

Dans le cadre des commémorations du centenaire de la première guerre mondiale et pour permettre de traiter les problématiques liées à la guerre figurant dans les programmes avec un éclairage local, le service éducatif des Archives départementales d'Indre-et-Loire propose une série de dossiers pédagogiques à destination des élèves de collège et de lycée (classes de troisième, de première générales et technologiques).

Trois grands axes permettent de montrer comment la vie des Tourangeaux a été bouleversée par le départ des hommes au front et affectée par cinquante-deux mois de guerre totale.

- **La presse entre 1914 et 1918** : mobilisation et victoire, image de l'ennemi et des soldats français, formes de la mobilisation économique et financière (emprunts, restrictions, utilisation de la main d'œuvre, boycott des produits allemands).
- **Enfants en guerre** : mobilisation des écoles, accueil des réfugiés des zones de combat, rôle économique des enfants en l'absence des pères, pupilles de la nation.
- **Femmes en guerre** : activités d'assistance, mobilisation dans l'agriculture et l'industrie de guerre.

La Touraine Républicaine et *Le journal d'Indre-et-Loire*, de tendance conservatrice, traduisent les préoccupations et l'état d'esprit de la population tourangelle, de 1914 à 1918, d'une voix très semblable ; à l'exception du *Réveil socialiste*, l'ensemble des titres de la presse locale et régionale ne manifeste guère de position partisane à partir de la déclaration de guerre. Les quotidiens passent alors de quatre à deux pages et offrent une composition identique : communiqués officiels (y compris des Alliés), dépêches d'agences et articles de journaux nationaux sur le conflit en première page, informations locales et régionales en seconde page. L'information est alors évidemment sous contrôle des autorités.

Siège de la 9^{ème} Région militaire, Tours salue le départ des régiments qui y sont stationnés, dont les 66^e et 32^e régiments d'infanterie. Les soldats montrent davantage de résignation que d'enthousiasme mais ceux qui, peu nombreux, refusent leur devoir, sont livrés à la vindicte publique via la presse : on estime en effet à moins de 1% des soldats le nombre de déserteurs et à moins de 1,5% celui des insoumis durant le conflit. Leur nombre augmente très légèrement en 1915 au moment de l'instauration des premières permissions. Les sanctions sont variables, graduelles selon le type de désertion et la proximité de l'ennemi – laissée à l'appréciation des juges –, les délais de signalement inégaux, de 24 heures à six jours d'absence.

Très vite, la presse donne à l'ennemi un visage. Cette culture de guerre s'appuie sur des images qui permettent de mobiliser les esprits sur le sens initial donné à la guerre, sur sa poursuite et les nouveaux sacrifices qu'elle nécessite. Tout au long du conflit, le même corpus de mots et d'images est utilisé et souligne les manquements de l'ennemi au droit de la guerre, non seulement par la troupe mais plus grave encore, par le commandement. La rupture de confiance supposée entre officiers et soldats allemands permet de souligner *a contrario* la solidarité des troupes françaises au combat, et la sauvagerie de la troupe allemande, l'honneur et la dignité des soldats français.

Cette violence est d'ailleurs présentée comme constitutive de l'armée ennemie : contre les soldats allemands, c'est la France qu'invoquent les enfants danois, marqués par la violence de la guerre des duchés de 1864, qui vit les duchés de Schleswig et d'Holstein cédés à la Prusse. [article du Journal d'Indre-et-Loire, 20 août 1914. Dossier l'image de l'ennemi] Violence alors redoublée puisqu'elle s'exerce à l'endroit de l'enfance, tour à tour victime innocente ou héroïque du conflit. Cette dénonciation de la barbarie de l'ennemi vise à mettre à mal l'idée de guerre de civilisation que prétend mener l'Allemagne.

La guerre contre les « boches » se joue aussi à l'arrière. La certitude que la guerre serait courte avait conduit à ne pas préparer de financement ni d'organisation spécifiques mais dès le premier hiver, le gouvernement doit faire appel aux populations civiles pour fournir couvertures et cache-nez aux soldats.

L'illusion de la brièveté fait long feu et l'État doit mettre en œuvre une économie de guerre en plus des réquisitions pour le front : la production est reconvertie, la main-d'œuvre disponible organisée. Les femmes sont sollicitées au-delà des activités traditionnelles de charité et d'assistance, elles entrent dans les usines où se met en place une production taylorienne des munitions, et gèrent seules les activités agricoles ou artisanales.

Il faut aussi financer l'effort de guerre. Dès 1915, le gouvernement lance le premier emprunt de la défense. Il y en aura quatre au total durant le conflit et deux ensuite pour financer la reconstruction du pays. L'Allemagne recourt elle aussi, pour les mêmes raisons, à l'emprunt : elle en lance 8 durant le conflit, avec un succès variable. Les conditions économiques deviennent en effet de plus en plus difficiles en raison du blocus dont souffre le pays et de l'incapacité de ses alliés à le soutenir (c'est même au contraire l'empire allemand qui doit matériellement soutenir les membres de la Triple Alliance). Cependant, en 1917, l'emprunt lancé est un succès, contrairement aux précédents : le gouvernement allemand s'est résolu à utiliser pour la première fois un slogan (« Aidez-nous à vaincre », à l'image de ceux utilisés en France) et à s'appuyer sur l'iconographie pour convaincre les populations de souscrire.

Les restrictions progressivement imposées aux populations civiles, jusqu'à l'instauration de cartes de rationnement en 1918, complètent la reconversion de l'économie. Dans ce contexte, on veille à ne pas soutenir l'effort de guerre allemand par la consommation de produits « made in Germany ». Si Knorr et Sidol (produits ménagers) sont bien des sociétés allemandes, Maggi est une société suisse – comme la société Kub qui lui est attachée –, Liebig une compagnie anglaise et Byrrh une entreprise française qui produit

un apéritif à base de quinquina dans les Pyrénées orientales. La société Maggi s'est cependant aussi implantée en France en 1902 par le biais de la Société laitière Maggi qui a mis en place un système sûr et sain de collecte et distribution du lait.

Les mentions du « bouillon K, [...] bouillon KK » comme du « pain KK » font référence au pain, « Kleie und Kartoffeln », pain de rationnement au son et à la pomme de terre distribué aux Allemands, dont le nom suscite de multiples allusions scatologiques, dans la logique de dévalorisation de l'ennemi. On peut noter que la désignation « boche » s'est imposée aussi vite pour les civils que pour les soldats pour nommer l'ennemi, et cette manière habituelle (probablement dérivée de l'argot « alboche » pour « allemand ») de désigner l'adversaire n'est pas forcément hostile.

Des appels au boycott sont donc lancés contre tous les produits « made in Germany » : la consommation quotidienne est un acte patriotique, de la même façon que les restrictions alimentaires sont un sacrifice auquel les civils doivent consentir.

Une culture de guerre spécifique à l'usage des enfants est développée par les institutions et gagne chez les belligérants toutes les activités de l'enfance. La presse exalte l'engagement et le sacrifice des enfants héros et, plus modestement, appelle les écoliers tourangeaux à participer à l'effort de guerre. Les enfants compensent l'absence des pères sur les exploitations agricoles, œuvrent pour les poilus à l'école et participent au financement du conflit par l'emprunt. Réfugiés, « émigrés », les enfants venus des zones de combat, des pays Alliés ou de la capitale sont accueillis dans les écoles locales. Nombre d'entre eux seront orphelins, filles et fils de héros pris en charge par la nation avec le statut de « pupille » élaboré par la loi de 1917 (leur nombre est estimé pour la France à un million cependant qu'on dénombre 600 000 veuves).

En 1919, quand le Sénat propose de rendre hommage aux communes, aux femmes et aux jeunes filles pour les éminents services qu'elles ont rendus pendant la guerre (http://www.senat.fr/comptes-rendus-seances/3eme/pdf/1919/10/S19191017_1709_1747.pdf),

le sénateur Louis Martin évoque les « vaillantes provinces du Centre et de l'Ouest, du Sud-Ouest et du Sud-Est, où la pensée n'hésite jamais à devenir action pour le service de la nation » : à l'image du pays, quoique loin du front, la population d'Indre-et-Loire a été partie prenante de cette guerre totale.

*Ce dossier pédagogique a été réalisé par Caroline GAUME,
professeur missionné pour l'action éducative
aux Archives départementales d'Indre-et-Loire.*

