

La reformulation, un indice de l'évolution des compétences littéraciques à l'université

Dr. Rym CHAHMAT

Université Badji Mokhtar – Annaba, crymlakehal@gmail.com

Soumis le: 01/02/2022

révisé le: 08/05/2022

accepté le: 22/05/2022

Résumé

Le présent article traite des compétences littéraciques d'étudiants universitaires et plus particulièrement de la compétence à reformuler. Nous nous sommes penchée sur les résumés estudiantins comme prétexte pour approcher la reformulation au supérieur. Nous visons, à travers cette étude, à examiner la capacité à reformuler chez des étudiants inscrits en 1^{ère} année de licence et en 2^{ème} année de master de Français à l'université d'Annaba lors de l'élaboration d'un résumé. La reformulation étant une jauge de mesure de leur maîtrise de la lecture et de l'écriture

Mots-clés: Littératies universitaires, compétences littéraciques, reformulation, résumé, difficultés.

إعادة الصياغة، مؤشر لتطور مهارات معرفة القراءة والكتابة في الجامعة

ملخص

تتناول هذه المقالة مهارات القراءة والكتابة لدى طلاب الجامعات وبشكل خاص القدرة على إعادة الصياغة. نظرنا إلى ملخصات الطلاب كمبرر لمقاربة إعادة الصياغة على المستوى الأعلى. نهدف من خلال هذه الدراسة إلى فحص القدرة على إعادة صياغة الطلاب المسجلين في السنة الأولى من الليسانس وفي السنة الثانية لدرجة الماستر في اللغة الفرنسية في جامعة عنابة أثناء إعداد الملخص. وتعتبر إعادة الصياغة معيارا لقدراتهم في القراءة والكتابة.

الكلمات المفتاحية: قراءة وكتابة أكاديمية، مهارات القراءة والكتابة، إعادة الصياغة، تلخيص، صعوبات.

Reformulation, an index of the evolution of literacy skills at university

Abstract

This article deals with the literacy skills of university students and more particularly with the ability to paraphrase. We examined student' summaries to approach paraphrasing at the higher level. We aim, through this study, to examine the ability to paraphrase in student' writing enrolled in the 1st year of a license and in the 2nd year of a master's degree in French at the University of Annaba during the development of a summary. Paraphrasing is a measure of their mastery of reading and writing.

Keywords: Academic literacies, literacy skills, reformulation, summary, difficulties.

Introduction:

Le volume horaire alloué à l'apprentissage du français en Algérie, du primaire au secondaire, est estimé à plus de 3000 heures répartis entre l'oral et l'écrit en réception et en production. Au vu du programme de 3^{ème} année secondaire⁽¹⁾, lorsqu'ils arrivent à l'université, les étudiants inscrits en licence de français auraient:

- acquis une maîtrise suffisante de la langue pour leur permettre de lire et de comprendre des messages sociaux ou littéraires,- exploité efficacement de la documentation pour la restituer sous forme de résumés, de synthèses de documents, de compte-rendu, adopté une attitude critique face à l'abondance de l'information offerte par les médias, - produit des discours écrits et oraux qui porteront la marque de leur individualité (que ces discours servent à raconter, à exposer, à rapporter des dires ou à exprimer une prise de position), appréhendé les codes linguistiques et iconiques pour en apprécier la dimension esthétique.

Or, selon les recherches de Kadi⁽²⁾, de Boudechiche⁽³⁾ et de Kherbache⁽⁴⁾, les étudiants universitaires présentent des insuffisances linguistiques considérables et ont un niveau "élémentaire en français" (Ouhaibia⁽⁵⁾; Kherra⁽⁶⁾; Sebane⁽⁷⁾; Ammouden & Ammouden⁽⁸⁾).

De plus, les résultats issus de notre thèse de doctorat autour de la prise de notes⁽⁹⁾ ont dévoilé la grande difficulté avec laquelle les étudiants de première année reformulent les énoncés pris dans un texte. Ces constats nous ont poussés à entreprendre cette recherche qui s'inscrit dans le cadre général de la didactique de l'écriture afin d'examiner de plus près, la maîtrise d'une compétence centrale à savoir la reformulation.

1. La reformulation:

Depuis les travaux de Harris⁽¹⁰⁾ et de Fuchs⁽¹¹⁾, la reformulation a fait l'objet de plusieurs recherches. Considérée comme une compétence majeure, elle constitue, selon les didacticiens des langues (Besse⁽¹²⁾, Blondel⁽¹³⁾, Charolles & Coltier⁽¹⁴⁾, Kara⁽¹⁵⁾, Belkessa⁽¹⁶⁾) un indice de la compréhension d'un énoncé qu'il soit oral ou écrit et permet d'explorer, chez les apprenants, les ressources de la langue étrangère étudiée.

La reformulation est définie comme «Tout processus de reprise d'un énoncé antérieur qui maintient, dans l'énoncé reformulé, une partie invariante à laquelle s'articule le reste de l'énoncé, partie variante à l'énoncé source»⁽¹⁷⁾.

Pour Claudine Garcia-Debanc «*Reformulation, reprise, répétition, restitution, paraphrase*, [sont] autant de termes qui désignent les opérations discursives qui permettent de reprendre un énoncé pour produire un nouvel énoncé qui n'est ni tout à fait le même ni tout à fait un autre »⁽¹⁸⁾.

Ces opérations discursives sont acquises progressivement à l'école et une fois à l'université, l'étudiant parachèverait leur maîtrise jusqu'à en devenir expert au terme de la graduation. D'ailleurs, la préparation du mémoire y repose en grande partie.

2. Méthodologie:

Nous avons entrepris cette recherche sur la reformulation chez des étudiants de première année de licence et de deuxième année de master afin d'observer comment ils traitent et reformulent un texte pour en produire un autre qui leur appartient. Nous soutenons l'hypothèse selon laquelle, les nouveaux inscrits arriveraient à l'université avec une maîtrise suffisante de la reformulation et qu'au terme de la graduation, ils deviennent de bons reformulateurs.

2.1. Le résumé:

Afin de vérifier la validité de notre hypothèse, nous avons choisi de proposer aux étudiants de résumer un texte. Cet exercice qui «consiste à réécrire un texte plus brièvement, en respectant un nombre imposé de mots, tout en retenant les informations essentielles, exige du scripteur de tirer l'essentiel»⁽¹⁹⁾.

La technique du résumé n'est pas facile à maîtriser, mais elle est néanmoins l'une des plus utiles pour l'étudiant parce qu'elle met en œuvre un certain nombre d'aptitudes fondamentales dans n'importe quel domaine, qu'il soit académique ou professionnel.

Le résumé constitue, du point de vue de l'apprentissage, un exercice formateur puisqu'il développe les capacités de lecture et d'écriture. Du point de vue de l'évaluation, objet de notre recherche, résumer permet d'évaluer les compétences d'analyse en ce qu'il exige en termes de compréhension du texte, de logique et d'objectivité. Les compétences d'expression sont également appréciées à travers l'examen de la syntaxe et du vocabulaire nécessaires pour reformuler.

Même s'il est d'usage tout au long du parcours scolaire, dans le contexte académique qui est le nôtre, le résumé constitue souvent une étape préalable à la réalisation d'un travail de plus grande envergure, celui de la rédaction du mémoire de master: un écrit de recherche qui vient couronner cinq années d'études.

2.2 Le texte expérimental:

Le texte support est un texte explicatif informatif à visée argumentative abordant l'influence psychologique des couleurs. (Annexe1). Notre choix s'est porté sur ce type de texte, vu que tout enseignement / apprentissage passe par l'explication qui est essentielle dans la transmission des connaissances comme le souligne Pouliot⁽²⁰⁾:

En effet, se documenter, prendre des notes à partir d'un cours ou d'une lecture, compléter son information par la lecture des manuels, répondre à une interrogation écrite rédiger un compte-rendu, un résumé d'articles ou d'ouvrages, ou un mémoire en français, sont d'autant de situations où l'étudiant doit comprendre ou produire des discours qui expliquent.

De plus, outre son thème intéressant, le texte est très balisé du point de vue macrostructurel et utilise un lexique simple, facilitant la compréhension locale

2.2. Les participants:

Le public que nous avons choisi, est composé d'étudiants en première année de licence L1 (en début de parcours universitaire) et en deuxième année de master M2 (en fin de parcours de graduation) du département de français à l'université Badji Mokhtar (Annaba).

Nous estimons que la comparaison entre des étudiants de niveaux différents serait intéressante dans la mesure où elle nous indiquera si au bout de cinq années de formation, il est possible d'observer des variations dans les comportements scripturaux quant à la reformulation. Chemin faisant, une telle analyse permet d'interroger la formation universitaire qui reste au demeurant une question annexe à notre travail et en même temps, au cœur du débat didactique.

S'agissant d'une étude qui se veut quantitative et qualitative, nous avons travaillé avec un échantillon de trente-six étudiants: 18 étudiants en L1 et 18 autres en M2 dont onze garçons et vingt-cinq filles âgés entre 19 et 27 ans. Les participants ont été choisis par rapport à leur niveau en langue française. Ce choix s'est fait sur la base des résultats obtenus en langue française au bac pour les étudiants de première année et sur les résultats du passage en deuxième année de master pour les masterants.

Nous avons donc pour chaque niveau, dix-huit étudiants répartis comme suit:

- **L1/A:** Six étudiants de niveau bon
- **L1/B:** Six étudiants de niveau moyen
- **L1/C:** Six étudiants de niveau faible
- **M2/A:** Six étudiants de niveau bon
- **M2/B:** Six étudiants de niveau moyen
- **M2/C:** Six étudiants de niveau faible

2.3. Les grilles d'analyse:

Afin d'analyser les résumés des étudiants et examiner leurs reformulations nous avons d'abord recouru au découpage hiérarchique (Boch, Tutin & Grossman⁽²¹⁾, issu de la méthode classique. Ce découpage génère une grille permettant l'analyse hiérarchique (Annexe 2)⁽²²⁾, par le biais de la méthode des juges⁽²³⁾, aboutit à l'identification des unités du texte expérimental - devant être reformulées.

Lors de l'examen des résumés de notre échantillon, nous avons constaté qu'ils oscillent entre la copie exacte, c'est - à- dire le rappel littéral où le rédacteur reprend les mots tels quels

sans opérer le moindre changement et la forme la plus synthétique: la reformulation résumant le texte.

Ainsi, **les tendances au rappel (RP)** se scindent en quatre catégories⁽²⁴⁾:

1. Le rappel littéral **RPI**: les propositions du texte source sont reprises telles quelles (sans prendre en compte les abréviations des mots ou l'absence des déterminants).
2. Le rappel littéral avec modification de la macrostructure **RPs** = les modifications concernent la hiérarchisation des informations.

Quant aux **tendances à la reformulation**, elles se répartissent en trois catégories:

1. La reformulation propositionnelle **RFp** = reconstruction partielle ou intégrale de la proposition initiale
2. La reformulation substitutionnelle **RFs** = reformulation d'un ou de plusieurs éléments de l'énoncé sans que la structure ne soit altérée.
3. La reformulation résumante **RFr** = pouvant opérer sur plusieurs unités.

2.4. La démarche expérimentale:

Notre expérimentation s'est déroulée, au mois de décembre, pour les étudiants de licence avec le module de Compréhension et Expression écrite (dont nous sommes chargée). Pour les étudiants de deuxième année de master, le recueil des résumés s'est effectué, au mois de janvier, dans le module de méthodologie de recherche en langue. Pour les deux niveaux, après la distribution des textes, il a été demandé aux étudiants de résumer le texte le temps de la séance (une heure et demie) et cela sans la contrainte de la longueur exigée comme à l'accoutumée.

3. Analyse et discussion:

Après avoir explicité les notions méthodologiques, nous allons, dans ce qui suit, procéder à l'analyse des résumés recueillis. Pour ce faire, nous examinerons la reformulation (ou non) des unités de base (selon l'analyse hiérarchique). Cet examen permet de vérifier notre hypothèse selon laquelle la compétence à reformuler des étudiants aurait évolué de sorte qu'enfin de parcours cette compétence est complètement maîtrisée.

3.1 Le degré de sélection de l'information:

Nous commencerons l'analyse par l'exposition des résultats de la reprise des unités du texte soumis au résumé; le degré de sélection étant un indice fort important puisqu'il renseigne sur un élément central: la compréhension globale qu'ont les étudiants du texte et sans laquelle il est impossible de procéder à la reformulation.

Unité	Nombre de sélection L1	Nombre de sélection M1
UB1	10	13
UB2	18	18
UB3	18	18
UB4	18	18
UB5	18	18
UB6	18	18
UB7	18	18
UB8	18	18
UB9	18	18
UB10	18	18
UB11	18	18
UB12	18	18
UB13	18	18
UB14	18	12
UB15	18	18
UB16	18	18

UB17	18	18
UB18	18	18
UB19	18	18
UB20	18	16
SUB1	18	18
SUB2	16	3
SUB3	7	3
SUB4	18	9
SUB5	18	9
SUB6	18	9
SUB7	18	9

Tableau 1: Nombre de reprises pour chaque unité du texte par les étudiants.

Comme le montre le tableau, toutes les unités de base (UB) ont été reprises **massivement** par les étudiants de licence. Pour les étudiants de master, la majorité des UB ont été reprises à l'exception de: UB61, UB14, UB20, reprises, respectivement 13 fois, 12 fois et 16 fois.

Les sous-unités de base (SUB), ont été majoritairement reprises par tous les étudiants de licence, à l'exception de SUB 3 qui a été reprise par sept étudiants dont six de niveau faible.

Quant aux étudiants de master, ils ont été plus sélectifs dans la mesure où la reprise des sous- unités de base est faible: SUB2 et SUB3 n'ont été reprises que par trois étudiants de niveau faible. Les sous-unités de base SUB4, SUB5, SUB6, SUB7 ont été reprises par neuf étudiants dont ceux de niveau faible.

3.2 Le degré de transformation de l'information:

Résumer, c'est essentiellement reformuler, c'est dire autrement tout en restant fidèle au sens. Pour ce qui est du degré de transformation de l'information, les résultats révèlent le recours massif au rappel (quelle que soit sa forme) chez les étudiants de licence. La reformulation, qui est timidement utilisée, ne semble pas être le procédé préféré. Il y a une tendance au copier/coller et les masterants n'échappent pas à la règle.

Unité	Nombre de rappel L1	Nombre de reformulation L1	Nombre de rappel M2	Nombre de reformulation M2
UB1	10	0	13	0
UB2	15	3	3	15
UB3	18	0	3	15
UB4	9	9	3	15
UB5	10	8	3	15
UB6	12	6	3	15
UB7	12	6	2	16
UB8	13	5	2	16
UB9	17	1	2	16
UB10	13	5	3	15
UB11	16	2	2	16
UB12	16	2	2	16
UB13	13	5	2	16
UB14	16	2	5	7
UB15	5	13	14	4
UB16	7	11	3	15
UB17	7	11	0	18

UB18	2	16	7	11
UB19	6	12	1	17
UB20	9	9	3	13
SUB1	7	11	0	3
SUB2	13	3	0	3
SUB3	2	5	0	9
SUB4	18	0	0	9
SUB5	18	0	0	9
SUB6	18	0	0	9
SUB7	18	0	0	9

Tableau 2: Nombre de rappel et de reformulation chez les étudiants de licence et de master.

Lorsqu'ils arrivent à l'université, les néo-bacheliers sont supposés avoir une bonne maîtrise du résumé et ce d'après les contenus de la terminale. D'ailleurs, dans l'épreuve de Français, au baccalauréat, les élèves ont le choix entre rédiger un essai ou un résumé. Or, au vu des résultats de l'analyse des résumés, la reformulation est très peu utilisée. La tendance chez les étudiants de première année est au rappel. Étonnamment, quelques étudiants de 2^{ème} année de master aussi ne maîtrisent pas la reformulation et ont préféré recourir au rappel.

3.3 Rappel vs reformulation:

Cette dernière analyse qualitative vise à examiner de plus près les tendances observées chez les étudiants des deux niveaux.

Nombre de	L1	Pourcentage	M2	Pourcentage
Rappel littéral RPI	291	90.93%	6	07.90%
Rappel littéral avec modification de la macrostructure RP s	18	05.62%	70	92.10%
Reformulation propositionnelle RFp	11	03.43%	213	66.15%
Reformulation substitutionnelle RFs	0	0%	106	32.92%
Reformulation résumante RFr	0	0%	3	00.93%

Tableau 3: Nombre de rappel et de reformulation chez les étudiants de licence et de master.

D'après les résultats, le rappel littéral (RPI) caractérise la majeure partie des résumés chez les L1. La reformulation se limite à la reconstruction partielle ou intégrale de la proposition initiale. Ce type de reformulation a donné lieu, dans la plupart des cas à des contresens et résulte souvent d'une incompréhension et d'une mauvaise maîtrise linguistique.

Pour les étudiants en M2, ils se sont confinés, massivement, dans la reformulation propositionnelle. Le recours au rappel littéral avec modification de la macrostructure RPs a également été observé. Ces deux procédés s'apparentent à la reformulation paraphrastique sémantiquement équivalente, selon la typologie de Martinot⁽²⁵⁾.

Au vu des résultats obtenus, nous ne pouvons qu'infirmar notre hypothèse. Il y a d'abord ce nombre des sous-unités de base (SUB) élevé chez les L1 et chez quelques étudiants en M2, dénotant une difficulté dans le repérage de l'information essentielle. Il y a, ensuite, la tendance au rappel littéral dominant la majeure partie des résumés en L1 et quelques résumés de M2 qui nous interpelle quant à la capacité des étudiants à dire autrement, à reprendre un énoncé pour en produire un nouveau qui n'est ni tout à fait le même ni tout à fait un autre.

Cette pratique a généré des textes «clones» sur le plan de la macrostructure et de la microstructure.

La reformulation, élément central dans le résumé, bien que très encouragée dans l'enseignement général semble problématique chez les étudiants qui ont préféré rester proches du texte de peur du jugement de l'enseignant s'ils venaient à supprimer une information essentielle.

De plus, vu que le texte est bien balisé du point de vue de la structure, la majorité des étudiants de L1 ont préféré reproduire un texte, non seulement identique du point de vue de la forme, mais aussi du contenu.

Quasi absente chez les L1 et très peu maîtrisée par les M2, la compétence à reformuler ayant connu une infime évolution, pointe du doigt une difficulté majeure notamment chez les futurs masterants en ce sens où elle distingue selon Pecorari⁽²⁶⁾ «la pratique de l'expert et du néophytes».

Pour conclure:

A travers cette recherche exploratoire, nous avons essayé de baliser un champ de recherche très vaste et complexe auquel très peu de recherches se sont intéressées. Dans le contexte algérien, la reformulation n'est pas bien prise en charge à l'école et encore moins à l'université où l'enjeu est de taille. Considérée comme une compétence transversale permettant la réalisation de certaines techniques rédactionnelles telles que la prise de notes, le résumé, le compte rendu, ..., sa non maîtrise donne lieu à des défaillances scripturales et à des pratiques plagiaires au terme de la graduation. D'ailleurs, les maladroites décelées dans les mémoires de master résident notamment dans la distanciation par rapport aux énoncés sources qui sont souvent repris fidèlement. D'autant que, habitués à la « restitution des savoirs » (Rinck)⁽²⁷⁾, les candidats au master font face au genre du mémoire, un écrit à forte dimension euristique. Nous pensons qu'il serait temps d'accorder à cette compétence l'importance nécessaire en portant un regard critique sur les contenus et les démarches sur lesquels s'appuient l'enseignement secondaire et supérieur.

Notes:

1- Programme de 3^{ème} année secondaire, février, 2006, p 4.

2- L. Kadi, 2004.

3- N. Boudechiche, 2008.

4- A. kherbach, 2008.

5- B. Ouhaibia, 2015.

6- N. Kherra, 2011.

7- M. Sebane, 2011.

8- A. Ammouden & M. Ammouden, 2010.

9- R. Chahmat, 2020.

10- Z. Harris, 1976.

11- C. Fuchs, 1994.

12- H. Besse, 1985.

13- E. Blondel, 1996.

14- M. Charolles & D. Coltier, 1986.

15- Kara (éd.), 2007.

16- L. Belkessa, 2018 (b).

17- C. Martinot, 1994.

18- C. Garcia-Debanc, 2015.

19- F. Boch, 1998, p 152.

20- M. Pouliot, 1993, p 122.

21- F. Boch, A. Tutin, & F. Grossmann, 2003

22- Ce découpage largement pratiqué dans les travaux en psycholinguistique textuelle (Coirier, Gaonac'h, & Passerault, 1996; Piolat & Pélissier, 1998), permet de découper le texte source en unités de sens.

23- Les juges sont des collègues du département que nous avons chargée de découper le texte selon la grille hiérarchique en quatre niveaux de structuration: des unités de base (informations principales),

des sous unités de base (informations secondaires), des unités conceptuelles (les paragraphes) et unités majeures (les parties).

24- Cette catégorisation est inspirée des travaux de Peytard (1993) sur l'altération.

25- C. Martinot, 2009.

26- D.Pecorari, 2008.

27- F. Rinck, 2011, p 80.

Bibliographie:

- Ammouden, A., & Ammouden, M. (2010). Le français à l'université et l'échelle des compétences du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Synergies Algérie, (9), 37–44.
- Boudechiche, N. (2008). Contributions à la didactique du texte expositif : Cas d'étudiants de filière scientifique (Thèse de Doctorat). Université Badji Mokhtar, Annaba.
- Belkessa, L. (2018). La pratique de la reformulation en littérature avancée, une clé pour acculturer les étudiants aux écrits de recherche. *مجلة الآداب واللغات*, 1(7), 153–166.
- Bellier, S. (1999). La compétence. In *Traité des sciences et des techniques de la formation*. Paris: DUNOD.
- Besse, H. (1985). *Méthodes et pratiques des manuels de langue*, Paris, Didier, Collection Essais.
- Blaser, C. (2007). *Fonction épistémique de l'écrit : pratiques et conceptions d'enseignants de sciences et d'histoire du secondaire* (Thèse de Doctorat, Université Laval). Retrieved from http://www.theses.ulaval.ca/2007/24480/24480_1.pdf
- Boch, F. (1998). *Pratiques d'écriture et de réécriture à l'université : la prise de notes, entre texte source et texte cible* (Thèse de Doctorat). Université Stendhal - Grenoble 3, France.
- Boch, F., Tutin, A., & Grossmann, F. (2003). Analyse de textes réécrits à partir de prise de notes : Intérêts de la méthode RST. *Arob@se-2*, (7), 30–34.
- Bouchard, R., & Kadi, L. (2012). Présentation : Didactiques de l'écrit et nouvelles pratiques d'écriture. *Le Français Dans Le Monde*, (51), 9–15.
- Blondel, E. (1996). La reformulation paraphrastique. Une activité discursive privilégiée en classe de langue. *Carnets Du CEDISCOR* 4.
- Chahmat, R. (2020). *La prise de notes à l'université: cas d'étudiants en première année de licence de français*. (Thèse de doctorat). Badji Mokhtar, Annaba.
- Charolles, M., & Coltier, D. (1986). Le contrôle de la compréhension dans une activité rédactionnelle : l'exemple des reformulations paraphrastiques. *Pratiques*, (49), 51–66.
- Cuq, J.-P. (2003). *Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde*. Paris: CLE International.
- Dabène, M. (1987). *L'adulte et l'écriture: contribution à une didactique de l'écrit en langue maternelle*. Bruxelles: De Boeck université.
- Dabène, M. (1991). Un modèle didactique de la compétence scripturale. *Repères*, 1(4), 9–22. <https://doi.org/10.3406/reper.1991.2030>.
- Daunay, B. (2002). *La Paraphrase dans l'enseignement du français*. Neuchâtel: Peter Lang.
- Dolignier, C. (2016). Plagiat, copie et reformulation paraphrastique dans l'écriture longue du mémoire de master. *Mélanges CRAPEL*, 1(37), 129–142. Repéré à <http://www.atilf.fr/spip.php?article4088>.
- Donahue, T. (2007). Activités de reformulation dans des textes d'étudiants en première année universitaire. In *Usages et analyses de la reformulation*. Metz: Recherches Linguistiques n°29.
- Donahue, C. (2008). *Écrire à l'université: Analyse comparée en France et aux États-Unis*. Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires de Septentrion.
- Fuchs, C. (1994). *La Paraphrase*. Paris: PUF.
- Garcia-Debanc, C. (2015). La reformulation : usages et contextes. *Corela HS*, (18), mis en ligne le 15 novembre 2015. URL: <http://journals.openedition.org/corela/4032>; DOI: <https://doi.org/10.4000/corela.4032>.
- Harris, Z. (1976). *Notes du cours de syntaxe*. Paris: Le Seuil.
- Kadi, L. (2004). *Pour une amélioration de la production écrite des étudiants inscrits en licence de français: un autre rapport au brouillon* (Thèse de Doctorat). Université Frères Mentouri, Constantine.
- Kadi, L. (2009). De la littéracie et des contextes. *Synergies*, (6), 11–17.
- Kara, M. (éd) (2007). *Usages et analyses de la reformulation*. Metz: Recherches linguistiques n° 29.
- Kherbache, A. (2008). *Problématique de l'écriture et activités de scription : cas d'apprenants préparant une licence de français*. (Thèse de Doctorat). Badji Mokhtar, Annaba.

- Kherra, N. (2010). L'adaptation du CECRL aux besoins d'étudiants arabophones non spécialistes du français: cas des étudiants de l'école préparatoire d'architecture dans le contexte universitaire algérien. *Synergies Europe*, (6), 85–98.
- Ministère de l'Éducation Nationale, Document d'accompagnement du programme de français de 3ème année secondaire, 2006.
- Martinot, C. (1994). La reformulation dans des productions orales de définitions et explications. (Enfants de maternelle) (Thèse de Doctorat). Université Paris 8, France.
- Martinot, C. (2009). Reformulations paraphrastiques et stades d'acquisition en français langue maternelle. *Cahiers de Praxématique*, 52, 29–58. <https://doi.org/10.4000/corela.4034>.
- Martinot, C. (2015). La reformulation: de la construction du sens à la construction des apprentissages en langue et sur la langue. *Corela HS*, (18).
- Pecorari, D. (2008). *Academic Writing and Plagiarism. A Linguistic Analysis*. London: Bloomsbury.
- Peytard, J. (1993). D'une sémiotique de l'altération. *Semen*, (8).
- Pouliot, M. (1993). Discours explicatif écrit en milieu universitaire, une expérience d'enseignement/apprentissage. *Le Français Dans Le Monde*, Numéro Spécial, 120–128.
- Rinck, F. (2011). Former à (et par) l'écrit de recherche. Quels enjeux, quelles exigences? *Le Français Aujourd'hui*, (174), 79–89.
- Robert, J.-P. (2002). *Dictionnaire pratique de didactique du FLE*. Paris: Editions Ophrys.
- Rossari, C. (1990). Projet pour une typologie des opérations de reformulation. *Cahiers de Linguistique Française*, (11), 345–359.
- Rossari, C. (1997). Opérations de reformulation. *Analyse du processus et des marques dans une perspective contrastive*. Berne: Peter Lang [2e édition].
- Sebane, M. (2011). FOS / FOU: Quel français pour les étudiants algériens des filières scientifiques? *Le Français Sur Objectifs Universitaires*, 375–380.
- Tardif, J. (1992). *Pour un enseignement stratégique : L'apport de la psychologie cognitive*. Québec: Éditions Logiques.

Annexe 1: Le texte à résumer

Influence psychologique des couleurs dans le marketing web

Consciemment ou inconsciemment, les **couleurs** qui nous entourent affectent quotidiennement notre perception des choses, notre humeur et notre comportement. Le **marketing** n'y fait pas exception ! Dans tous les aspects du design, du logo en passant par la conception du site web, chaque couleur influence la perception qu'a le consommateur d'une marque et des valeurs qu'elle défend.

Bien utilisée, une couleur peut transmettre un message spécifique et générer différents sentiments. Une couleur a même le pouvoir d'améliorer les conversions en attirant l'attention et en déclenchant les bonnes émotions. Comprendre la psychologie des couleurs dans le marketing, c'est maîtriser un outil pouvant être utilisé pour optimiser l'identité visuelle de sa marque, capturer l'attention des clients et améliorer l'expérience utilisateur.

Bien entendu, le lien entre couleur et émotion est complexe. La psychologie de la couleur en marketing n'est pas toujours une science exacte, car les significations des couleurs sont le résultat de nombreux facteurs tels que: les expériences personnelles; le genre; les tendances politiques; le contexte; les différences culturelles, etc.

Des études révèlent qu'en tant que consommateurs, nous préférons les marques

reconnaissables, ce qui rend la couleur incroyablement importante lors de la création d'identité de marque. Il a même été suggéré que les nouvelles marques devraient, pour leur logo, cibler spécifiquement des couleurs qui les différencient des concurrents historiques. Autrement dit, si la concurrence utilise le bleu, vous vous démarquerez en utilisant le violet. Le contexte dans lequel travaille une entreprise s'impose donc comme une considération absolument essentielle. Sans ce contexte, choisir une couleur plutôt qu'une autre n'aura pas grand sens, et rien ne prouve que l'utilisation de l'orange plutôt que du rose incitera les gens à acheter un produit. C'est le sentiment, l'humeur et l'image que votre marque crée qui jouent un rôle de persuasion. Ainsi, assurez-vous que vos couleurs renforcent votre image de marque et le message que vous souhaitez véhiculer.

Le bleu est l'une des couleurs les plus populaires dans le commerce. Elle inspire la fiabilité, offre un air de fraîcheur et encourage les sentiments de productivité, d'apaisement, de tranquillité et de confiance. Pour le web et le marketing, le bleu est utilisé: Pour les entreprises qui effectuent des soins de santé ou des transactions monétaires (banques, finances), pour les entreprises high-tech, pour les entreprises

dans le domaine du transport, du voyage et de l'évasion et pour représenter toute activité qui exige de la fiabilité et de la sécurité.



Le plus grand réseau social du monde, Facebook, a intégré le bleu dans toutes les facettes de son site. La bannière est bleue. Le

logo est bleu. Le nom de vos amis est bleu. Lorsque vous aimez quelque chose, le symbole du « pouce en l'air » devient bleu. Pour une entreprise dont les valeurs fondamentales sont la transparence et la confiance, ce n'est évidemment pas un hasard. Il ne fait aucun doute que Facebook tire parti du sentiment de calme et de sécurité de cette couleur pour rassurer ses utilisateurs lorsqu'ils partagent leurs informations personnelles.

Annexe II: le découpage du texte selon l'analyse hiérarchique et la méthode des juges

Un.	Enoncé PDN
UN1	Influence psychologique des couleurs dans le marketing web
UB2	Consciemment ou inconsciemment, les couleurs qui nous entourent affectent quotidiennement notre perception des choses, notre humeur et notre comportement.
	Le marketing n'y fait pas exception !
SUB1	Dans tous les aspects du design, du logo en passant par la <u>conception du site web</u> , chaque couleur influence la perception qu'a le consommateur d'une marque et des valeurs qu'elle défend.
UB3	Bien utilisée, une couleur peut transmettre un message spécifique et générer différents sentiments.
UB4	Une couleur a même le pouvoir d'améliorer les conversions en attirant l'attention et en déclenchant les bonnes émotions.
UB5	Comprendre la psychologie des couleurs dans le marketing, c'est maîtriser un outil pouvant être utilisé pour optimiser l' <u>identité visuelle de sa marque</u> , capturer l'attention des clients et améliorer l'expérience utilisateur.
UB6	Bien entendu, le lien entre couleur et émotion est complexe.
UB7	La psychologie de la couleur en marketing n'est pas toujours une science exacte, car les significations des couleurs sont le résultat de nombreux facteurs.
SUB2	tels que: les expériences personnelles; le genre; les tendances politiques; le contexte; les différences culturelles, etc.
UB7	Des études révèlent qu'en tant que consommateurs, nous préférons les marques reconnaissables, ce qui rend la couleur incroyablement importante lors de la <u>création d'identité de marque</u> .

UB8	Il a même été suggéré que les nouvelles marques devraient, pour leur logo, cibler spécifiquement des couleurs qui les différencient des concurrents historiques.
SUB3	Autrement dit, si la concurrence utilise le bleu, vous vous démarquerez en utilisant le violet.
UB9	Le contexte dans lequel travaille une entreprise s'impose donc comme une considération absolument essentielle.
UB10	Sans ce contexte, choisir une couleur plutôt qu'une autre n'aura pas grand sens, et rien ne prouve que l'utilisation du orange plutôt que du rose incitera les gens à acheter un produit.
UB11	C'est le sentiment, l'humeur et l'image que votre marque crée qui jouent un rôle de persuasion.
UB12	Ainsi, assurez-vous que vos couleurs renforcent votre image de marque et le message que vous souhaitez véhiculer.
UB13	Le bleu est l'une des couleurs les plus populaires dans le commerce.
UB14	Elle inspire la fiabilité, offre un air de fraîcheur et encourage les sentiments de productivité, d'apaisement, de tranquillité et de confiance.
UB15	Pour le web et le marketing, le bleu est utilisé: pour les entreprises qui effectuent des soins de santé ou des transactions monétaires (banques, finances), pour les entreprises high-techs, pour les entreprises dans le domaine du transport, du voyage et de l'évasion et pour représenter toute activité qui exige de la fiabilité et de la sécurité.
UB16	Le plus grand réseau social du monde, Facebook, a intégré le bleu dans toutes les facettes de son site.
SUB4	La bannière est bleue.
SUB5	Le logo est bleu.
SUB6	Le nom de vos amis est bleu.
SUB7	Lorsque vous aimez quelque chose, le symbole du « pouce en l'air » devient bleu.
UB17	Pour une entreprise dont les valeurs fondamentales sont la transparence et la confiance, ce n'est évidemment pas un hasard.
UB18	Il ne fait aucun doute que Facebook tire parti du sentiment de calme et de sécurité de cette couleur pour rassurer ses utilisateurs lorsqu'ils partagent leurs informations personnelles.