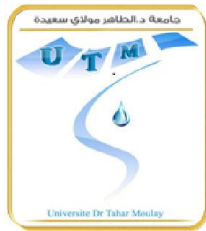


République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Dr Tahar Moulay -Saida-
Faculté des Lettres, des Langues et des Sciences Humaines et
Sociales
Département de Français



MÉMOIRE

Présenté en vue de l'obtention du diplôme de MASTER

Option : Le français de La communication et publicité

Intitulé

**Les effets des affiches publicitaires
préventives « contre la violence conjugale » sur la
société algérienne.**

Présenté par :

Bouziane Nourelhouda

Membre du jury :

Sous la direction de :

Saadi Khadîdja

Année universitaire 2016/2017

Remercîment

Nous remercions le « DIEU » qui nous a donné la persévérance pour atteindre notre but et parvenir à accomplir notre travail.

Nous tenons à remercier Mme Saadi, qui est notre directrice de recherche, s'est toujours montrée à l'écoute et très disponible tout au long de la réalisation de ce mémoire, ainsi pour l'inspiration, l'aide et le temps qu'elle a bien voulu vous consacrer.

Nous exprimons notre gratitude aussi à tous les enseignants.

Table des matières

Introduction générale	03
Chapitre I :	07
Définition et concepts clés des affiches publicitaires préventives	
1. Définition de l’affiche publicitaire	07
2. Définitions et l’historique de l’affiche préventive	08
3. le rôle de l’affiche publicitaire	09
4. les caractéristiques de l’affiche publicitaire	10
4.1 elle communique rapidement et efficacement	10
4.2 elle attire l’attention	10
4.3 elle est convaincante	10
4.4 elle emploie les couleurs	11
4.5 elle est simple	11
5. les composantes de l’affiche publicitaire	11
5.1 l’image	11
5.2 l’accroche	11
5.3 le slogan	11
5.4 le message	12
5.5 le logo	12
6. les points essentiels composant une affiche publicitaire	12
6.1 public cible	12
6.2 hiérarchiser les informations	13
6.3 le cheminement en Z du regard	13
6.4 les lignes de force et perspectives	14
6.5 les couleurs	14
6.6 la typographie	14

Chapitre II :	15
Présentation et perspective de la violence conjugale à travers l’affiche publicitaire.	
1. Présentation de la violence conjugale dans l’affiche préventive	16
2. Démonstration de différents concepts de la violence conjugale	18
3. La violence conjugale dans les affiches publicitaires	20
4. La relation entre l’image et le texte de l’affiche publicitaire	22
5. L’influence de l’affiche publicitaire sur les femmes battues	22
6. L’effet de l’affiche publicitaire sur la société	23
Chapitre III :	25
Enquête et perspective	
1. Méthodologie de la recherche	26
2. Enquête (questionnaire)	27
2. 1 L’analyse du questionnaire	30
3. Analyses des affiches publicitaires préventives	43
3.1 Analyse de figure N°1	43
3.2 Analyse de figure N°2	46
3.3 Analyse de figure N°3	49
3.4 Analyse de figure N°4	52
3.5 Analyse de figure N°5	55
4. Jugement et appréciation personnelle (conclusion)	57
Conclusion générale	59
Résumé	62
Bibliographie	64
Annexes	65

SOMMAIRE

Introduction générale.	03
Chapitre 1 :	
Définition et concepts clés de l’affiche publicitaire « préventive »	07
Chapitre 2 :	
Présentation et perspective de la violence conjugale à travers l’affiche publicitaire.	15
Chapitre 3 :	
Enquête et perspective	25
Conclusion générale	59
Résumé	62
Bibliographie	64
Annexes	65

Bibliographie :

Documents :

- * ABRAHAM Moles (1969) la situation sociale de l'affiche, Ed Persée N4, P 73.
- * ALAIN Charbonnier(2003), Bruxelles « peur et prévention », p43.
- * Archives-le post. Huffingtonpost.fr/.../la violence verbale. Peut également peut être terrifiante.
- * Evelyne Josse, psychologue_2007 (Assemblée Générale des Nations Unies, 1993).

Ouvrage :

- * Revue de l'université de Moncton, vol. 36, n 1, p 289-320. <http://id.Érudit.Org/idérudit/011996ar>.

Dictionnaire :

- * www.larousse.fr dictionnaire français.
- * www.larousse.fr dictionnaire. Français.
- * www.larousse.fr.

Sitographie :

- * http://bounie.polytechilille.net/multimédia/sémiologie_vp-PDF
- * [http:// fr. Adfourm.com /creative/work/ad/player/30119](http://fr.Adfourm.com/creative/work/ad/player/30119)
- * <http://imprimpubconseils.wordpress.com>
- * <http://graphiste.com>
- * <http://graphiste.com>
- * <http://virage.site.ined.fr/>
- * [Http //www.academic.française .FR/dictionnaire](http://www.academic.française.FR/dictionnaire). Consulté le 16-03-2015
- * Revue de l'université de Moncton, vol. 36, n 1, p 289-320. <http://id.Érudit.Org/idérudit/011996ar>
- * [Www. Advertinsingtimes.fr/la- publicité –ultime- contre- la- violence-domestique.html](http://Www.Advertinsingtimes.fr/la-publicité-ultime-contre-la-violence-domestique.html)
- * [Www. Bassenge.be/actualités/soyez-un-homme-portez-ruban-blanc](http://Www.Bassenge.be/actualités/soyez-un-homme-portez-ruban-blanc)

* www.définition.marketing.com

* www.libération.fr /... /contre la violence-contres-les femmes pour ne plus se taire.

* www.vitamedz.org réseau-Wassila

La définition de l'affiche publicitaire :

L'affiche publicitaire est un élément important dans la communication visuelle qui doit s'intégrer aux paysages urbains et attirer l'attention sur le message qu'elle va transmettre. C'est un support de communication de format variable qui permet de diffuser un message et d'attirer l'attention d'une cible en particulier. son but est d'informer et faire connaître le produit ou la manifestation, en vantant ses qualités et son intérêt. D'après le dictionnaire de l'Académie française, l'affiche se définit comme une : « feuille manuscrite opposée sur les murs ou à certains emplacement réserver, pour une connaissance au public d'avis officiel ou privé. »¹ : C'est-à-dire que l'affiche est considéré comme un moyen de transmettre un message au public. Alors elle est un média particulier et très intéressant, son grand format de diffusion et de son potentiel créatif et émotif en font un moyen graphiste et fait partie du décor urbain; selon le professeur Abraham Moles de l'université de Strasbourg, cerne les dimensions représentées par l'affiche en affirmant que : « l'affiche joue un rôle d'importance qu'on peut cerner sous un triple aspect: sociologie, psychologie et esthétique. »²

Nous trouvons l'affiche publicitaire partout dans le métro, la rue, les abribus, etc. ce support est très utilisé car il s'insère dans l'environnement. Parce qu'elle est dans le cadre de lancement du produit ou la marque ou même d'un évènement.

C'est pour ça Nous allons citer d'autres conceptions sur l'affiche, nous commençons par la suivante : l'affiche est un support de format variable qui véhicule divers types d'informations. Elle est utilisée pour diffuser un message. Peu importe le type d'affiche (informative, publicitaire, sociale, engagée, culturelle et de propagande etc.), elle sera efficace si elle attire l'attention, suscite l'intérêt et la sympathie du public cible et mène celui-ci à l'action, à agir. Elle peut être conçue également comme une feuille de papier qui transmet des renseignements sous forme de texte (mots) ou d'images

¹ [Http //www.academie.francaise .FR/dictionnaire](http://www.academie.francaise.fr/dictionnaire). Consulté le 16-03-2015

² ABRAHAM Moles(1969) la situation sociale de l'affiche, Ed Persée, N4. P73

graphiques (symboles ou images), ou les deux à la fois. En outre l'affiche publicitaire est définie comme une image généralement colorée comportant un thème généralement unique et accompagnée d'un texte leader, dépassant rarement 10 à 20 mots, porteur d'un unique argument ou message.

En effet, l'affiche publicitaire se distingue des autres types par sa finalité commerciale. Elle remplit donc comme principal objectif celui de « montrer » et d'attirer le regard, d'être vue par un public plus large. L'affiche, donne à voir un produit, une marque ; il s'agit d'amener ceux qui la verront à se souvenir de ce produit, de cette marque en particulier.

Quoique que tous les types d'affiches partagent la même fonction essentielle «de transmettre des informations au public, les affiches publicitaires peuvent avoir des fonctions secondaires bien différentes selon l'angle d'étude (économie, marketing, politique, sémiologie, pédagogie, psychologie, etc. »¹ Toutefois, pour être efficace et puissante, l'affiche publicitaire se doit de posséder certaines caractéristiques :

- Avoir une harmonie et une interaction entre les éléments de l'affiche (texte, image, slogan)
- Utilisation d'un langage ciblé et bel et bien adapté. (Le message doit être clair et concis).
- Créer un univers extraordinaire pour le produit, et présenter quelque chose de nouveau pour le consommateur
- Impliquer le lecteur lui donner le sentiment d'être concerné par le message (utilisation des pronoms personnels)
- L'image doit être attrayante (utilisation des couleurs, des symboles,)
- Le slogan doit être simple et raccourcis.

Définition et l'historique de l'affiche préventive :

L'affiche préventive joue un rôle très important pour informer, éduquer et sensibiliser les gens. Parce qu'elle : « est un ensemble des dispositions prises

¹ Revue de l'université de Moncton, vol. 36, n 1, p 289-320. <http://id.Érudit.Org/idérudit/011996ar>

pour prévenir un danger, un risque, un mal ; organisation chargée de mettre en place ces dispositions.»¹

Dans le XX siècle est par excellence, l'affiche est devenue un outil privilégié de la communication préventive car elle est sélective pour marquer les esprits, les illustrations n'hésitent pas à dramatiser le danger, voire à transformer le réel. Ainsi au XX siècle, elle apparaît comme l'avatar médico-scientifique (Jenner et Paster sont passés par là) « de pratiques qui existent et ont existé dans toutes les sociétés, toutes les cultures. Sous des formes certes différentes, puisque ce sont la tradition, la religion, les normes sociales qui font alors références. »² Les affiches des préventions dans le champ de la violence conjugale transmettent le message dans le temps et la situation indiquée. Donc l'affiche préventive est un spot informatique qui s'exprime par une image ou caractères désignant un mode de transmission ce fléau social qui peut toucher toutes les femmes du monde. L'affiche préventive étant un message d'information, d'éducation et de sensibilisation contre la violence faite aux femmes. Elle est la mise en œuvre réussie et interactive de l'information car c'est un outil pertinent notamment pour la prévention du fléau. L'affiche dans le domaine de violence conjugale et de prévention peut donc dans ce cadre toucher une grande partie des femmes battues et même non battues qui ont le plus souvent rebuté par la lecture des affiches préventives et aussi regarder les publicités qui concernent ce sujet.

Alors les affiches présentées, comme toute affiche d'ailleurs, ne sont pas innocentes. Elles sont le fruit de notre imagination, de nos représentations de la violence conjugale. Ces représentations évoluent par le temps et par l'espace ; pour influencer et orienter nos jugements et changer nos opinions et nos regards d'inconscience sur la violence faite sur les femmes.

¹ www.larousse.fr dictionnaire français.

² ALAIN Charbonnier(2003), Bruxelles « peur et prévention », p43

Le rôle de l’affiche publicitaire :

Les affiches publicitaires sont installées partout : dans les stations de transport, dans la rue, les abribus, etc. elle est très utilisée car, les personnes passent devant elle et elle permet de tirer parti des temps d’attente pour marquer le consommateur.

L’affiche est un excellent support de communication vous pouvez l’utiliser pour votre communication pour le lancement d’un nouveau produit, et service. Son rôle est primordial surtout durant le dernier siècle en évoluant pour donner à son public une connaissance sur quelque chose. Elle peut contenir des images mais aussi des textes qu’on trouve le plus souvent sous forme de slogans.

Une affiche est porteuse de sens, elle véhicule des concepts qui doivent être clairs, efficaces et accrocheurs pour le public ciblé. Elle reste toujours un support marketing très efficace pour faire connaître le produit ou l’évènement.

Les caractéristiques de l’affiche :

Nous avons plusieurs caractéristiques mais nous voulons citer certains points :

- L’affiche vise un public particulier, elle utilise un langage ciblé et adapté.¹
- Elle récrée l’univers du produit et cherche à impliquer le lecteur en interpellant.
- Elle peut parfois même personnaliser le message (utilise des pronoms personnels).
- L’affiche utilise les symboles, les couleurs, les formes pour recréer une ambiance au texte.
- elle peut employer l’impératif dans le slogan car le but est de faire agir le consommateur pour acheter pour lire

1-Elle communique rapidement et efficacement :

Une affiche est de faire communiquer une information rapidement et efficacement car elle a bien plus d’impact que d’autres moyens de

¹ <http://imprimpubconseils.wordpress.com>.

communication. Elle indique à ceux qui la regardent ce qu'ils sont censés savoir tout de suite.

2-Elle attire l'attention :

Une bonne affiche est attrayante. On doit y incorporer des éléments qui attireront le public : information, photo.....

3-Elle est convaincante :

On doit y inclure assez d'information pour convaincre vos lecteurs d'acheter ce produit ou assister à une manifestation ou un évènement, on doit faire attention à ne pas nous étendre en éveillant la curiosité des gens par des arguments ou des promesses qu'on ne peut pas défendre ou justifier.

4-Elle emploie la couleur :

Les affiches noires et blanches ne sont pas aussi efficaces bien qu'elles soient significatives dans certaines situations par rapport à des affiches de couleur. Une affiche qui incorpore la couleur attirera beaucoup plus le spectateur.

5-Elle est simple :

Certaines des affiches les plus efficaces sont d'une simplicité étonnante. Quelques affiches n'ont même aucun texte du coup, juste quelques images bien placées et couleurs stratégiquement choisies pour rendre le thème signifiant, car Chaque affiche qu'on conçoit doit avoir un message fort.

Les composantes de l'affiche publicitaire :

Dans l'affiche publicitaire, nous retrouvons un certain nombre de composantes, essentielles ou facultatives, dont chacune remplit des fonctions spéciales :

1-L'image :

Elle peut être un dessin ou une photo. Elle attire l'attention et suscite l'intérêt du lecteur. Elle met en avant ce que le produit apporte au consommateur et les caractéristiques de celui-ci. D'un point de vue sémiologique, l'image accomplit trois fonctions : « **la fonction symbolique** en

suggérant la représentation d'un objet, d'une personne ou d'un concept, **la fonction épistémique** en apportant des informations **et la fonction esthétique** en procurant au passant le plaisir du regard, l'émotion »¹.

2-L'accroche : « partie d'une annonce publicitaire ou d'un article de journal destinée à attirer l'attention »². Il s'agit d'une phrase placée le plus souvent en haut de l'affiche, sa fonction est de capter l'attention et le souci du récepteur. Elle a un contenu habituellement en relation avec l'image.

3-Le slogan : d'après Larousse : « c'est une phrase publicitaire concise et originale, conçue en vue de bien inscrire dans l'esprit du public le nom d'un produit, d'une firme »³. Aussi c'est une formule frappante et facile à mémoriser et synthétise les qualités du produit. Il a pour fonction d'attirer l'attention et d'éveiller la curiosité du lecteur.

4-Le message : un texte explicatif ou informatif. Il s'adresse au destinataire et il est utilisé souvent dans les annonces dans lesquelles l'annonceur se trouve obligé de convaincre le consommateur des performances techniques du produit en question. En outre, le texte complète l'image et la rend compréhensible. Il sert principalement à fixer le sens du visuel ; il met en mots ce que le visuel montre ; « il explique le visuel » étant donné que l'image est par nature porteuse de sens divers. Le texte sert à rendre compte d'un visuel difficile à comprendre. Le rédactionnel apporte des informations que l'image ne peut pas véhiculer : si le visuel est centré sur le produit, le texte est bâti sur la promesse ou sur les bénéfices retirés par le consommateur. Si le visuel montre un utilisateur, le texte lie la scène au produit. Il peut ajouter au visuel par décalage : le visuel montre le produit, parfois de façon banale. Le texte y met de la surprise, de l'humour par l'implication : le texte impose la participation du lecteur au processus de la communication par une formulation incomplète ou énigmatique. Le texte peut donner ton au visuel : dans les annonces informatives, l'information est adressée à des familiers du produit, est donnée par le texte, dans des supports souvent spécialisés, tandis que dans les annonces

¹ http://bounie.polytechilille.net/multimédia/sémiologie_vp-PDF

² www.larousse.fr dictionnaire. Français

³ www.larousse.fr

créatives, le ton est utilisé en fonction de l'effet recherché. Un testimonial peut être complété par un texte au second degré pour convaincre une autre cible.

5-le logo : symbole formé d'un ensemble de signes graphiques représentant le nom d'une marque, une association, un organisme, etc. « un logo ou un logotype est une représentation d'une entreprise qui utilisé sur les différents supports de communication »¹.

Les points essentiels pour construire une affiche publicitaire :

Le public ciblé :

Il est important de savoir quel est le public visé par l'affiche car on peut facilement tomber dans le piège d'une affiche esthétiquement réussie mais dont les codes graphiques ne correspondent pas à la cible. Il est donc nécessaire de bien de bien étudier les goûts du public auquel s'adresse le visuel avant de commencer les premiers ébauches de création. On doit faire attention toutefois à ne pas se renverser dans la caricature.

Hiérarchiser les informations :

Pour déterminer quelles sont les informations les plus importantes, on doit se demandez sur le but de l'affiche, de quoi ou de qui parle-t-on.

La deuxième question à poser porte sur la localisation c'est-à-dire où se tiendra l'évènement sur lequel porte l'affiche. Enfin il peut parfois y avoir une information temporelle à ne pas négliger. Quand à lieu l'évènement. Le reste des éléments présents sur l'affiche ne devra en aucun cas prendre le pas sur l'information primordiale. De même si trop d'informations sont présentes sur un même espace, il y a peu de chance qu'elles soient lues.

Le cheminement en Z du regard :

Il est très intéressant de comprendre le sens de lecture d'une affiche, de préférence par quelqu'un qui la voit pour les toutes premières fois.

« En occident on lit de gauche à droite, et de haut en bas. Cette habitude se retrouve dans l'observation d'image. Le regard a tendance à se poser d'abord sur le coin supérieur gauche d'une affiche, puis effectuer une trajectoire en Z

¹ www.définition.marketing.com.

jusqu'à finir dans le coin inférieur droit. C'est pourquoi on retrouve souvent le logo de la marque en bas à droite »¹.

Le regard termine à trajectoire dessus et il constitue ainsi le dernier souvenir dans l'esprit du spectateur à l'intérieur de l'affiche. On évitera donc au maximum de placer des éléments qui pourraient le faire sortir : flèche qui pointe vers l'extérieur, personnage qui regarde dans la direction opposées etc. L'erreur la plus courante est de chercher à placer au centre tout ce qu'on juge essentiel, quel que soit le sujet de l'affiche. On se retrouve avec une composition très dense en son milieu et vide à la périphérie.

Les lignes de force et perspectives :

Lors de l'utilisation d'arrière-plans photo ou pour une composition comportant beaucoup d'éléments, les lignes de perspective ont une grande utilité pour accrocher le regard sur un détail.

Un premier plan très présent, même placé sur le côté, sera toujours vu en premier, il n'est donc pas anodin et doit donner envie au spectateur de comprendre la suite de la scène et de s'attarder sur les autres éléments. Les lignes de force ont, quant à elles, pour but de stabiliser la composition tout en mettant en avant les éléments importants.

Les couleurs :

Le concept de « les is more » est adaptable même pour une affiche publicitaire, tout particulièrement concernant les couleurs.

Nul besoin de charger la composition avec des éléments colorés inutiles, une affiche bien pensée doit surtout reprendre les couleurs et plus généralement les codes graphiques de la marque à laquelle elle fait référence.

On doit également « veiller à respecter une certaine harmonie dans l'utilisation des couleurs, on peut utiliser PALTTON.COM, très pratique pour créer des ambiances colorées avec des camaïeux, des complémentaires, ou d'autres associations de couleurs agréables à l'œil »².

¹ <http://graphiste.com>.

² <http://graphiste.com>

La typographie :

Les règles typographiques d'une affiche publicitaire sont les mêmes que pour la majorité des créations graphiques :

Essayer de vous limiter à deux ou trois polices, l'important reste le message. l'œil ne doit être plus attiré par un dessin de lettres compliqué par le sens de la phrase qu'elles composent.

De la même manière, il est primordial d'utiliser des polices de caractères qui soient lisibles. Le message doit être clair et facilement compréhensible, éviter de l'embrouiller avec une police trop complexe à déchiffrer.

La présentation de la violence conjugale dans l’affiche préventive :

Nous avons tous une idée plus ou moins précise de ce qu’est la violence conjugale. Alors nous voulons présenter la violence domestique au sein du couple exercée par un conjoint sur l’autre à travers l’affiche publicitaire. Donc il peut s’agir d’un phénomène circonstanciel au cours duquel un des partenaires exerce, dans le cadre d’une relation privilégiée une domination qui s’exprime par des agressions physiques, psychologique, sexuelle, économiques ou spirituelles, et d’après Evelyne Josse la violence faite aux femmes est : « tout acte de violence contre le sexe féminin et causant ou pouvant causer un préjudice ou des souffrances sexuelles ou psychologiques, y compris la menace de tels actes, la contrainte ou la privation arbitraire de liberté, que ce soit dans la vie publique ou la vie privé ». ¹

Avant la violence conjugale était un sujet tabou ,la femme n’avait pas le droit de parler ou de demander l’aide mais maintenant par le biais des affiches publicitaires nous avons pu briser le silence de la femme par toute campagne de sensibilisation, comme celle organisée par les associations de lutte contre la violence faites aux femmes, est donc absolument nécessaire, ne serait-ce que pour faire éclater les cycles malsains du silence et de la violence. Grâce à ce moyen les victimes de la violence conjugale osent briser le silence pendant qu’il est encore temps, au risque de ne plus pouvoir le faire. Dénoncent les auteurs de violences, afin que ceux-ci soient interdits par la loi pour leurs actes ignobles.

Quand et comment nous avons osé parler de ce sujet par les affiches publicitaires à travers le réseau WASSILA ?

Pour éradiquer ce phénomène en Algérie ; en trois ans, 1855 femme violentées ont contacté les centres d’écoute du réseau Wassila. Parmi elles 556, soit 30%, sont victimes de violences conjugales, dont 20% ont un niveau universitaire.

¹ Evelyne Josse, psychologue_2007 (Assemblée Générale des Nations Unies, 1993)

C'est la réalité tragique mise à évidence en Algérie.

Le réseau Wassila a réalisé de chacune des femmes que les violences conjugales ont fini par tuer. En souvenir de toutes ces victimes de crime impuni, dont la tragédie secrète a été ensevelie dans l'anonymat et l'indifférence, avec la complicité de tous. En marque de solidarité avec les innombrables femmes interdites de parole et qui continuent à vivre l'intolérable. En hommage à celles qui ont eu le courage de briser le silence, de réagir son but : dire « halte à l'impunité » et « plaider pour la criminalisation de la violence conjugale mais aussi la mise en place de dispositifs pour la protection des femmes victimes.

L'écoute montre que les femmes subissent « différentes formes de violence, , elles sont dévalorisées, insultées, diminuées, séquestrées, expulsées du domicile. sur 205 femmes victimes de violences conjugales, 136 ont été suivies sur une période plus ou moins longue. Le système de permanence hebdomadaire, instauré entre 2006 2009 ».¹

Ce sujet est devenu très connu grâce au suivi des médias précisément les affiches publicitaire :

Le suivi des réactions des affiches publicitaires aux violences faites aux femmes et de leur approche peut apporter des informations importantes sur les types de message que la société reçoit de manière régulière sur ce sujet et elle peut offrir des indications utiles sur les possibilités de conscientisation et de formation des professionnels des médias, un thème qui était abordé plus avant dans un autre recueil, il était tabou mais désormais grâce aux affiches publicitaires est devenu un sujet parlant dans des différents centres perspectives de la femme. La couverture de la violence domestique a été analysée par les majorités des régions et nationaux alors les informations des affiches tendaient, par exemple, à présenter un contenu à caractère sensationnel au lieu de donner des informations utiles à la prévention ou à

¹ www.vitamedz.org réseau-Wassila

l'édification des lecteurs. la violence conjugale était largement décrite comme un « événement », et non comme un délit. la majorité des cas relatés était ceux qui impliquaient un homicide, ce qui n'est pas représentatif du taux de mortalité général de la violence domestique en Algérie.

Démonstration des différents concepts de la violence conjugale :

La violence contre les femmes est une tragédie qui ne touche pas que les femmes, puisque les enfants et les hommes peuvent être les victimes de leur exécuter. En ce cas les associations qui défendent les droits de la femme prennent en considération d'oser cette tragédie par la journée internationale du 25 novembre comme lutte contre la violence à l'égard de la femme, par la publicité et les plus primordiales sont affiches publicitaires.

Par les affiches créatives : ils ont essayé d'aborder avec un peu de légèreté. Pour montrer les violences faites aux femmes il existe deux principales solutions :

La créativité constitue cette première catégorie puisqu'elle va essayer d'enrayer le phénomène autrement que par du exhibitionnisme de blessures ce que l'on retrouve pour le coup dans les affiches démonstratives.

Par exemple :

-la violence familiale est partout autour de nous

-les mots, rare moyen de montrer sans choquer

-le silence comme la pire des tortues

Les affiches explicites : autre catégorie d'affiche prévention, les affiches dites (démonstratives). La créativité y est moindre puisque l'on cherche à interpeller le badaud par un simple regard. Du coup, nous montrons les blessures, la douleur, les contusions.....une exhibition parfois malsaine mais qui permet de se rendre compte de ce qu'est véritablement la violence envers les femmes comme :

[Tapez le titre du document]

- la douleur verbale et morale aussi douloureuse que la violence physique
- la violence, visuellement brutale, douloureusement réaliste
- une violence qui n'a pas d'âge.

En plus de ces deux principales catégories, on trouve une troisième : la représentation de l'exécuteur ou de l'environnement. Le plus souvent masculin, cet exécuteur est la représentation du mal, parfois créatif, parfois franchement cruel, on le craint autant qu'on veut le dénoncer.

Alors que conclure de ces affiches ? Tout d'abord que ce fléau que représentent les violences domestiques est plutôt bien représenté dans les affiches publicitaires. Rares sont les dérapages, à l'exception notable. Les affiches de prévention sont soit créatives pour dénoncer en faisant réfléchir, soit démonstratives pour choquer et marquer l'esprit, soit mettent en scène le sadique et son environnement pour se rendre compte de l'ignominie de l'acte. Du côté des spots, ceux-ci profitent d'un plus fort impact pour scénariser les violences domestiques avec les plus de douleur possible et de manière réaliste. Ainsi, le spectateur sera mal à l'aise et réfléchira autant qu'il pourra. « L'ensemble de ces affiches ont été créés pour lutter contre la violence exercée sur les femmes, et montrer que les femmes sont victimes de ce phénomène et qui ont été condamnées pour des crimes ou des délits sur leur conjoint. »¹

¹ <http://virage.site.ined.fr/>

La violence conjugale dans l'affiche publicitaire :

La violence présentée comme phénomène social a été toujours et généralement injectée condamnée, décrite et bannie. Ce fléau a une grande influence sur la société en premier lieu après la famille (les enfants, le couple) et surtout la plus victime qui est la femme.

La réflexion a avancé par le temps et grâce à la contribution des gens sensibilisés engagés et pour la plus part ayant vécu des expériences de violence conjugale, ils ont décidé de passer par les médias par des spots dénonçant la violence par les vidéos engagés en ce sens, et par des affiches préventives et fortes, essayant de changer et de faire prendre conscience encore une fois dont le but d'intéresser tout le monde à ce fléau. Il a fallu que les gens réagissent à cette anomalie grave, qui laisse et qui a laissé des dizaines des centaines et des millions des femmes et d'hommes traumatisés à vie et combien de famille d'asservie à jamais. L'esprit inventif pris la bonne cause pour faire fonctionner les affiches très significatives qui sont apparues et ont réussi à atteindre le but et l'objectif fixé et qui est celui de réduire le plus possible des cas de cette violence et pourquoi pas l'éradiquer complètement de la société.

Alors l'affiche publicitaire a traité ce phénomène par des images pour un peu éradiquer ou diminuer la violence conjugale. Parmi les affiches publicitaires qui présentent la femme battue, nous avons remarqué la plus tuante, c'est la violence verbale ; est-ce qu'elle est acceptée par la victime ? Non, elle est tolérée, imposée et finalement admise dans tous les milieux et les cultures (plus ou moins) même dans les peuples les plus avancés et les plus ouverts.

L'affiche publicitaire agit contre la violence conjugale comme un phénomène inacceptable donc tout le monde s'accorde à la rejeter objectivement et il n'y aura jamais deux camps aux avis contraires. Mais l'affiche a montré un certain violent, un méchant qui exerce cette violence sur un terrain calme, à admettre que la violence qu'il utilise à des fins claires et précises, n'est pas tolérable est un véritable fléau et un grand mal qui touche la femme.

[Tapez le titre du document]

L'affiche déclare que la violence conjugale est plus près de nous, en nous carrément ce phénomène fait partie de nous de notre quotidien, que l'on côtoie et l'on devise dans chaque famille, chaque couple malheureusement est admise sont être souhaitée. Des sondages, des enquêtes et des affiches ont prouvé que les femmes battues par leur mari, un taux de 70% dans notre société algérienne a avoué que c'est un phénomène normal et faisant partie de nos mœurs familiales « si le mari cogue sa femme, c'est qu'il est jaloux, donc il aime sa femme » quelque part cette femme battue est flattée et dit qu'il fallait moins être battue et qu'elle n'ose pas parler par peur des représailles ou pire parce qu'elle ne se rend pas compte de la gravité de la situation et déclare que ce n'était qu'un accident , donc comptée pour son homme, que d'être ignorée et pendant longue temps, on a fait croire aux hommes. Qu'il fallait tenir sa femme et la faire marcher avec le bâton. Mais à travers le biais de l'affiche nous avons pris les choses en mains et nous avons commencé à éveiller et à faire prendre conscience aux femmes et aux hommes que cette violence disloquait le couple, tuait l'amour et traumatisait les enfants et toute la famille. Il était donc le temps que les choses changent pour les consignes et les méthodes employées pour éradiquer ce fléau. Parmi les moyens utilisés contre la violence conjugale : c'est l'affiche publicitaire, considérait comme persuasive et convaincante pour permettre aux violents d'être calmes, plus près de leurs conjointes pour changer les relations entre le couple pour leur avenir et le futur des enfants qu'ils aillait engendrer. Pour revenir spécialement à l'affiche il était nécessaire d'abord ou de cibler « l'image » l'important était de secouer les esprits, donner la matière à la réflexion sur ce problème et finalement poser les mots et les phrases fortes et efficaces pour diminuer ce phénomène et pousser la femme à briser son silence et avoue qu'elle est battue, aussi pour changer le regard de notre société qui trouve que c'est un sujet toujours tabou. Finalement l'affiche préventive qui agit contre ce fléau a participer avec un grand changement sur nos regards et même notre pays pour participer à la journée mondiale du 25 novembre.

La relation entre l'image et le texte de l'affiche publicitaire :

Ce sont deux éléments complémentaires. L'image est un message visuel bref et persuasif et le texte est la partie écrite significative qui facilite la lecture de l'affiche. C'est-à-dire qu'elle le complète, et la prévention résulte à part égale deux composantes de l'affiche. Le texte aussi a pour objectif de créer une contradiction inattendue, une rupture surprise qui crée la situation choquante par l'utilisations des couleurs sombre et l'utilisation d'une certaine ambiguïté, l'obscurité, alors nous pouvons noter que le texte est aussi primordiale dans l'affiche publicitaire car dans le texte, les lettres prennent forme et les mots deviennent des objets réels pour une rédaction rapide et positive, le bute d'utiliser les textes dans les affiches est pour expliquer ,interpréter simplifier la compréhension parce que les mots parlent d'avantage que la représentation d'une action particulière.

L'influence de l'affiche publicitaire sur les femmes battues :

L'affiche publicitaire (préventive) présente encore aujourd'hui une image décalée de la réalité, dont de nombreux stéréotypes à l'égard des rôles exercés par les femmes et les hommes au sein de la société.

Ce média a un grand effet sur le comportement de la femme car il utilise un lancement d'un problème qui l'a touché, et malgré ce fléau il ya aussi toutes les autres (les femmes non battues) celles qui se disent que cela n'arrive qu'aux autres, je ne vis pas ce problème, ni moi ni mes proches ; erreur, tout peut changer, tout peut basculer et nous ne verrons jamais assez tôt le mal venir.

D'après les affiches publicitaires et les différents moyens qui diffusent ce phénomène et aussi d'après la journée internationale du 25 novembre nous rencontrons des femmes qui disant que depuis des années de mariage je me bas en silence et toute seule avec ce problème mais je n'ai pas pu parler parce que c'était tabou et qu'en plus elle veut son mari garde sa place dans la société il faut donc se taire mais maintenant : « je veux déclarer ». Elle lance qu'il était beau gentil cultivé avant ; mais L'esprit et le caractère humain est

tellement complexe qu'un simple, un petit événement peut transformer un sage, un saint en un fou et le rendre déséquilibrer, au point de passer de l'autre côté de la barrière et devenir le violent à son tour sans vraiment le vouloir et pour cela tout le monde doit s'impliquer et prendre au sérieux ce mal qui dévore beaucoup de personnes. Mais l'affiche publicitaire a montré comment l'homme devient un violent que ce soit physiquement ou verbalement. Et d'après la diffusion des affiches publicitaires et les statistiques prises sur la violence conjugale les victimes sont les femmes et les enfants. Nous trouvons la femme battue toujours stressée, inquiété, triste, impuissante, etc. Ce problème a des effets dévastateurs sur la santé mentale et physique des femmes qui sont victimes, elles ont vécu au quotidien à cause de cette violence des problèmes psychologiques et physiques dans certains des cas cette situation a entrainer à la mort précédée par des blessures, des dépressions, des anxiétés, isolement social et la plus pire la tentative de suicide. Mais durant ces dernières années la violence conjugale a vécu une certaine diminution à cause de la communication et la diffusion des médias et la plus intéressante c'est l'affiche publicitaire qui contribue de solutionner ce fléau et qui travail beaucoup pour l'aider de sortir de son domaine tabou. La femme commence à avouer qu'elle est battue ; donc nous avons trouvé une certaine augmentation à travers l'affiche qui a réussi à stopper un peu ce problème.

Nous pouvons tous éradiquer la violence conjugale par notre conscience et notre compréhension car rien ne vaut le bonheur et pour l'atteindre et rendre tout le monde autour de soi heureux de vivre et d'avancer dans la vie, il est suffisant d'aimer, de respecte, de chérir son conjoint, comme on s'aime soi même chèrement et tout partager dans le bien et pour le bien.

L'effet de l'affiche publicitaire sur la société :

L'affiche publicitaire est un processus de communication qui diffuse l'information et qui attire l'attention des personnes que se soit par le message ou bien l'image qui traite le sujet abordé de la violence conjugale. L'affiche

[Tapez le titre du document]

publicitaire a marqué un grand degré et a un grand effet et impact sur notre société, ce média a contribué à nous informer sur ce fléau qui était ambiguë et tabou, or de nos jours ; est devenue un sujet d'actualité qui transformé par tous les réseaux sociaux et beaucoup traité.

L'affiche publicitaire qui aborde la violence conjugale a traversé donc le temps, les cultures, les classes sociales et, dès que l'on cherche à la contenir ou à la canaliser, elle resurgit ailleurs sous une autre forme.

Aujourd'hui elle semble omniprésente elle influence la société, impossible d'ouvrir un journal, internet, télévisions ou les spots publicitaires sans en entendre de parler sur ce problème car cette violence est trop grave parce que elle touche la société, la famille et surtout les enfants à travers la maltraitance au sein du couple. Nos sociétés sont –elles plus violentes comme le laisserait penser la sur médiatisations de certaines femmes battues qui informent et demandent qu'elles ont un manque de sécurité et qui insiste qu'elle est victime ?et depuis quand elle a commencé à parler ? Depuis quand l'état a pris en considération ce fléau ? Maintenant la femme peut dire qu'elle a un manque d'estime en soi et qu'elle est battue d'après les différentes associations aussi elle peut demander l'aide de la justice. Alors d'après la diffusion des affiches publicitaires qui traitent ce problème nous avons remarqué qu'elle a un certain impact et effet sur la société et nous avons su qu'elle n'a pas pu arrêter la violence conjugale mais elle a diminué un peu par rapport aux années précédentes.

Méthodologie de la recherche :

Dans ce présent chapitre, nous allons traiter la partie pratique de ce mémoire, qui englobe deux sections, une concernant le questionnaire et l'autre celle de l'analyse.

Nous commençons d'abord par une étude sous forme d'un questionnaire destiné aux lecteurs des affiches publicitaires et aux femmes battues car cette technique de recueil des informations appropriées dans le cadre de notre recherche, vise à évaluer l'opinion des internautes au sujet qui touche n'importe qu'elle famille et (femme) : c'est le fléau de la violence conjugale.

Notre enquête s'est déroulée au long de deux semaines, et elle s'est limitée à 30 personnes.

En effet, le questionnaire est un outil d'investigation qui permet de mieux appréhender une recherche ou une étude portant sur des sujets nécessitant une argumentation dans le cadre du recueil des opinions.

Pour mieux comprendre le contenu de notre questionnaire, nous allons l'expliquer en le subdivisant en quatre temps :

Dans le premier temps, nous tenterons de présenter brièvement notre travail, ensuite, dans un second temps nous nous limitons à faire connaître les informations personnelles des bases des internautes (le sexe, l'âge et le statut professionnel) ;

Dans un troisième temps, il s'agit de présenter les questions générales, qui nous permettront de connaître le degré de l'influence de l'affiche préventive qui traite la violence conjugale sur la société Algérienne.

Enfin et dans le quatrième temps, un ensemble de questions adressées spécialement aux lecteurs de ce genre d'affiche.

Ensuite nous analyserons cinq affiches préventives (toutes disponibles sur le net) dont une conçue en Europe. Ces affiches ont été choisies selon leur

[Tapez le titre du document]

conception : représentent des scènes de violences. L'analyse de ces différentes affiches nous permet d'interpréter le plus objectivement possible leur langage et le message transformé et interprété par chacune.

.....
.....
.....

4-Est-ce que l'affiche publicitaire a aidé le phénomène de la violence conjugale à sortir de son domaine tabou ?

Oui

Non

5-Est-ce que l'affiche publicitaire a facilité la tâche de transformer la violence conjugale comme un fléau sociale ?

Oui

Non

6-Comment l'affiche publicitaire a pu contribuer à solutionner le phénomène de la violence conjugale ?

Avec beaucoup de difficulté

Une certaine difficulté

Aucune difficulté

7-L'affiche publicitaire a-t-elle réussi à stopper la violence conjugale ?

Souvent

Quelquefois

Jamais

8-Est-ce que l'affiche publicitaire a aidé les femmes battues à sortir du silence ?

Si oui pourquoi ?.....

Si non pourquoi ?.....

9-L'affiche publicitaire a-t-elle tendance à montrer que l'homme est toujours responsable de la violence conjugale ?

Oui

Non

10-Pensez vous que le texte de l'affiche publicitaire résume de façon objective ce qu'endure la femme battue ?

Oui

Non

11-Est ce que l'image de l'affiche publicitaire touche d'une manière ou d'une autre les hommes concernés par ce fléau social ?

Oui (est ce qu'il ya une réaction ?).....

Non
.....
.....

12- Est ce que l'affiche publicitaire qui traite la violence conjugale, a un effet positif ou négatif sur l'évolution de la relation d'un couple ?

Oui

Expliquez
.....

Non

Expliquez.....
.....

Présentation et analyse du questionnaire :

Présentation du questionnaire :

Dans cette partie nous proposerons un questionnaire destiné aux lecteurs des affiches publicitaires et aux femmes battues de la Wilaya de Saida sur l'effet de l'affiche préventive qui traite la violence conjugale. Le public cible est composé de personnes à âge différent, Sexe différent et niveau intellectuelle multiple. Le questionnaire compte douze (12) questions.

Nous avons distribué ce questionnaire au niveau des associations qui défendent les droits de la femme et les autres dans un établissement d'éducation pour confirmer nos informations et nos idées ainsi que nos hypothèses à travers les avis des lecteurs de ces affiches. A l'aide du graphique donc nous avons fait une analyse qualitative puisqu'il ya des femmes et des hommes qui ont participé à l'enquête.

Analyse des réponses des questionnaires :

Par sexe :

sexe	Le nombre	pourcentage
homme	05	17%
femme	25	83%

Commentaire :

Nous remarquons que (83%) des interrogés sont de sexe féminin tandis que (17%) sont de sexe masculin. Selon la tranche d'âge ils sont entre 38ans à 60ans. Les femmes réagissent beaucoup devant ce phénomène parce qu'elles ont trouvé que ce sujet est touchant.

Analyse de la question N°1 :

Lisez-vous les affiches publicitaires ?

Les réponses	nombre	pourcentage
Oui	30	100%
Non	00	00%

Tableau N°1 : lecture des affiches publicitaires.

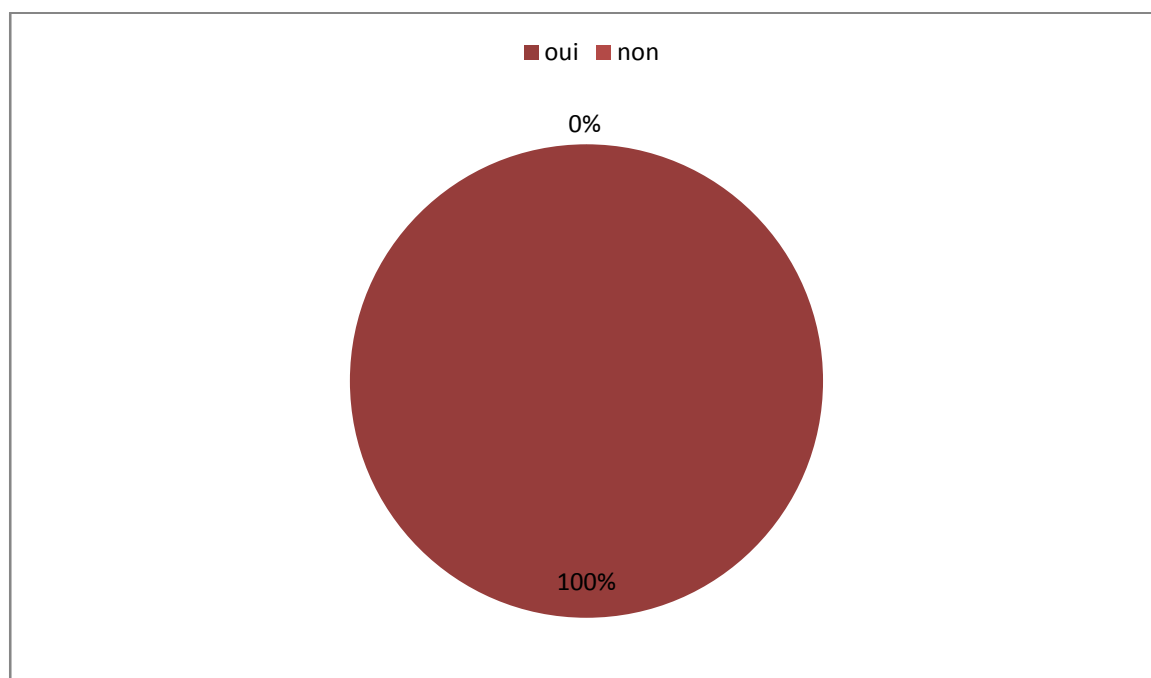


Figure N°1 : Lecture des affiches publicitaires.

Commentaire :

Pour la première question, il s'agit de savoir si les gens lisent les affiches publicitaires, et à travers nos échantillons nous avons constaté que 100% des lecteurs préfèrent lire les affiches publicitaires pour s'enrichir intellectuellement.

Analyse de la question N°2 :

Dans une affiche publicitaire êtes vous attiré par

Réponse	Le nombre	pourcentage
Image	13	43%
Couleur	4	14%
Texte	15	50%

Tableau N°2 : le point d'attrance dans une affiche publicitaire.

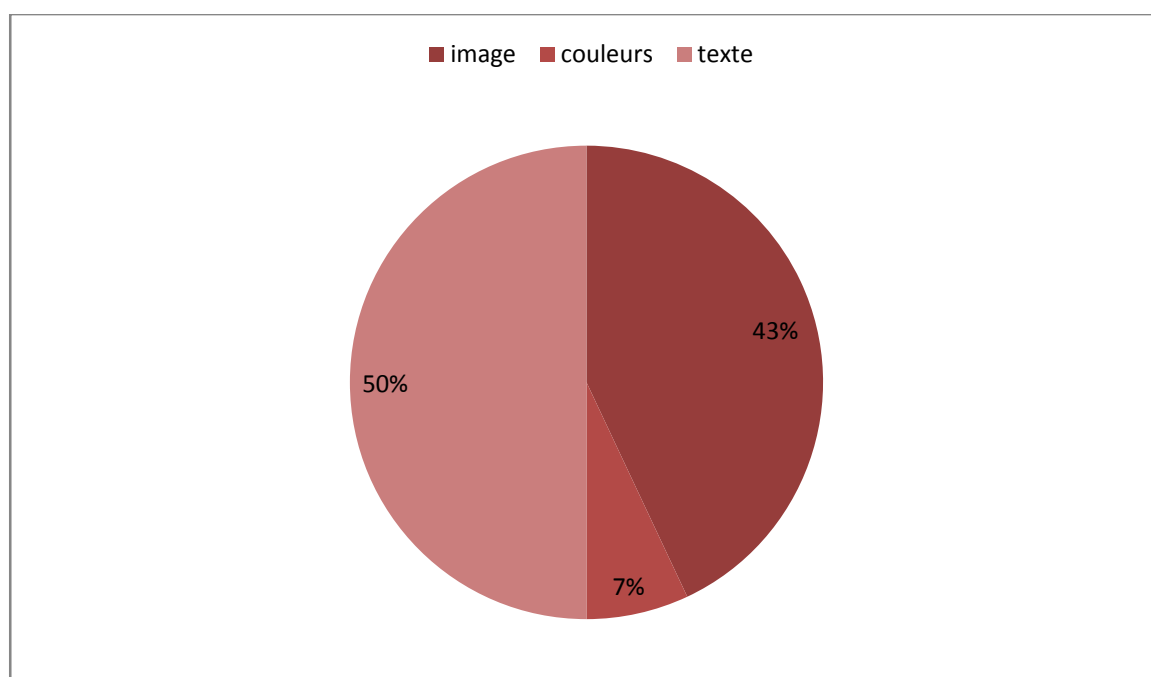


Figure N°2 : le point d'attrance dans une affiche publicitaire.

Commentaire :

Dans la deuxième question, elle nous a permis de remarquer que 43% sont attirés par l'image, 14% par les couleurs et qu'un taux de 50% préfèrent le

texte donc par le biais de cette question les gens sont attirés beaucoup plus par le texte parce qu'il exprime et explique toute l'image d'une manière claire, compréhensible et précise : il est énonciatif et signifiant.

Analyse de la question N°3 :

Que pensez-vous sur des affiches publicitaires qui traitent la violence conjugale ?

Figure N°3 : la pensée des interrogés sur l'affiche de la violence conjugale

Commentaire :

A partir des réponses formulées et dans le but de comprendre ce que les interrogés pensent sur les affiches publicitaires qui traitent le phénomène de la violence conjugale ; nous avons posé cette question, où chaque lecteur nous a donné ses suggestions sur l'affiche qui traite ce fléau alors il existe certaines personnes qui affirment que cela n'existe pas encore dans la société algérienne et qu'il le considère toujours comme un sujet tabou et interdit, avec un taux de (37%) Par contre on signale un taux de (63%) des interrogées disant que ces affiches sont très importantes pour sensibiliser les familles sur ce danger et c'est une méthode efficace et suffisante pour obtenir, de l'aide et de protéger les victimes .Grâce à ce moyen la femme a pu avoir un certain courage pour parler et avouer qu'elle est battue ; donc ces images sont un outil important pour bien passer le message dans la société.

Analyse de la question N°4 :

Est-ce que l'affiche publicitaire a aidé le phénomène de la violence conjugale à sortir de son domaine tabou ?

Les réponses	nombre	Pourcentage
Oui	27	90%
Non	3	10%

Tableau N°4 :l'affiche publicitaire préventive ne signifie pas tabou

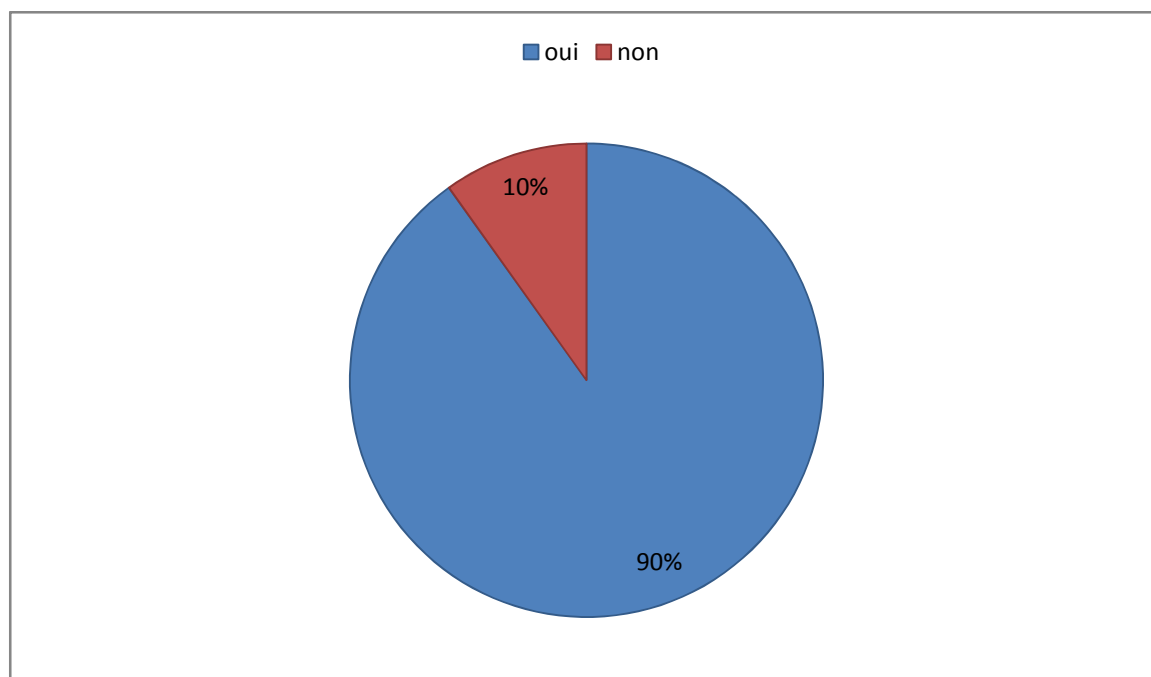


Figure N°4 : l'affiche publicitaire préventive ne signifie pas tabou

Commentaire :

La quatrième question a marqué plus de 90% de personnes ayant reconnu des réponses positives qui estiment favorablement que l'affiche a aidé la violence conjugale de sortir de son domaine tabou. Alors que seulement 10% ont répondu par non et qu'il reste toujours tabou dans notre société et que la femme doit garder le silence.

Analyse de la question N°5 :

Est-ce que l'affiche publicitaire a facilité la tâche de transformer la violence conjugale comme un fléau sociale ?

Les réponses	Nombre	pourcentage
Oui	17	57%
Non	13	43%

Tableau N°5 : la violence conjugale signifie fléau social.

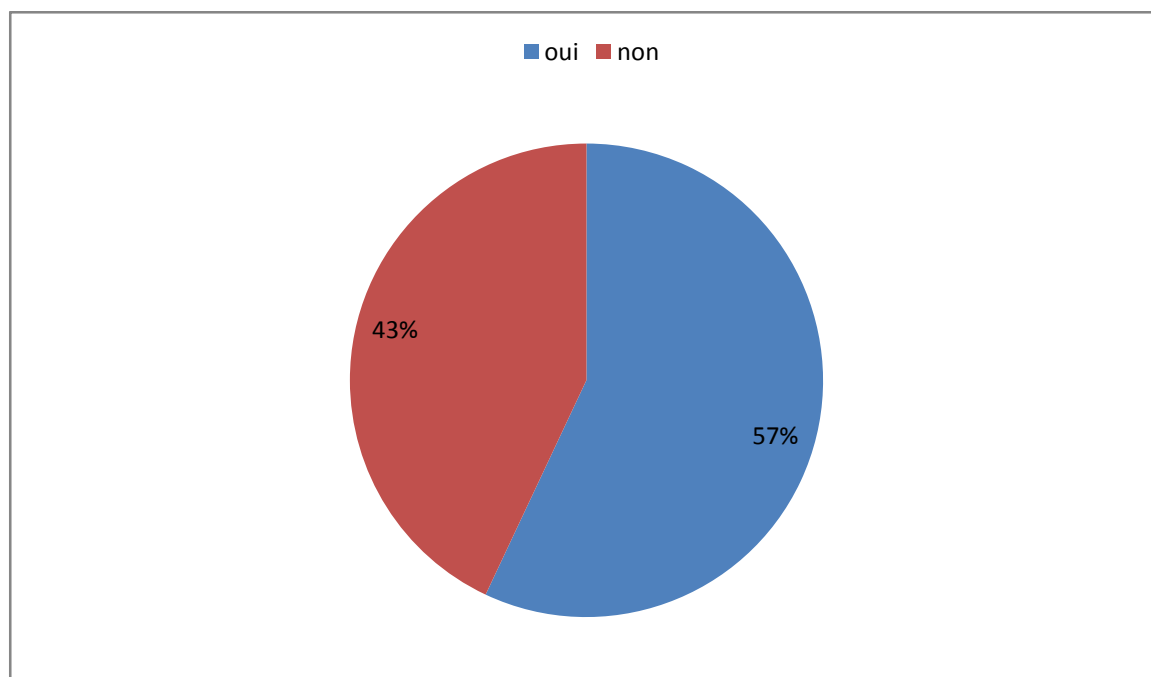


Figure N°5 : la violence conjugale signifie un fléau social.

Commentaire :

Dans la cinquième question nous avons marqué l'opinion des gens précisément des femmes qui pensent que l'affiche a contribué à transformer la violence conjugale comme un fléau sociale. Les résultats obtenus donc, soulignent que 57% disent que : oui et 43% trouvent qu'elle n'a pas pu se transformer en fléau social.

Analyse de la question N°6 :

Comment l'affiche publicitaire a pu contribuer à solutionner le phénomène de la violence conjugale ?

Les réponses	nombre	pourcentage
Avec beaucoup de difficulté	23	77%
Une certaine difficulté	07	23%
Aucune difficulté	00	00%

Tableau N°6 : contribution de l'affiche à solutionner le phénomène

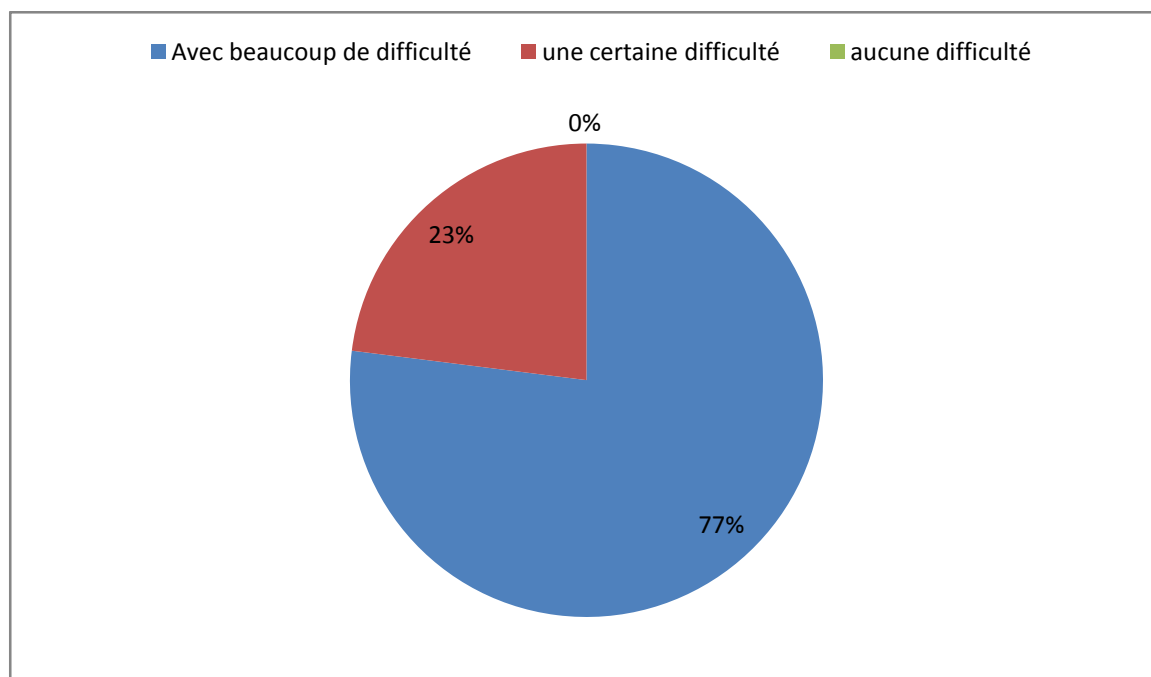


Figure N°6 : la contribution de l’affiche à solutionner le phénomène.

Commentaire :

Pour la sixième réponse nous avons obtenu les résultats suivants : l’affiche publicitaire a pu contribuer à solutionner le phénomène de la violence conjugale avec beaucoup de difficultés avec un taux 77%, d’autres trouvent qu’avec une certaine difficulté d’un taux de 23% et aucun pourcentage sur la proposition d’aucune difficulté. Ce qui nous mène à déclarer que les affiches publicitaires ont solutionné ce phénomène mais avec beaucoup de difficultés car il s’agit d’un fléau social refusé par la société à cause de sa nature et de ses abus.

Analyse de la question N°7 :

L’affiche publicitaire a-t-elle réussi à stopper la violence conjugale ?

Les réponses	nombre	pourcentage
souvent	1	3%
quelquefois	10	33%
jamais	19	64%

--	--	--

Tableau N°7 : l’affiche publicitaire préventive avec l’arrêt du problème.

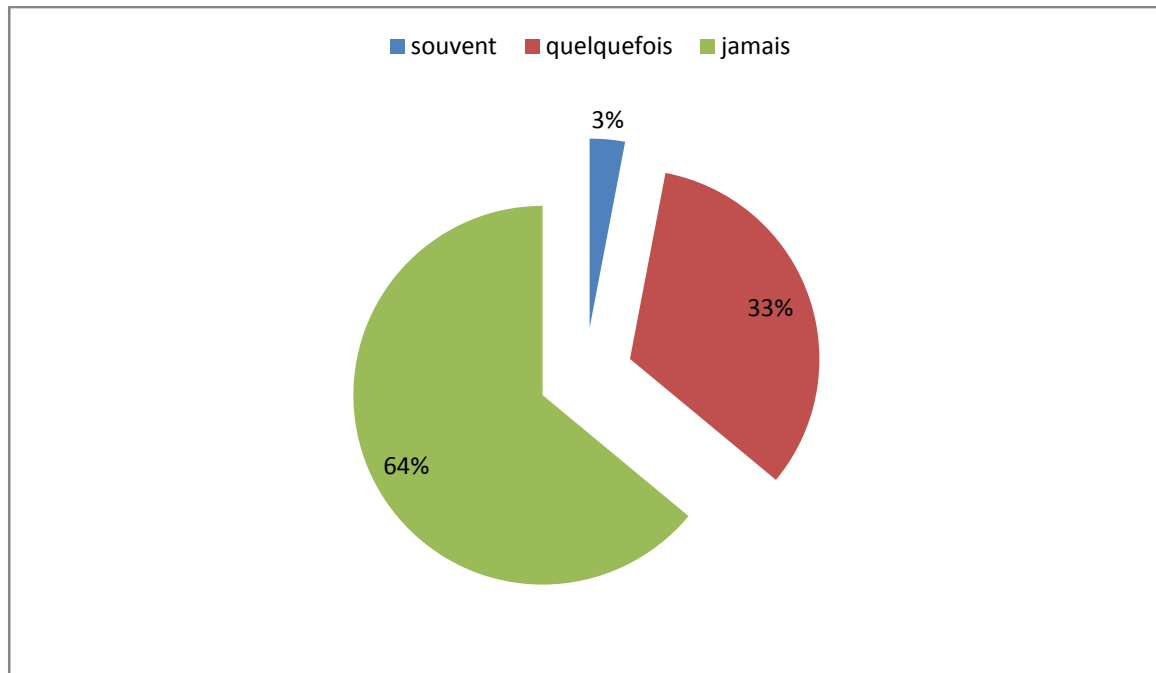


Figure N °7 : l’affiche publicitaire préventive avec l’arrêt du problème.

Commentaire :

Le but de cette question est donc de recueillir les opinions des interrogés sur la réussite de l’affiche préventive qui agit sur le problème qui touche n’importe qu’elle femme, alors ce graphique montre qu’une très grande majorité des interrogés avec le taux de 64% pensent que l’affiche n’a **jamais** réussi à stopper la violence conjugale, aussi 33% d’entre eux pensent qu’elle peut arrêter parfois ce problème et les 3% qui ont déclaré par: souvent.

Analyse de la question N°8 :

Est-ce que l’affiche publicitaire a aidé les femmes battues à sortir du silence ?

Les réponses	Nombre	pourcentage
Oui	23	77%
Non	7	33%

Tableau N°8 : l'affiche publicitaire est une aide positive

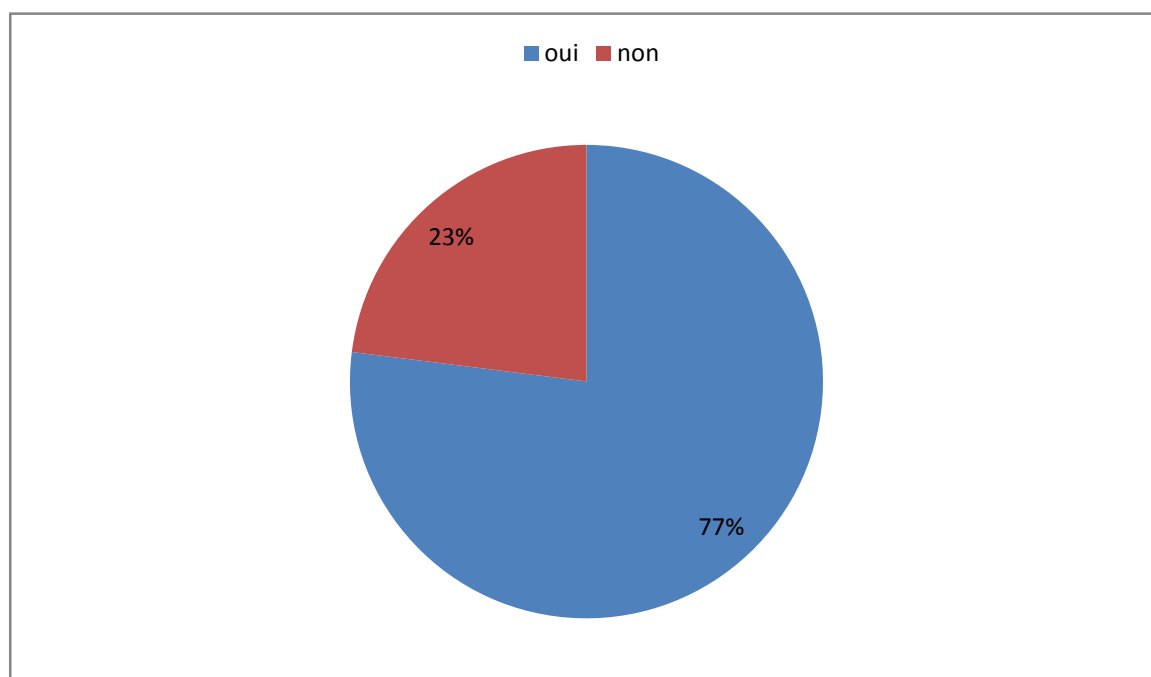


Figure N°8 : l'affiche publicitaire est une aide positif

Commentaire :

Dans la huitième question une bonne partie des interrogés ont répondu par oui 77% disent que la femme a brisé son silence et a pu déclarer devant tout le monde qu'elle se fait violer et agresser par son conjoint car elle trouve que l'affiche montre et exprime ce qu'elle endure en silence et elle a crié pour faire entendre sa voix devant tout le monde en disant qu'elle est une femme battue. Environ 23% disent : non et que c'est toujours un tabou et la femme ne peut pas le droit d'avouer à cause de son entourage : la société.

Analyse de la question N°9 :

L'affiche publicitaire a-t-elle tendance à montrer que l'homme est toujours responsable de la violence conjugale ?

Les réponses	Nombre	Pourcentage
Oui	30	100%
Non	00	00%

Tableau N°9 : l'homme responsable de la violence conjugale.

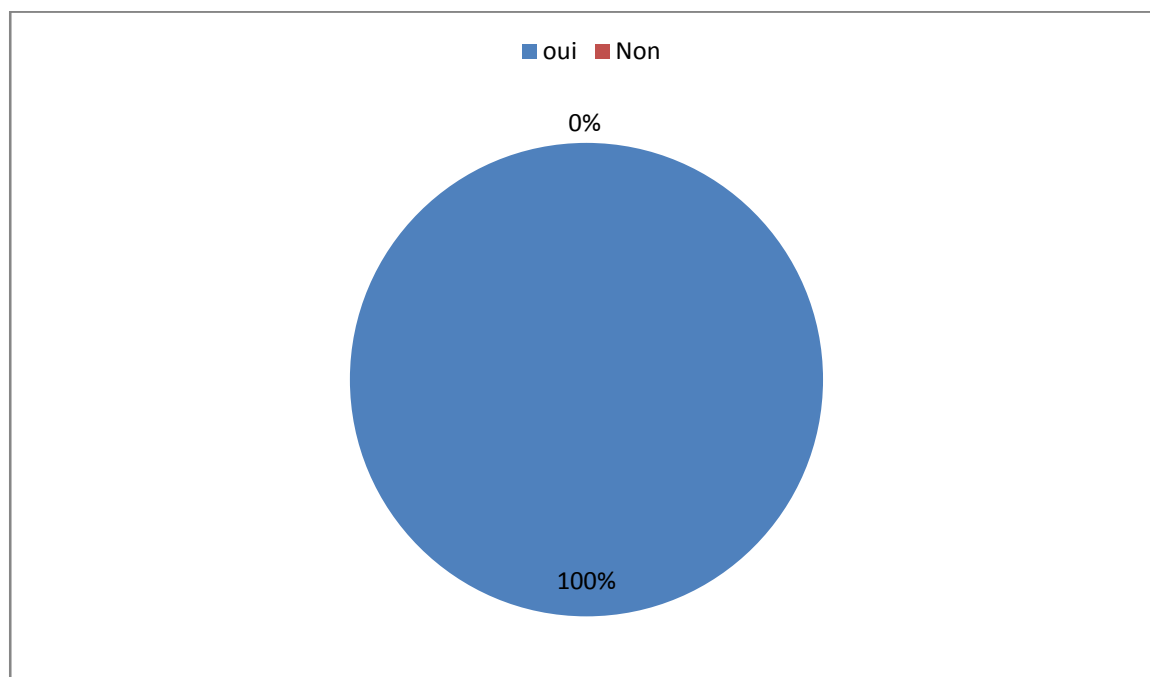


Figure N°9 : l'homme responsable de la violence conjugale.

Commentaire :

La neuvième question a marqué 100% des gens beaucoup plus les femmes répondant par : oui, l'affiche montre toujours que l'homme est le responsable de ce phénomène et montre que la femme est la victime de la violence conjugale d'après ce que nous avons remarqué dans la majorité des affiches l'homme est le violent qu'il le fait d'une manière physique ou morale.

Analyse de la question N°10 :

Pensez vous que le texte de l'affiche publicitaire résume de façon objective ce qu'en endure la femme battue ?

Les réponses	Nombre	pourcentage
Oui	15	50%
Non	15	50%

Tableau N°10 : le texte publicitaire entre l'objectivité et la subjectivité.

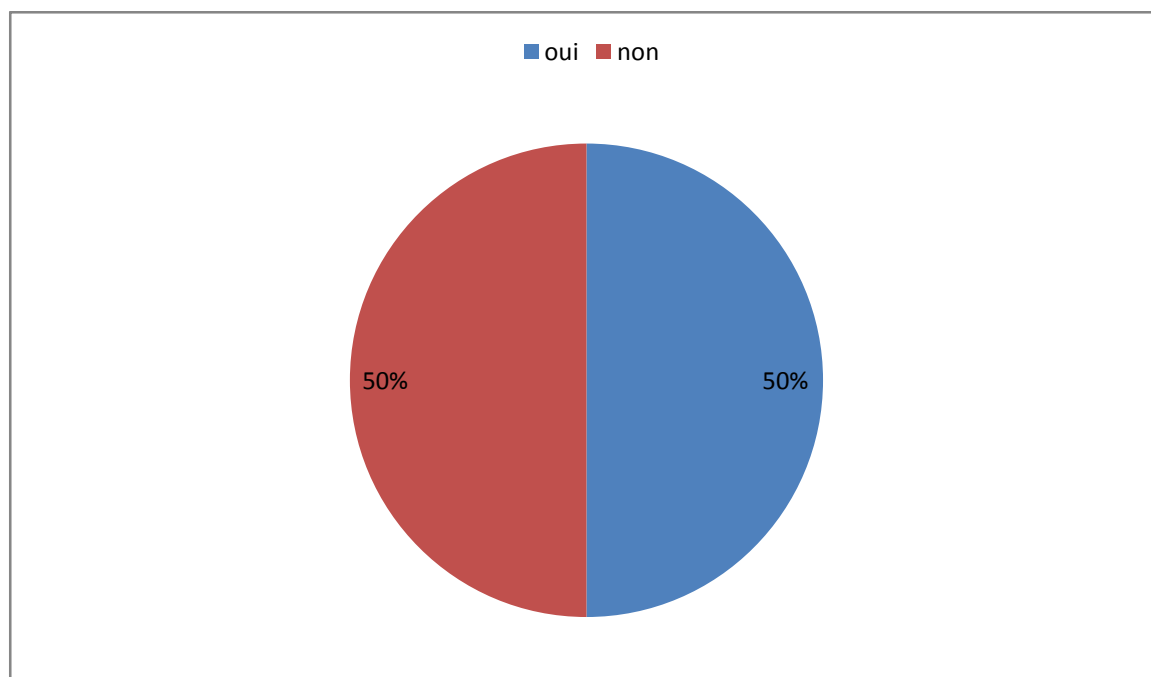


Figure N°10 : le texte publicitaire entre l’objectivité et la subjectivité.

Commentaire :

Le résultat obtenu dans cette question : nous avons constaté que le même pourcentage existe, 50% répondent par oui et 50% par non c’est à dire le texte ne peut pas résumer ce qu’endure la femme battue sans employer l’image, donc il s’agit d’un phénomène de complémentarité entre le slogan et l’image pour pouvoir exprimer le problème posé dans l’affiche publicitaire.

Analyse de la question N°11 :

Est-ce que l’image de l’affiche publicitaire a touché d’une manière ou d’une autre les hommes concernés par ce fléau social ?

Les réponses	Nombre	pourcentage
Oui	08	27%
Non	22	73%

Tableau N°11 : l’influence de l’image publicitaire sur l’homme.

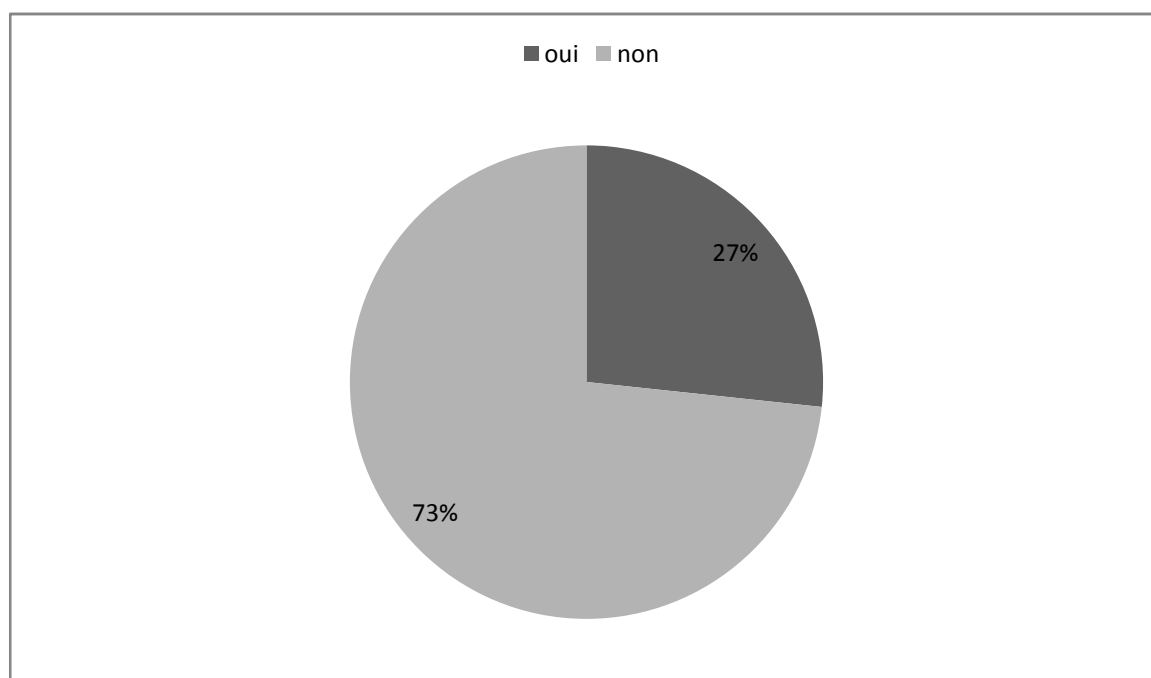


Figure N°11 : l'influence de l'image publicitaire sur l'homme.

Commentaire :

Dans cette question, la majorité des interrogées déclarent par un taux de 73% que l'homme n'a pas été touché ou influencé par ces affiches préventives et qu'il refuse en même temps de reconnaître ses torts.

Est-ce que l'affiche publicitaire qui traite la violence conjugale a un effet sur l'évolution de la relation d'un couple ?

Analyse de la question N°12 :

Est-ce que l'affiche publicitaire qui traite la violence conjugale, a un effet positif ou négatif sur l'évolution de la relation d'un couple ?

Les réponses	Nombre	pourcentage
Positif	00	00%
Négatif	30	100%

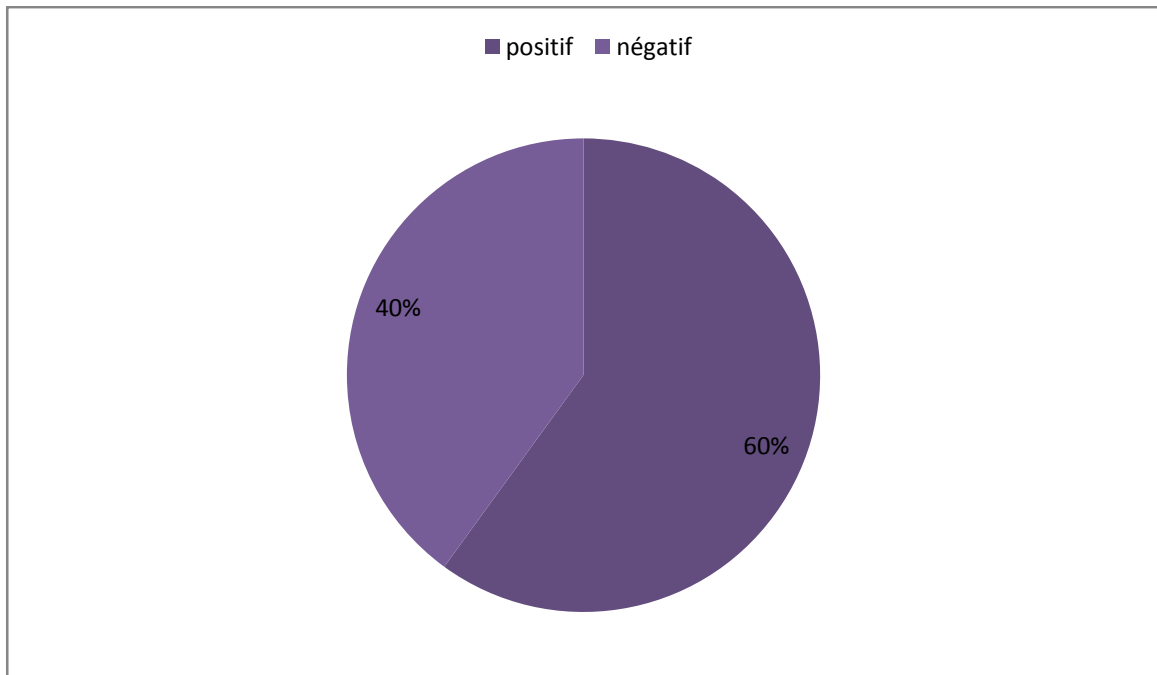


Figure N°12:L'affiche préventive est un facteur positif ou négatif dans la vie d'un couple.

Commentaire :

Dans la dernière question nous avons constaté que pour certains couples l'affiche publicitaire préventive a apporté un changement positif surtout chez la femme qui travaille car elle a pu se révolter pour lutter contre cette situation, avec un taux de 60%. Pour le reste c'est-à-dire 40% affirment que c'est une situation irremédiable et refusent de réagir de peur qu'elles ne soient mises à la porte de leur foyers étendant leur situation financière qui dépend toujours du mari.

Conclusion :

Pour conclure, nous disons que l'affiche publicitaire (préventive) qui traite la violence conjugale contribue à solutionner ce phénomène avec une grande difficulté par le biais de l'image et le texte qu'utilise dans l'affiche. Ce processus a une grande influence et impact sur la société et même à aider la femme de briser son silence et il a participé dans le sortir de son domaine

tabou. Nous avons confirmé cela à travers le questionnaire car la majorité à déclarer que c'est un fléau sociale qui peut touche n'importe qu'elle femme ou bien une famille.

Analyse des affiches publicitaires contre la violence conjugale :

Comme nous l'avons déjà mentionné dans la présentation du corpus, nous allons dans cette étape analyser cinq affiches publicitaires en mettant en œuvre les éléments d'une grille d'analyse, cette dernière est d'ailleurs basée sur ce que nous avons vu.

Figure N°1 :

Etude contextuelle et thématique :

Sujet	Violence contre les femmes des affiches pour ne plus se taire
Concepteur	L'ONU femme
Public cible	Citoyens en Algérie
Date et lieu	25 /11/2011 en Algérie

Indentification des caractéristiques de l'image :

Eléments	Description
Nature de l'image	Affiche préventive
Composantes	Icône, texte, symbole
Technique utilisée	Photographie

[Tapez le titre du document]

Le format	Format (portrait)
Cadrage	Plan générale
Profondeur	L'utilisation du couleur noir en arrière plan pour désigner la mélancolie Et au centre le visage de la femme qui présente la violence conjugale.
Vitesse de prise de vue	Tous les éléments sont nets (graphiques et iconiques)
Composition	Les lignes de force travers les regards de la personne principale c'est le visage et l'action de la violence conjugale.
La lumière	La lumière utilisée sombre noir et illumine le visage de la femme.
Couleurs	Les couleurs dominantes c'est le noir, le bleu et le rouge. Le noir d'après l'affiche une couleur négative représentant dans le symbole du désespoir, de solitude, l'obscurité, la peur, la tristesse. Avoir un bleu est l'ecchymose du à un coup. Il illustre aussi la colère et la peur et le rouge représente la force, l'interdit, le sang, l'agressivité et la persévérance.
Typographie de slogan et de la légende	Placé au haut de l'image et écrit en blanc et en caractère gras.

Icônes	Représentant une femme battue de la violence conjugale.

Description :

Les personnages :

Il s'agit d'un portrait d'une jeune et charmante femme et une main d'un homme sur sa bouche. Le visage pâle et amaigri, légèrement fardé pour révéler les signes état de santé psychologique et physique assez mauvais. L'absence du sourire qui manifeste la faiblesse et la déception.

Les regards :

La victime a le regard dirigé vers celui qui regarde l'affiche. Un regard triste, fatigué, désespéré celui d'une femme terriblement mal, brisée et terrorisée.

Commentaire :

Dans cette affiche nous trouvons qu'elle a été créée dans le sens comportemental, elle vise principalement les personnes qui sont touchées par la violence conjugale et qui n'ose pas agir, l'affiche est très convaincante, elle fait très bien passer le message.

Nous voyons très bien dans l'image le côté sombre, les couleurs révèlent tout ce qui est triste, rien de joyeux, à montrer aussi à quel point le sujet est mélancolique et déprimant ce qui est tout à fait clair dans le regard de la femme qui évoque la peur et le désespoir. Le rouge exprimé dans les lèvres sur la main du mari qui veut à tout prix éteindre sa voix et l'empêcher de parler signifie malgré ceci la tentation de sortir du silence et de parler : ce qui répond au slogan (ne plus se taire). La main mise sur la bouche de la femme signifie la pression morale et physique exercée sur cette personne sans défense.

Un autre effet accrocheur du rouge désigné sur la paupière blessée par un coup de violence résultant d'une colère. Ce rouge exprime toutes les significations expressives de l'agressivité et du danger bien montré évidemment dans le coup de poing sur l'œil. Ce rouge est également symbole d'interdiction pour

l'empêcher de parler et de réclamer ses droits. Cette même couleur de sang entoure le bleu éclatant de son œil. Ce bleu exprime une profonde intensité et une détermination à vouloir briser le silence.

Si on veut parler du slogan publicitaire, on peut dire en premier lieu qu'il s'agit d'un message signifiant et énonciateur par excellence, il est direct et sans métaphore commençant par une négation où le sujet est déterminé de ne plus refaire l'action de : se taire, il s'agit alors d'une négation renforcée et qui répondait à une hésitation (la peur).

Ne plus se taire : est une phrase qui a une valeur impérative exprimant un ordre donné par cette affiche préventive pour motiver et aider les femmes battues à agir et prendre une décision devant cette humiliation.

Figure N°2:

Etude contextuelle et thématique :

Sujet	La violence verbale peut être également terrifiante
Concepteur	Sticky FINGUER
Date et lieu	25 /11/2011 France
Public	Public Algérien

Identification et caractéristique :

Elément d'analyse	Description	Interprétation
Nature de l'image	Affiche préventive	
Technique utilisé	Photographie	
Format	Horizontal	

[Tapez le titre du document]

Cadrage	Le plan général	Ce plan sert à insister sur l'entendue de la photographie. Personnages occupent une grande partie de l'image.
Angle de vue	Hauteur d'œil	
Profondeur	Les personnages en premier contexte	
Vitesse de prise de vue	L'ensemble de l'affiche est ombre.	
Composition	Dans ce portrait, c'est l'expression faciale des personnages qu'on a mis en valeur et s'exprime dans un point fort.	Il s'agit en fait des points ou la main qui sort de la bouche la plus attiré, donc le concepteur a placé les éléments des plus importants de la photo pour aider les lecteurs à comprendre le message de l'affiche ainsi de mettre en cohérence entre l'image et le logo qui ancre en tête
Lumière	Une lumière artificielle	L'ensemble du visage des personnes est sombre

Les couleurs	Couleur noir et blanc (une nuance de gris) Et l'affiche est encadrée avec un bleu	Dramatise le sujet. Caractère atemporel et artistique
Typographie du slogan et de la légende	En haut de l'affiche le slogan est écrit en blanc, en lettre minuscule est son claire. Mais la taille de la légende est trop petite et donc difficile à lire	La lumière des projecteurs rend la lecture de la légende encore difficile. Puisque les reflets de la lumière sont blanc et la légende est de la même couleur
Icônes	Représentant un homme qui viole sa femme mais avec des mots insolente d'une violence verbale	Ils ont utilisé le coup d'une main comme une métaphore des mots brisante.

Description :

Les personnages :

L'homme (acteur de la violence) avec un coup de main qui sort de sa bouche vers le visage de sa victime qui montre à quel point le degré de cette violence pire et tuante

Les regards :

Le regard de l'homme se dirige vers sa victime. Un regard plein de haine et de menace.

Le rapport entre le texte et l'image :

« Insulter, ce n'est pas aimer » nous comprenons à travers l'accroche que cette affiche véhicule une forme bien précise de violence : violence verbale.

Commentaire :

Cette affiche publicitaire traite la violence conjugale est la violence la plus silencieuse, dont la psychologique est la plus méconnue ; la violence physique est la plus connue et redoutée, il nous reste que la violence verbale qui est la violence la plus oubliée et la plus tuante et brisante d'après les victimes.

Donc dans cette affiche nous remarquons que la violence traitée c'est la verbale.

Elle montre un homme qui hurlant vers sa femme et qu'une main sort de sa bouche c'est une métaphore que les paroles sont insultantes, d'injures et de menace, en traitant la femme comme une idiote, paresseuse, d'inutile ... d'après ces paroles insolente elle perd son estime ,sa dignité et peu à peu sa personnalité.

L'image montre que la femme est dans une situation de peur, de honte, de gêne et terrifiante grâce aux éclats de voix de son conjoint violent qui crie , un sentiment de tristesse, mélancolie parce que ces paroles touchent ses émotions , la victime est devient malheureuse, fragile et elle aura un manque de confiance, respect en soin même.

L'affiche a très bien transformé le message à travers la couleur utilisée, c'est le noir le sombre la couleur de tristesse de peur qui signifie que la victime est dans une situation de manque d'insécurité de joie et qu'elle est souvent dans un état terrifiant, et la couleur grise

Signifie la monotonie et la solitude.

Le slogan dans cette affiche est claire compréhensif et on a une cohérence entre l'image et le texte.

Figure N°3 :

Etude contextuelle et thématique :

Sujet	Quels prix pour ces diamants ?
Concepteur	AMNESTY International
	Le public Algérien

Public ciblé	
Date et lieu	22/07/2011 à Paris
Le rapport entre l'image et l'histoire de la société du moment	A l'occasion de cette campagne de sensibilisation, on posé deux visage découvert deux situation la premier qui vis en harmonie et dans la richesse et l'autre qui est victime et battue de ce phénomène.

Identification des caractéristiques de l'image :

Éléments d'analyse	Description	Interprétation
Nature de l'image	Affiche préventive	
Technique utilisée	Photomontage	
Format	Portrait (vertical)	
Cadrage	Plan rapproché le bas du visage et le coup	On voit que la partie du bas de visage. Il montre la réaction émotionnelle de chaque femme.
Profondeur	La photo est plate	
Vitesse de prise de vue	L'ensemble de la photo est net.	
Composition	Dans ce photomontage, c'est l'expression faciale	

[Tapez le titre du document]

	du personnage qu'on mit en valeur. Le bas du visage de la femme occupe toute l'image (principalement le cou et la bouche montre la violence.	
Lumière	Une lumière claire Et autre des nuances gris	La lumière dans le visage qui est à gauche illumine et l'autre met dans la zone sombre.
Couleurs	Utilisation des couleurs chaudes et froides : le noir, le rose, le rouge.	
Typographie de la légende et le slogan	Placé au milieu de l'image en blanc en caractère gras et il est sous forme d'une question car elle touche autant les femmes que les hommes.	L'affiche focalise sur la lisibilité de son message pour une meilleure compréhension. La couleur blanc est Utilisée pour capter le regard et attirer l'attention du récepteur.
Logo	A côté de la légende, le logo est en bas de l'image à droite et écrit en caractère gras par la couleur blanche.	
Icônes	Représentant deux bas de visage de la femme	

	<p>une qui est vie dans la richesse et la belle vie et l'autre qui est maltraité et malheureuse et victime de la violence.</p>	
--	--	--

Commentaire :

Pour cette affiche, il s'agit d'un photomontage, nous remarquons d'un côté le bas du visage et le coup d'une femme qui vie dans le luxe avec un collier de diamant ; et de l'autre la même partie du corps mais d'une femme noir, sombre qui saigne de la bouche et qui a le coup en sang à l'endroit ou l'autre a son collier du diamant et au milieu la question « quel prix pour ces diamant ? » alors la femme battue pose cette question donc elle compare sa à la maltraitance de son conjoint qui se viole ,se frappe à cause de la peur et des coups qu'elle vit chaque jour. Nous remarquons dans la photo une femme qui a du sang et des blessures sur sa bouche dans son cou et dans le bas de son visage contrairement à l'autre femme qui apparait vivre en liberté en joie, on peut voir aussi qu'elle est bien traitée riche d'après son collier de diamant, sa coiffure et la couleur du rouge à lèvres rose qui montre la douceur et la pudeur, l'affection et exprime aussi un sentiment amoureux. Donc l'affiche parle sur l'exécution et demande l'halte à la violence domestique.

Figure N°4 :

Etude contextuelle et thématique :

Sujet	Soyez un homme portez le ruban blanc
Concepteur	L'initiative d'Andrea Dell' Olivo, Echevin de prévention, de la citoyenneté et de la jeunesse, et dans la ligne des actions mise en place par Katty Firquet, le député de la province en charge des affaires sociale pour le

[Tapez le titre du document]

	liège de la province.
Public ciblé	Le public algérien
Date et lieu	25/11/2015 en Belgique
Le rapport entre l'image et l'histoire de la société du moment	La cellule de prévention de la campagne internationale du « ruban blanc » et la lutte contre la violence faites aux femmes, qu'elles soient psychologiques, physique et sexuelle pour dénoncer les témoins de ce problème.

Identification des caractéristiques de l'image :

Eléments d'analyse	description	interprétation
Nature de l'image	Affiche préventive	
Technique utilisé	photographie	
Format	Portrait (vertical)	
Cadrage	Plan général	Il a une valeur narrative, plus proche de l'action en distinguant un personnage dans son contexte.
Profondeur	Le visage de la femme occupe toute l'affiche.	Mettre en valeur le personnage en premier contexte
Vitesse de prise de	Le plan et flou	Toujours donner la

[Tapez le titre du document]

vue		primauté aux personnages
composition	Les lignes de force traversent les regards du personnage. L'organisation des éléments clés de l'image comme l'emploie le signe des maladies. C'est-à-dire la comparaison de ce fléau comme une maladie tuante.	
Lumière	Une lumière sombre noir et illumine le visage de la femme.	La lumière utilisée illumine la femme et mais les autres cotés sombre.
Couleurs	Les couleurs dominantes sont le noir, le vert, le gris ; le blanc et le rouge	Ces couleurs reflètent la soumission, l'abus, la menace, la peur et la profanation morale et spirituelle et l'autre couleur qui signifie l'infortune et l'échec.
Typographie du slogan	Placé au milieu de l'image en blanc en caractère gras et avec une grande police. Et l'utilisation du impératif.	L'affiche focalise sur une grande lisibilité de son message pour une meilleure compréhension.

Logo	En bas au côté gauche de l'image, le logo est représenté en forme d'un dessin qui porte une tête de tigre en blanc	La forme est en harmonie avec la typographie du slogan.
L'accroche	Physiques, psychologique ou verbale, violence faites aux femmes peuvent détruire une vie.	L'accroche est sous forme d'une phrase utilisée pour capter et attirer l'attention des gens et indiquer que la violence sa diffère.
Logo	Le logo est placé en bas de l'affiche avec un signe du papillon.	

Commentaire :

Cette affiche publicitaire a marqué le phénomène de la violence conjugale qui traverse les femmes du monde. Ce qui nous attire le plus dans la photo c'est l'image c'est-à-dire le visage de la femme qui occupe le centre de l'affiche donc nous observons dans l'affiche la couleur noir qui présente l'ambiguïté, la peur, le mal et le sombre signifie la menace de la victime de la part de son violent ,on constate sur l'image la main du conjoint sur sa bouche alors qu'elle n'ose pas à parler, il faut quelle choisit le silence et ne pas dire qu'elle est battue.

Nous voyons aussi la femme qu'elle est étonnante d'après le grimace de ses yeux avec un fond blanc qui montre l'innocence de la femme par des rayons du sang et de colère et de danger avec les cornées de ses yeux vert globuleux montrant l'échec et l'infortune de sa vie.

Dans le slogan l'utilisation de l'impératif « soyez un homme portez le ruban blanc » pour montrer l'opposition de l'homme vers la violence faite aux

[Tapez le titre du document]

femmes de la part de l'homme donc ce symbole est devenu international porté par les hommes et les femmes qui désirent signifier leur désapprobation de la violence à l'égard de la femme.

Ce signe signifie et traite le fléau de la violence conjugale comme étant une des maladies graves tel : le sida et le cancer.... C'est à dire que la personne qui aura

Ce genre de virus souffrira jusqu'à la mort.

Figure N°5 :

Etude contextuelle et thématique :

Sujet	Une métaphore par les chaussures (sur la violence conjugale)
Concepteur	L'association de SOS Femmes battues
Public cible	Les citoyens algériens
Date et lieu	Le 25 novembre

Identification des caractéristiques de l'image :

Elément d'analyse	Description	Interprétation
Nature de l'image	Affiche préventive	
Technique utilisée	Photomontage	
format	Format Portrait (vertical)	Il donne une impression d'action et de proximité
Cadrage	Plan générale	L'image au centre de l'affiche
Profondeur	La forme est plate	L'attention est centrée uniquement sur la métaphore par les chaussures

[Tapez le titre du document]

Vitesse de prise de vue	L'ensemble de la photo est net	
Composition	Dans ce portrait, c'est l'expression de la métaphore qu'on a mis en valeur et qui s'exprime le point fort.	
Lumière	La lumière est nette	Ils ont utilisée une lumière pour illuminer toute l'affiche.
couleurs	Utilisation des couleurs froides	Dramatise le sujet. Par l'utilisation des couleurs qui signifient l'infortune, l'oppression et l'injustice
Typographie du slogan	On écrit en petite lettre c'est illisible et écrit au milieu de l'affiche au côté droit parce qu'il est difficilement repérable et compréhensible.	

Commentaire :

Cette affiche est présentée sous forme d'une métaphore pour exprimer une tragédie des violences faites aux femmes. Il s'agit de présenter une opération remplacer le comparé et le comparant par un autre outil.

Nous remarquons en premier lieu une grosse chaussure d'un homme (type de chaussure militaire) écrase la sandale d'une femme cela signifie que la

maltraitance de l'homme vers son épouse en montrant la violence domestique quand l'homme traite la femme comme un objet, il ne la respecte pas, et l'abaisse en l'écrasant comme un instinct.

Nous observons dans l'image l'absence du texte parce que l'image a très bien transformé le message, elle explique le tout d'une manière claire, d'après ce que nous remarquons la porte ouverte signifie que l'homme est rentré chez lui et la métaphore de la chaussure d'homme qui est plein de la boue fracasse la sandale de sa femme par un domptage, une oppression, un mal et l'offense d'injustice vers sa victime. D'après les couleurs utilisées de l'infortune, et d'après la couleur de la sandale qui signifie une femme battue ramène à un univers fade, triste, solitaire, monotonie et mélancolique.

Jugement et appréciation personnelles (conclusion) :

Finalement, nous constatons que l'affiche publicitaire préventive a pour but de transmettre le message en utilisant les couleurs sombres pour rendre l'action plus attirante et provocante en même temps, par contre sur le plan conceptuel ceci varie d'une affiche à une autre et cette variété permet de provoquer et de développer les émotions chez le récepteur. Cependant, il s'avère qu'une chaque affiche provoque multiples sentiments et différentes réactions.

Ainsi, l'affiche préventive nous semble trop chargée aussi bien sur le plan émotionnel ou matériel pour capter l'attention des récepteurs.

Conclusion :

Pour terminer ce travail nous allons confirmer que cette recherche n'est qu'une introduction à un champ plus vaste et à un univers immense vu l'ouverture du sujet sur plusieurs plans et plusieurs approches. En effet, les affiches publicitaires de la prévention qui traitent ce phénomène social celui de la violence conjugale peut être étudié selon des points de vue différents.

De notre part, nous avons essayé d'étudier les affiches publicitaires qui parlent de ce sujet d'actualité qui touche les femmes et nous avons constaté donc qu'à travers le champ médiatique de l'affiche préventive représentant la source d'information qui diffuse ce problème pour savoir l'opinion publique sur la violence conjugale.

Nous nous sommes aperçus que les affiches publicitaires sont dotées d'une pluralité de modes de persuasion. D'une part, la réception à l'influence de ce processus se met en place et son effet a une plus grande portée socialement et culturellement, avec l'affiche l'ère de l'universalisation des modes de vie s'implantent plus facilement. D'autre part elle participe avec son caractère comme un véritable impact à la mondialisation des comportements et des attitudes, parce qu'elle facilite la transformation du message par un excellent but.

En guise de conclusion, nous disons que nous avons proposé dans le premier chapitre quelques définitions concernant l'affiche publicitaire en générale et l'affiche préventive en particulier et nous avons remarqué que l'usage de l'affiche publicitaire est devenu prépondérant par les lecteurs parce qu'elle passe bien le message et aussi un moyen authentique qui traite même les sujets d'actualité qui ont été avant tabou et par ce processus sont devenus permis comme notre sujet et dans le même chapitre nous avons essayé de mettre en lumière l'histoire de l'affiche publicitaire qui traite la violence conjugale et comment elle a présenté ce problème.

Ainsi, nous avons organisé un questionnaire auprès des lecteurs des affiches pour vérifier le bien fondé de nos hypothèses concernant les lecteurs sur cette tragédie de la violence conjugale.

Dans le second chapitre, nous avons parlé de l'affiche publicitaire qui traite la violence conjugale et nous avons pensé à la relation entre l'image et le texte de l'affiche publicitaire et aussi nous avons montré l'influence de l'affiche publicitaire qui traite ce fléau sur les femmes battues et aussi son effet sur la société algérienne, alors ceci nous a mené poser la questions suivantes qui englobe tous le chapitre : sous quelle forme les informations sur la violence conjugale sont elles données, organisées et structurées sur les affiches publicitaires qui abordent ce phénomène ?

Enfin, dans le troisième chapitre nous avons travaillé sur une enquête par un questionnaire distribué aux lecteurs des affiches publicitaires qui abordent la violence conjugale ; et nous avons analysé des affiches concernant le même problème.

Au cours de l'enquête réalisée nous avons remarqué que les gens sont impactés par le fléau de la violence conjugale qui est monopolisé par tous les médias étant donné son importance et son influence sur l'évolution des générations et cela a été fondamentalement officialisé par la célébration d'une journée internationale contre la violence conjugale qui coïncide le 25 novembre de chaque année .

L'autre phase, consiste à l'étude de la réalité et la réaction de la femme battue et même non battue quand elles voient ces affiches préventives qui ont donné l'espoir pour parler et demander l'aide de ruiner ce phénomène qui menace toutes les femmes.

Dans cette perspective nous avons posé la problématique suivante : est ce que l'affiche publicitaire a réussi à aider la femme de sortir de cette situation et à se libérer de son entourage violent qui la rend coupable ou plutôt responsable de cette violence conjugale ?

Les résultats aux quels nous sommes parvenus démontrent que les affiches publicitaires qui traitent la violence conjugale sont considérées comme un support authentique dans la transformation de l'information et l'idée qu'elle avait la société sur ce phénomène ,et d'après l'analyse de ces affiches qui parlent de cette tragédie nous trouvons que c'est un phénomène très complexe

qui peut concerner les hommes comme les femmes, cette violence va se répercuter sur tous les membres de la famille et va avoir des conséquences dans la vie quotidienne et à long terme. Par conséquent ce fléau prend de plus en plus d'ampleur, des organismes sont donc mis en place dans différentes régions afin de venir en aide à toutes ces victimes. Nous pouvons être amenées à se demander si cette violence va continuer d'augmenter ou au contraire s'atténuer grâce aux nombreuses associations et la diffusion de ce sujet par tous les moyens médiatiques qui se développent de plus en plus au cours de ces dernières années.

Alors l'affiche préventive a un grand effet et impact sur la société car elle limite le risque en supprimant et réduisant la probabilité d'occurrence de ce phénomène dangereux. Elle a contribué avec un moyen au début et avec d'autres après pour minimiser le nombre de dégâts de ce fléau et aider la femme à briser le silence qui l'a torturé pendant plusieurs années.

Enfin, notre sujet qui a porté sur l'effet des affiches publicitaires contre la violence conjugale sur la société algérienne émane d'un choix personnel et d'une intuition morale car nous avons eu l'ultime sentiment que ce problème à diminuer un peu par rapports aux années précédentes grâce à ces affiches publicitaires et les nombreuses associations qui défendent les femmes comme le SOS et en Algérie comme réseau Wassila et Afepec.... etc. et aussi d'après la journée mondiale du 25 novembre qui pousse la femme à briser son silence et demande halte à la violence conjugale et dit à haute voix « non à la violence, oui à la paix ».

Annexe :

Figure N°1 : www.libération.fr /... /contre la violence-contres-les femmes pour ne plus se taire.

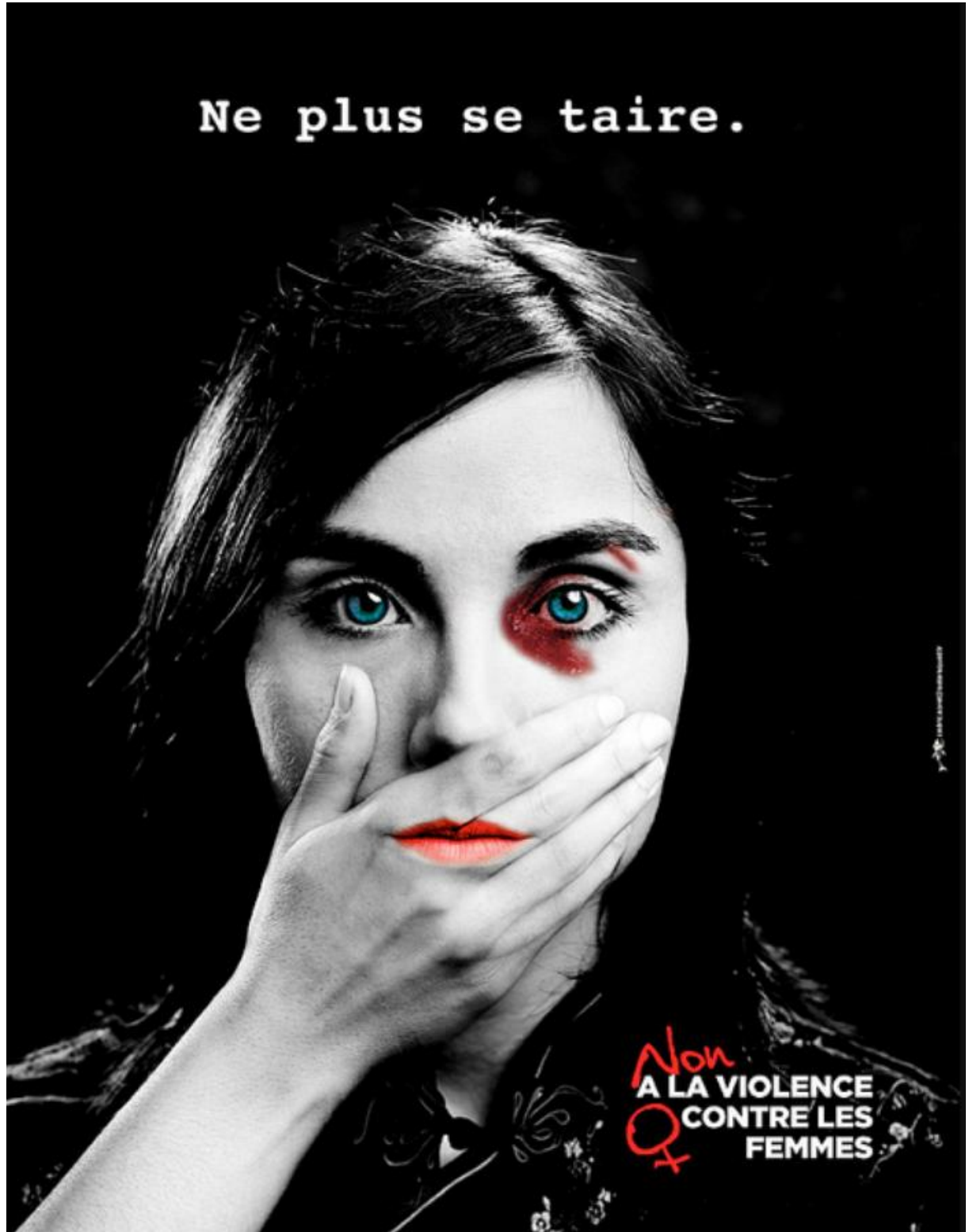
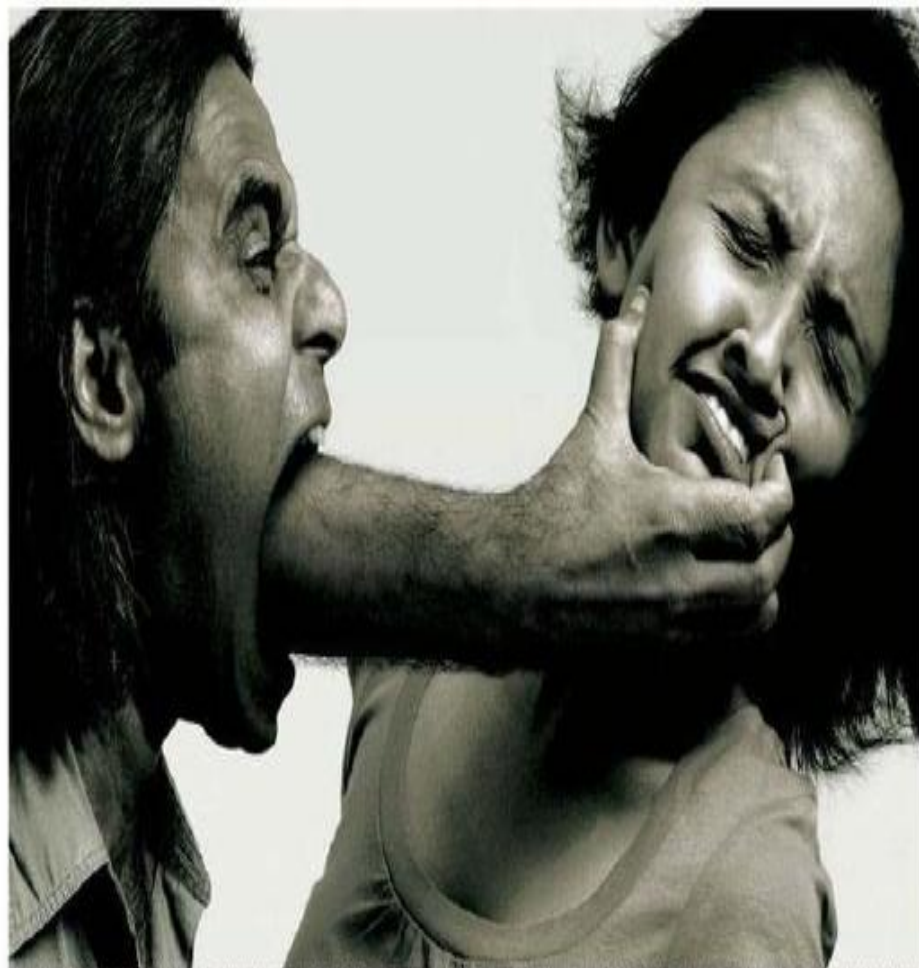


Figure N°2 : archives-le post. Huffingtonpost.fr/.../la violence verbale. Peut également peut être terrifiante.

La violence verbale peut également être terrifiante.

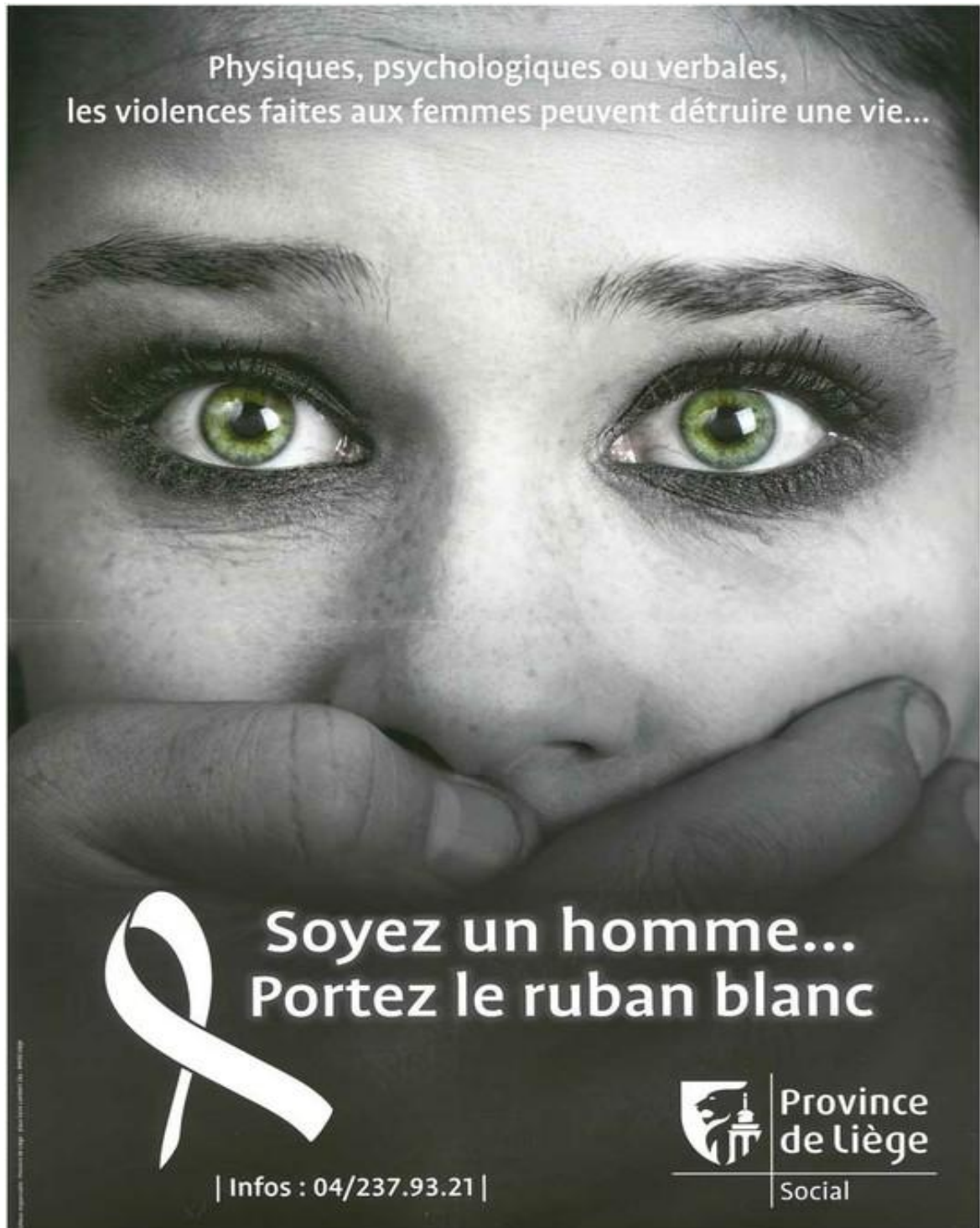


VERBAL ABUSE CAN BE JUST AS HORRIFYING, BUT YOU DON'T HAVE TO SUFFER IN SILENCE. CALL THE AIRAFE HELPLINE FOR ADVICE AND SUPPORT, MONDAY TO FRIDAY FROM 3PM TO 9.30PM ON 1800 134 5935.


Figure N°3: FR. Adfourm.com /creative/work/ad/player/30119



Figure N°4 : [www. Bassenge.be/actualités/soyez-un-homme-portez-ruban-blanc](http://www.Bassenge.be/actualités/soyez-un-homme-portez-ruban-blanc)



Physiques, psychologiques ou verbales,
les violences faites aux femmes peuvent détruire une vie...

 **Soyez un homme...
Portez le ruban blanc**

| Infos : 04/237.93.21 |


 **Province
de Liège**
Social

Figure N°5 : [www. Advertinsingtimes.fr/la- publicite –ultime- contre- la- violence- domestique.html](http://www.Advertinsingtimes.fr/la-publicite-ultime-contre-la-violence-domestique.html)



Résumé :

Nous vous proposons une brève mise au point de la démarche qui a été adoptée pour réaliser cette recherche cette présentation comportant 4 moments : A cet effet il convient tout d'abord de souligner que notre modeste travail a été réalisé dans le souci de mettre en évidence « les effets des affiches publicitaires préventives (contre la violence conjugale) sur la société algérienne »

Donc ; nous avons abordé dans le 1 chapitre quelques définitions sur l'affiche publicitaire et aussi l'affiche préventive, à savoir son rôle, ses caractéristiques, ses composantes et nous avons donné un bref aperçu sur les points essentiels construisant une affiche publicitaire.

Pour le 2 chapitre nous avons traité comment l'affiche publicitaire a présenté ce phénomène de la violence conjugale. Nous avons parlé aussi sur l'influence et l'effet de l'affiche publicitaire préventive qui aborde la violence conjugale et la présenté sur la société comme un problème touchant.

Pour le dernier chapitre nous avons mené une enquête par un questionnaire destinés aux lecteurs des affiches publicitaires nous avons adressés ce questionnaire donc pour confirmer nos informations et vers la fin nous avons analysé des affiches publicitaires qui présentent ce phénomène de violence conjugale

