



## Analyse sémiologique des couvertures des manuels de Français langue étrangère

**Nithi SILLAVATKUL\***

Faculté des Sciences Humaines, Université Srinakharinwirot, Thaïlande

## Semiological analysis of the book's cover of French as a foreign language

**Nithi Sillavatkul\***

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University, Thailand

### Article Info

#### Research Article

Article History:

Received 10 April 2020

Revised 20 May 2020

Accepted 22 May 2020

#### Mots Clés :

analyse systémique  
couverture de manuel  
manuel de FLE  
Français langue étrangère

#### Keywords:

semiological analysis  
book's cover  
French as a foreign  
language book  
teaching French as a  
foreign language

\* Corresponding author

E-mail address:

[ajnithi124@gmail.com](mailto:ajnithi124@gmail.com)

### Résumé

Cette recherche a pour but d'une part, d'analyser des traits systémiques présents dans les couvertures des manuels de FLE actuel et d'autre part, d'étudier les tendances actuelles sur la conception des couvertures des manuels. Notre corpus se constitue de 57 couvertures des manuels de FLE publiés entre 2012 et 2018 par les maisons éditions françaises telles que CLE International, Hachette FLE, Didier FLE et Editions maisons des langues. En ce qui concerne l'analyse, nous utilisons une méthode d'analyse systémique élaborée par Anne-Marie Houdebine. Notre analyse se divise donc en trois strates : la strate scénique, la strate iconique et la strate sémiolinguistique. Quant aux résultats, nous avons trouvé 18 traits systémiques dans la strate scénique, 41 traits systémiques dans la strate iconique et 21 traits présentés dans la strate sémiolinguistique. Au niveau d'interprétation, nous avons choisi d'interpréter 4 groupes de traits qui sont : l'homme et le groupe des êtres-humains, les appareils numériques et électroniques, les aménagements urbains en France et dans les pays francophones et les couleurs « le bleu, le vert et le blanc ». D'après nous, la tendance d'utilisation des objets dans la conception de couverture se tourne vers la technologie. Cela se fait grâce à l'utilisation des appareils électroniques et numériques. Cette tendance est aussi tournée vers la société multiculturelle suite à l'utilisation d'un groupe d'êtres humains sans tenir compte des apparences physiques. Également, les sensations de détente et de relaxation sont présentes grâce à l'utilisation des couleurs froides : le blanc, le vert et le bleu ainsi que le voyage grâce à la présence majoritaire des aménagements urbains.

---

## Abstract

---

The objectives of this research are firstly to analysis the sign appearing on the book's cover of French as a foreign language and secondly to study the trends of creating the book's cover. Our corpus consists of 57 covers of the French book as a foreign language published from 2012-2018 by French publishers: CLE International, Hachette FLE, Didier FLE and Editions maisons des langues. For the research methodology, we use signal analysis method (méthode d'analyse systémique) proposed by Anne- Marie Houdebine. Our analysis is based on 3 stages: scene stage, icon or symbol stage, and semiolinguistic stage. The result shows that there are 18 signs in scene stage, 41 signs in icon stage and 21 signs in semiolinguistic stage. The interpretation is based on 4 themes namely the group of people, the electronic devices, the cool colors, and the tourist attractions in France and in French speaking countries. The findings suggested the highlight of the technology theme as the prime trend in book cover through the use of electronic devices. The frequent use of images of mixed group of people reflected the current multicultural society. Cool color tone, such as white, green, and blue suggested the sense of relaxation and relief while exploring the covers. Photos of tourist attraction and cities related to France were pervasively displayed to stimulate the country tourism.

## 1. Introduction

La couverture de livre donne la première impression aux lecteurs afin de prendre la décision de poursuivre la lecture de ce livre. Nous pensons que cela apporte le même effet pour les manuels de français langue étrangère (nommé désormais FLE), surtout pour les apprenants au niveau débutant complet. Quand ils choisissent leurs manuels, il est possible que ces derniers les sélectionnent grâce à la couverture selon leur passion de voyage, de mode, de nourriture ou de sa couleur préférée. Par conséquent, nous pensons que la couverture est un élément essentiel dans la conception d'un manuel.

À l'heure actuelle, nous avons beaucoup de manuels de FLE proposés par plusieurs éditeurs. Ces manuels sont conçus selon les niveaux visés, les publics ou les objectifs communicatifs. Certaines couvertures de manuel représentent bien les contenus mais d'autres font le contraire. Les traits utilisés ne présentent aucun lien avec les contenus, par conséquent, les apprenants peuvent douter du contenu présenté dans le manuel en l'absence de signes ou traits liés à la langue française ou la France. Cela peut donc entraîner un effet négatif chez les acheteurs-apprenants sur leur prise de décision.

Au niveau universitaire, nous avons observé que les manuels faits par les enseignants eux-mêmes, dans un but non-lucratif ou lucratif, ont des couvertures toujours moins intéressantes et ne contiennent pas les traits liés aux contenus du livre. Nous remarquons souvent que la photo de la tour Eiffel est le choix préféré. Nous avançons donc les hypothèses que 1) Les concepteurs ne s'intéressent pas à l'aspect esthétique de la couverture 2) Ils ne possèdent pas de savoirs sur l'utilisation des traits ou des signes qui représentent le français ou la France. Suite à la problématique de l'utilisation des traits ou des signes sur la couverture, nous nous intéressons donc à mener notre recherche sur des signes pertinents sur des couvertures des manuels de FLE.

## **2. Fondement théorique et méthodologique**

### **2.1 Analyse systémique des indices**

L'analyse systémique a été développée et théorisée par Anne-Marie Houdebine à partir d'un corpus publicitaire homogène sur le plan référentiel et sur le plan formel. Cette analyse a pour but d'être descriptive et explicative. Elle est en premier lieu formelle : c'est-à-dire que le sens en lui-même est considéré selon sa forme, ses récurrences dans le corpus et sa contextualisation. Cette analyse est à l'origine de la méthode proposée par Barthes : l'analyse des messages symboliques, ou des insus culturels des messages, vraisemblablement commerciaux selon Houdebine (1994, p. 285). L'objectif de Barthes est de chercher les grands axes sémiologiques mais aussi les dispositifs scéniques, textuels et sémantiques, les référents et les valeurs au sens de Saussure des valeurs de signifiés. Par conséquent, une strate dite « scénique » par Houdebine (1994, p. 288) vient s'ajouter à la stratification faite par Barthes.

### **2.2 Stratification**

La stratification est un système de séparation et d'organisation, voire de hiérarchisation des indices ou des éléments décrits dans le corpus constitué selon les strates scénique, iconique et linguistique ou sémiolinguistique.

Selon Barthes, il existe deux types de messages dans l'image publicitaire : le message iconique et le message linguistique. Grâce à ces deux types de messages, nous pouvons constituer ensuite les strates formelles à explorer. En outre, la strate dite « scénique » a été ajoutée par Houdebine (1994, p. 286) venant en dernier lieu, c'est-à-dire qu'elle vient après les deux strates barthesiennes : l'iconique et la linguistique. Mais nous commençons par l'analyse systémique en analysant, en premier lieu, cette strate scénique afin de pouvoir voir l'ensemble de l'image. Enfin, une macro-stratification est établie : scénique, iconique et linguistique ou sémiolinguistique. Nous aborderons, de manière plus approfondie, chaque strate dans la partie méthodologies. En conséquence, nous appliquerons cette méthode d'analyse dans notre travail.

### **2.3 Manuel**

La définition du mot « manuel » est multiple et présentée par plusieurs chercheurs en didactique des langues. Le manuel, par sa définition, renvoie à l'ouvrage ou au livre didactique comme étant un support pour l'enseignement et l'apprentissage, d'après Cuq (2003, p. 161). Ce support peut être accompagné de périphériques didactiques comme un CD-audio, un DVD, un livre-web ou d'autres supports supplémentaires à télécharger selon Cuq (2003, pp. 161-162). Cet auteur rajoute que les contenus du manuel s'organisent selon les objectifs communicatifs ou grammaticaux mais cela peut reposer également sur le volume horaire du programme. D'ailleurs, le manuel peut être conçu pour répondre à un programme défini en amont avec les éléments à enseigner : les dialogues contextualisés, les exercices grammaticaux ou lexicaux. Pour Cotton (2012, p. 446), le manuel est un compromis didactique au niveau culturel et linguistique car il doit être créé selon les objectifs communicatifs. Cela permet aux apprenants de mettre de côté leur propre culture qui parfois freine le processus d'apprentissage. Cet outil pédagogique est utilisé comme une référence pour l'enseignant et comme des traces de savoirs enseignés pour l'apprenant. De surcroît, Riquois (2010, p. 130) signale que le manuel se vend toujours en coffret avec les ensembles pédagogiques comme le livre d'élève, le CD audio, le guide pédagogique pour l'enseignant et le cahier d'activité. Cette auteure précise que le manuel est un outil essentiel pour la classe et peut être un garant pour l'enseignant afin de faire des cours.

Enfin, nous optons pour le mot « manuel » dans notre étude car celui-ci renvoie uniquement au matériel didactique, contrairement à la méthode qui renvoie à la méthodologie d'enseignement et à un coffret ou une collection de manuel avec une méthodologie à adopter.

### **2.4 Français Langue Étrangère**

Cuq (2003, p. 150) considère qu'une langue étrangère est toutes les langues non-maternelles, c'est-à-dire que cette langue n'est pas dans le premier ordre lors de la scolarisation ni dans l'ordre d'appropriation. L'auteur précise d'ailleurs que le processus d'appropriation de la langue étrangère s'inverse en comparaison de celui de la langue maternelle. Castellotti (2001, pp. 24-26) rajoute que la langue étrangère est une langue

qui a été acquise ou apprise après au moins une langue maternelle. La même auteure met en avant qu'aucune langue est étrangère en soi et que le statut étranger sera attribué par la personne qui possède au moins une langue maternelle. Par exemple, la langue française n'est jamais considérée comme une langue étrangère par un locuteur natif français. Or, elle bénéficiera de ce statut avec un locuteur non-natif français qui débute le processus d'appropriation dans un contexte institutionnel ou en immersion dans un pays étranger. Pour la perspective didactique, Cuq et Gruca (2014, p. 38) avancent qu'une langue est étrangère quand elle est un objet linguistique d'enseignement et d'apprentissage pour les parleurs non-natif français.

Suite aux définitions proposées ci-dessus, Cuq (2003, p. 150) définit que le Français Langue Etrangère est la langue française pour tous ceux qui ne la considère pas comme une langue maternelle. En outre, Robert (2008, p. 90) et Cuq et Gruca (2014, p. 151) soulignent que le FLE est la langue française enseignée ou un objet enseigné à des apprenants non-natifs français dans les institutions officielles françaises ou locales dans les pays étrangers. Pour nous, le FLE est la langue française qui est enseignée et apprise par les apprenants dont le français n'est pas la langue maternelle. Par conséquent, nous avons sélectionné, pour notre corpus, seulement les manuels qui sont destinés au public étranger.

## **2.5 La constitution du corpus**

Notre corpus est constitué seulement de couvertures de manuel « livre d'élève ». Nous excluons tous les éléments complémentaires de manuel tels que la couverture des cahiers d'activité ou la couverture du guide pédagogique. Le corpus se fait rigoureusement à partir des critères de pertinence suivants :

1. Le manuel doit être exploité pour la classe de Français Langue Etrangère et non pour Français langue seconde. L'objectif de manuel doit être général et non spécifique. Les manuels de français sur objectifs spécifiques ne sont donc pas inclus dans notre corpus étudié.

2. Le manuel est destiné à un public adulte (à partir de 16 ans) du niveau A1 au B2 du CECR. Nous pouvons vérifier ce critère à partir de l'« Avant-Propos » de chaque manuel.

3. Le manuel doit être publié par les maisons d'éditions françaises : CLE Internationale, Hachette FLE, Didier FLE et Editions maisons des langues. Notre choix s'oriente vers ces éditeurs parce qu'ils sont connus dans le domaine de FLE.

4. Le manuel doit être édité entre 2012 et 2018 (le premier trimestre) car nous focalisons notre étude sur les éditions récentes.

Nous avons constitué 57 manuels de FLE édités en 2012-2018 et répartis en 4 maisons d'éditions : 22 manuels de CLE International, 12 chez Hachette FLE, 10 de Didier FLE et 13 d'Editions de maison des langues.

## **2.6 La stratification dans l'inventaire des traits systémiques**

Premièrement, la strate scénique : nous analysons le dispositif de mise en scène comme l'organisation des blocs iconiques et linguistiques, la présence de couleurs et les personnages. Concernant les couleurs, nous observons seulement les couleurs dominantes telles que celles du fond, des lettres et des images. Nous regardons aussi la mise en lumière du textuel comme la place du texte, le nom de manuel, le logo.

Deuxièmement, la strate iconique : nous analysons un peu plus précisément le choix du support du message, comme le type et le nombre d'image. Nous analysons aussi le référent, c'est-à-dire le personnage humain ou non-humain, la position, le mode de présentation etc. Enfin, nous observons aussi dans cette strate les couleurs utilisées.

Troisièmement, la strate sémiolinguistique : nous faisons une analyse au niveau de la place accordée à la langue utilisée comme le nom de manuel, le nom des auteurs, le nom de maison d'édition, le type de police etc. Nous focalisons notre étude sur l'emplacement des signes linguistiques dans l'espace de couverture.

## **3. Analyse et ses résultats**

Notre analyse se répartit en 3 strates : la strate scénique, la strate iconique et la strate sémiolinguistique. Chaque strate traitera de différents sujets et certaines strates seront présentées en plusieurs tableaux comme dans la strate iconique (4 tableaux) et la strate sémiolinguistique (3 tableaux).

### 3.1 L'analyse de la strate scénique

**Tableau 1**

*Résultat de comptage des traits de la strate scénique*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	La présence du nom de manuel	57	100 %
2.	L'indication des niveaux de CECR	57	100 %
3.	La présence du nom de maison des éditions	57	100 %
4.	La présence du mot "méthode de français"	48	84.2 %
5.	La présence des êtres humains	44	77.2 %
6.	L'utilisation de couleurs froides : le bleu, le vert, le blanc	43	75.4 %
7.	La présence des aménagements urbains	40	70 %
8.	La présence de noms des auteurs	36	63.1 %
9.	L'indication des périphériques (CD, livres en ligne)	32	56.1 %
10.	La présence des objets inanimés	30	52.6 %
11.	L'utilisation de couleurs chaudes : le rouge, le jaune	25	43.8 %
12.	La présence de la partie du corps humain	12	21 %
13.	La présence du paysage naturel	10	17.5 %
14.	La présence de la nourriture française	3	5.3 %
15.	La présence des équipements sportifs	3	5.3 %
16.	La présence des ponctuations	3	5.3 %
17.	La présence des animaux	1	1.75 %
18.	La présence de la haute-couture française	1	1.75 %

Dans cette strate, nous avons trouvé que les traits qui sont présents (cf.100 %) sont les noms de manuel, l'indication des niveaux de CECR et la présence du nom de maison d'édition. Nous pensons que ces éléments sont essentiels sur la couverture de manuel. Cependant, nous avons constaté que l'utilisation du mot « méthode de français » est majoritaire mais qu'elle n'est pas absolue. En tenant compte des images utilisées sur la couverture, nous avons remarqué que la présence d'êtres humains et celle des aménagements urbains sont mises en valeur. En ce qui concerne l'utilisation des couleurs, nous avons trouvé que les couleurs froides sont plus utilisées que les chaudes. Nous avons trouvé au total 18 traits systémiques dans notre strate scénique.



### 3.2 L'analyse de la strate iconique

Dans la strate iconique, nous organisons notre analyse de sorte à avoir le plus d'informations avec les traits systémiques. Par conséquent, l'analyse se présente en plusieurs parties comme la présence d'êtres humains, d'objets inanimés, l'utilisation des couleurs et d'autres traits présents dans le corpus.

**Tableau 2**

*Résultat de comptage des traits de la strate iconique « La présence des êtres humains »*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	Un groupe de personnes (plus de 2)	20	35 %
2.	Un couple de personnes	19	33 %
3.	Les personnes avec de différentes couleurs de peau	19	33 %
4.	Les personnes en train de parler ou de se discuter	10	17.5 %
5.	Les personnes en train de regarder ou lire quelque chose	10	17.5 %
6.	L'homme (un seul)	7	12.3 %
7.	Les personnes souriantes	7	12.3 %
8.	Les personnes en train d'écouter quelque chose	6	10.5 %
9.	Un groupe de personnes passant un moment spécial	6	10.5 %
10.	La femme (une seule)	5	9 %
11.	Les personnes avec l'activité sportive	5	9 %
12.	La présence de plus de femmes que d'hommes	4	7 %
13.	Une photomontage d'une personne	3	5 %
14.	L'homme avec un équipement	2	3.5 %
15.	La présence de plus d'hommes que femmes	2	3.5 %
16.	La présence des enfants / d'un enfant	1	1.75 %

Sur le tableau 2, nous avons trouvé majoritairement la présence d'un groupe de personnes, d'un couple de personnes, la présence de personnes de différentes couleurs de peau et des personnes avec des actions différentes. Tout est en constant concernant les actions accompagnées des personnes, les actes de communication tels que parler, se discuter, écouter, regarder et lire sont mis en œuvre par les personnes présentées sur la couverture de manuel. Au total, 16 traits systémiques sont présentés sur le tableau.

**Tableau 3***Résultat de comptage des traits de la strate iconique « La présence des objets non-animé »*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	Les appareils électroniques et numériques	37	65 %
2.	Les couverts ou la vaisselle	10	17.5 %
3.	Les équipements sportifs	5	9 %
4.	La voiture ou les véhicules	4	7 %
5.	La nourriture	3	5 %
6.	Le plan de ville	3	5 %
7.	Les lunettes de couleurs ou celles de soleil	2	3.5 %
8.	Les meubles et l'électroménager	1	1.75 %
9.	Les lampadaires	1	1.75 %

Sur le tableau 3, nous avons constaté que l'usage des images des appareils électroniques et numériques (65%) est répandu dans le corpus. Nous avons trouvé ensuite les images de couvert et de vaisselle (17%) qui sont mises en valeur mais l'utilisation des images de la nourriture (5%) est moins importante dans le corpus. En somme, nous avons trouvé 9 traits systémiques.

**Tableau 4***Résultat de comptage des traits de la strate iconique « L'utilisation des couleurs »*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	Le ton de couleurs froides	33	58 %
2.	Le blanc	30	53 %
3.	Le ton de couleurs chaudes	17	30 %
4.	Le bleu	16	28 %
5.	Le vert	11	19.3 %
6.	Le jaune	8	14 %
7.	Le rouge	7	12.3 %

Sur le tableau 4, nous présentons l'utilisation des couleurs. Nous traitons ce sujet en prenant en compte seulement les couleurs occupant un grand espace de la couverture. Ainsi, nous ne comptons pas les couleurs utilisées avec les noms des auteurs ou des maisons d'édition. En conséquence, nous avons constaté que le ton de couleurs froides (58 %) est plus utilisé que celui de couleurs chaudes (30 %). Nous avons trouvé le blanc (53 %), le bleu (28 %), le vert (19.3 %), le jaune (14 %) et le rouge (12.3 %), qui sont les couleurs employées majoritairement dans le corpus. Au total, les 7 traits systémiques sont donc présents.

**Tableau 5**

*Résultat de comptage des traits de la strate iconique « d'autres traits »*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	Les sites touristiques	17	30 %
2.	L'espace vert	11	19.3 %
3.	Le paysage de ville	10	17.5 %
4.	Le café ou le restaurant	7	12.3 %
5.	La présence des ponctuations seules	4	7 %
6.	Le lac	3	5 %
7.	La présence des lettres seules	3	5 %
8.	Les montages	2	3.5 %
9.	La mer	1	1.75 %

D'après le tableau 5, nous avons remarqué que les sites touristiques sont en premier lieu ceux qui représente 30 % du corpus, l'espace vert remporte 19.30 %, le paysage de ville possède 17.5% et le café et le restaurant représentent 12.3%. De ce fait, les éléments utilisés comme le paysage naturel occupent une place moins importante telle que le lac 5% les montages 3.5% et la mer 1.75%. Selon le comptage des indices de tous les tableaux dans la strate iconique, les 41 traits systémiques sont présents dans notre analyse

### 3.3 L'analyse de la strate sémiolinguistique,

Concernant la strate sémiolinguistique, nous nous intéressons uniquement à l'emplacement du nom de manuel, du nom des auteurs ainsi qu'à celui d'autres signes linguistique comme le nom de maison d'édition ou des niveaux de CECR et les symboles des matériaux supplémentaires.

**Tableau 6**

*Résultat de comptage des traits de la strate sémiolinguistique « l'emplacement du nom de manuel », signalé désormais comme NM.*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	Le NM occupe la partie haute de la couverture	25	44 %
2.	Le NM est au milieu de la couverture	10	17.5 %
3.	Le NM est en haut à droite de la couverture	9	16 %
4.	Le NM occupe la partie basse de la couverture	7	12.3 %
5.	Le NM est en haut à gauche de la couverture	4	7 %
6.	Le NM occupe la partie gauche de la couverture	2	3.5 %

Suite au tableau 6, la plupart des noms de manuel occupe la partie haute de la couverture (44 %), c'est-à-dire que le nom couvre tout l'espace en haut et n'est pas sur le côté. Néanmoins, le nom de manuel se trouve positionné différemment dans l'espace de la couverture comme au milieu de la couverture (17.5 %), en haut à droite (16 %) et à gauche (7 %) de la couverture. D'ailleurs, certains manuels mettent leur nom dans la partie basse (12.3 %).

**Tableau 7**

*Résultat de comptage des traits de la strate sémiolinguistique « l'emplacement du nom des auteurs », signalé désormais comme NA.*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	sans les noms	22	39 %
2.	Le NA se trouve en haut à gauche	10	17.5 %
3.	Le NA se trouve en haut au milieu	9	16 %
4.	Le NA se trouve en bas à gauche	7	12.3 %
5.	Le NA se trouve au milieu à gauche	5	9 %
6.	Le NA se trouve en haut à droite	2	3.5 %

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
7.	Le NA se trouve en bas à droite	1	1.75 %
8.	Le NA se trouve en bas au milieu	1	1.75 %

Nous avons remarqué qu'il y a une grande partie (39%) de la couverture où ne figure pas le nom des auteurs. Par ailleurs, le NA est présenté majoritairement en haut à gauche (17.5%) et en haut au milieu (16%) de la couverture où nous pouvons bien remarquer mais la police utilisée est plus petite que d'autres éléments sur la couverture. Dans la partie basse de la couverture, le NA est aussi présent à gauche (12.3%), à droite (1.75%) et au milieu (1.75%).

**Tableau 8**

*Résultat de comptage des traits de la strate sémiolinguistique « l'emplacement d'autres éléments linguistiques : le nom de maison d'édition (désormais NME), des niveaux de CECR (désormais Niveau) et les signes de supports supplémentaires ».*

No.	Les traits	Occurrences	Pourcentage (%)
1.	Le NME se trouve en bas à droite.	24	42 %
2.	Le NME se trouve en bas au milieu.	20	35 %
3.	Le NME se trouve en bas à gauche.	13	23 %
4.	Le niveau figure au-dessous du nom de manuel	46	80 %
5.	Le niveau figure en haut à droite	6	11 %
6.	Le niveau figure en haut à gauche	5	9 %
7.	La présence des symboles des matériaux supplémentaires	33	58 %

Sur le tableau 8, notre analyse porte sur 3 éléments : le nom de maison d'édition (le NME), le niveau de CECR et les signes de matériaux supplémentaires. En premier lieu, le NME se trouve toujours dans la partie basse de la couverture mais il se place différemment comme 42 % se trouvent en bas à droite, 35 % se trouvent en bas au milieu et 23 % se placent en bas à gauche. En second lieu, le niveau de CECR est toujours présent sur la couverture et on le trouve majoritairement sous le nom de manuel (80 %). Le niveau se trouve également en haut à droite (11%) et à gauche (9%) de la

couverture. Il est donc essentiel de mettre le niveau de CECR sur la couverture de manuel, nous ne mettons pas uniquement le niveau débutant, intermédiaire et avancé. Enfin, la présence des symboles des matériaux supplémentaires est de 58 %, les matériaux supplémentaires que nous avons trouvés dans notre corpus sont CD-audio, DVD et livre-web.

Suite au comptage des indices de tous les tableaux dans la strate sémiolinguistique, il y a 21 traits systémiques au total. En comptabilisant les traits systémiques dans toutes les strates, la totalité des traits s'élève à 80 traits systémiques.

#### **4. Interprétation**

##### **4.1 Le groupe des personnes de différentes origines et la société multiculturelle**

Nous ne pouvons pas nier que l'idée stéréotypée sur les personnes parlant français est souvent liée aux personnes avec les cheveux blonds, de ce fait, nous retrouvons souvent, sur les couvertures de manuels de FLE, que ces personnes sont mises en lumière. Néanmoins, nous avons de plus en plus constaté un nombre conséquent de changement de représentation des personnes parlant français. La photo d'un groupe de personnes avec les actes de communication sans tenir compte des apparences physiques est répandue sur la couverture des manuels de FLE. Cela nous permet de penser que la société où le français est parlé est plurielle et multiculturelle. Cavalli et Coste (2017, p. 28) mettent en avant que la société est plurielle en elle-même parce qu'elle possède la pluralité des populations, des groupes sociaux, des origines et des histoires de ces groupes. De ce fait, nous pouvons remarquer que les personnes qui figurent sur les couvertures des manuels sont de différentes couleurs de peau et de différents groupes ethniques. Cela peut signifier que le français est parlé par tout le monde. Nous pouvons dire également que cette utilisation d'un groupe de personnes représente la société actuelle comme pluriculturelle et présente également l'égalité de l'Homme. Cette représentation permettait aux apprenants d'avoir envie d'apprendre le français parce que tout le monde est égal dans la société. En plus, cela permet aux apprenants de penser que le français est une langue universelle.

D'un point de vue sociologique, Chaves, Favier et Pélissier (2012, p. 11) présentent la définition de la société multiculturelle comme « la cohabitation et la

coexistence parallèles de plusieurs groupes socioculturels au sein d'une société. Chaque groupe est reconnu et identifié en tant que tel et a une liberté d'action. ». Suite à la définition mentionnée, la société française est multiculturelle grâce à la richesse culturelle trouvée et également aux traces culturelles des anciens pays colonisés par la France dans la société actuelle. C'est pour cela que les locuteurs natifs français ne se limitent plus aux apparences physiques. Il est donc possible que les apprenants aient la bonne perception sur la société française, cela pourrait motiver les apprenants à mieux apprendre le français et avoir envie de voyager en France ou dans les pays francophones.

Les interprétations ci-dessus se basent sur la société pluriculturelle et multiculturelle, nous pensons que ces deux éléments sont essentiels pour l'apprentissage du français car ils donnent une image positive envers la société comme l'égalité des hommes et l'apprentissage sans frontière. Pour la société multiculturelle et pluriculturelle, cela peut signifier que tout le monde peut communiquer en français, que le français est pour tous ceux qui s'apprêtent à découvrir et avoir un esprit ouvert pour découvrir de nouvelles langues.

#### **4.2 Les appareils numériques et électroniques**

La présence majoritaire des appareils numériques et électroniques est importante dans notre corpus, surtout les objets connectés comme l'ipod, le téléphone portable, le smartphone, l'ordinateur portable et la tablette. Ces derniers montrent sans doute que nous sommes dans l'ère numérique et le monde connecté. Nous pouvons interpréter que ces appareils nous semblent importants dans la vie quotidienne et que cela peut probablement apporter une valeur ajoutée en terme de l'enseignement et l'apprentissage de FLE et de la valorisation sociale.

David (2007, p. 48) met en évidence que l'ipod possède deux qualités contemporaines essentielles : la rapidité et la facilité. Les deux qualités sont primordiales pour tout le monde dans la société actuelle. Par conséquent, la photo de cet appareil électronique figure sur la couverture pour attirer les prospects surtout les jeunes et les technophiles. Cet appareil peut accorder également la valorisation sociale aux personnes qui le possèdent. Nous adoptons ces appareils à l'enseignement et à l'apprentissage de FLE par exemple pour nous entraîner, voire nous perfectionner dans la langue étudiée. Le

même auteur (2007, p. 49) a ajouté que cet appareil peut créer le lien social sélectif grâce au partage et à l'échange de chansons via Internet. Or, dans le contexte d'enseignement, nous parlons du partage des enregistrements en français ou des chansons françaises. Ces outils peuvent alors être favorables pour que les apprenants s'entraident pour la construction des savoirs.

En ce qui concerne le téléphone portable ou le smartphone, Delerm (2007, p. 51) précise que le téléphone portable ou le smartphone répond à tous nos besoins. Il nous rend donc la vie plus facile et plus rapide. En outre, Castelain-Meunier (2002, p. 233) rajoute que, pour les adolescents, le téléphone constitue un formidable instrument de sociabilité. Il assure en permanence le lien entre amis. Par conséquent, certains considèrent que le téléphone portable est une partie du corps. Cela implique la nécessité du téléphone portable à l'heure actuelle. En profitant de ces perceptions de téléphone, ce dernier apporte une valeur favorable au niveau de la valorisation sociale et de l'apprentissage car le téléphone portable serait utilisé actuellement comme un outil d'apprentissage tout-en-un. Pour les apprenants de génération actuelle, le smartphone est considéré comme un appareil indispensable pour l'apprentissage via les applications ou les logiciels car cela leur permet d'apprendre à tout moment et en tout lieu.

Pour les appareils numériques comme l'ordinateur et l'ordinateur portable, ces derniers peuvent donner une image moderne et gratifiante pour les utilisateurs. Comme tous les travaux circulent par Internet, ces objets contemporains deviennent nécessaires dans la vie étudiante et professionnelle.

Concernant l'utilisation des photos d'appareils électroniques et numériques, il semble que cette utilisation apporte une valorisation sociale telle que les objets de mode ou de technologie. Ces appareils donnent aux personnes qui les possèdent des images modernes. Cela peut attirer les jeunes ou montrer les prouesses de la technique en terme de l'apprentissage de langue dans l'ère numérique. Sans aucun doute, ces appareils apportent une valeur ajoutée en terme d'apprentissage car ils nous facilitent l'accès aux ressources de langues, surtout à la compréhension et à la production orale. Au lieu de nous rencontrer pour pratiquer la langue, nous nous téléphonons ou profitons de l'application de vidéoconférence pour l'entraînement avec les pairs. Grâce à l'image



moderne de ces appareils, le français pourrait être perçu comme la langue des jeunes, de la technologie et de l'innovation.

#### **4.3 Les aménagements urbains en France et dans les pays francophones**

Selon le site du Ministère des affaires étrangères français<sup>1</sup>, il nous indique que « La France est la première destination touristique mondiale avec 89,4 millions de visiteurs étrangers accueillis en 2018 ». Cela peut être un facteur qui inspire l'utilisation d'images des aménagements urbains comme les sites touristiques en France et les espaces verts. Alors, le jardin de Luxembourg a souvent été utilisé. L'utilisation de jardin sur la couverture avec l'espace vert représente la relaxation et la détente pour les apprenants et cela pourrait inciter des apprenants à mieux apprendre le français pour visiter la France. Suite à ce nombre de visiteurs en France, la France est un des pays le plus aimé parmi les touristes étrangers dont les apprenants de français. Le voyage en France pourrait être une inspiration pour apprendre le français et choisir le manuel depuis la première vue de la couverture. Purinthapibal (2016, p. 36 ; 2017, p. 214) met en avant qu'une des raisons principales de choisir d'apprendre le français est que les apprenants aiment la France et la culture française. De ce fait, la motivation chez les apprenants de génération actuelle envers l'apprentissage du français est de visiter la France ou simplement de voyager à l'étranger.

En prenant l'idée de voyager à l'étranger, nous ne pouvons pas nier le proverbe « les voyages forment la jeunesse ». À partir de ce proverbe, le concept de voyages est perçu comme la découverte d'une autre façon de vivre. Celle-ci est un élément essentiel pour l'éducation, la construction des savoirs et la compétence d'initiation. Par conséquent, les voyages font partie de l'apprentissage des nouvelles cultures et de la langue étrangère. De surcroît, les voyages sont des moyens de rendre parfait l'éducation car tout le savoir peut être accompli grâce à la découverte et à la confrontation de l'altérité car ces dernières permettent aux voyageurs-apprenants d'avoir un regard critique envers leurs propre culture, d'après Cicchelli (2012, pp. 21-23). Lorsque l'apprenant se tourne vers sa propre culture, ce dernier peut établir ses propres stratégies pour se confronter à l'altérité. Ces stratégies créées par les apprenants peuvent donc les aider

---

<sup>1</sup> <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/>

à créer leurs propres stratégies d'apprentissage d'une nouvelle langue étrangère car les apprenants peuvent percevoir la langue étrangère comme « l'altérité »

Enfin, l'utilisation des aménagements urbains est un bon choix pour les apprenants-acheteurs car les images peuvent être une source d'inspiration d'apprentissage de la langue française et notamment d'un voyage en France ou dans les pays francophones qui pourrait inciter des apprenants à se concentrer sérieusement sur le français. Cela permet également de faire découvrir aux apprenants que le français n'est pas parlé seulement en France et en Europe, mais qu'il peut se parler dans plusieurs pays dans le monde. À cet égard, le français bénéficie d'un statut de la langue internationale.

#### **4.4 Les couleurs « le bleu, le vert et le blanc »**

Le blanc occupe une place primordiale dans l'utilisation des couleurs sur la couverture. Concernant le bleu et le vert, ces deux couleurs font partie de ton de couleurs froides et nous pensons que ces couleurs sont les couleurs de la tendance actuelle. Il semblerait que les maisons d'éditions soient homogènes dans leur choix des couleurs sur la couverture de leurs manuels puisque les couleurs choisies sont le plus souvent froides. Voici une analyse des couleurs que nous avons trouvée chez Pastoureau (2007) :

Le blanc représente la pureté, la propreté, le calme, la simplicité, l'élégance, le bonheur, la perfection, d'après Pastoureau. (2007, p. 29). L'utilisation de cette couleur par les éditeurs permet d'instaurer des valeurs positives aux manuels qu'ils cherchent à vendre. Nous pensons que l'association du blanc et d'autres couleurs met en valeur les autres couleurs de l'environnement par contraste. En prenant compte le mot « simplicité », nous pensons que cela permet aux apprenants de penser que la langue à apprendre est une langue simple. De ce fait, cela pourrait apporter une valeur positive au niveau psychologique des apprenants envers le français.

Selon Pastoureau (2007, pp. 31-32), le bleu que l'on retrouve dans les images ou en fond de couverture tend à exprimer le naturel, la couleur préférée de plus de la moitié de la population occidentale, couleur de l'infini et du rêve, couleur de l'amour, de la paix, de la fraîcheur et de la royauté en France. C'est une couleur consensuelle. Nous supposons que son utilisation dans le corpus offre une certaine sécurité d'utilisation : en effet, cette couleur ne risque pas de choquer les clients potentiels et a le mérite

d'être globalement appréciée. Nous pouvons également ajouter que le bleu est perçu comme la couleur de la fraîcheur qui entraîne une sensation de relaxation et de détente. Quand nous voyons la couverture avec le bleu, nous nous disons probablement que nous sommes dans l'ambiance détendue qui permettrait aux apprenants d'apprendre avec plaisir.

Pastoureau. (2007, p. 201) nous signale que le vert est la couleur de la nature, de l'écologie, de la fraîcheur, de la jeunesse, de l'argent et de la liberté. Certes classé dans les couleurs froides, le vert apporte une touche d'originalité et une valeur écologique. Ces derniers apportent sans doute une valeur ajoutée pour la société actuelle et la protection de la nature. En revanche, Pastoureau (2007, p. 200) met en avant que le vert apparaît dans les sports et les jeux de société grâce aux lieux où nous pratiquons des activités sportives tels que le terrain de football, la table de ping-pong, le tapis de jeux de cartes et de casino. Ces derniers nous font penser à la sensation de compétition et de risque.

L'utilisation des trois couleurs trouvées dans notre analyse nous permet de connaître les significations des couleurs tant au niveau psychologique que culturel. Nous pensons que le choix de ces couleurs est pertinent et efficace car chaque couleur possède au moins une signification positive et cela permet aux apprenants d'avoir une idée positive envers le français.

D'après les interprétations des 4 groupes des traits, les tendances actuelles sur la conception de la couverture des manuels de FLE sont la représentation de la société multiculturelle et pluriculturelle, la technologie, le voyage et les sensations de relaxe et détente.

## **5. Conclusion**

Durant notre recherche, nous avons rencontré certains problèmes liés à l'utilisation des mots précis pour décrire chaque trait systémique, la classification des traits et l'interprétation. Pour le problème des mots, nous choisissons les mots les plus adaptés à chaque trait grâce à la consultation de plusieurs dictionnaires. La classification est un des problèmes lorsque nous faisons l'analyse, nous avons alors décidé de classer des traits trouvés en catégorie. Au niveau d'interprétation, le problème persiste

au niveau de la définition des couleurs car chaque couleur est équivoque. Nous avons donc opté pour des définitions ou des représentations pertinentes.

Par ailleurs, nous nous permettons ici de proposer des pistes de recherches avancées dans l'avenir. En prenant en compte les éléments des personnes utilisées dans la strate iconique, nous pensons que les études dans l'avenir pourraient sans doute porter sur l'égalité de sexe et celle de l'Homme en général car nous avons trouvé dans le corpus actuel que l'utilisation des personnes sur la couverture présente la variété des personnes sans la préoccupation physique ou des couleurs de la peau. À propos de la strate sémiolinguistique, nous pouvons approfondir l'étude sur les types de police utilisés avec les signes linguistiques présentés sur la couverture, par exemple la taille, les couleurs, la position de la police. Ces facteurs pourraient entraîner la prise de décision des apprenants à choisir le manuel. D'ailleurs, en considérant les valeurs sémantiques de ces noms de manuels, nous pouvons certainement rechercher plus précisément la signification ou l'utilisation des noms propres avec les manuels de français langue étrangère. L'étude interdisciplinaire pourrait également être mise en place telle que la psychologie, la motivation avec les couleurs ainsi que la motivation sur l'apprentissage des langues étrangères.

### Références bibliographiques

- Beacco, J. -C., & Coste, D. (2017). *L'éducation plurilingue et interculturelle, la perspective du Conseil de l'Europe*. Didier. Paris.
- Bruntière, V. (1994). Présentation de la stratification. *Travaux de Linguistique* 5-6. 281-282. Angers : Université d'Angers.
- Bruntière, V., & Houdbine, A-M. (1994). Démarches – Méthodologie. *Travaux de Linguistique* 5-6. 273-276. Angers : Université d'Angers.
- Castelain-Meunier, C. (2002). Le téléphone portable des étudiants. *Réseaux* 116. 229-255.
- Retiré de <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2002-6-page-229.htm>, consulté le 3 avril 2020
- Castellotti, V. (2001). *Langue maternelle en classe de langue étrangère*. CLE international, Paris.

- Chaves, R.- M., Favier, L., & Pélissier, S. (2012). *L'interculturel en classe*. Presse Universitaire de Grenoble. Grenoble.
- Cicchelli, V. (2012). Les voyages forment la jeunesse : au-delà du lieu commun. *Association Après-demain*. 21-23. Retiré de <https://www.cairn.info/revue-apres-demain-2012-4-page-21.htm>, consulté le 4 avril 2020
- Cotton, N. I. (2012). Comment contextualiser les manuels FLE pour un public éloigné de la France et du français : le cas de Taïwan. *Etudes linguistique appliqué*. 168. 445-458. Retiré de <https://www.cairn.info/revue-ela-2012-4-page-445.htm>, consulté le 30 mars 2020
- Cuq, J. -P. (2003). *Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde*. CLE international, Paris
- Cuq J. -P., & Gruca I. (2014). *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde. 4ème édition*. Presse Universitaire de Grenoble. Grenoble
- David, A. (2007). L'Ipod. sous la direction de Jérôme Garcin. *Nouvelles mythologies*. 48-50 Paris : Editions du Seuil
- Delerm, P. (2007). Le téléphone portable. sous la direction de Jérôme Garcin. *Nouvelles mythologies*. 48-50 Paris : Editions du Seuil
- Houndebine, A-M. (1994). La stratification du corpus, trame méthodologique. *Travaux de Linguistique* 5-6. 285-288. Angers : Université d'Angers
- Houndebine, A-M. (1994). Sémiologie-Linguistique, trois étapes méthodologiques. *Travaux de Linguistique* 5-6. 277-280. Angers : Université d'Angers
- Pastoureau, M. (2007). *Dictionnaire des couleurs de notre temps : symbolique et société*. Christine Bonneton Editeur. Paris.
- Purinthrapibal, S., & Chansmuch, A. (2016). Besoins et tendances de l'apprentissage du français chez les apprenants des écoles secondaires dans les quatorze provinces du Sud de la Thaïlande. *Bulletin de l'ATPF*, 131. 32-47. Retiré de <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bulletinatpf/article/view/139695>, consulté le 30 mars 2020

- Purinthrapibal, S. (2017). Motivation in Learning French of Secondary Schools Students in Fourteen Southern Provinces of Thailand. *Journal of humanities and social sciences of Burapha University*, 48. 205-229. Retiré de <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/86208>, consulté le 30 mars 2020
- Riquois, E. (2014). Évolutions méthodologiques des manuels et matériels didactiques complémentaires en FLE. *Éducation*, 129-142. Retiré de <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01066557>, consulté le 17 mars 2020
- Robert, J. P. (2008). *Dictionnaire pratique de didactique du FLE*. Ophrys. Paris