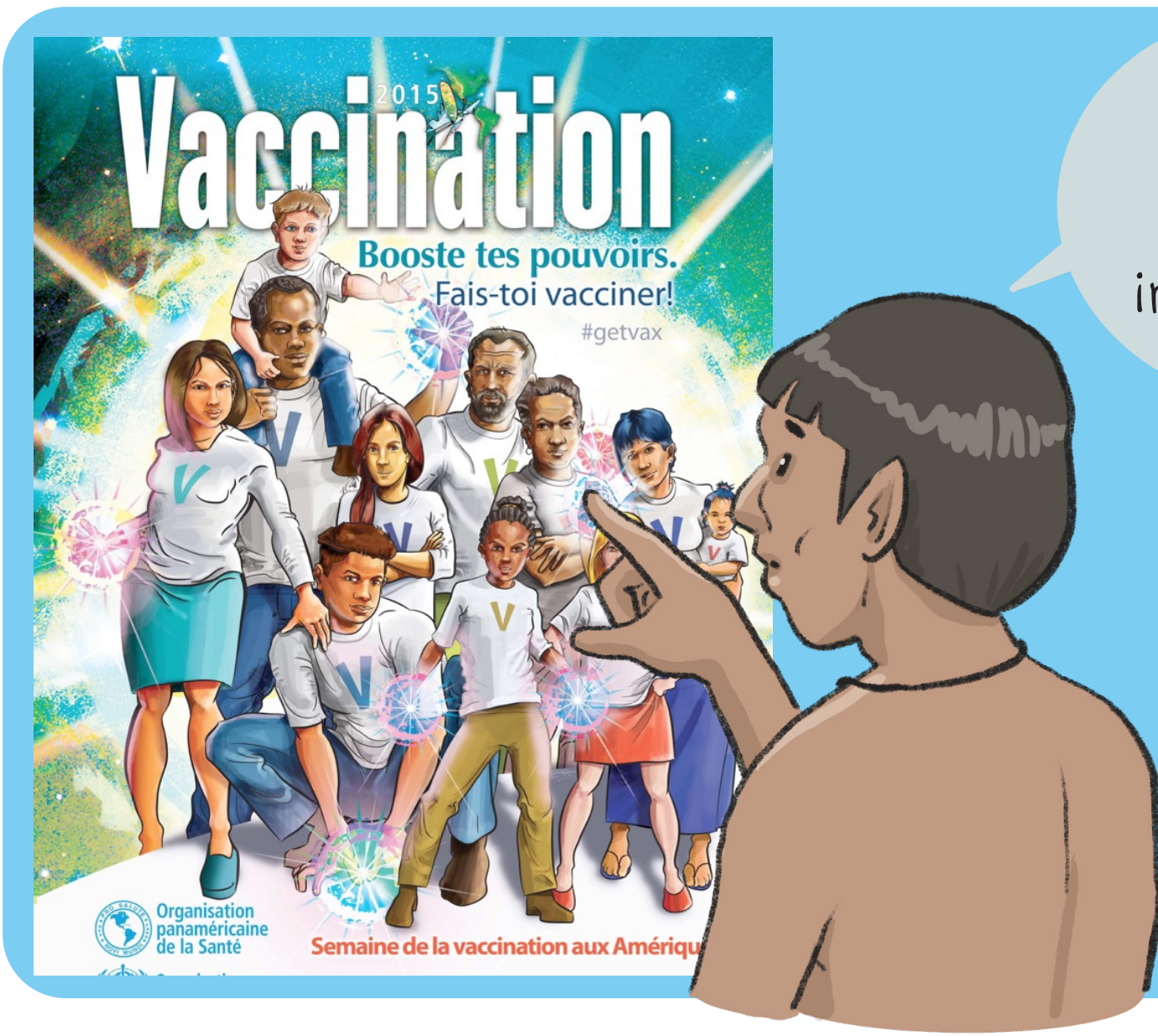


# INTERROGER LES CODES CULTURELS GRAPHIQUES

## POUR UNE TRANSMISSION EFFICACE DES MESSAGES DE PROMOTION DE LA SANTÉ

Retour d'expérience sur 120 projets menés par The Ink Link, en France et à l'international



Mais qu'est-ce que vous voulez dire ? C'est incompréhensible !

Cette situation est à l'origine de The Ink Link. Lors de projets sur l'accès au soin en Amazonie, les populations locales expriment leur refus de continuer à travailler avec l'OMS : les supports de promotion de la santé qu'on leur propose leur sont totalement incompréhensibles.

Un projet de recherche est lancé en 2016 pour co-créer des supports de communication illustrés qu'ils comprendront. Le succès de ce projet montre qu'un besoin existe. L'association The Ink Link est créée pour prolonger et améliorer cette démarche.

Nul doute de la puissance d'une image bien construite : elle interpelle, interroge, transmet des émotions et des informations.

Des peintures murales aux publicités, les images ont toujours été un outil de "soft power" (c'est-à-dire une puissance douce, capable d'influer sur une opinion ou sur les comportements d'acteurs par des moyens non coercitifs et intangibles, comme la culture ou les idées).

Pour être efficace, une image à caractère informatif doit être :

- acceptable par son audience,
- facilement mémorisable
- compréhensible dans le référentiel de celui qui regarde.

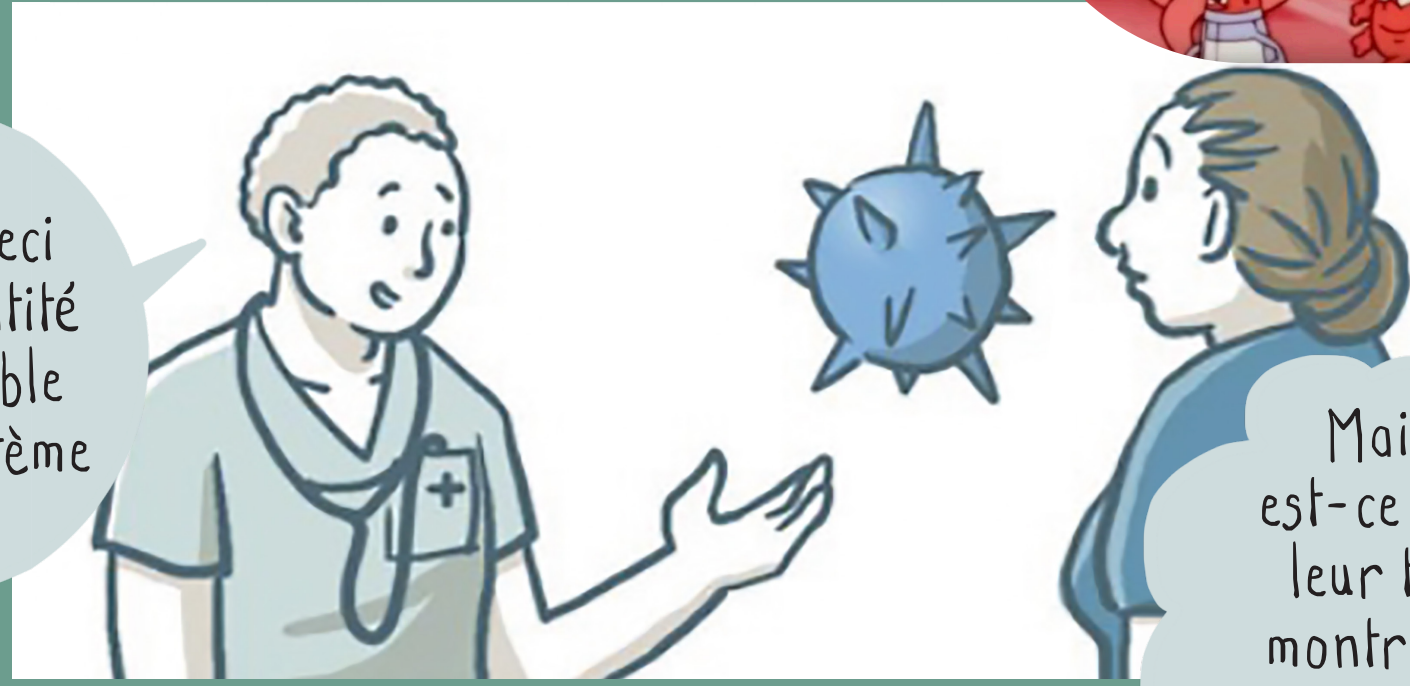
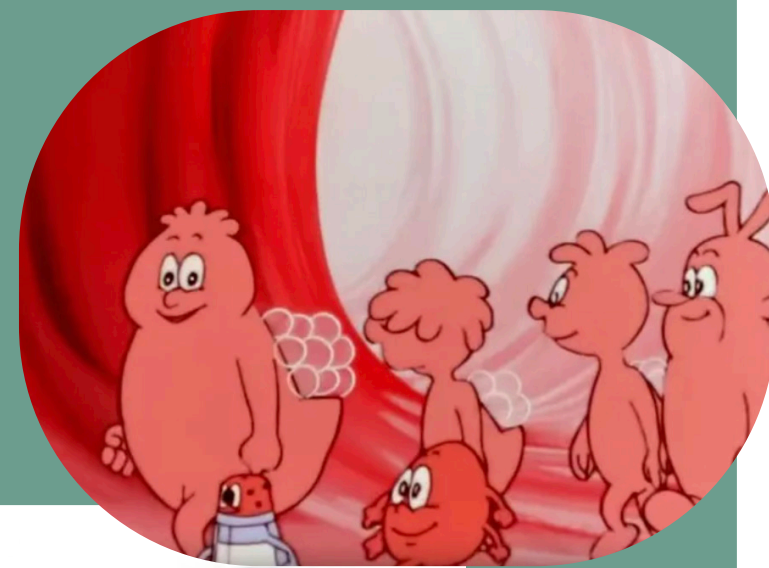
Le travail présenté dans ce poster s'intéresse au troisième point, en partant d'exemples collectés par The Ink Link lors de ses projets.

La façon dont une image est lue dépend de nombreux facteurs : son éducation, sa culture, son environnement ou son histoire de vie... Cette perception nous paraît tellement évidente qu'il est difficile d'oublier qu'elle n'est pas universelle.

Quand une image est créée, il faut donc s'interroger sur de nombreux aspects dont certains sont exposés dans ce poster.

### Capacité d'abstractions - changement d'échelle

Se méfier de l'effet *Il était une fois la vie !* Tout le monde ne s'imagine pas à quoi ressemble un joyeux globule rouge !



Et bien sûr vous avez compris que ceci est un virus, une entité microscopique capable d'attaquer votre système immunitaire !

Mais pourquoi est-ce qu'ils passent leur temps à nous montrer ce ballon à épine ? D'où ça sort ?

### Capacité de lecture et accès aux supports

7 % de personnes ayant des difficultés graves ou fortes à l'écrit sont en situation d'illettrisme, soit environ 2,5 millions de personnes âgées de 18 à 65 ans. Une solution peut être de transformer un support papier en animation.

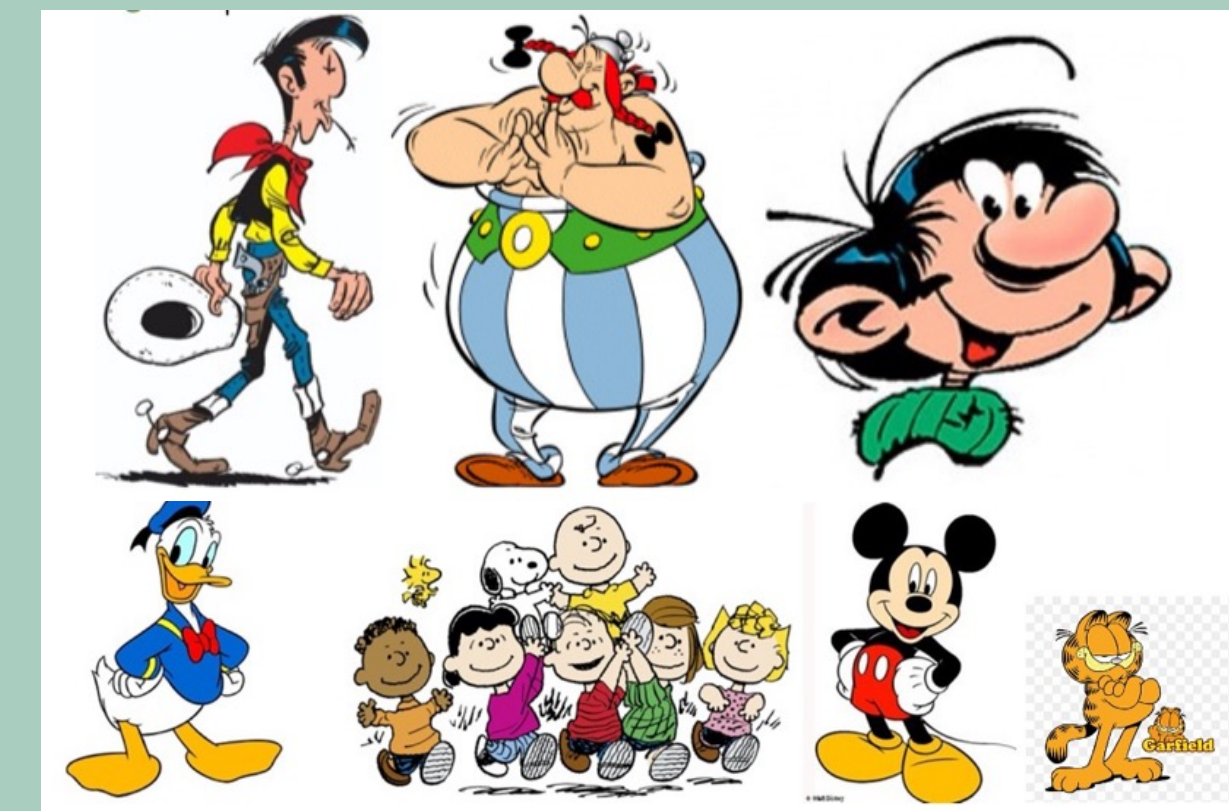


Exemple pour un projet de prévention des violences conjugales, la BD a été adaptée en film d'animation

### Humour

On ne rit pas tous de la même chose ! L'humour varie beaucoup d'un pays à l'autre.

Ceci est même visible quand on regarde les personnages humoristiques.



Les perso humoristiques franco-belges ont un gros nez...

Les perso humoristiques anglo-saxons ont des gros pieds !

### Capacité d'abstractions - Les chiffres et les statistiques

Attention pas exemple à l'effet contre-productif des chiffres qui font peur. Exemples de verbatim d'un projet sur la promotion des dépistage des cancers. La recherche action a montré que les statistiques des document officiels provoquaient l'effet inverse : impression de fatalité et donc un non recours au dépistage.

Les chances si on est dépisté en stade 1 ? Peut être 30% ?



Pourquoi se faire dépister, si le résultat est positif on est fichu...

### Capacité d'abstractions - Les polices

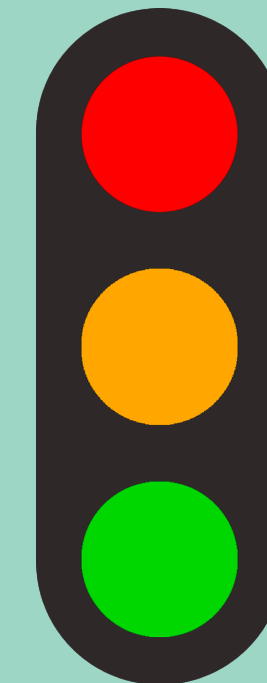
Nous avons appris à associer des informations aux polices.

**UN COWBOY DANS LE COIN ? AI-JE L'AIR ASIATIQUE ? EST CE QUE JE FAIS PEUR ?**

**JE PARLE FORT !** Je chuchote... Je suis élégante

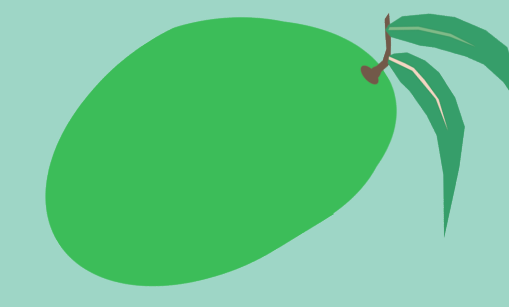
Cela peut nous paraître évident, pourtant cela ne l'est pas.

### La couleur



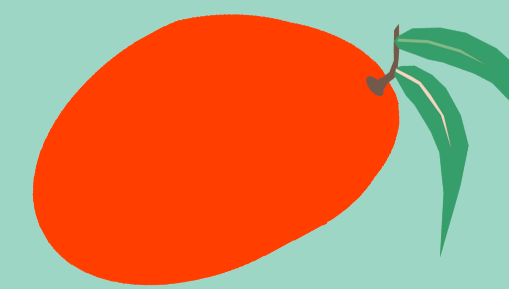
Rouge = STOP = Danger  
Vert = Allez-y = Sécurité...

Logique, non ?



En forêt amazonienne, où il n'y a pas de feux rouges, on lit plutôt

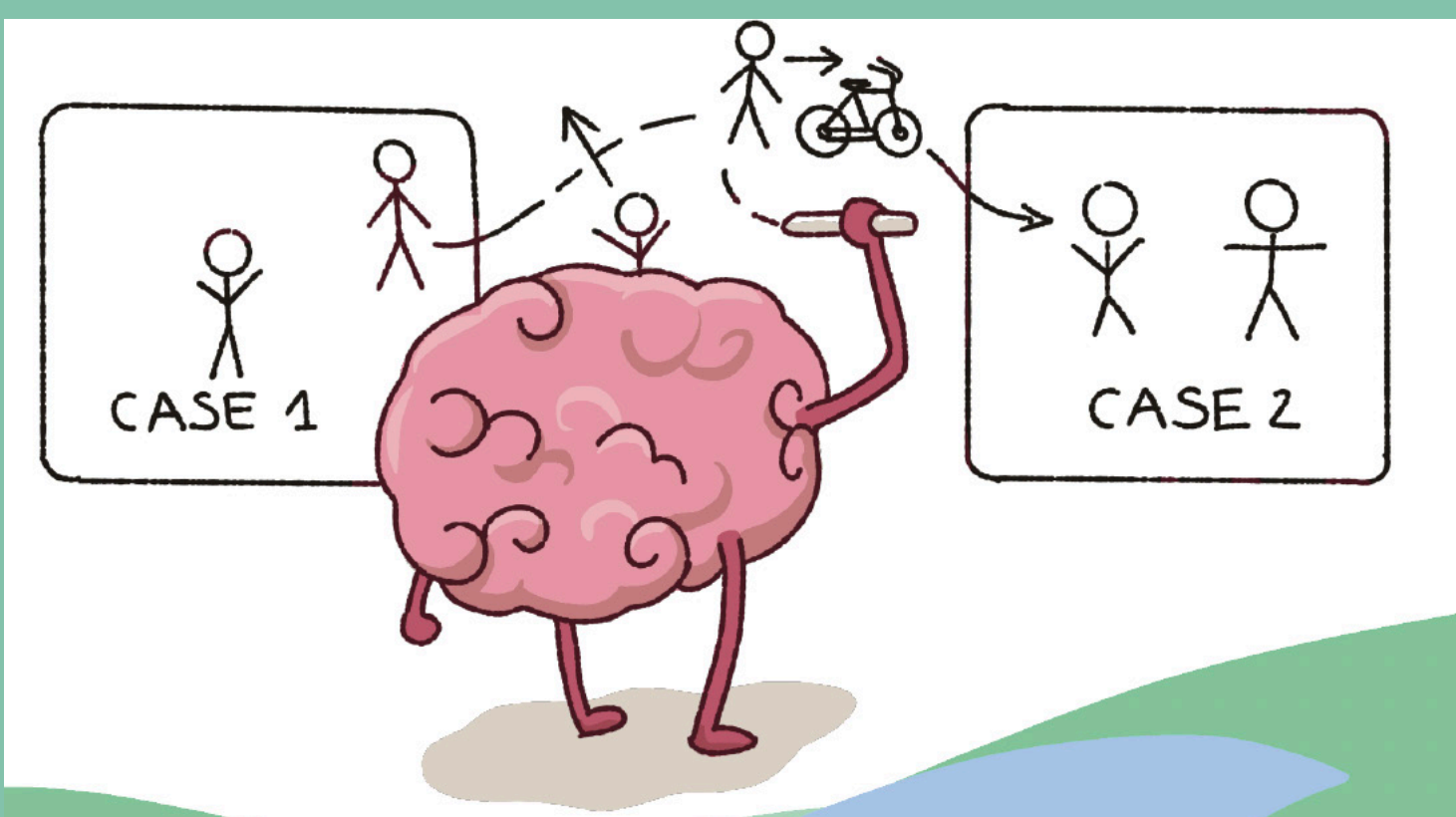
Fruits verts = pas mûr = Mauvais  
Fruit rouge = bien mûr = Bon



Logique, non ?

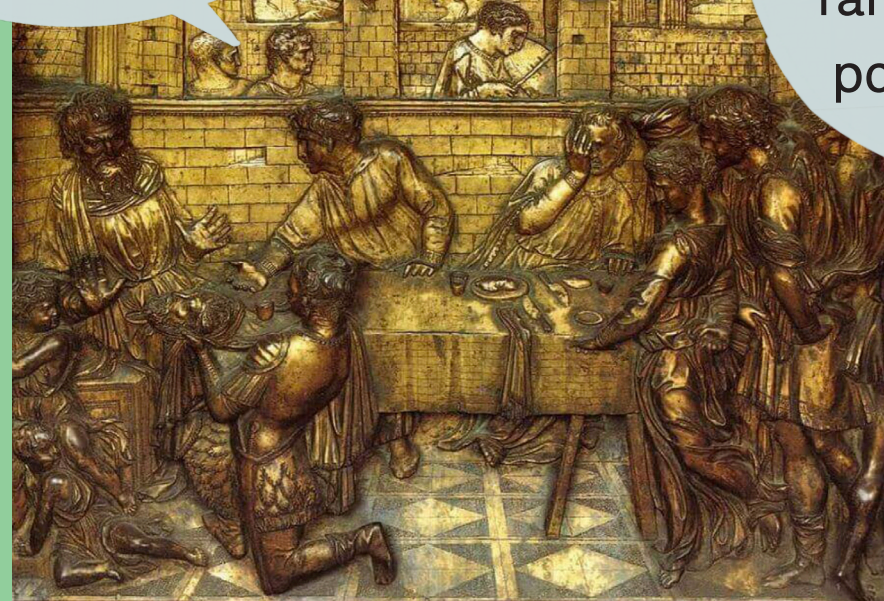
### Ellipse

La narration est essentielle pour raconter un message... Et souvent on utilise l'ellipse, l'implicite... Mais c'est aussi un code à apprendre. Il faut prendre le temps d'identifier la quantité d'information nécessaire pour comprendre les enchaînements d'idées.



### Capacité d'abstraction - la perspective

1415 - Première œuvre avec un point de fuite.



Donatello

Au Moyen-âge on peut représenter les personnages d'une image en fonction de leur rang, plutôt que de leur position dans l'espace.

Nous avons donc appris à imaginer la perspective... Et ce n'est pas inné !



Dans certaines communautés, le dessin est interprété dans un même plan.

Ainsi, si un personnage est petit, ce n'est pas qu'il est loin, c'est qu'il est petit. Cette logique est tout à fait justifiée !



### Perception du corps

Comment il fonctionne ? Quels sont les organes ? Qu'est-ce qui cause les maladies ?



Exemple d'un projet sur les hépatites en Guyane. Les personnes n'avaient pas de représentations du foie et ne comprenaient pas la notion de virus. Pour eux les maladies sont causées par des esprits. De plus, pour eux il est plus important de dire qu'il faut protéger sa communauté, plutôt que de penser à l'échelle individuelle.

### COMMENT FAIRE POUR S'ASSURER D'ÊTRE COMPRÉHENSIBLE ?

- Prendre conscience qu'une image n'est pas universelle
- Prendre le temps de s'interroger sur la perception de la populations cible
- Connaître les principaux points de vigilance
- Tester les idées et concepts de sa campagne



@TheInkLink

Auteurs : Emmanuelle Perez et Laure Garancher



The Ink Link est une association créée pour améliorer la communication dans les domaines sociaux, humanitaires et environnementaux grâce à la narration et à l'illustration. Nos projets s'appuient sur des méthodes de recherche-action pour mieux adapter les messages et maximiser l'impact des projets.