



HAL
open science

La publicité sociale dans un timbre-poste : une image des années 1930 pour la santé des étudiants

Axelle Hypolite Martin, Gérard Régimbeau

► To cite this version:

Axelle Hypolite Martin, Gérard Régimbeau. La publicité sociale dans un timbre-poste : une image des années 1930 pour la santé des étudiants. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2022, 25, 10.4000/rfsic.13518 . hal-03831400

HAL Id: hal-03831400

<https://hal.science/hal-03831400>

Submitted on 20 Jun 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

La publicité sociale dans un timbre-poste : une image des années 1930 pour la santé des étudiants

Axelle Hypolite Martin et Gérard Régimbeau



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/rfsic/13518>

DOI : [10.4000/rfsic.13518](https://doi.org/10.4000/rfsic.13518)

ISSN : 2263-0856

Éditeur

Société Française de Sciences de l'Information et de la Communication

Édition imprimée

Date de publication : 1 mars 2022

Ce document vous est offert par Université Fédérale Toulouse Midi-Pyrénées



Référence électronique

Axelle Hypolite Martin et Gérard Régimbeau, « La publicité sociale dans un timbre-poste : une image des années 1930 pour la santé des étudiants », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 25 | 2022, mis en ligne le 01 septembre 2022, consulté le 20 juin 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/13518> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.13518>

Ce document a été généré automatiquement le 16 février 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions
4.0 International - CC BY-NC-SA 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

La publicité sociale dans un timbre-poste : une image des années 1930 pour la santé des étudiants

Axelle Hypolite Martin et Gérard Régimbeau

Introduction

- ¹ Une image peut sembler sans importance et participer néanmoins, dans les échanges courants, à l'intention et aux effets de la propagande. Michel Coste observe, dans son étude du timbre en tant que matériau historique, que « le timbre-poste n'est pas un support publicitaire comme un tract ou une affiche, c'est une image anodine et mineure, associée à une fonction banale d'affranchissement du courrier, soit donc un effet facile, une naïveté feinte dont on ne se méfie pas, et c'est alors que l'image (l'illusion de l'image) est le plus efficace pour la propagande » (Coste, *ca* 1996). Régi par les cadres d'une édition commanditée par l'état, le timbre fait partie des organes de diffusion idéologique mais intéressant de nombreux aspects de la vie : faune, flore, lieux, commerce, éducation, tourisme, industrie, commémorations, célébrités... les thèmes abondent, y compris celui qu'on a désigné par le terme de publicité sociale et dont l'exemple ici choisi présente de nombreuses caractéristiques (Dupont, 2013). Petite image affichant malgré cela des informations complexes (Scott, 1999), le timbre présente un réel intérêt pour l'histoire de la communication dans le sens où il permet de percevoir, de manière figurée et donc selon une traduction à contextualiser et à décrypter, les questions politiques et sociales qui dominent ou préoccupent une époque. Si on l'aborde comme une forme sociale symbolique, il fait partie de ces médias mineurs, à l'instar des étiquettes, des enseignes, des monnaies, des affichettes et des autocollants, produits par milliers, irrigant les rues, les intérieurs, et les interstices médiatiques qui offrent des surfaces segmentées et variées mais permanentes par leur présence (emballages, murs, billets, véhicules...). Une approche info-communicationnelle pourra alors s'appuyer sur une iconographie entendue comme l'étude des images en tant que médias, expressions et productions constitutives d'une

culture ; de leur conditions et aléas au stade de leur création, de leur circulation et de leur réception (Régimbeau, 2007). Eugène Vaillé, historien et conservateur, souligne l'intérêt du timbre en rapprochant son émission d'un choix politique : « les timbres sont des images expressives qui doivent avoir cette qualité d'être la manifestation heureuse d'un état d'âme. Elles sont presque des actes gouvernementaux qui parlent tout autant que les textes et mieux sans doute que les discours » (Vaillé, 1959, 73-74). Cette propagande, sous sa forme imprimée, permet d'une part, d'analyser et de comprendre les moyens d'une symbolique sociale, et d'autre part d'éclairer l'influence que ses commanditaires et auteurs recherchent à travers une image conçue pour la médiatisation. Enfin, élargi aux dimensions d'un territoire iconique, au-delà de sa rhétorique propagandiste, le timbre est ou était – car son usage se raréfie – un des éléments du graphisme de notre paysage visuel quotidien. Dans les années 1920, tel un support offert à des enfants appliqués à déchiffrer des mondes dans ses images communes, il matérialisait des parcours imaginaires mais aussi des drames et des « archéologies » qu'Aragon a relevés dans *Le Paysan de Paris* (Aragon [1926] 2005, p. 89-90) et que Walter Benjamin reprendra dans « Boutique de timbres » (Benjamin, *Sens unique* [1928] 1988, p. 209-213 ; Roche, 2002).

Figure 1. Timbre à surtaxe du Comité supérieur des Œuvres sociales en faveur des étudiants, République Française, 1938. Dessiné et gravé par Pierre Munier.



Coll. de A. H. M. Gravure en taille-douce, valeur faciale de 65 centimes, 41 mm × 20 mm.

- 2 Parce qu'il occupe une place particulière dans les développements de l'image en raison de sa « simplicité » mais aussi des liens qu'il a tissé avec une tradition iconographique de la santé et de l'assistance, le timbre du CSO (Comité supérieur des Œuvres sociales) émis en 1938, qui fait l'objet de cet article, développe une signification qu'il convient de situer dans les évolutions générales d'une communication visuelle persuasive. Il prend

place, notamment, dans les différentes politiques sanitaires, sociales et hygiénistes qui ont alors favorisé des éditions annuelles au bénéfice de la lutte contre la tuberculose (Mouret, 1994), confortant l'envergure et l'intérêt du timbre en tant que média. Mais, principalement, il répond à une commande du Front Populaire pour l'aide aux étudiants organisée précisément par ce qui était alors le CSO, préfiguration des CROUS. Son sujet est lié à l'action en faveur des étudiants qui s'est notamment concrétisée par les œuvres nées au lendemain de la Première Guerre mondiale à l'initiative des étudiants eux-mêmes et de leurs associations, provenant d'interventions privées ou encore de municipalités. Cette action sociale est ensuite devenue un chantier ministériel à part entière lors des réformes du Front populaire en 1936.

- 3 Il faut mentionner, par parenthèse, que si le contexte étudié de cette imagerie reste dans notre étude dépendant des conditions historiques de l'entre-deux-guerres, il ne faudrait pas beaucoup forcer l'imagination pour en rapprocher certains aspects de l'histoire au présent relative au Covid, notamment dans le regain de mobilisation sociale intéressant le personnel soignant ou la condition étudiante.

Œuvres sociales en faveur des étudiants : un réseau d'entraide pour les étudiants par des étudiants

- 4 Un bref rappel de l'histoire des œuvres sociales en faveur des étudiants permet de compléter le contexte de l'édition du timbre. Plus connues de nos jours sous le nom d'œuvres universitaires, représentées par les CROUS¹, ces œuvres étaient destinées à améliorer les conditions de vie et d'études d'étudiants de plus en plus nombreux à l'Université dans les années 1920. Le statut d'étudiant n'était pas synonyme de facilité avant la Guerre de 1914 mais, après la guerre, une vague démographique a accentué les difficultés quotidiennes. Un véritable réseau d'entraide et de solidarité entre étudiants s'est alors organisé pour améliorer les conditions morales et matérielles d'une jeunesse studieuse issue de familles pauvres ou des classes moyennes, voire de familles anciennement riches, aux prises avec la précarité². À l'époque de la Première Guerre mondiale, l'action publique en faveur de la jeunesse était quasi inexistante et l'action en direction des étudiants ne se manifesterait que très progressivement à travers différentes initiatives (Loncle, 2003), comme en témoigne le budget alloué en 1921 par le ministère de l'instruction publique aux associations étudiantes pour financer leurs œuvres³. Les étudiants, considérés comme une composante importante et dynamique de la société, ont fait l'objet d'une nouvelle prise en charge, car, comme en témoigne Madeleine Priault : « [...] ne pas aider matériellement ceux qui aspirent aux études supérieures, ne rien faire pour écarter les difficultés auxquelles se trouvent aux prises les étudiants, c'est les décourager et les faire renoncer à une tâche éminemment sociale ; c'est porter un coup funeste aux forces vives de la Nation » (Priault, 1931, p. 26).
- 5 Pour que l'aide prenne une forme institutionnalisée, il faut, cependant, attendre le Front Populaire. Ce dernier représente un moment important, sinon déterminant, dans l'histoire de la solidarité sociale avec la nomination de Jean Zay, avocat, député radical-socialiste, appelé par Léon Blum au gouvernement en tant que ministre de l'Éducation nationale et des Beaux-Arts. Jean Zay inscrit au sein de son action ce qu'il nomme une « politique générale des étudiants » qui faisait partie de ses préoccupations essentielles. Il écrit dans son livre de souvenirs : « de 1936 à 1939, le ministère de l'Éducation

nationale s'ouvrit largement aux étudiants, collaborant directement et amicalement avec eux. Une vigoureuse impulsion fut donnée à toutes les œuvres sociales⁴ ». C'est à son initiative que l'organe public du Comité Supérieur des Œuvres sociales en faveur des étudiants (CSO) fut mis sur pied avec pour mission de centraliser tout ce qui se rapportait à l'action sociale, de coordonner et d'assurer la gestion financière des divers organismes institués à l'intention de la jeunesse universitaire et scolaire.

- 6 En effet, bien que créés sous statut associatif, régis par la loi de 1901, les organismes d'aide assumant des missions de service public furent reconnus par l'état à travers les subventions allouées, participant de ce fait à assurer leur fonctionnement (Merceron, 2003). Le CSO était également un outil de leur promotion et de leur financement. Avec les étudiants et le soutien de l'État, il organisait tous les ans la Semaine sociale des étudiants dans toutes les villes universitaires de France. Pour Jean Zay ces manifestations, qui permirent de promouvoir les œuvres auprès de la population présenteront, selon ses mots « un grand intérêt de propagande, [et] ne manqueront pas d'assurer aux œuvres sociales des étudiants le bénéfice de substantielles ressources⁵ ». La Semaine sociale a permis ainsi en 1938 de récolter des fonds pour financer les œuvres, notamment par la vente du timbre dont il est question, édité par l'État et portant précisément la mention « Comité Supérieur des Œuvres en faveur des étudiants ».

Le timbre-poste, marque et symbole de l'État

- 7 Le timbre-poste, qui doit sa naissance au besoin de rendre plus facile et plus prompt le transport des correspondances, matérialise une redevance reversée aux organisateurs de ce transport ; l'état en particulier (Rothschild, [1880] 1979, 216]. En France, le timbre-poste est créé par le décret du 24 août 1848, soit huit ans après la Grande-Bretagne et sera émis à partir du 1^{er} janvier 1849 (à partir de 1870 en Alsace et Lorraine). Sa fabrication est supervisée et placée sous la tutelle de la commission des Monnaies et des Médailles. Ses sujets empruntent à l'iconographie des monnaies avec des effigies de souverains en Angleterre ou de la Cérès républicaine, en France. À l'origine, les timbres-poste affectent un même format par souci de faciliter leur reconnaissance et sont imprimés dans des couleurs qui varient selon leur valeur (Brun (dir.), 1999).
- 8 Pour Michel Coste, qui fait remarquer que « [...] le timbre-poste est [...] une image simple et facile à identifier, mais une image qui frappe, donc une image forte, (le mot "timbrer" veut dire "frapper", et le "timbre" c'est ce qui résonne », ce qui différencie le timbre des billets, des pièces ou encore des médailles, c'est la présence de l'image uniquement sur un seul côté qui, selon la tradition, peut être soit le côté pile, soit le côté face. L'auteur précise que « selon cette grande tradition, ces deux *versus* sont l'homme et son monde : le "face" est une figure (figure réelle du Roi, figure symbolique de la Nation et ses multiples déclinaisons...), tandis que le "pile" exprime la "fierté du domaine" (armoiries, célébration d'une victoire, symboles de richesses, etc.) » (Coste, ca 1996). Quel côté se retrouve sur les timbres ? Celui de notre étude, tout en considérant qu'il ne reprend pas le code d'un seul personnage (portrait ou figure en majesté), correspond-il au côté « face » ou « pile » ? Entre les figures de la nation d'un côté et les biens de la société de l'autre, la jeunesse peut incarner ici une figure

symbolique de la nation. Notre timbre-poste reprendrait donc le côté « face » ; le jeune étudiant représentant la nation aux yeux du Monde.

- 9 Autre aspect du sujet : parce que l'État décide de l'impression ou de la vente postale, les graveurs ou autres dessinateurs de timbres, sont soumis à des commandes précises en ce qui concerne leur création graphique. Les images qui doivent y figurer, représentant la République, sont définies par un cahier des charges. Comme le mentionne Laurent Gervereau : « le graveur se voit imposé la nature du motif (parfois même le modèle du motif), souvent la composition, et bien sûr, le texte (nom du pays, prix du timbre, légende...) » (Gervereau, 1994, 157). Pour ce qui concerne la fabrication, « le premier stade est le choix du dessin » (Valuet, 1971, 16) qui reflétera la personnalité de l'artiste car « malgré le sujet imposé, [il] en aura une vision personnelle, et son œuvre, qu'il s'agisse d'un monument, d'une effigie, d'une scène folklorique, sera marquée par son propre tempérament⁶ ».

Enjeux de la diffusion d'un timbre-poste à surtaxe pour les œuvres sociales

- 10 Walter Benjamin, qui anticipait le déclin des courriers timbrés (« Mais combien de temps encore la floraison des timbres persistera-t-elle entre les poteaux télégraphiques ? »), estimait que le timbre à surtaxe constituait un « esprit du timbre », traversant indemne les changements de dirigeants et d'États (Benjamin [1928], 1988, 213). La première moitié du xx^e siècle est une époque où le courrier postal demeure un moyen de communication majeur. De 1935 à 1940, « la France entre dans ce que l'on peut nommer sa “modernité philatélique” (avec une augmentation [en nombre] des timbres commémoratifs et la fin des dominations exclusives des timbres-types d'usage courant) » (Chatriot, 1997, 18-22). C'est également au cours de cette période qu'augmente l'émission des timbres à surtaxe mais dans des limites à considérer. En effet, les timbres commémoratifs, qui ne sont pas prévus pour être d'usage courant peuvent parfois le devenir, contrairement aux timbres à surtaxe qui « en raison de la surtaxe dont leur prix de vente est grevé, [...] sont pour le public, d'un emploi strictement facultatif, et ne peuvent, dès lors, se substituer, comme les timbres commémoratifs, aux figurines ordinaires : aussi leur diffusion est-elle beaucoup moins considérable » (Chatriot, *ibid.*).
- 11 L'administration a su cependant en tirer des bénéfices ; le philatéliste, par son achat, devenant lui aussi une sorte de contribuable. À l'origine, le timbre-poste symbolisait les taxes et servait au recouvrement de ces dernières mais sa mission a été en partie détournée de son usage initial par les collectionneurs d'images. Il est vrai que sa réalisation, avec la technique de gravure en creux de la taille-douce, lui conférait un caractère artistique, digne d'une œuvre, car « malgré sa faible superficie, le timbre doit être composé comme un tableau [...] »⁷. L'encre, lors du tirage, déposée dans les sillons du métal gravé au burin, à la pointe sèche ou avec d'autres outils, autorise une grande latitude dans la précision des détails et le dégradé des fonds (Brun, [dir.] 1998). De plus, la gravure sur métal, en raison de la résistance des matériaux, permet une multiplication des tirages.
- 12 Sur le plan des finances publiques, la vente de timbres a représenté une source de recettes non négligeable pour l'état, les timbres à surtaxe apportant leur concours à des

œuvres d'intérêt national qui bénéficiaient du produit de la majoration des prix. Les travaux d'Alain Chatriot apportent un éclairage sur la répartition de la recette entre l'État et les organismes représentés sur (et par) les timbres. Il précise que « dans le prix de vente des timbres-poste avec surtaxe, la partie représentant la valeur d'affranchissement fait partie des recettes normales du budget annexe et ne saurait, en raison des règles budgétaires être détournée de sa destination. Seul le produit de la taxe dont 'serait grevé le timbre demandé pourrait donc être attribué à la société désignée' »⁸. En outre, la philatélie étant une activité très populaire et à la portée de tous, l'État a su jouer sur les deux plans. Selon Arthur de Rothschild, un des premiers historiens du timbre, si « collectionner est un goût naturel pour l'homme [*sic* !] », le timbre-poste dut paraître tout d'abord l'objet le plus simple, le plus capable de satisfaire ce goût à peu de frais (Rothschild, *op. cit.*).

- 13 Le timbre possède une valeur faciale de 65 centimes et une surtaxe de 60 centimes. La surtaxe devait être imprimée dès le départ en cas d'organisation d'une collecte pour un organisme ou une institution, comme c'est le cas ici. Seules les œuvres d'utilité publique peuvent bénéficier de l'émission d'un timbre à surtaxe, comme l'explique Eugène Vaillé : « les timbres à surtaxe apportent leur concours à des œuvres d'intérêt national [...] [et] constituent les « premières manifestations d'une conception nouvelle qui [se] faisait jour et dont l'usage allait grandement se développer. Elle consistait à demander au public, et surtout aux collectionneurs, l'emploi de ces figurines n'étant pas obligatoire, leur concours pécuniaire pour des œuvres jugées d'utilité publique » (Vaillé, *op. cit.*, 74). La surtaxe pouvant ainsi pallier l'absence ou le peu de subventions de l'État.
- 14 D'après Alain Chatriot, l'émission de ce timbre n'a pas été bien accueillie par les collectionneurs : « en la critiquant, c'était une façon de protester contre l'inflation de timbres à surtaxe à l'époque » (Chatriot, *op. cit.*). Leur multiplication a déclenché un mouvement de colère chez les collectionneurs qui désapprouvaient la fréquence de l'émission de ces timbres mais, animés ou victimes de leur passion, ils finissaient par céder en les achetant, ce qui permettait à l'administration « d'augmenter ses recettes et d'utiliser le timbre comme un instrument de propagande nationale » (Vaillé, *op. cit.*, 110). Le timbre-poste est devenu ainsi un véritable ambassadeur reconnu par tous les pays comme étant « un puissant instrument de propagande et une source non négligeable de profits car grâce aux surtaxes, nombre d'œuvres d'intérêt national et social encaissent d'appréciables revenus (*Id., ibid.*).

Iconographie du timbre-poste du Comité Supérieur des Œuvres sociales

- 15 Eugène Vaillé, qui à travers son ouvrage sur l'histoire du timbre-poste définit les bases d'une analyse de son évolution, de ses représentations, de ses symboles incarnés, de ses fonctions, rôles et usages par le pouvoir et le public à travers l'histoire, nous servira de guide dans l'approche iconographique (Vaillé, 1959).
- 16 Ce timbre, au format portrait, de couleur bleu-vert porte la légende « Comité Supérieur des Œuvres sociales en faveur des étudiants » et la mention « RF » pour République Française. Édité par l'administration française, il devait servir à assurer à la fois la promotion des œuvres pour les étudiants, du sanatorium en particulier, puisqu'il était

vendu à l'occasion de la Semaine Sociale des étudiants, et à récolter des fonds pour le bon fonctionnement de l'établissement de soins. Ce Sanatorium des étudiants fut une œuvre sociale reconnue d'utilité publique en 1933. C'est le premier établissement sanitaire créé par les étudiants qui s'étaient mobilisés contre la tuberculose comme les autorités publiques.

- 17 Émis le 1^{er} décembre 1938 et retiré de la vente en mai 1939, le timbre a été tiré à 1 500 000 exemplaires dont 650 000 ont été vendus. Sa vente a rapporté quelques 390 000 francs au sanatorium (Merceron, 1996, 14), ce qui équivaut à 520 fois le salaire moyen mensuel d'un manœuvre à l'époque (750 francs par mois)⁹.
- 18 La scène représentée comporte au premier plan, un jeune homme, visage de profil tourné vers la gauche, assis à un bureau, un livre à la main, un béret sur la tête. À sa droite, se tient une infirmière coiffée d'un voile portant un emblème en forme de croix grecque, elle pose un verre d'eau sur le bureau. Des montagnes, dont certains sommets enneigés, apparaissent en arrière-plan comme si les personnages évoluaient sur un balcon ou une terrasse. L'étudiant, studieux et pensif, est couvert de la faluche « qui est à la fois une coiffe et un symbole. Elle est le support de la vie personnelle de l'étudiant qui l'arbore, de son parcours et de ses succès universitaires » (Larguèze, 2003, 75). Le terme « faluche »¹⁰ ne commence à s'imposer qu'à partir de 1929 et ne se généralise qu'à partir de 1934, à travers les congrès de l'Union Nationale des Étudiants de France : il symbolise l'étudiant inscrit dans une Association Générale Étudiante ou dans une de ses sections (lettres, sciences) (Ségura, 2003, 83). La faluche, symbole et véritable attribut, est portée exclusivement par les étudiants et uniquement dans des lieux où elle a une signification (facultés, congrès d'étudiants, conseils d'université, sanatoriums...). Les associations étudiantes l'utilisaient ainsi comme moyen de reconnaissance pour convaincre les étudiants de les rejoindre.
- 19 L'infirmière, dévouée, semble pensive également. La croix qui orne sa coiffe sur son front rappelle le symbole du Comité Central de la Croix Rouge Française constitué à l'époque par l'Union des Femmes de France (UFF), la Société française de secours aux blessés militaires (SSBM) et l'Association des Dames de France (ADF). Ces trois organismes fusionneront et deviendront la Croix-Rouge par la loi du 7 août 1940. Une remarque d'Arlette Mouret, dans son étude de l'imagerie contre la tuberculose, précise une caractéristique du personnage de l'infirmière : « [...] c'est le timbre de 1935 [précédant celui que nous étudions] qui assure la promotion de la prévention et de son ambassadrice, l'infirmière visiteuse d'hygiène sociale, avec pour légende : « Mieux vaut prévenir... ». Précieuse auxiliaire de la lutte antituberculeuse, cette « "grande prêtresse" ayant pour attributs professionnels le voile (son "voile sacré") et la croix-emblème, a été également un excellent agent de propagande du timbre » (Mouret, 1994).
- 20 Pierre Munier¹¹, artiste officiel, auteur de l'image, est graveur de timbres pour l'administration française depuis 1933 et « il ne se passe pas une année sans que la France fasse appel à son talent » (Duxin, Vitalyos, 1956, 16). Les mentions « del.sc », abréviation de *delineavit* (« il ou elle dessina » en latin) et de *sculptavit* (« il ou elle grava » en latin), en bas, à droite du timbre, confirment que Pierre Munier est à la fois le dessinateur et le graveur. Il a transposé dans ce mince rectangle différents signes évocateurs dont la ligne de montagne visible par le fenêtre ouverte, évoquant le paysage qui environne le sanatorium situé à Saint-Hilaire-du-Touvet en Isère, présent sur des cartes postales de l'époque (cf. *Faluche.info*, 2020)¹², et quelques détails (bureau,

livre) relatifs à l'étude et aux soins. Le sanatorium dont les chambres étaient individuelles, accueillait en son sein les étudiants atteints de tuberculose, leur permettant, malgré la maladie, de poursuivre leurs études. On le déduit ici du livre que tient l'étudiant (au titre illisible), attribut d'intellectuel qu'il serait aussi intéressant de rapprocher d'une certaine tradition iconographique religieuse.

- 21 Les gestes de l'infirmière, debout, inclinée légèrement, les bras ouverts vers l'étudiant, signalent l'attention, tandis que l'étudiant, en position assise, est l'objet de cette attention ; la scène saisit l'instant d'une relation de soins entre le personnel soignant et un malade. Elle permet également de saisir le lien entre deux espaces bénéfiques : un intérieur sécurisant et un extérieur de montagne, ouvert, signifiant l'espace et l'air ambiants profitables aux pensionnaires du sanatorium. On peut relever que le malade est actif, le livre dans une main, plutôt en voie de guérison que dans une phase difficile. Une sémiotique figurative nous orienterait très rapidement vers des scènes cent fois figurées de la protection maternelle de l'infirmière envers un jeune homme, inspirées de scènes réelles dans les hôpitaux et les infirmeries dont les guerres du XIX^e siècle et la Première Guerre mondiale donnèrent souvent le motif. Un simple exemple avec une carte postale de 1915 (ci-dessous) où un « ange blanc » comme on désignait les infirmières, se penche vers un blessé.

Figure 2. *Bravoure et dévouement.*



A.P. Jarry, illustrateur, Carte postale (détail), 1915. A.P. Jarry (illustrateur), « Bravoure et Dévouement » [Scènes militaires], La CPA Nouvelle [éditeur La Carte Postale Ancienne Nouvelle], 46. Références et article dans « Infirmière, un métier aux origines méconnues », Correspondance, Gautier Demouveau, jeudi 30 avril 2020. La légende de l'image ajoute : « Pendant la Première Guerre mondiale, les infirmières, surnommées « les anges blancs », sont représentées comme dévouées et compatissantes. Elles occupent les cartes postales de propagande, une image d'Épinal qui marque profondément l'opinion publique. ». En ligne [consulté le 10/10/2021] : <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2020-04-30/infirmiere-un-metier-aux-origines-meconnues-d4b4a466-0eb5-4a3f-b3bd-7a05dd075854>

- 22 Plusieurs maquettes ont été proposées par Pierre Munier pour le timbre (Hypolite Martin, 2019, fig. 34 et 35) qui représentent des éléments architecturaux ou des personnages en action (les bâtiments du sanatorium, des coureurs à pied, des étudiants). L'idée étant de valoriser une vie saine, des établissements neufs et une atmosphère aérée.
- 23 Aujourd'hui, la propagande a acquis une réputation négative, mais le sens premier (« *propaganda* » : « devant être propagé », en latin) permet de comprendre que, malgré le caractère dépréciatif du terme, dans le cas du timbre « elle reste toujours éminemment dévouée à la gloire de l'État, des valeurs qu'il cautionne, des hommes qu'il consacre » (Pons, 1990, 44). L'image produite en son nom, même avec un sujet dramatique, cherche un effet positif.

Le discours iconique du timbre-poste

- 24 Le timbre a cette fonction de relai d'influence du pouvoir en place. Maurice Agulhon explique que l'iconographie de l'image républicaine permet d'appréhender les « mentalités » d'une époque – selon le terme qu'avait popularisé une certaine « histoire des mentalités », autour de la revue des *Annales* (Normand, 1992) –, mais pas seulement. Le timbre sert également à « identifier le pouvoir politique dont il émane en le distinguant des pouvoirs étrangers ou des pouvoirs antérieurs abolis ; traduire clairement les principes dont se réclame le pouvoir ; si possible, enfin, produire sur le spectateur un effet favorable, lui plaire, entraîner son adhésion » (Agulhon, 1988, 284). L'analyse du timbre concerné permet de dire que l'image consiste d'abord en une superposition d'icônes et de symboles associés à deux autres éléments sémiotiques écrits : « RF » et la légende « Comité Supérieur des Œuvres Sociales en faveur des étudiants » qui eux-mêmes s'iconisent par leur proximité « figurale » dans la scène globale. Nous pourrions penser que le message officiel de ce timbre est presque noyé sous une pléthore d'indices mais il n'a d'autres buts que d'« affirmer » les signes selon un sens unifié dans la mesure où l'association d'images symboliques et la légende servent une propagande vers un public le plus large possible. En somme, ce timbre, comme un média de masse, à travers ses signes écrits et figurés, porte un contenu politique volontairement schématisé. De plus, si le timbre « contribue à la diffusion de l'art français en illustrant jusque dans les contrées les plus lointaines l'apport national dans tous les domaines, art, science, industrie et solidarité humaine¹³ », il déploie une double dimension de son expression. Il « parle » d'abord aux individus ayant pris part à la Semaine Sociale des étudiants, puis diffuse son message à un public plus large, via les collectionneurs et les personnes désireuses d'apporter leur soutien à une œuvre de bienfaisance, donc, à l'ensemble de l'opinion publique du pays.
- 25 L'impact que peut avoir cette figurine postale nécessite donc que l'on souligne son caractère persuasif et propagandiste et son efficacité en tant qu'instrument de propagande silencieuse. Même s'« il est très difficile de définir la propagande » (Ellul, 1962, 6) de manière générale, nous dirons, en première approche, que la propagande par le timbre-poste réunit des fonctions d'instauration symbolique et de circulation de l'information. Elle permet à l'État de se faire reconnaître au quotidien dans des activités « au long cours » et faire connaître sur tout le territoire les projets ponctuels ou non qui lui semblent dignes d'être « montrés » ; ici, de montrer que l'État est attentif à la situation de la jeunesse du pays et de provoquer l'adhésion du peuple à cette cause

sanitaire et sociale. Qui plus est, le timbre-poste voyage et peut être vu en dehors des frontières de son pays d'émission. Son utilisation locale ou internationale pour les envois postaux en fait donc un instrument de reconnaissance idoine et puissant.

- 26 La propagande consiste aussi en une technique de persuasion pour influencer et agir sur une opinion publique, modifier son comportement en lui faisant adopter un état d'esprit ou un comportement particuliers. Le timbre-poste, que l'on peut qualifier de langage visuel de la communication car constitué de codes faisant image recherche une audience large. Est-ce que l'information exprimée ici exerce les mêmes influences sur les publics qu'une communication reposant uniquement sur la langue écrite ? Rappelons Eugène Vaillé, cité en introduction, qui estimait que les timbres avaient une valeur expressive aussi forte qu'un texte ou un discours (Vaillé, *op. cit.*). Le composé image/texte impose de tenir compte de sa spécificité de synthèse. Sur ce timbre, l'image est claire et va à l'essentiel. Martine Joly la définirait comme « destinée à être comprise vite et du plus grand nombre » (Joly, 2011, 107). Cependant, l'image seule ne semble pas remplir tout le message. Martine Joly précise à ce propos que l'image à elle seule ne peut pas être totalement persuasive (Id., *ibid.*, 104). Texte et image se complètent, justifiant la mention « Comité Supérieur des Œuvres Sociales en faveur des étudiants » destinée à situer la fonction de la scène et de ses acteurs. Chaque élément du couple texte/image permet de trouver un public plus large en se renforçant l'un l'autre mais l'écriture remplit également une fonction de contextualisation nécessaire, évitant à l'image d'être l'objet d'une manipulation selon tel ou tel contexte persuasif.
- 27 Rappelons que, sur le plan idéologique, Arlette Mouret, a cerné dans le personnage de l'infirmière des valeurs de « grande prêtresse » (Mouret, 1994). Cette problématique de l'assistance intervient en filigrane dans la scène mais elle n'est pas hyperbolique : les signes sont comme « modernisés » à travers le veston de l'étudiant et les manches courtes de l'infirmière. Il s'agit moins d'attirer la pitié que d'informer sur une action bénéfique.
- 28 Enfin, à travers cette image, c'est une part de l'esthétique du temps qui s'affirme. Arthur de Rothschild voit même dans le timbre un support d'éducation à l'art lorsqu'il évoque son processus de réalisation : « il s'agissait de faire appel aux peintres, aux sculpteurs, aux graveurs les plus éminents, pour les inviter à créer un dessin, qui formant la vignette du timbre, serait dès lors reproduit à l'infini, et développerait dans toutes les classes le sens esthétique du beau, en habituant les yeux du citoyen, même le plus pauvre et le plus illettré, à se fixer sur un dessin qui rappellerait les chefs d'œuvres de l'art » (Rothschild, *op. cit.*, 270). Il resterait aussi à noter que, sur le plan esthétique, ce type de figure s'inscrit dans une tradition du dessin et de la gravure « classiques » tels qu'on les enseignait aux Beaux-Arts et restitue un réalisme qu'en Histoire de l'art on a qualifié de « Retour à l'ordre » après la floraison des avant-gardes de la fin du XIXe siècle et du début du XXème¹⁴. Le recours à ce type d'esthétique devenue officielle peut s'expliquer par la nécessité de ne pas déroger à une tradition du classicisme mais il présente aussi un certain mode de restitution attribué au dessin « documentaire » de presse.

Conclusion

- 29 Maurice Agulhon estimait que le symbole avait pour fonction de « traduire clairement les principes dont se réclame le pouvoir [...], si possible, enfin, produire sur le

spectateur un effet favorable, lui plaire, entraîner son adhésion (Agulhon, 1988, 284). En plus d'être un moyen d'affranchissement et de matérialisation de la taxe, le timbre constitue un support de communication notoire en tant que « manifestation » visuelle de l'État telle une propagande « silencieuse » imprimée. Dans le cas étudié l'image sérieuse de l'étudiant permet de légitimer le Comité Supérieur des œuvres sociales et de justifier les efforts demandés aux citoyens. A cette fin, le timbre se conforme à ce que Roland Barthes nous dit de la publicité : que « la signification de l'image est assurément intentionnelle. Si l'image contient des signes, on est donc certains qu'en publicité ces signes sont pleins, formés en vue de la meilleure lecture : l'image publicitaire est franche, ou du moins emphatique » (Barthes, 1964, p. 40).

- 30 Ce timbre-poste, utilisé à la fois comme outil de promotion et pour la récolte de fonds lors d'une période de genèse pour les œuvres destinées aux étudiants, est significatif des moyens d'une communication institutionnelle. Les contenus médiatisés par ce vecteur, dont le statut esthétique et la richesse iconographique ne sont pas diminués par les contraintes du format, témoignent d'une communication à des fins persuasives pour assurer la promotion d'une action publique. Michel Coste fait remarquer que « Depuis son invention (1840), le timbre-poste est une petite image, visible à l'œil nu dans la main, une image que l'on détache et colle au coin du courrier, une image simple et facile à identifier, mais une image qui frappe, donc une image forte, (le mot "timbrer" veut dire "frapper", et le "timbre" c'est ce qui résonne) » (Coste, ca 1993).
- 31 En qualité de source historique, il est utile pour comprendre le contexte social national dans lequel il est émis ; l'accent est mis ici sur la condition étudiante dans l'entre-deux-guerres (précarité, maladie...), l'aide humanitaire et la propagande. Sur le plan des médiums, il est un exemple du renouvellement des outils utilisés pour diffuser une information, intégrés dans une histoire visuelle de la société. Il permet de rappeler le rôle et l'influence de l'image dans les comportements sociaux autant que la circulation et l'action d'une figuration « ordinaire » dans les rapports qu'un état imagine avec les citoyens. En tout, il permet d'ajouter des jalons à l'histoire d'une certaine publicité sociale.

BIBLIOGRAPHIE

Agulhon Maurice, *Histoire vagabonde I, Ethnologie et politique dans la France contemporaine*. Paris, Gallimard, 1988.

Aragon Louis, *Le Paysan de Paris*, Paris Gallimard, [1926] 2005. Coll. Folio.

Barthes Roland, « Rhétorique de l'image », *Communications*, « Recherches sémiologiques », 1964, n° 4, p. 40-51.

Benjamin Walter, « Boutique de timbres », dans *Sens unique*, Paris, M. Nadeau, [1928] 1988, p. 209-213.

Brun Jean-François (dir.), *Le Patrimoine du timbre-poste français*. Paris, Éditions Flohic, 1999.

- Chatriot Alain, « La “doctrine” de l’administration postale sur les timbres surtaxés en France – 1935-1940 », *Documents philatéliques*, n° 152, 2^e trimestre 1997, p. 18-22.
- Chatriot Alain, « Les reflets de la France de l’entre-deux guerres », *Timbres magazine*, janvier 2002, p. 73-75.
- Coste Michel, Les timbres-poste, matériau de l’histoire. [ca 1996], In [decryptimages.net](http://www.decryptimages.net), [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <http://www.decryptimages.net/11-analyses/168-timbre?showall=1>
- Danan Yves-Maxime, « Le timbre et l’analyse quantitative en science politique », dans *Publications de la faculté de droit et des sciences politiques et sociales d’Amiens*, n° 3, 1973. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <https://www.u-picardie.fr/curapp-revues/root/2/danan2.pdf>
- Dupont Luc, « Esquisse d’une sémiologie de l’image au service des grandes causes en publicité sociale », *Revue française des sciences de l’information et de la communication* [En ligne], 3, 2013, mis en ligne le 01 août 2013. [Page consultée le 08/07/2022]. Disponibilité et accès <http://journals.openedition.org/rfsic/583>. DOI :10.4000/rfsic.583
- Duxin Raymond, Vitalyos Adalbert, Ceux qui créent nos timbres, Tome 3, Paris, éd. *Le Monde des philatélistes*, 1956, Coll. "Étude", n° 14.
- Ellul Jacques, *Propagandes*. Paris, Armand Colin, 1962.
- Fischer Didier, « Un cas pionnier de la représentation étudiante : la Fondation santé des étudiants de France dans l’entre-deux-guerres », *Les Cahiers du GERME*, n° 29, 2011, p. 61-66. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <http://www.germe-inform.fr/wp-content/uploads/2013/10/dossier-N%C2%B0-29.pdf>
- Gervereau Laurent, *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, Éditions La Découverte, 1994.
- Hani Georges, « Le timbre-poste entre sens textuel et sens pratique », *Communication* [En ligne], vol. 34, n° 2, 2017. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <https://journals.openedition.org/communication/7246>. DOI : 10.4000/communication.7246
- Hypolite Martin Axelle, *Histoire et mutations communicationnelles des œuvres universitaires : du CSO aux CROUS*, Thèse en SIC, Université Paul-Valéry, Montpellier 3, 2019.
- Joly Martine, *L’image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011.
- Largueze Brigitte, Faluche et faluchards, *Les Cahiers du GERME*, spécial n° 4, décembre 2003.
- Loncle Patricia, *L’action publique malgré les jeunes. Les politiques de jeunesse en France de 1870 à 2000*, Paris, L’Harmattan, 2003.
- Merceron Stéphane. « L’UNEF des Années noires », *Les Cahiers du GERME*, n° 1, mars 1996, p. 7-14. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <http://www.germe-inform.fr/wp-content/uploads/2016/04/cahiers-du-germe-1-special-charte-de-grenoble.pdf>
- Merceron Stéphane, « La naissance des œuvres », *Les cahiers du GERME*, spécial n° 4, décembre 2003, p. 11-24.
- Mouret Arlette, « L’imagerie de la lutte contre la tuberculose : le timbre antituberculeux, instrument d’éducation sanitaire », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques*, 12, 1994. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <https://journals.openedition.org/ccrh/2734?lang=en>
- Normand Raoul, « L’identité d’une revue : Annales, économie, société, civilisations », dans Bourde Robert, dir. *La revue de sciences sociales et humaines*, actes du séminaire « La communication et

l'information scientifique entre spécialistes », Toulouse, LERASS, Université Paul Sabatier, IUT « A », 1992, p. 27-37.

Pons Christian-Marie, « L'art du timbre-poste », *Vie des arts*, vol. 35, n° 139, 1990, p. 44-47. URL [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <https://id.erudit.org/iderudit/53765ac>

Priault Madeleine, *La cité universitaire et son rôle social*, thèse de Droit, Éditions Rousseau et Cie, 1931.

Régimbeau Gérard, « Médiations iconographiques et médiations informationnelles : réflexions d'approche », *Communication* (Université de Laval), vol. 26/1, 2007, p. 164-177. [En ligne]. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00747282/document>

ROCHE Anne, « Le paysan de Berlin : Le Paysan de Paris lu par Walter Benjamin », dans *Recherches croisées Aragon - Elsa Triolet*, n° 8, Presses universitaires de Strasbourg, 2002, p. 177-186. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès <https://books.openedition.org/pus/6908>

Rothschild Arthur de, *Histoire de La Poste aux lettres et du timbre-poste, depuis leurs origines jusqu'à nos jours*, Genève, Éditions Slatkine, 1979, réimpression de l'édition de Paris 1880.

Scott David, « La sémiotique du timbre-poste », *Communication et langage*, n° 120, 2^e trimestre 1999, dossier : La communication des organisations, p. 81-94. [Page consultée le 11/09/2021]. Disponibilité et accès https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1999_num_120_1_2928.

Segura Manuel, « Un aperçu de l'histoire universitaire française sous un angle original, celui des étudiants à travers la faluche », *Les Cahiers du GERME*, spécial n° 4, décembre 2003.

« Le timbre-Poste », *La documentation française illustrée*, juillet 1954, n° 9.

Vaillé Eugène, *Histoire du timbre-poste*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », n° 273, [1947] 1959.

Valuet Roger, *Le timbre-poste*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », n° 273, 1971.

Zay Jean, *Souvenirs et solitude*, Paris, Belin, 2010.

NOTES

1. Centres Régionaux des Œuvres Universitaires et Scolaires. Dénomination attribuée en 1955.
2. Au total, les différentes œuvres sociales en faveur des étudiants comporteront, au fil du temps, le sanatorium des étudiants, l'Office de Tourisme Universitaire (OTU), le Bureau Universitaire des Statistiques (BUS), l'Office du Sport Universitaire (OSU), les restaurants et les logements pour les étudiants.
3. En 1921 un crédit de subventions destinées à ces associations générales étudiantes et à leurs œuvres sociales est inscrit au budget du ministère de l'Instruction Publique. Ces subventions étaient utilisées pour le financement de logements avec la construction des premières maisons d'étudiants ou cités universitaires et de restaurants destinés aux étudiants.
4. Jean Zay, *Souvenirs et solitude*, Paris, Belin, 2010, p. 385. Ouvrage publié pour la première fois en 1946 par les Éditions Julliard, puis en 1987 et en 1994 par les Éditions Talus d'approche (Belgique), en 2004 par les Éditions de l'Aube, et plus récemment par Belin.
5. Éditorial de Jean Zay, *Le Courrier des étudiants*, n° 5, mars 1938.
6. « Le timbre-Poste ». *La documentation française illustrée*, n° 91, juillet 1954, p. 28.
7. « Le timbre-Poste », *ibid.*

8. Étienne Quénot cité par Alain Chatriot, « La « doctrine » de l'administration postale sur les timbres surtaxés en France – 1935-1940 », *Documents philatéliques, revue de l'Académie de Philatélie*, 152, 2^e trimestre 1997, p. 18-22.
9. Site internet clioweb : <http://clioweb.free.fr/dossiers/salaires/salprix.htm>.
10. Faluche vient du mot « *faluccia* » désignant la coiffe des étudiants italiens (Bologne) que les étudiants français ont adoptée à partir de juin 1888. La faluche est également le nom d'une galette dans le nord de la France. Voir l'article : « De l'origine du béret ou les tribulations d'une galette pas comme les autres ». Consultable en ligne : <http://faluche.info/de-l-origine-du-beret-ou-les-tribulations-d-une-galette-pas-comme-lesautres/#more-60>.
11. Pierre Munier (1889-1962) notice biographique sur le site internet : www.philouest.com (<https://www.phil-ouest.com/Timbres.php?Cas=Artiste&ListeMots=Munier&Ordre=DateVente>).
12. Cf. les documents iconographiques accompagnant l'article de *Faluche.info*, signé P'tit Joe : « Sanatorium des étudiants de France », du 13 mars 2020, en ligne : <https://faluche.info/sanatorium-des-etudiants-de-france/>.
13. *Le timbre-Poste*, La documentation française illustrée n° 91, juillet 1954, p. 28.
14. *Le retour à l'ordre dans les arts plastiques et l'architecture, 1919-1925*, Université de Saint-Étienne, 1975, CIEREC (Centre interdisciplinaire d'études et de recherche sur l'expression contemporaine), Travaux VIII.

RÉSUMÉS

Cet article étudie un timbre-poste à surtaxe édité par le Front populaire en 1938. Ce type de timbre avait pour but de promouvoir et de financer l'action sociale en faveur des étudiants, et plus particulièrement les lieux de soins comme les sanatoriums. Nous proposons, à travers une analyse iconographique contextuelle, de déceler dans le discours visuel de cette vignette, qui véhicule une imagerie officielle, la dimension argumentative des images postales comme une volonté et un moyen d'intervenir dans l'opinion publique. Il s'agit donc d'approcher les enjeux et les spécificités d'une forme de publicité sociale imprimée, alors appelée propagande.

This paper examines a surtax stamp issued by the Popular Front in 1938. The purpose of this kind of stamp was to promote and finance social action in favour of students, and more especially, places of care such as sanatoriums. We propose, through a contextual iconographic analysis, to detect in the visual discourse of this vignette, which conveys an official imagery, the argumentative dimension of postal images as a will and a means to intervene in public opinion. It is therefore a question of approaching the stakes and specificities of a form of printed social advertising, then called propaganda.

INDEX

Mots-clés : timbre-poste, propagande, œuvres sociales, étudiants, image, Front populaire, publicité sociale

Keywords : postage stamp, propaganda, social works, students, picture, Popular Front, social advertising

AUTEURS

AXELLE HYPOLITE MARTIN

Axelle Hypolite Martin est docteure en sciences de l'information et de la communication. Elle est membre associée de l'équipe du LERASS-CERIC de l'Université Paul Valéry, Montpellier 3.

GÉRARD RÉGIMBEAU

Gérard Régimbeau est professeur émérite en sciences de l'information et de la communication. Il est membre de l'équipe du LERASS-CERIC de l'Université Paul Valéry, Montpellier 3.