme un objet de consommation excitant les sens des poilus qui ont acquis des droits à l'amour, donne de la maison France, l'image d'un « bordel généralisé »²⁴. Dans *Images de 1917*, en comparant

²¹ Françoise Thébaud, *La femme au temps de la guerre de 14*, Stock, Paris, 1994, p. 129.

²² Laurent Gervereau, *Les images qui mentent*, Seuil, Paris, 2000, p. 110.

²³ Laurent Gervereau, *Les images qui mentent*, Seuil, Paris, 2000, p. 111.

²⁴ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 206.

les cartes grivoises allemandes de la Grande Guerre à celles produites en France, Laurent Gervereau précise que « l'érotisme, souvent beaucoup plus qu'allusif, de ces documents déborde largement les évocations de la carte postale allemande qui restent beaucoup plus romantiques et rappellent même, avec un *jusque dans la mort*, la possibilité de la mort, thème totalement absent dans la carte postale française ». En effet, « la femme française – épouse, fiancée ou prostituée, sans que jamais sa nature puisse se déterminer –, charmante, disponible, vit couchée dans l'attente du poilu permissionnaire. Douce et rebondie machine à désirer, elle n'importe que comme mise en valeur de cet étrange personnage, présent en pointillés, sortant d'un monde inquiétant, dont il faut adoucir les réactions possibles »²⁵.

Avec l'apparition des tranchées, un nouveau langage se développe connu sous l'appellation d'argot des poilus : « Nul doute, écrit Marie-Monique Huss, que, dans la promiscuité des tranchées, la langue ne soit crue, souvent mordante, ironique et antiphrastique. Parce qu'on l'associe au front, la langue populaire acquiert un nouveau prestige. Comme dans tout milieu où un groupe spécifique vit en cercle fermé, des expressions se développent, souvent à partir de l'argot militaire, qui évoquent des situations locales. Le public, prêt à adopter tout apport de la communauté combattante, emploie à son tour les tournures vulgaires et autres particularités linguistiques qui lui sont transmises par les journalistes du front, par la presse de l'arrière, les permissionnaires ou les comiques troupiers »²⁶. La carte postale a aussi joué un rôle dans la diffusion de cette langue avec la publication de séries comme celle intitulée *Le Langage des Tranchées*. C'est surtout à partir de la fin de l'année 1916 que la carte postale passe du front aux lèvres avec des compositions de plus en plus grivoises. Si l'on examine l'ensemble des cartes postales publiées par l'éditeur A. H. Katz, à partir de la fin 1916, on remarque que la série *La Guerre en dentelles* (n° 304 à 309) est la première d'une longue suite du même sel aux noms tout aussi évocateurs comme *La petite guerre* (n° 310 à 311), *Les Fétiches* (n° 312 avec plusieurs cartes sous le même numéro), *La Guerre aérienne* (n° 313), *La Guerre sur l'eau* (n° 313), *La Guerre de tranchées* (n° 313), *La Guerre d'embuscade* (n° 313), *Les Jeux de l'amour* (n° 314 à 315), *Les Leçons d'amour* (n° 316), *Les emblèmes de l'amour* (n° 317),

²⁵ *Images de 1917*, catalogue établi sous la direction de Laurent Gervereau et Christophe Prochasson, Musée d'Histoire Contemporaine, BDIC, Paris, 1987, p. 128.

²⁶ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille*, 1914/1918, Noesis, Paris, 2000, pp. 155-156.

Pas de chichis (n° 318), *Le mot et la chose* (n° 319 à 320), *Les Armes de l'amour* (n° 320), *Les Charades* (n° 321), *Les passe-temps féminins* (n° 323), *Les Restrictions sur la toilette* (n° 325), *Les Femmes qui fument* (n° 326). On voit que la Grande Guerre génère des figurations sérieées en partie inspirées du passé, et formant, une fois remises dans le contexte de l'époque, un langage codifié. En effet, comme on le vérifie sur les images de ces séries, il existe, des postures, des attitudes, une rhétorique de guerre et un vocabulaire très singuliers.

Cette abondante production sur un même thème à la fois humoristique et grivois exploitant constamment les doubles sens, montre le succès remporté à l'époque par ces compositions, ce qui explique que l'éditeur ait cherché à exploiter ce filon lucratif. Nous avons ici l'exemple d'une rencontre entre un producteur et l'attente des consommateurs qui, lors de cette guerre totale, ont apprécié ces estampes légères qui sont, entre autres, par leur abondance même, caractéristiques de l'un des aspects de la culture de la Grande Guerre. Les estampes de *La Guerre en dentelles* sont également remarquables par la longueur des légendes qui jouent un rôle finalement plus important que les images qu'elles commentent. Comme exemple, mentionnons celui de *L'artilleur* (n° 304) qui, sur un divan, s'apprête à culbuter une élégante : « Elle : Et si je résiste ? Lui : Je vous coupe la retraite par un tir de barrage, ensuite pilonnage des mamelons, obus fusant sur les lèvres de l'entonnoir, percutant dans les abris souterrains, marmitage des défenses barbelées et tir plongeant dans la redoute. Elle : Et bien feu !! ». On voit que ces textes à double sens n'ont pas effarouché le lecteur par leur longueur. Au contraire, c'est l'amusement d'y découvrir des allusions grivoises inattendues qui fait tout l'intérêt de la lecture qui devient un véritable jeu dans ce contexte ambigu. Ces particularités nous invitent à un nécessaire renouveau du regard sur l'iconographie du conflit.

En parallèle à l'offensive sur le terrain, l'imagerie de la Grande Guerre a donc produit un nombre considérable de clichés sur l'offensive horizontale qui est sur le plan sentimental une transposition du vocabulaire de la guerre sur le terrain. Cette transposition fait le lien entre les deux sujets les plus d'actualité, celui de la guerre elle-même, et celui des femmes qui, dans le contexte essentiellement masculin du front, est de très loin le sujet de conversation le plus fréquent, sinon permanent. Le thème de la gauloiserie est donc une constante dans ce monde d'hommes. Dans *La guerre d'embuscade*, le

poilu qui se veut rassurant ne demande en fait à la belle que « le libre passage d'une colonne avec ses bagages ». De toute évidence, l'érotisme militaire est une des composantes essentielles de la culture de la Grande Guerre. Sur nombre de cartes moins vulgaires, on rencontre le plus souvent une sentimentalité d'une grande niaiserie comme s'il s'agissait d'une littérature de compensation tentant d'offrir un peu de rêve à travers d'insipides histoires d'amour dans lesquelles mairaines de guerre et infirmières occupent une place de choix. A ce sujet, en 1903, la *Revue Illustrée de la Carte Postale* (N° 38, 20 février), en parlant de certaines cartes artistiques qui ne se vendent pas, écrit qu'il « suffit qu'une carte soit quelque peu artistique pour que le public n'en veuille pas, il leur préfère les pires niaiseries photographiques ». Cet attrait du public pour des œuvres d'une grande niaiserie était donc déjà antérieur à la guerre au cours de laquelle il a trouvé son plein épanouissement.

Dans son introduction à l'ouvrage de Marie-Monique Huss sur les cartes postales patriotiques et sentimentales de la Grande Guerre publié en 2000, Annette Becker écrit que « ce travail exemplaire veut nous faire réfléchir sur ces objets dont la mièvrerie ou la grivoiserie paraissent si dévastatrices dans leur insignifiance face à la guerre »²⁷. L'auteur précise encore que « partout, ces images imprimées, ces textes tout prêts, n'étaient pas l'immense machination d'un bourrage de crâne éternel. Au contraire, ces représentations sont le miroir de ce temps d'exception ou l'on était prêt à la fois et à souffrir, et à mourir, et à aimer. Par la carte postale, on pouvait rassurer, faire des serments, oublier l'angoisse, peut-être la conjurer »²⁸. Aujourd'hui, chez les marchands de cartes postales anciennes, ces cartes sont toujours connues sous l'appellation de « mièvreries », qualificatif infamant qui illustre leur insignifiance, et par contrecoup, le peu d'intérêt qu'on leur a trop longtemps accordé. Si en 2000, Marie-Monique Huss consacre un ouvrage aux cartes de 1914, c'est parce qu'elle estime elle aussi que cette documentation, qui est le reflet de la mentalité de l'époque, « a le privilège d'être achetée pour elle-même ; si elle est populaire, elle sera rééditée et imitée, ce succès prouvant que ceux qui l'ont achetée ont reconnu une image qui avait un sens pour eux et qui pouvait servir de véhicule entre eux et leurs proches »²⁹. En effet, pour l'auteur, « la carte postale permet de dresser un portrait moral de la nation en guerre »

²⁷ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 7.

²⁸ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 7.

²⁹ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 16.

car elle est ressentie comme une « technologie de communication de pointe au tournant du siècle », et comme un « drain de l'affectivité de million d'individus dans la tourmente de la guerre »³⁰.

Les mièvreries patriotiques du conflit si méprisées après 1914, ont bien connu des tirages importants si l'on en juge par le nombre d'exemplaires de la même carte encore en vente chez les principaux marchands. A ce sujet, Marie-Monique Huss précise que « pour l'historien des mentalités », ce sont précisément « les cartes postales à gros tirages, les plus populaires et les plus courantes, imitées et contrefaites, qui sont les plus importantes : elles sont représentatives et nous disent dans quelles images le public se retrouvait et marquait son approbation en les achetant en grand nombre »³¹. En effet, dans l'histoire des mentalités faisant aujourd'hui l'objet de nombreuses études, on privilégie les documents graphiques populaires à grand tirage qui étaient jusqu'à présent dédaignés. Dans *Les images qui mentent*, Laurent Gervereau écrit que « l'analyse des représentations de guerre, c'est-à-dire non seulement des représentations de combat, celles du front, de l'arrière, mais aussi des représentations du *temps de guerre*, doit aider à décrypter les reflets singuliers qui nous donnent aussi leurs leçons pour comprendre ces sociétés impliquées dans une phase historique particulière »³². En effet, précise encore l'auteur, par rapport au temps de paix qui ne se représente pas : « la guerre en revanche relève d'un temps délimité et identifié, portant des représentations spécifiques. Elle induit des comportements singuliers »³³. On comprend donc tout l'intérêt de ces compositions qui ont cristallisé l'état d'esprit de l'époque, et dont la carte postale a été l'unique support. La Grande Guerre est la première guerre mondiale. A cet égard, écrit encore Laurent Gervereau, elle « voit s'opposer des nations différentes, des cultures de guerre différentes, produisant des familles iconiques singulières. Il n'existe pas de figurations périodisées européennes de la guerre ». En France, les cartes postales qui deviennent un vecteur essentiel de communication entre le front et l'arrière sont conservées par un nombre très important de familles. Aussi, participent-elles à la constitution d'une iconographie incontournable pour une bonne connaissance du conflit. Marie-Monique Huss écrit que « pour qui veut comprendre le contenu, la densité au quotidien de cette culture du consentement à la

³⁰ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 17.

³¹ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 20.

³² Laurent Gervereau, *Les images qui mentent*, Seuil, Paris, p. 85.

³³ Laurent Gervereau, *Les images qui mentent*, Seuil, Paris, p. 86.

guerre par des millions d'individus, la carte postale illustrée est une source privilégiée, car elle permet de pénétrer au plus profond des représentations visuelles, c'est-à-dire telles qu'elles sont acceptées, choisies même, comme faisant partie de la vie affective et des échanges réguliers qu'on entretient avec ses proches »³⁴.

On voit qu'en reprenant et en approfondissant les arguments déjà formulés dès 1947 par Georges Guyonnet qui, malgré leur apparente insignifiance, expliquait la valeur documentaire des cartes postales dites patriotiques de la Grande Guerre en insistant sur leur importance en tant que curieux témoignages sur l'esprit public du moment, l'apparition d'une nouvelle génération de collectionneurs et d'auteurs en a modifié l'appréciation très négative de certains qui la considéraient à tort comme constituant une véritable insulte à la mémoire des combattants des deux camps. La réappréciation de cet intéressant corpus iconographique a récemment débouché sur des publications scientifiques sérieuses soulignant tout son intérêt pour une bonne connaissance de la culture même du conflit dans toute sa spécificité, et une exploration de la mentalité des acteurs de l'époque dans ce moment d'exception. Il apparaît maintenant certain que la réincorporation des cartes de 14-18 dans l'âge d'or de la carte postale illustrée qui faisait débat il y a quelques dizaines d'années est désormais en bonne voie de telle sorte que la porte reste ouverte pour de nouvelles publications sur ce sujet qui est loin d'être épuisé.

Blois

³⁴ Marie-Monique Huss, *Histoire de famille, 1914/1918*, Noesis, Paris, 2000, p. 34.

RIDICULOSA



John GRAND-CARTERET

Université de Bretagne Occidentale
Brest - 5/1998

RIDICULOSA



Jules CHAMPFLEURY

Université de Bretagne Occidentale
Brest - 8/2002

