

République algérienne démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche
scientifique
Université Dr
Moulay Tahar-saida-
Faculté des lettres, Des langues et des arts
Département de français



Mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master
Français L.M.D

Option : Le français de la communication et publicité

Thème

**Analyse du discours publicitaires
préventifs contre le cancer du sein**

Présenté par :
-Tami Nadjjet

sous la direction de :
-Mme.Saadi khadidja

Année universitaire : 2017_2018

Dédicaces

Je dédie ce travail à mes parents qui m'ont soutenu tout au long de mes études.

Remerciements

Nos remerciements à Dieu pour la réalisation de cette œuvre .

A toute les personnes qui ont contribué de près ou de loin, à la réalisation et à la rédaction de ce mémoire, nous exprimons notre profonde gratitude

Toute mes remerciements à :

- Mme Saadi Khadidja directrice de mémoire qui à acceptée de diriger cette œuvre malgré ses nombreuses occupations.

-Tous les professeurs du département de français qui ont contribué à notre formation sans oublier madame Souad Bouhdjar pour ses conseils.

Nos remerciements s'adressent également aux membres du jury pour l'honneur qu'ils nous font d'assister à notre soutenance.

Sommaire

Sommaire

Introduction.....	6
Premier chapitre I: concept définitoire de l’affiche	
Deuxième chapitre II : Analyse du corpus	
Conclusion.....	36
Bibliographie.....	38
Annexes	39
Table de matières	44

Introduction

Générale

L'image touche à tous domaines, entre autres, le champ de la communication par publicité. L'affiche n'échappe pas à cet essor des usages de l'image.

En effet le domaine de la santé s'implique en utilisant l'image comme moyen de communication et de vulgarisation. La médecine a toujours fait recours auparavant aux magazines et à la télévision pour porter les questions de santé dans l'espace public.

Les promoteurs de l'éducation et la culture sanitaire ont compris très tôt l'impact de l'affiche sur l'esprit du grand public.

La portée de ce moyen a fait ses preuves à bien des étapes de l'histoire de la prévention sanitaire. le timbre antituberculeux dans les années 1930, les affiches de l'institut national de sécurité sur les risques en milieu professionnel au tournant des années 1960 ou plus récemment, les grandes campagnes médiatiques contre la violence routière ou en faveur de la recherche sur certaines maladies en sont témoins.

Nous parlerons de toutes ces représentations sous le terme d'affiche qui se présente aujourd'hui comme un moyen de communication dans le domaine de santé.

D'abord, l'affiche est un support de publicité ou de propagande destiné à être vu dans la rue et le lieu public. Imprimée sur papier, sur de tissu ou des supports synthétiques, elle adopte des dimensions variables, pouvant aller jusqu'à plusieurs mètres. L'affiche a gagné alors ses lettres de noblesse à la fin du XIXe siècle.

Notre thème est intitulé « Analyse du discours publicitaires préventifs contre le cancer du sein ».

Nous a mené à se baser sur un type d'image : l'affiche publicitaire mais plus principalement sur l'affiche préventive.

Dans cette perspective nous allons poser la question suivante :

-Est-ce que le discours et les langues utilisées dans les affiches publicitaires préventives peuvent véhiculer le message de prévention ?

Par rapport de cette problématique, nous émettons les hypothèses suivantes :

-Est-ce que le registre de la langue utilise dans les affiches publicitaires, est accessible pour les femmes ?.

-Est-ce que les femmes peuvent-elles être influencées par les affiches préventives ?

Nous avons choisi ce thème, par ce que les femmes sont plus concernées par le cancer du sein qui est le cancer le plus fréquent chez la femme, il est la principale cause de mortalité. Donc, grâce à ce travail de recherche, nous allons traiter tous les moyens de prévention et de dépistage, pour faire une campagne de sensibilisation et attirer l'attention du ministère de la santé et pour encourager les femmes à s'adhérer à ce processus.

Pour pouvoir apporter un éclairage aux questions posées, nous allons organiser notre travail autour de deux chapitres.

Dans La première partie théorique dans laquelle nous avons défini le concept clé qui est l'affiche, puis définit l'affiche préventive, et à la fin de ce chapitre nous aborderont les méthodes d'analyse d'une affiche.

Dans la partie pratique nous élaborons un questionnaire avec trois affiches publicitaires de prévention contre le cancer du sein.

Nous tenons à signaler que nous avons rencontré lors de la réalisation de notre mémoire de nombreuses difficultés, nous citons en premier lieu l'indisponibilité des ouvrages dans le domaine de la publicité préventive ce qui nous a poussé à recourir vers des sites internographiques.

Chapitre I

Concept définitoire

De l'affiche

Dans ce chapitre, on parle sur toutes les représentations sous le terme d'affiche et l'affiche préventive qui est aujourd'hui représente un moyen de communication dans le domaine de la santé. Puis, nous allons aborder les méthodes d'analyse d'une affiche.

1. présentation de notion « Affiche »

L'affiche illustrée est utilisée dans des domaines bien différents :

Politique, culture, etc. dans tous les cas c'est un moyen de communication qui vise avant toute à séduire et à informer.

1.1. Définition de l'affiche :

L'étymologie a ses vertus. Le terme Affiche apparait au Xilème au sens de « épingle, agrafe » Ce n'est pas qu'au XVème siècle que le terme prend son sens de « avis imprimé » qui est le sens actuel de sa définition académique. Selon le dictionnaire de L'Académie français,

L'affiche se définit comme une « feuille manuscrite apposée sur les murs ou à certains emplacements réserver, pour une connaissance au public d'avis officiel ou privé »¹

Le dictionnaire définit l'affiche comme étant :« feuille imprimée, souvent illustrée, portant un avis officiel, publicitaire, etc. Placardée dans un lieu public ».²

Abraham moles, professeur à l'université de Strasbourg, cerne

Les dimensions représentent par l'affiche en affirment que : « *l'affiche*

*Joue un rôle d'importance qu'on peut cerner sous un triple aspect : sociologie, psychologique et esthétique. »*³

Ce code du symbolise remplace le langage proprement dit qui se trouve cantonné à des énoncés plus complexes. Plus longs ~ quand ceux-ci sont proposés par l'affiche (texte de commentaire, par exemple), ils le seront toujours de façon facultative et accessoire. indiquée par la faible grosseur relative des caractères qui établit une hiérarchie dans le stimulus global produit. D'où l'extraordinaire précision psychosociale des affiches de cinéma ou de théâtre, ou chaque classe de rôles tenus

¹ -<http://www.academic.française.fr>.

² - Dictionnaire HACHETTE EDITION 2010.

³ -ABRAHAM MOLES(1969),la situation sociale de l'affiche.

parles acteurs correspond à des classes de caractères typographies et des ordres de disposition qu'ils sont enfreints, donnent éventuellement matière à procès.

L'affiche sur support papier se divise cependant en deux catégories, ces dernières sont reconnues par la bibliothéconomie, il s'agit du groupe des « affiches-texte » et de celui des « affiches » au sens moderne.

Un autre type d'image s'inspire dans le domaine médical, sous forme d'affiche. Cette image fixe commence à prendre une place de plus en plus importante dans l'arsenal prophylactique des décideurs soucieux de protéger l'individu et de société des maladies en vigueur à l'époque, mettant en vigueur son pouvoir d'évocation de synthèse.

Actuellement, même si nous avons le sentiment de recourir davantage à l'image en mouvement (spots télévisés, vidéogrammes, films) qu'à l'image fixe, celle-ci reste néanmoins très présente dans nos campagnes de prévention en matière de santé l'affiche d'éducation à la santé doit côtoyer une multitude d'affiches publicitaire commerciale, culturelles ou autres, et lutter pour occuper sa part du champ visuel.⁴

1-2 Historique de l'affiche

Ainsi que l'art décoratif et l'art moderne d'une manière générale, l'affiche permet à de nombreux affichistes d'exprimer leur talent et de s'affirmer comme tels. le jeune Charles Gesha, protégé de Mistinguett à partir de 1916, confirmera la gloire de celle-ci grâce à ses affiches devenues célèbre. Dans les années 1920, l'affiche se met à la page de l'épure l'art graphique, grâce à des créateurs comme Paul Iribe ou cassandre qui Raymond. Aussi l'apparition du photomontage permet-elle à l'affichiste de combiner la photographie et la typographie.⁵

Après la seconde Guerre mondiale, l'affiche traversera une crise profonde. L'affiche ne trouvait plus sa place dans une société marquée par la pénurie des années 1940-1950. Cependant, c'est à cette période que l'humour émerge dans l'affiche comme un moyen privilégié de communication, avec notamment l'affichiste française Savignac. Mais surtout, l'affiche connaît une révolution graphique majeure. Sous l'influence américaine, la gravure disparaît pour faire place à la photographie qui s'impose comme le modèle de quasiment toutes les affiches, à des quelques rares exceptions près comme les campagnes des marques Perrier ou Orangina. Il en résultera dans un premier temps ces grandes placards urbains, qui défigurent l'entrée des villes à coup

⁴ -CHARMETJ.L(2001), la communication par l'image,sylvie Ogrée ,France,P.112.

⁵ Définition de l'affiche.[Http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche](http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche).

de photos géante de cheeseburgers, de produit lave-vaisselle, ou de prix sacrifiés dans les superettes. Mais la photographie a aussi permis l'essor de toute une nouvelle génération de créatifs, qui sont su croquer à leur manière la société et continuer à faire de l'affiche un reflet de notre temps.

Dans l'année 1950-1960, le polonais Roman Cieslewics fut à la tête d'une importante école d'affichistes –essentiellement de films, de pièce de théâtre et de propagande pour la partie communiste au pouvoir - qui parvient à exprimer un certain nihilisme dans un contexte pourtant étroitement surveillé par la censure. Ces trente dernières années, les techniques offset numériques, mais aussi l'innovation en matière de supports d'affichage, donnent aux affichistes de nouveaux potentiels d'expression.⁶

1-3 Caractéristique de l'affiche

La destination utilitaire de l'affiche implique son efficacité : s'agissant d'être perçue comprise rapidement par le public, susciter la sympathie. On considère que l'affiche devait être simple dans son dessin et son texte, ses couleurs devaient être vives et attrayantes, cela dès que la nécessité commerciale est devenue une évidence et que parallèlement, les techniques d'impression –notamment la lithographie- l'ont permis, au XIXe. On a par conséquent fait appel à des artistes. Dont le plus connu reste Henri Toulouse-Lautrec. Si des peintres lithographes ont ainsi inauguré l'art de l'affiche. D'autres artistes en ont fait une spécialité à part entière et sont devenus des affichistes.

A l'origine collée sur les murs, dans les lieux publics, l'affiche est maintenant majoritairement apposée sur des emplacements réservés: panneaux d'affichage, colonnes, mobilier urbain, etc. les affiches de petit format –affichettes – peuvent être placées en intérieur, Par exemple dans les vitrines de magasin. L'emplacement d'une affiche est essentiellement fonction de sa taille conditionne aussi son contenu. La multiplication de l'affichage tout au long du XXe siècle a amené les autorités à le réglementer de plus en plus, jusqu'au point de reléguer l'affichage sauvage à des espaces réduits et des petits formats. Il en résulte que l'affichage autorisé passe par des sociétés spécialisées, dont les tarifs sont fixés en fonction de la qualité des emplacements –(situation ,visibilité, éclairage nocturne)et de la durée de l'affichage.

L'affiche est une temporaire: son temps d'existence se limite à quelques jours, quelques semaines ou plus (à quelques exceptions près ou une affiche acquiert une

⁶ Définition de l'affiche.[Http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche](http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche).

certaine longévité en étant remplacée). Le support de papier et souvent les encres d'imprimerie ne peuvent pas résister indéfiniment aux intempéries, à la lumière solaire, ni au temps qui passe. C'en quoi l'affiche se distingue de l'enseigne. Du panneau peint ou sérigraphie, de la publicité murale peinte, destinés à durer sur un emplacement défini.

Des affiches ou des reproductions sont souvent utilisées comme éléments de décoration sous le nom anglais de poster. Mais ce terme désigne aussi des photographies ou des illustrations, imprimées en grand format, qui n'ont plus rien à voir avec l'affiche.

Enfin, les affiches sont particulièrement révélatrices de l'esprit du temps, présentes dans la vie quotidienne, elles sont un outil incomparable pour comprendre quel rapport le public entretient avec tel ou sujet (les vacances, les produits de grande consommation).

A titre d'exemple, il est possible de comprendre le rapport du public avec le sport en retraçant l'histoire des affiches. Ainsi dans le cyclisme, suivant les époques, passera-t-on des représentations de jeunes femmes à bicyclette, aspect loisir, à celle des forçats de la route, aspect technicité et performance.⁷⁷

Grille d'analyse d'une image fixe :

1)-sujet : Dire en quelque mot quel est le sujet de l'image.

2) Impression : Préciser quelle est la première impression que vous faite de cette image.

3) Nature de l'image : Timbre-poste, carte postale, affiche de spectacle, tableau.....

4) Technique utilisée : collage, photographie, montage, peinture à l'huile.....

5) Format : Dimension de l'image en réalité.

6) Contexte : Ou l'image est-elle normalement vue ? (Musée, panneau publicitaire, magazine.....). Quand a-t-elle été produite ? Production unique ou en série ? Qui est l'auteur de l'image ?

7) Cadre : Valeur de cadre (gros plan, plan américain.....).

8) Angle de vue : Plongée, contre-plongée, ongle plat.....)

⁷⁷ -YVES JEAN (1918-1939), affiches publicitaires et représentations du spot en France.

9) Lumière : D'où vient la lumière ? Quelle est son intensité ? Est-elle naturelle ou artificielle ?

10) Couleur : Couleur(s) dominante(s) intensité(s).

11) Profondeur : Y a-t-il une profondeur (profondeur de champ) ?

L'image paraît-elle plate ou non.

12) Composition : Comment l'image est-elle structurée, organisée ?

(On peut faire un croquis).

-points forts de l'image.

-lignes parallèles, perpendiculaires, cercle, triangle.....

13) Texte (Rapport texte/ image) :

-distribution du texte dans l'image, typographie, couleur.

-fonctions du texte.

-texte hors de l'image (légende) : quelle(s) information(s).

A- Dénoté : Décrire l'image le plus objectivement possible : faire l'inventaire des éléments représentés, interaction, relation, relation texte –image, etc.

B-Connoté : Dire ce que l'image suggère pour vous (donc de façon très personnelle et subjective).⁸

2-présentation de la notion « Affiche préventive »

L'affiche préventive joue un rôle très important pour informer, éduquer et sensibiliser les gens. Ils ont pris soin de leurs santés.

Les campagnes de prévention se déclinent le plus souvent sous plusieurs médias et durant la même période. Leur objectif étant de faire connaître les effets néfastes des comportements à risque ou anormaux, ainsi que de sensibiliser la population pour que la prise de conscience de l'individu le pousse à améliorer ses actes. On peut classer les campagnes préventives en trois grands groupes, tout d'abord celles touchant le domaine médical avec les vaccins, la lutte contre le sida et le dépistage du cancer. Puis celles énonçant les problèmes liés aux comportements dangereux tels

⁸ -Grille d'analyse d'une image fixe.[Http://www.crdp.ac-lyon](http://www.crdp.ac-lyon).

que la sécurité routière et la maltraitance. Et enfin, celles dénonçant certaines addictions dangereuses pour la santé tels que l'alcool, les drogues, et le tabac.

2-1-définition de l'affiche préventive

L'affiche préventive est un spot informatique qui s'exprime par une image ou caractères désignant un ou des gestes à ne pas faire, modes de transmission des maladies. L'affiche préventive étant un message d'information, d'éducation et de sensibilisation contre d'une ou des maladies il est bien stimulé par tout voyant.

Elle est une mise en œuvre réussie et interactive de l'information car c'est un outil pertinent notamment pour la prévention de maladies dont le déterminisme est plurifactoriel. L'affiche dans le domaine de la santé et de prévention peut donc dans ce cadre toucher un public plus large qui est le plus souvent rebuté par la lecture de livres.

Les affiches présentées, comme toute d'ailleurs, ne sont pas innocentes. Elles sont de notre imaginaire, de nos représentations de la santé, de la maladie de l'autre. Ces représentations évoluent dans le temps et dans l'espace. Toutefois, certaines sont si fortes qu'elles continuent de nous imprégner aujourd'hui, de nous influencer et d'orienter nos jugements, parfois inconsciemment.⁹

2.2. Historique de l'affiche préventive :

L'ère de l'affiche préventive a vu le jour aux dix-huitièmes siècles après la découverte 1^{er}vaccin contre la variole.

La XXe siècle est par excellence celui de l'image et de la communication, c'est dans ce contexte que l'affiche est devenue, il y'a un peu plus de cent ans, l'outil privilège de la communication préventive, elle connaît son heure de gloire dans les années 1950-1960.

L'image par essence, « réduit » la réalité : ne peuvent tout dire, elle est sélective pour marquer les esprits, les illustrations n'hésitent pas à dramatiser le danger, voire à transformer les illustrations n'hésitent pas à dramatiser le danger, voire à transformer le réel. Miroir non des dangers eux-mêmes des risques reconnus et avérés socialement, les affiches des préventions privilégient, dans le champ de la santé au travail, l'illustration de l'accident à celle de la maladie professionnelle.¹⁰

⁹ -<http://www.santé-et-travail.fr>.

¹⁰ -<http://la publicite.e-monsite.com/pages/les-publicites-preventives.html>.

2.3. Caractéristique de l'affiche préventive

L'affichage préventif a pour caractéristique des messages visuels à transmettre dans le temps et la situation indiqué.

Elle englobe une des images à couleurs vous attirant l'intention de l'observateur sur laquelle des informations sont énumérées.

3- l'impact des affiches préventives sur les femmes atteintes par le cancer du sein.

Qu'ont-ils parlé à l'influence des affiches préventives sur les femmes en vise tout d'abord à l'opinion préconçue pour prévenir ces maladies. Donc, il fallait sensibiliser les femmes car elles sont le plus menacée par cette maladie.

4-Santé :

4-1)-Définition de la santé :

Selon l'OMS, la santé est un état de complet bien-être physique, mental et social, et ne consiste pas seulement en une absence de maladie ou d'infirmité. Cette définition est celle de préambule de 1946.L'OMS a pour objectif d'amener tous les peuples du monde au niveau de santé le plus élève possible. La santé un rapport dynamique à l'environnement.

Pour Cotton (1982) « la vie peut être considérée comme un rythme continu d'interaction, un état d'équilibre instable et le bien être qui en est l'interprétation n'est jamais qu'un état passager à reconquérir sans cesse. Le potentiel d'énergie qui maintient et qui est capable de rétablir à tout moment l'équilibre de bien être sans cesse menacé d'un organisme soumis à chaque instant aux agressions de son environnement et a ses besoins d'adaptation interne ou externe est un phénomène essentiellement dynamique : la santé. »¹¹

4-2)-Prévention :

La prévention est une attitude ou l'ensemble des mesures à prendre pour éviter qu'une situation (sociale, environnementale, économique...) ne se dégrade, ou qu'un accident, une épidémie ou une maladie ne survienne. Elle consiste :

¹¹ -COTTON E(1982) l'éducation pour la santé :méthodes,Bruxelles :université de Bruxelles, école de la santé publique.

- A limiter le risque, c'est la prévention proprement dite : mesures visant à prévenir un risque en supprimant ou en réduisant la probabilité d'occurrence du phénomène dangereux ;

-A prévoir des mesures pour combattre le « sinistre » si celui-ci survient, c'est la prévision ; on parle également de protection : mesures visant à limiter l'étendue ou /et la gravité des conséquences d'un problème dangereux, sans en modifier la probabilité d'occurrence.

- On distingue classiquement trois niveaux de prévention :

1)-Prévention primaire : visant à éviter la maladie chez le patient ni ayant jamais été malade.

2)-Prévention secondaire : destinée à diminuer les suites et la gravité de l'affection chez un patient.

3)-Prévention tertiaire : cherche à empêcher les complications ou les rechutes.¹²

¹² -CHARBONNIER (2003), Bruxelles santé « peur et prévention ». collection musée de la Médecine/ULB,p43.

Chapitre II

Approche analytique de quelques affiches

Questionnaire sur les affiches publicitaires préventives sur le cancer du sein adressé aux femmes habitant de Saida (Algérie)

1)-Savez –vous ce que veut dire le cancer du sein ? Si c'est oui pouvez expliquer ?

Oui Non

.....

2)-le cancer est – il :

Héréditaire Génétique Hormonale

3)-Avez –vous déjà vu une affiche publicitaire sur le cancer du sein ?

Oui Non

4)-Utilisez-vous les affiches préventives comme un moyen efficace dans la prévention ?

Oui Non

5)-Comment les affiches publicitaires préventives décrivent elles cette maladie ?

Une maladie mortelle une maladie incurable une maladie intraitable

6)-Est-ce que les affiches contre le cancer du sein vous encouragent a prévenir les gens que vous connaissez ?

Oui Non

.....

7)- Quel est le message qui vous semble plus efficace sur une affiche pour prévenir le cancer du sein ?

Image Slogan Texte

8)-Est-ce que les affiches publicitaires préventives utilisent –elles un registre de langue compréhensible pour les femmes ?

Oui Non

9)-Pensez-vous que l'affiche préventive est un moyen de communication ?

Oui Non

-présentation de corpus :

Notre corpus d'étude est devisé en deux parties :

Dans la première partie de notre travail nous avons mené une enquête aux niveau des hôpitaux de la wilaya de Saida à travers la distribution de 50 questionnaires adressées aux femmes atteintes et non atteintes par le cancer du sein et ces questionnaire ont été analysés.

Dans le second temps, nous avons procédé d'analyser trois affiches publicitaires préventives contre le cancer du sein.

Notre enquête utilise un questionnaire qui s'adresse aux femmes de la ville de saida, il traite les campagnes préventives contre le cancer du sein.

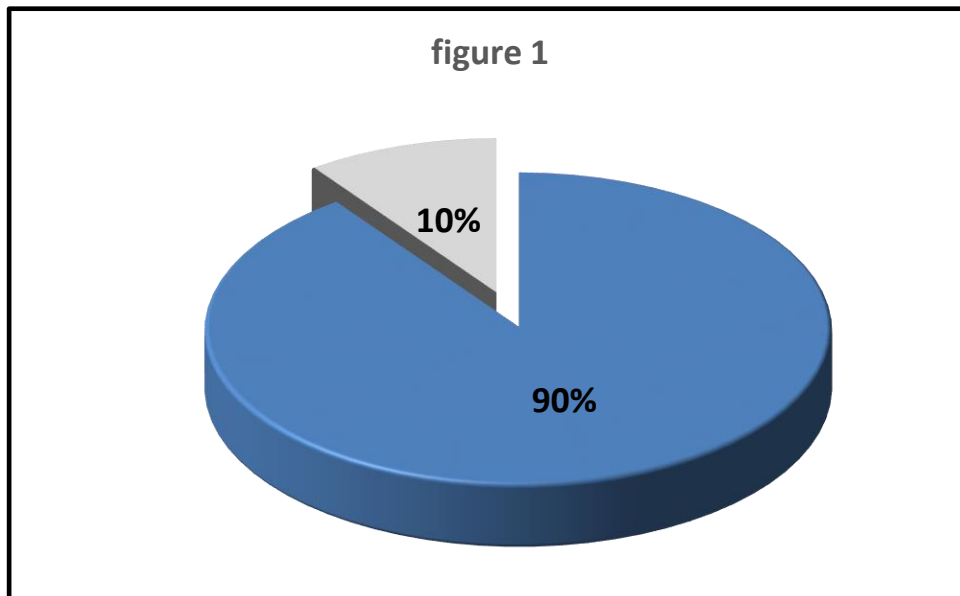
Afin d'avoir des points différents sur l'avis du public et leurs connaissances sur le sujet. Nous avons réalisé un questionnaire de 09 questions concernant les affiches de prévention sur le cancer du sein.

Nous avons adressé notre questionnaire qui compte 09 questions adressées aux femmes sadiennes sur le cancer du sein. Et nous en avons recueillis 100% de réponses, c'est-à-dire que toutes les femmes ont répondu à neuves questions.

Après la récolte des réponses, nous avons procédé au dépouillement des questions en les traitants et en les analysants question par question.

Présentation des réponses :

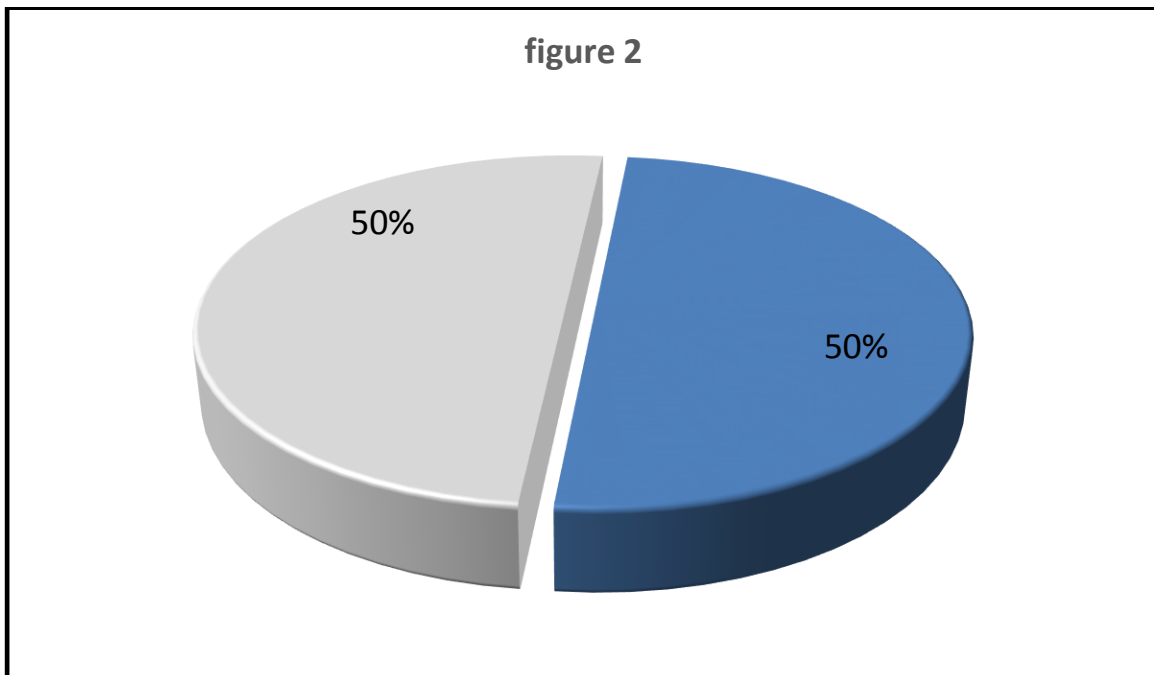
1) Savez-vous ce que c'est le cancer du sein ?

**COMMENTAIRE :**

-Concernant la première question 90% connaissent ce que c'est le cancer du sein et disent que cette maladie est le plus connu et le plus fréquent chez les femmes, par contre 10% seulement ne connaissent pas ce que c'est le cancer du sein.

OUI	NON
90%	10%

2) le cancer est-il : héréditaire, Génétique, Hormonale.

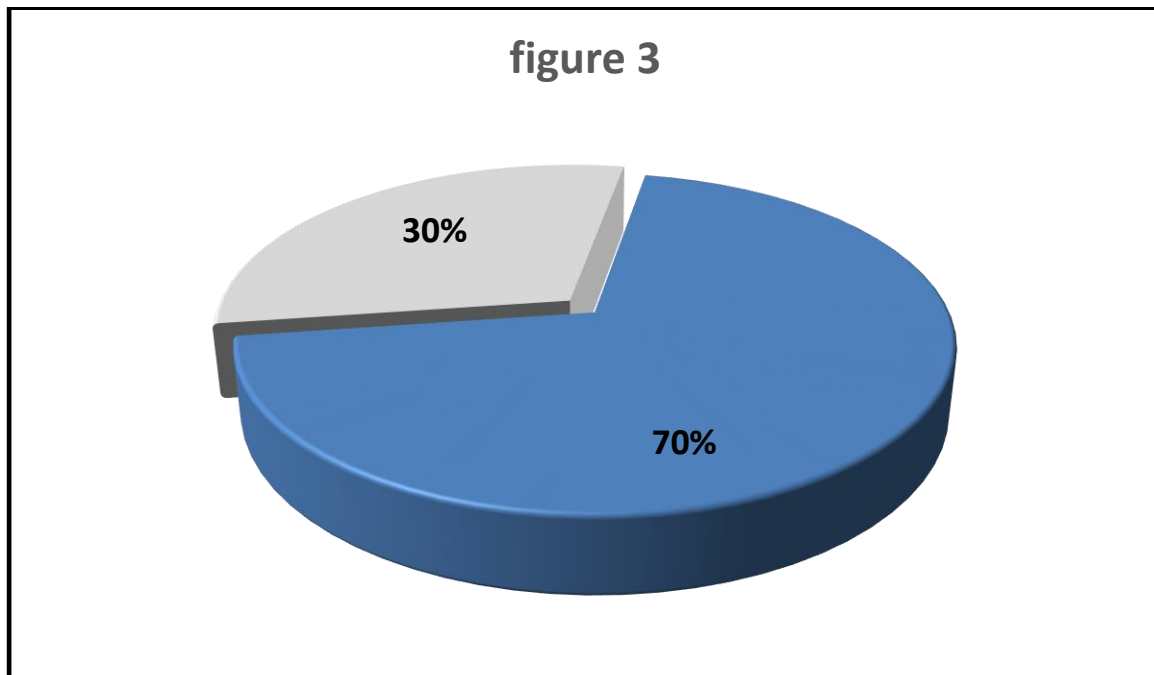


-COMMENTAIRE :

-Concernant la deuxième question 50% pensent que le cancer est-il héréditaire et 50% pensent qu'il est hormonal.

HERIDITAIRE	HORMONAL
50%	50%

3) Avez –vous déjà vu une affiche publicitaire sur le cancer du sein ?

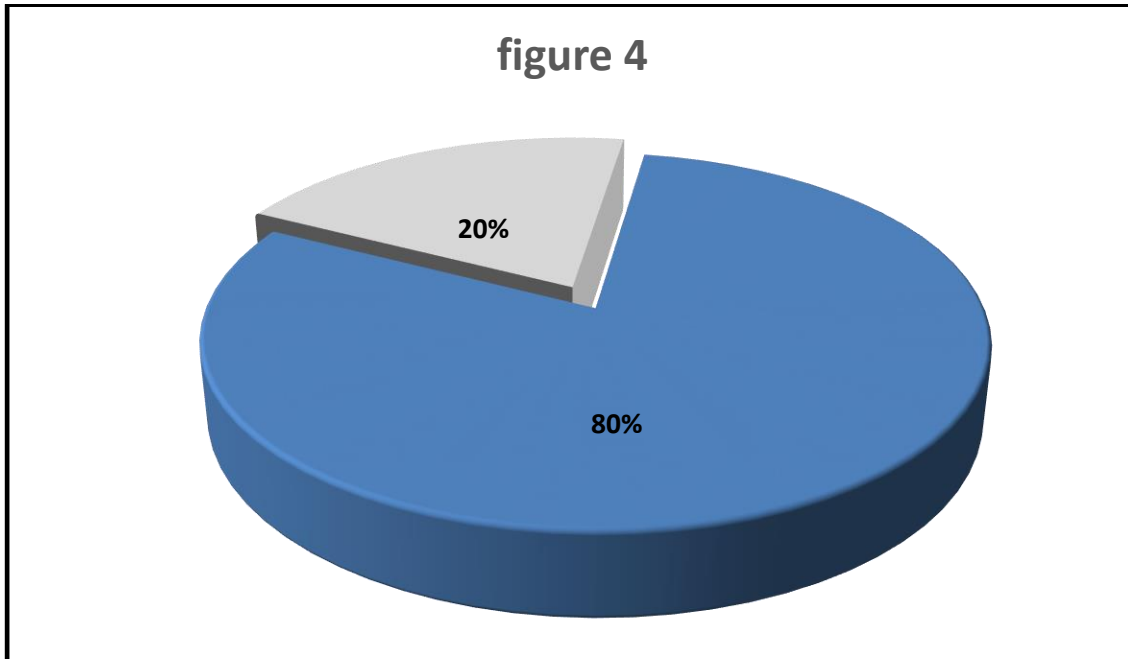


-COMMENTAIRE :

-Concernant la troisième question 70% disent avoir une affiche publicitaire sur le cancer du sein et seulement une minorité de 30% des informateurs disent le contraire, nous notons aussi que certaines disent que cette maladie représente par les médias tels que la (t- v, radio, Internet).

OUI	NON
70%	30%

4) Utilisez-vous les affiches préventives comme un moyen de prévention ?

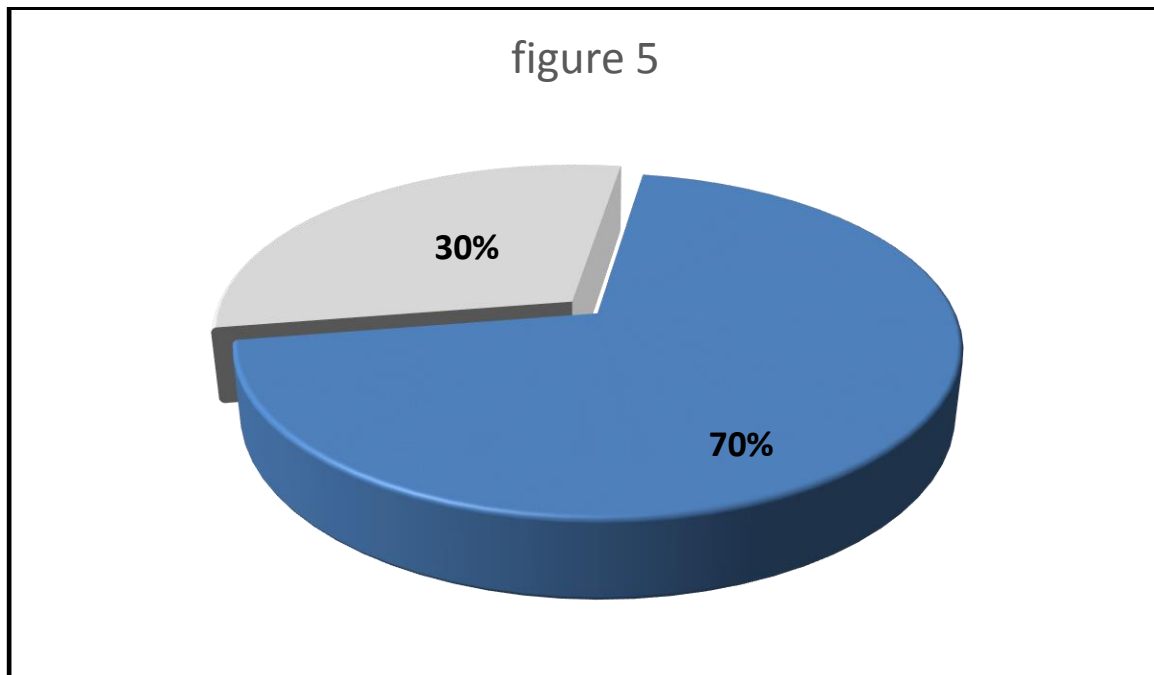


-COMMENTAIRE :

-la quatrième question 80% utilisent les affiches préventives car elles jouent un rôle très important dans la prévention, et seulement 20% jugent le contraire.

OUI	NON
80%	20%

5) Comment les affiches publicitaires préventives décrivent elles cette maladie ?

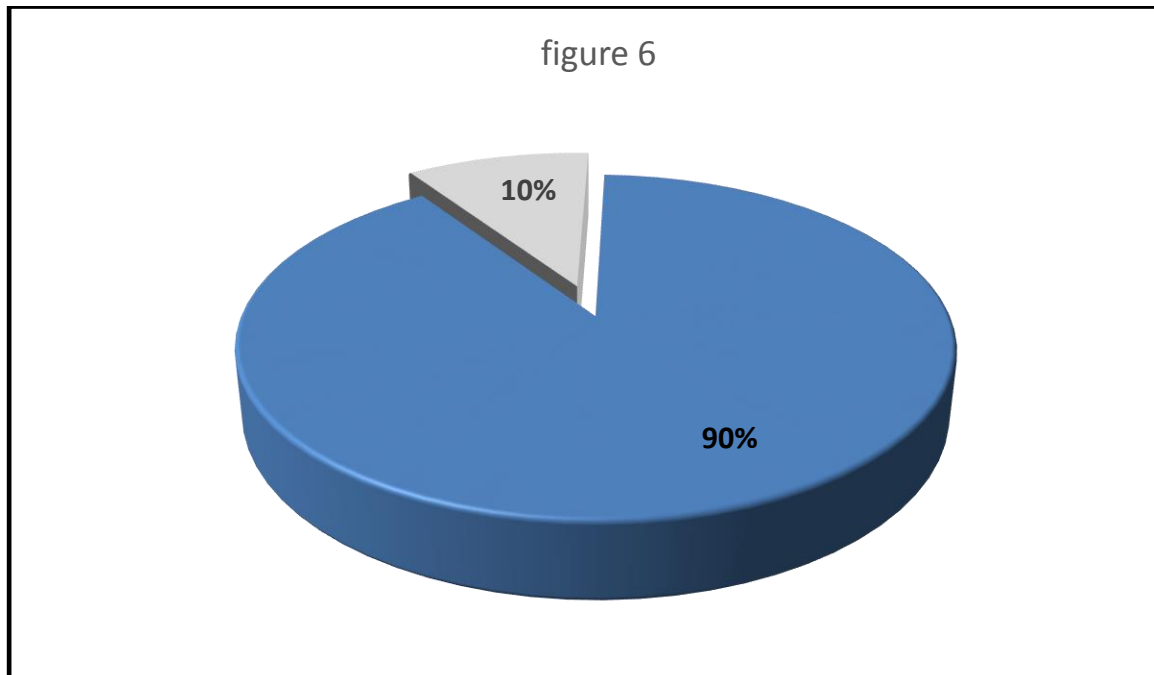


-COMMENTAIRE :

-Concernant la cinquième question 70% des réponses collectées avancent que les affiches publicitaires préventives décrivent le cancer du sein comme une maladie incurable, et une minorité de 30% pensent qu'elle est immortelle.

INCURABLE	IMMORTELLE
70%	30%

6) Est-ce que les affiches contre le cancer du sein vous encouragent à prévenir les gens que vous connaissez ?

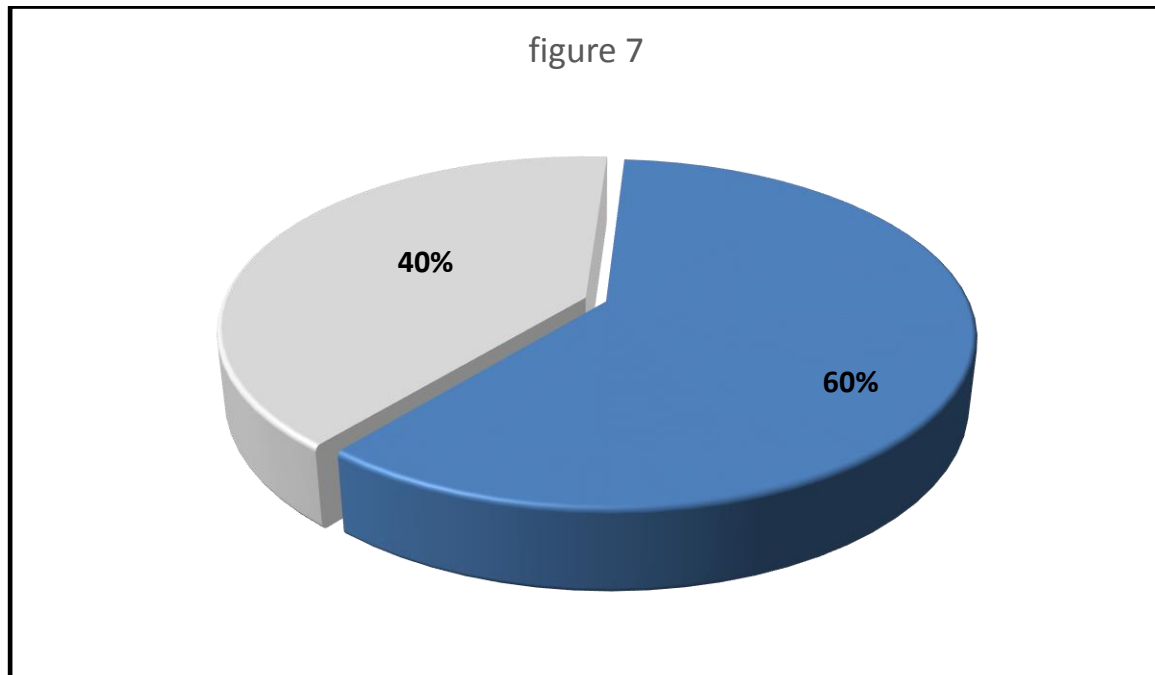


-COMMENTAIRE :

-Concernant la sixième question la majorité des informateurs avancent que les affiches contre le cancer du sein les encouragent a prévenir les gens qu'ils connaissent, et seulement 10% se retiennent disant qu'on ne peut pas parler du cancer du sein avec des inconnues et certaines informateurs avancent que le sujet est tabous.

OUI	NON
90%	10%

7) Quel est le message qui vous semble plus efficace sur une affiche pour prévenir le cancer du sein



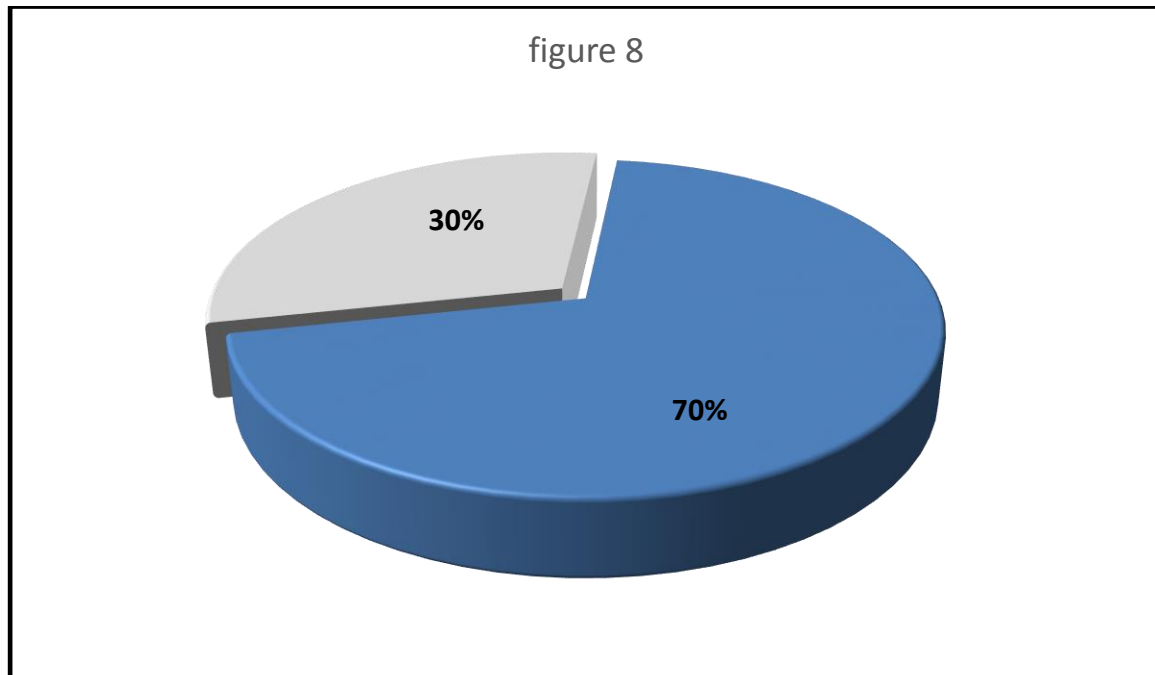
-COMMENTAIRE :

-Concernant la septième question 60% pensent que le message qui leur semble le plus efficace sur une affiche pour prévenir le cancer du sein est l'image.

40% trouvent que le texte est plus efficace dans la prévention, parce que la majorité des informateurs sont plus attirés par l'image selon eux.

IMAGE	TEXTE
60%	40%

8) Est-ce que les affiches publicitaires préventives utilisent elles un registre de langue compréhensible pour les femmes ?

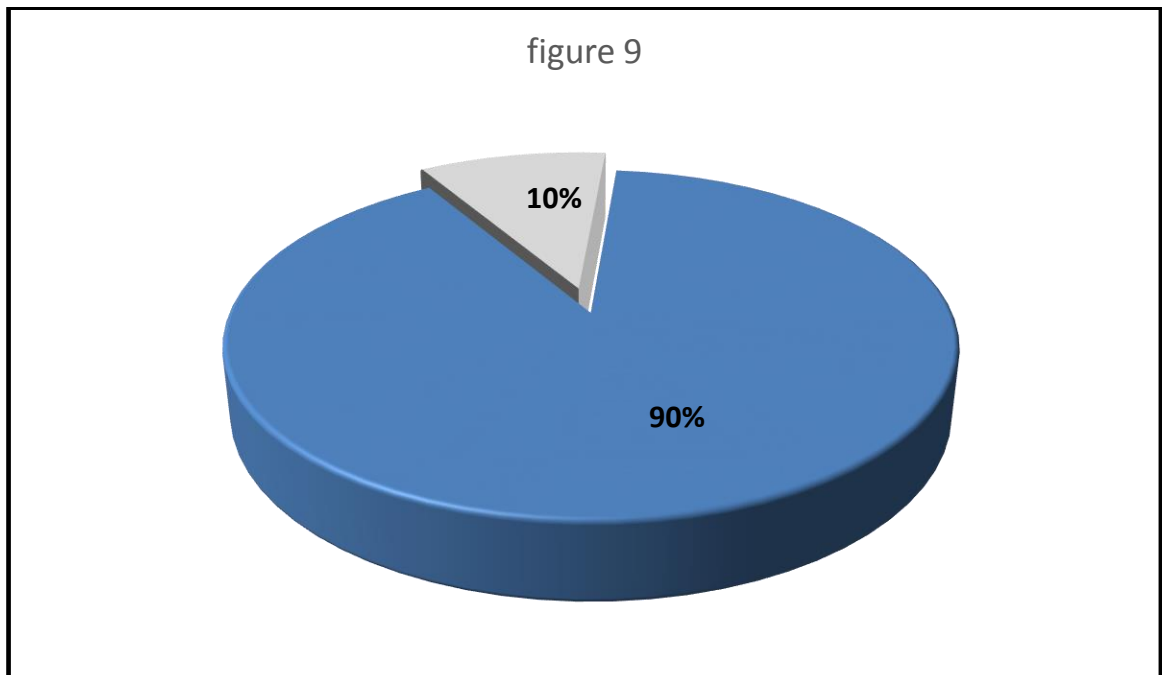


-COMMENTAIRE :

-Une majorité de 70% trouvent que les affiches publicitaires utilisent un registre de langue compréhensible pour les femmes, et 30% avancent qu'elles n'utilisent pas un registre compréhensible ces résultats nous renseignent d'une part l'accessibilité des femmes au message publicitaire contre le cancer du sein, et si 30% ne comprennent pas ces messages ont des difficultés dans la compréhension de la langue utilisées des annonceurs qui peut être difficile à comprendre ou de spécialité.

OUI	NON
70%	30%

9) Pensez-vous que l’affiche préventive est un moyen de communication ?



-COMMENTAIRE :

-La dernière question 90% pensent que l’affiche préventive est un moyen de communication parce que elle facilite la transmission de message, et 10% disent que l’affiche n’est un moyen de communication.

OUI	NON
90%	10%

- Synthèse de l'analyse :

AFFICHE 01 :



L'image comme toute affiche est une forme de communication conçue selon son initiateur pour attirer l'attention sur un sujet en mal d'adoption.

Le cancer du sein est une calamité qui s'abatte sur la femme et détruit non seulement sa physiologie mais aussi son esthétique.

Le slogan qui est mis à la tête de l'affiche est écrit en caractère gras le slogan n'est pas rimé.

Le registre de la langue utilisée est courant.

L'expression contient des mots forts de sens « LUTTENT » c'est un terme guerrier. « FEMMES » en lettres capitales pour signifier la position de résistance. Le « CANCER DU SEIN » en lettre capitales également avec la couleur rouge pour signifier le danger qu'il représente. L'adverbe « Quand » indique un temps indéterminé comme si on voulait dire que la lutte est continuelle et sans trêve.

Le portrait de la femme avec un regard serein qui veut indiquer que le combat est sérieux. La position du bras en signifie trop ; restez-fortes semble dire et ne se décourager pas. La nudité de la femme est une forme de casse des tabous. Le sein étant un organe fonctionnel et de beauté pour la femme, sa protection est une question d'existence.

Le logo est un signe universel qui cadre le combat et justifie toutes les formes de lutte.

Le fond de l'affiche est de couleur terne qui laisse transpercer une certaine mélancolie.

Les couleurs utilisées : rouge, blanc, noir et violet.

Rouge : couleur chaude utilisée s'impose comme couleur chaleureuse, pénétrante, signifie l'amour, passion, chaleur mais sur l'affiche signifie le danger et l'interdiction.

Le rouge est sûrement la couleur la plus fascinante et ambiguë qui soit. Elle joue sur le paradoxe, anime des sentiments passionnels en complète contradiction/amour : colère, sensualité /sexualité, courage /danger, ardeur/contradiction....cette couleur remue les sentiments sans aucun doute. D'un autre côté, on l'associe au sang, à l'enfer et à la luxure. Cette couleur chaude ne laisse donc pas indifférent et c'est la toute sa force : elle remue les passions qu'elles soient positive ou négative.

Signification positive : amour, passion, chaleur, sexualité, ardeur, triomphe.

Signification négative : colère, interdiction, danger.

Représentation sur l'affiche : le danger.

Blanc : bien que le blanc n'est pas à proprement parler une couleur, le grand public la classe dans cette catégorie .Peut être justement, car le blanc est d'un point de vue optique la synthèse chromatique de toutes les longueurs d'onde visible (couleurs

On lui accorde en Occident : celui de l'unité, de l'équilibre parfait. Depuis des générations, le blanc est lié au mariage, à la pureté, et à la virginité.

Signification positive : pureté, innocence, virginité, mariage.

Signification négative : aucune.

Représentation sur l'affiche : le danger.

Noir : tout comme le blanc, le noir n'est pas au sens strict du terme une couleur, cependant on l'y associe d'un point de vue psychologique, le noir véhiculant tout comme une symbolique. Scientifiquement, le noir renvoie aux trous noirs et au néant.

Le noir est associé au deuil, à la tristesse et au désespoir, à la peur et à la mort. Il est vrai que le noir est la couleur sombre par excellence. Il se marie avec quasiment toutes les couleurs, et ne choque que très peu, même lorsqu'il est employé à outrance. Le noir peut vite faire écho au vide et à la tristesse.

Signification positive : élégance, simplicité, sobriété, rigueur, mystère.

Signification négative : mort, deuil, tristesse, vide, obscurité.

Représentation sur l'affiche : l'attraction.

Signification du violet :

Le violet est une couleur à double tranchant : étonnement, on l'aime ou on ne l'aime pas. Il semble ne pas y avoir de demi-mesure psychologique la concernant. Pourtant, derrière son allure électrique, le violet est la couleur de la douceur et du rêve. C'est pourquoi d'ailleurs on la raccroche à la mélancolie et à la solitude. Le violet est la couleur par excellence des rêveurs, des personnes spirituelles plutôt que matérielles. Elle a des vertus apaisantes sur les esprits ; elle permet de calmer certaines émotions, de réfréner des colères ou des angoisses... L'une de ses nuances, le mauve, accentue encore plus ce côté rassurant et serein. Le violet reste une couleur difficile à marier : le blanc, le noir et le marron sont ses seuls acolytes. Le rose, le bleu ou le vert sont absolument à bannir en présence de violet.

Signification positive : rêve, délicatesse, paix, amitié, méditation

Signification négative : mélancolie, solitude

Représentation sur l'affiche : mélancolie.

Affiche 02 :



La deuxième affiche est une campagne de prévention contre le cancer du sein

Le texte de cette affiche est plein de significations aussi explicites qu'implicites.

-« FOUTU CANCER » exprime le ras-le-bol de cette maudite maladie. C'est un cri très fort pour faire entendre la douleur et ce qu'endurent les femmes exposées à ce mal gênant et souffrant. Cette expression est écrite en caractère gras pour faire attirer l'attention, et mis au milieu de l'affiche.

-«c'est tout les jours » un mal collé à jamais à une personne est une situation extrêmement difficile. C'est une peine qui ne peut être sentie que par ceux qui l'endurent.

-« je soutient cette cause et je partage » Faire partie de cette lutte et inciter les autres à y adhérer est une position positive contre cette calamité. L'adhésion d'un grand nombre peut aider à financer les recherches pour trouver un remède à cette pathologie. -

-« MERCI » en majuscules est une imploration et une prière qui dévoile le besoin d'assistance. Ces malades sont dans une situation critique et leur aide est indispensable. Seules, elles resteront à jamais sujettes à cette souffrance.

-« voyager ce ruban » c'est un appel à la mobilisation. Comme dit l'adage 'L'union fait la force'

Tout en haut de l'affiche qui ne sont pas visible et demande un effort pour être lu est placé dans le haut de l'affiche. « Association le cancer du sein-parlons –en ! » .

Le logo précise le thème de l'affiche et la mette dans son cadre médico-communicationnel.

L'icône du 'cœur rouge' incite à l'amour entre les êtres humains et c'est l'amour qui permet à l'humanité de surpasser toutes ses difficultés.

Le fond de l'affiche est d'une couleur rose qui veut dire que l'espoir ravive les âmes et apaise les souffrances.

Les couleurs distinguées sur l'affiche : rose, rouge et noir.

Rouge : couleur chaude utilisée, elle s'impose comme couleur chaleureuse, pénétrante, signifie l'amour, passion, chaleur mais sur l'affiche elle signifie l'espoir et le courage.

Signification positive : amour, passion, chaleur, le courage.

Signification négative : le danger, colère, interdiction.

Représentation sur l'affiche : l'amour.

Noir : le noir n'est pas au sens strict du terme une couleur, cependant on l'y associe d'un point de vue psychologique, le noir véhiculant tout comme une couleur une symbolique. Scientifiquement, le noir renvoie aux trous noirs et au néant. Le noir est associé au deuil, à la tristesse et au désespoir, à la peur et à la mort. Il est vrai que le noir est la couleur sombre par excellence. IL se marie avec quasiment toutes les couleurs, et ne choquera que très peu, même lorsqu'il est employé à outrance. Le noir peut vite faire écho au vide et à la tristesse.

Signification positive : élégance, simplicité, rigueur, mystère

Signification négative : mort, deuil, tristesse, vide, obscurité.

Représentation sur l'affiche : le courage.

Rose : comme le bleu est aux garçons, le rose est aux filles. Elle est couleur de séduction, de romantisme et de féminité. Que ce soit du rose bonbon, du rose pâle, ou du fuchsia le rose est une couleur dynamique ponctuée d'une pointe de délicatesse on ne peut plus féminine. Jonglant sur le côté femme-enfant, le rose et ses nuances ont un côté séducteur qui ne tombe jamais dans l'excès (érotisme). cette couleur reste donc plutôt bon-enfant. on l'associe également à la tendresse et au bonheur, comme d'ailleurs le rappelle c'est bien l'expression « voir la vie en rose ». elle doit cependant être utilisée parcimonieusement. Le rose ne s'applique pas à toutes les situations réservée avant tout à un univers féminin, le rose est une couleur particulière et criarde qui peut parfois tomber dans l'excès et rendre l'effet inverse que celui souhaité si on ne l'utilise pas à bon escient.

Signification positive : féminité ; romantisme, séduction, bonheur, tendresse, jeunesse.

Signification négative : aucune.

Représentation sur l’affiche : féminité.

Affiche03 :



La couleur rose de fond est liée à la fleur la plus prisée. La rose « rose » transmet l’affection, la douceur, la pudeur, la fidélité et rend hommage à la beauté féminine.

Le logo renseigne sur un malheur qui affecte l’affection et qu’il faut l’arrêter. Il alerte sur un danger qui guette la femme

Octobre est un rendez-vous de lutte contre le cancer de sein. Il est non seulement coloré en rose, mais aussi qualifié par une épithète pour l’impliquer dans une position de défenseur de la douceur.

Le mois d’octobre est un mois consacré à la sensibilisation au cancer du sein, afin d’attirer une plus grande attention sur la maladie, de favoriser la prise de conscience et d’accroître le soutien apporté au dépistage précoce et au traitement, ainsi qu’aux soins palliatifs de la maladie.

L’expression que comporte l’affiche rentre dans une communication directe utilisant un lexique clair et explicite.

-----«Sensibilisation» est le mot approprié pour pousser la gent féminine à prendre conscience de la calamité que représente cette pathologie.

-----« dépistage» désigne une opération médicale qui consiste par une détection de symptômes qui révèlent la présence ou non du cancer de sein.

Enfin l'image est confectionnée de manière à attirer l'attention par sa couleur et renseigne directement et sans détour sur le thème de la campagne.

Signification du violet :

Le violet est une couleur à double tranchant : étonnement, on l'aime ou on ne l'aime pas. Il semble ne pas y avoir de demi-mesure psychologique la concernant. Pourtant, derrière son allure électrique, le violet est la couleur de la douceur et du rêve. C'est pourquoi d'ailleurs on la raccroche à la mélancolie et à la solitude. Le violet est la couleur par excellence des rêveurs, des personnes spirituelles plutôt que matérielles. Elle a des vertus apaisantes sur les esprits ; elle permet de calmer certaines émotions, de réfréner des colères ou des angoisses... L'une de ses nuances, le mauve, accentue encore plus ce côté rassurant et serein. Le violet reste une couleur difficile à marier : le blanc, le noir et le marron sont ses seuls acolytes. Le rose, le bleu ou le vert sont absolument à bannir en présence de violet.

Signification positive : rêve, délicatesse, paix, amitié, méditation

Signification négative : mélancolie, solitude

Représentation sur l'affiche : mélancolie.

Signification du rose :

Comme le bleu est aux garçons, le rose est aux filles. Elle est couleur de séduction, de romantisme et de féminité. Que ce soit du rose bonbon, du rose pâle, ou du fuchsia, le rose est une couleur dynamique ponctuée d'une pointe de délicatesse on ne peut plus féminine. Jonglant sur le côté femme-enfant, le rose et ses nuances ont un côté séducteur qui ne tombe jamais dans l'excès (érotisme...). Cette couleur reste donc plutôt bon-enfant. On l'associe également à la tendresse et au bonheur, comme d'ailleurs le rappelle si bien l'expression " voir la vie en rose ". Elle doit cependant être utilisée avec parcimonie. Le rose ne s'applique pas à toutes les situations. Réservée avant tout à un univers féminin, le rose est une couleur particulière et criarde qui peut parfois tomber dans l'excès et rendre l'effet inverse que celui souhaité si on ne l'utilise pas à bon escient.

Signification positive : féminité, romantisme, séduction, bonheur, tendresse, jeunesse

Signification négative : couleur réservée aux filles

Représentation sur l'affiche : séduction pour mieux attirer l'attention.

Conclusion Générale

Conclusion :

Ce mémoire de fin d'étude a eu pour objectif de répondre à la question de recherche « Est-ce que le discours et les langues utilisée dans les affiches publicitaires préventives peuvent véhiculer le message de prévention ? ».

Pour conclure nous dire que notre analyse de questionnaire avait pour but d'apporter un éclairage sur l'intérêt que constituent les affiches publicitaires préventives auprès les femmes atteintes et non atteintes par le cancer , et le message de prévention.

Nous avons choisi comme corpus trois affiches publicitaires de prévention et un questionnaire sur le cancer du sein. Durant notre travail de recherche nous sommes parvenus à la conclusion suivante : les femmes saidiennes sont comprennent le message véhiculé par les affiches de prévention.

Ces questionnaires sur le cancer du sein destinées à un public large mais plus principalement aux femmes algériennes toute tranche d'âge, elles prennent en considération ce qui est susceptible de prévenir et de sensibiliser les femmes.

L'ensemble des réponses identifiées que le mode utilisé pour transmettre d'une manière générale c'est l'image ou bien l'affiche, elle utilise des mots simples et clairs qui l'explicitent dans le domaine de la santé et de la prévention.

Ce que nous tirons de ce mémoire est que les affiches jouent un rôle capital dans notre quotidien. C'est pour cette raison que les institution de prévention doivent préserver dans leurs compagnes pour plus de sensibilisation dans le monde arabe ou certains sujets pueront contribuer à l'accroissement du taux des personnes malades , comme nous pouvons dire que l'affiche à pour but d'exprimer une ou des situations données afin de transmettre des messages simples concordants à des situations données aux grands public. Ceux la jouent un rôle très important à l'information, l'éducation et sensibilisation de public.

Finalement, cette recherche a été d'abord une affaire de cœur, on s'y engagé parce qu'on y croyait, certes. On a vécu des obstacles, des peurs, des difficultés, mais notre passion était plus forte pour dépasser l'impossible. Notre modeste expérience nous a permis découverte et de la réussite.

Bibliographie

Bibliographie :

Ouvrages :

- 1- ABRAHAM MOLES(1969),la situation sociale de l’affiche.
- 2- Dictionnaire HACHETTE EDITION 2010.
- 3- CHARMETJ.L(2001), la communication par l’image,sylvie Ogrée ,France,P.112.
- 4- COTTON E(1982) l’education pour la santé :méthodes,Bruxelles :université de Bruxelles, école de la santé publique.
- 5- -YVES JEAN (1918-1939),affiches publicitaires et représentations du spot en France.

Sitographie

- 1- Définition de l’affiche.[Http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche](http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche).
- 2-<http://www.academic.française.fr>.
- 3-Définition de l’affiche.[Http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche](http://www.cntrl.fr/lexicographie/Affiche).
- 4-Grille d’analyse d’une image fixe.[Http://www.crdp.ac-lyon](http://www.crdp.ac-lyon).
- 5-<http://www.santé-et-travail.fr>.
- 6-<http://la publicite.e-monsite.com/pages/les-publicites-preventives.html>.

Annexes

Questionnaire sur les affiches publicitaires préventives sur le cancer du sein adressé aux femmes habitant de Saida (Algérie)

1)-Savez –vous ce que veut dire le cancer du sein ? Si c'est oui pouvez expliquer ?

Oui Non

.....

2)-le cancer est – il :

Héréditaire Génétique Hormonale

3)-Avez –vous déjà vu une affiche publicitaire sur le cancer du sein ?

Oui Non

4)-Utilisez-vous les affiches préventives comme un moyen efficace dans la prévention ?

Oui Non

5)-Comment les affiches publicitaires préventives décrivent elles cette maladie ?

Une maladie mortelle une maladie incurable une maladie intraitable

6)-Est-ce que les affiches contre le cancer du sein vous encouragent a prévenir les gens que vous connaissez ?

Oui Non

.....

7)- Quel est le message qui vous semble plus efficace sur une affiche pour prévenir le cancer du sein ?

Image Slogan Texte

8)-Est-ce que les affiches publicitaires préventives utilisent –elles un registre de langue compréhensible pour les femmes ?

Oui Non

9)-Pensez-vous que l'affiche préventive est un moyen de communication ?

Oui Non

QUAND LES FEMMES LUTTENT CONTRE LE

CANCER DU SEIN






FOUTU CANCER

Parce que la lutte contre le **CANCER**
c'est tous les jours

Je Soutiens cette cause et je Partage

MERCI à toutes les personnes qui feront
voyager ce ruban ... 

Page
Sweet Life

Octobre rose



Le mois d'octobre est
celui de la sensibilisation au
dépistage du cancer du sein

Table des matières

Sommaire	4
Introduction	6
Premier chapitre I: concept définitoire de l’affiche	
Présentation de la notion «Affiche »	
1) -Définition de l’affiche.....	9
2) -Historique de l’affiche.....	10
3) -Caractéristique de l’affiche.....	11
4) –Grille d’analyse d’une image fixe	13
Présentation de la notion « Affiche préventive »	
1) -Définition de l’affiche préventive.....	14
2) -Historique de l’affiche préventive	15
3) -Caractéristique de l’affiche préventive.....	15
4) -Impact des affiches préventives sur les femmes atteintes par le cancer du sein.....	15
3-Santé	
1) -Définition de la santé.....	16
2) -Définition de la prévention.....	16
Deuxième chapitre II : Analyse du corpus	
1) -présentation du corpus.....	19
2) -Présentation des réponses.....	20
3) -Synthèse de l’analyse.....	29
Affiche N°01.....	29
Affiche N°02.....	32
Affiche N°03.....	34
Conclusion	36
Bibliographie	38
Annexes	39