

Quand la santé publique s'affiche

50 ans, 50 affiches

C'est en 1945 qu'est officiellement créée l'École nationale de la santé publique. Elle est alors un service interne du ministère, au sein de l'Institut national d'hygiène, ancêtre de l'Inserm. Pour commémorer son cinquantième et évoquer les mutations de la santé publique, l'ENSP a choisi de monter une exposition itinérante à partir de cinquante affiches des années 50 à nos jours consacrées à l'éducation pour la santé, provenant essentiellement de ses archives.

Afin de permettre au visiteur d'appréhender les objectifs et les ressorts de l'éducation pour la santé et les principes rhétoriques et artistiques qui sous-tendent les affiches, quatre thèmes ont été définis.

Mieux vaut prévenir que guérir

Informé et éduqué le public, tels sont les deux principes d'action qui ont été appliqués depuis toujours les organisations préparant des campagnes de prévention. Mais au lendemain de la Libération, l'éducation pour la santé (on l'appelait alors l'éducation sanitaire) sera officiellement reconnue avec la création du Centre national d'éducation sanitaire (17 octobre 1945) chargé de faire connaître les mesures sanitaires ou sociales et d'en faire comprendre la portée et la nécessité

aux populations visées. Plusieurs affiches de promotion des vaccinations obligatoires ou du dépistage des maladies rappellent cette mission permanente des éducateurs pour la santé dans les années cinquante et soixante. Simultanément, ils s'attaquent aux habitudes de vie inadaptées qui peuvent engendrer des risques majeurs pour la santé. L'abus d'alcool, par exemple, et le tabagisme plus récemment sont avec les risques liés aux maladies cardio-vasculaires, des thèmes régulièrement abordés dans les campagnes. De même, l'exposition montre par la diversité des affiches que cette information est protéiforme et concerne tous les aspects de la vie quotidienne, qu'elle décrive les conditions d'une bonne hygiène de vie ou rappelle des conseils de prudence à la maison, sur la route et au travail. Enfin dernier point essentiel sur lequel insiste l'éducation pour la santé



depuis trente ans : le caractère collectif de la santé. Cela est valable aussi bien pour les campagnes contre la pollution ou l'éducation des enfants des années soixante que pour celles qui s'attaquent aujourd'hui aux deux grands problèmes de santé publique : le développement de nouvelles épidémies et la protection de l'environnement.

Imprimer le message durablement dans les esprits

Quelle que soit l'époque, les concepteurs ont cherché à cibler leurs campagnes en fonction de critères plus ou moins objectifs et à inscrire les messages dans une perspective de longue durée afin d'obte-

nir l'effet escompté, c'est-à-dire la modification des comportements.

Avant 1960, alors que les enquêtes d'opinion n'avaient pas encore révélé l'importance de la prise en compte de facteurs sociaux et professionnels dans le choix des populations-cibles, on organisait les campagnes en fonction des priorités du moment, à l'attention des publics qui présentaient le plus de risques ou paraissaient les plus réceptifs. C'est, par exemple, au lendemain de la guerre, la mère appelée, grâce à l'allaitement maternel, à faire reculer un taux de mortalité infantile trop élevé. Ce seront, quelques années plus tard, les parents responsabilisés sur la vaccination des nourrissons. Mais, jugé plus réceptif et malléable, l'enfant d'âge scolaire est



LA SANTÉ PUBLIQUE ET DE LA POPULATION

SERVER LA SANTÉ, IL FAUT PROPRETÉ

PROPRETÉ DU CORPS

AVANT LES REPAS
Laver les mains, elles ne sont jamais assez propres.

APRÈS LES REPAS
Brosser les dents
Bonne dentition, égale bonne digestion.

AU MOINS 2 FOIS PAR SEMAINE
Prendre un grand bain
(ou une douche)
avec eau tiède et savon.

PROPRETÉ DES ALIMENTS
Ils seront préservés de la poussière et des mouches. Les aliments consommés crus, seront lavés. Ceux qui doivent être cuits, préparés avec une rigoureuse propreté.

PROPRETÉ DU LOGEMENT
Le logement sera tenu propre - Nettoyé sans poussière - Aéré - Si possible ensoleillé. Ainsi le logement le plus simple, sera sain et agréable.

C'EST AVANT TOUT LA PROPRETÉ
CENTRAL D'ÉDUCATION SANITAIRE, DÉMOGRAPHIQUE ET SOCIALE

resté sans doute la cible la plus intéressante pour les éducateurs sanitaires. Aujourd'hui les campagnes tentent très tôt de responsabiliser les enfants sur des sujets comme la protection de l'environnement.

Mais une campagne efficace ne peut se concevoir sans la maîtrise du facteur temps. L'exemple de la prévention de l'alcoolisme montre à quel point le chemin peut être difficile pour parvenir à changer les habitudes. Et pourtant, l'objectif des campagnes depuis cinquante ans est resté le même : conduire les consommateurs à la modération. Pour éviter de retomber dans les pièges de la morale et de la culpabilisation des campagnes d'avant-guerre, les concepteurs insisteront davantage dans les années cinquante et soixante sur l'aspect nocif des boissons alcooliques et sur la nécessité de la proscrire aux jeunes enfants. On essaiera également des actions de propagande en faveur des jus de fruits et boissons sans alcool.

Plus proches de nous, les multiples campagnes depuis vingt ans préconisant la modération de la consommation d'alcool avant de prendre le volant montrent à quel point l'effort de communication doit être soutenu si l'on veut continuer d'infléchir la courbe annuelle des accidents de la route.

Le poids des mots, le choc des images

Mais comment faire passer le message ? Comment toucher au plus profond les publics visés ?

Avant l'emprunt de techniques propres à la publicité commerciale, les campagnes se veulent avant tout éducatives. Le texte prime sur l'image. Mais dès le milieu des années 50, l'introduction d'un slogan résumant brièvement la recommandation a tendance à se généraliser, même s'il s'avère que l'effet produit peut parfois être surprenant ou choquant. Cependant, on remarque que depuis les trois dernières décennies, les messages d'éducation font davantage appel à la participation spontanée des populations visées en s'appuyant sur l'esprit de tolérance et d'ouverture pour tout simplement, comme le montrent quelques affiches récentes, lever le voile du silence.

Dans ce contexte, le registre utilisé est essentiel car il est le vecteur « sensible » de la circulation du message entre l'émetteur et le récepteur. Ainsi, on relèvera trois registres qui ont évolué au fil du temps : le registre « scientifique » d'abord, incarnation de la sérénité d'une science conquérante, gage de sérieux et de confiance afin de lutter ou de prévenir certaines maladies. Le pouvoir de la peur, autre registre très utilisé dans les années cinquante, repose sur sa capacité à faire réagir le public visé pour le mener face à ses responsabilités notamment dans le domaine de l'insécurité routière. Enfin, l'humour qui recherche d'abord la complicité avec le public a pour sa part eu tendance à se noircir au fil du temps.

Autour de l'image

L'affiche doit être vue avant d'être lue. Cela suppose que le message réside aussi dans le visuel. Avant l'utilisation quasi systématique de la photographie, les choix iconographiques et symboliques, les préoccupations esthétiques et la nécessité du texte vont impliquer une savante construction dont les affichistes publicitaires de l'époque avaient le secret.



Les grandes campagnes de santé publique firent donc appel à leurs services.

Toute une gamme de choix iconographiques est proposée dans l'exposition. À une extrémité, on trouve par exemple des images qui fonctionnent comme des symboles visuels, contrepoint graphique du texte permettant d'identifier immédiatement le message. C'est le cas du timbre antituberculeux. Le plus souvent, l'image est construite en fonction du message, véritable mise en scène qui établit réellement un dialogue entre texte et image. C'est par exemple l'iconographie à connotation guerrière des campagnes de la Ligue contre le cancer. D'autres symboles fonctionnent comme le pendant visuel d'un mot. On retiendra par exemple le parapluie, symbole de la prévention.

Mais, comment aborder l'art de l'affiche sans parler des affichistes qui ont voulu prêter bénévolement leur concours à la réalisation d'affiches de prévention. L'exposition a voulu rendre hommage aux spécialistes de l'illustration publicitaire qu'ils soient passés à la postérité tels André Wilquin, Jean-Adrien Mercier, Bernard Villemot, Foré, Guy Georget, Raymond Savignac, Pierre-Fix Masseur, ou demeurés dans l'ombre. ■

L'exposition a été conçue grâce au concours du ministère du Travail et des Affaires sociales, du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, de la ville de Rennes et de la Mutualité d'Ille-et-Vilaine.

Vous pouvez commander le catalogue de l'exposition (110 F + port : 16 F) ou la série de huit cartes postales (30 F) spécialement éditées aux éditions ENSP, avenue du Professeur Léon-Bernard, 35043 Rennes Cedex.

Téléphone : 99 54 90 98

Télécopie : 99 54 22 84

Jack Garçon
Archiviste à l'ENSP