

Dr. Parviz Behrouzi Ph.D (Islamic Azad University, Garmsar)

Hamideh Zoubin M.A. (Islamic Azad University, Garmsar)



The Relationship Between EQ and Iranian Intermediate EFL Learners' Performance on Cloze Test

چکیده

در این پژوهش، علاوه بر بررسی رابطه‌ی هوش عاطفی و نتایج آزمون کلوز در زبان آموزان ایرانی دوره‌ی متوسطه، محققان کوشیده‌اند، تأثیر جنسیت بر هوش عاطفی را بررسی کنند. به عبارت دیگر، آنان بررسی کرده‌اند که آیا هوش عاطفی زنان و مردان تفاوتی دارد یا خیر. و اگر تفاوت وجود دارد، در کدام یک از شاخص‌های هوش عاطفی است.

برای رسیدن به این اهداف، از بین ۲۹۰ نفر زبان آموز ایرانی، ۱۸۰ زبان آموز متوسط انتخاب شدند که نیمی از آن‌ها دختر و نیمی دیگر پسر بودند. تعداد مساوی دختران و پسران در این تحقیق مهم بود، زیرا محقق می‌خواست هوش عاطفی زنان و مردان را با یکدیگر مقایسه کند.

برای انجام کار، دو آزمون که یکی آزمون هوش عاطفی «بار-آن» و دیگری آزمون کلوز نلسون (استاندارد شده توسط محقق) بود، به ۱۸۰ نفر انتخاب شده که دانشجوی ترم ۶، ۷ و ۸ رشته‌های ادبیات مترجمی و آموزش زبان انگلیسی بودند و تعدادی هم از زبان آموزان دوره‌ی FCE یکی از آموزشگاه‌های معتبر زبان بودند، داده شد.

نتایج این پژوهش بیانگر این نکته بود که ارتباطی قوی بین هوش عاطفی و نتایج آزمون کلوز در میان زبان آموزان ایرانی دوره‌ی متوسطه و وود چارد. یعنی هرچه نمره‌ی هوش عاطفی بالاتر باشد، نمره‌ی آزمون کلوز هم بالاتر است. هم‌چنین، مشخص شد که هوش عاطفی زنان از مردان بالاتر است. در بررسی شاخص‌های هوش عاطفی هم محققان دریافتند، زنان و مردان در همه‌ی شاخص‌های آن با یکدیگر متفاوت نیستند، بلکه فقط در شاخص‌های حرمت ذات، خودآگاهی هیجانی، انعطاف‌پذیری و واقعیت‌آزمایی با یکدیگر تفاوت معنی‌داری دارند. پس می‌توان نتیجه گرفت که هوش عاطفی را باید در آموزش زبان هم مورد توجه خاص قرار داد.

کلیدواژه‌ها: هوش عاطفی، آزمون کلوز نلسون، آزمون هوش عاطفی بار-آن

on apprend la langue. Le logo est donc un objet de transfert de connaissances et de savoirs.

Conclusion:

Notre travail consiste à apporter une contribution positive en proposant le recours à un document authentique 'ludo-éducatif', susceptible d'assurer aux apprenants une transmission de savoirs, sous une forme souple et efficace voire les amener à apprendre sans s'ennuyer. Le logo peut susciter l'intérêt des apprenants; il représente un document qui leur est familier, qu'ils rencontrent fréquemment en dehors de la classe. Dans cette optique, nous avons mis l'accent sur l'importance de l'apprentissage avec ce document, car l'apprentissage d'une langue étrangère repose essentiellement sur la connaissance des règles culturelles et sociales, qui servent pour s'exprimer et communiquer oralement ou par écrit, pour améliorer la compréhension... etc.

En d'autres termes, la compétence communicative d'un apprenant relève de sa connaissance des éléments verbaux et non verbaux dans l'interaction langagière et sa capacité à manipuler ces mêmes signes afin de pouvoir prendre la parole et de s'adapter à son interlocuteur dans une situation de communication réelle. Nous avons constaté que tous les logos n'ont pas forcément une valeur pédagogique.

De même les aptitudes sur lesquelles l'enseignant peut travailler sont multiples: compréhension orale, expression orale, compréhension écrite et expression écrite. C'est à l'aide de ces compétences et de ces aptitudes que l'apprenant sera amené vers la performance, c'est-à-dire la réalisation de ses compétences. Pendant

longtemps, l'apprentissage d'après le document-logo était considéré comme l'acquisition implicite ou en contexte car on jugeait qu'il n'était pas nécessaire de consacrer du temps ou de méthode clairement axées sur cet apprentissage.

En effet, nous avons insisté sur le fait que le logo est un objet socioculturel très riche qui constitue un rapport texte- image. C'est ce qui d'ailleurs a rendu double la visée de notre recherche: d'une part, les logos constituent un lieu privilégié où les aspects socioculturels peuvent se présenter et nous faire signe et nous inciter à la réflexion; et de l'autre, ces mêmes logos contiennent des aspects sémio-linguistique qui en font un lieu privilégié de l'apparition des signes et de manifestation langagière. Ce qui les transforme en un objet de communication et d'interaction.

Ainsi la simulation globale effectuée à partir du logo touristique où apparaissent la Tour Eiffel et la Pyramide a constitué une tâche didactique intéressante pour nos apprenants.

Bibliographie

- Floch J. M., 1995. **Identités visuelles**, Paris, Presses universitaires de France.
- Hirschsprung N., 2005. **Apprendre et enseigner avec le multimédia**, Paris, Hachette.
- Lancien J., 1998. **Le multimédia**, Marie-Christine Couet-lannes.
- Viallon V., 2002. **Images et apprentissages**, Paris, Harmattan.

Sites d'Internet:

- www.algoritme.org, Leboutte, 2001.
- www.altavista.fr, Durand, 1970.

Le logo en tant que document authentique

Les apprenants peuvent se diviser en deux groupes, ceux qui préfèrent visiter la tour Eiffel et ceux qui préfèrent visiter La Pyramide:

- imaginer le voyage par groupe ou individuel
- le temps du voyage (à quelle période)
- lieu de résidence (où ils ont été logés)
- visite de la Tour (individuelle/en groupe)
- l'historique de la Tour
- visite effectuée de la Pyramide
- visiter la Pyramide
- visiter la Pyramide sans être en Egypte
- deux monuments touristiques appartenant à une même culture et se trouvant au même lieu
 - rappel historique (histoire de la France, celle de l'Egypte)
 - rappel culturel (chaque élément peut être symbole de quoi?).

Même on peut demander aux apprenants d'écrire la carte d'identité de chaque pays.

L'emploi de ces documents authentiques, y compris, le logo, est une priorité et les enseignants ont un rôle majeur à s'en servir. Le logo entraîne une transformation de leurs propres pratiques, habitudes et aussi une modification radicale du sens qu'ils donnent à leur métier. Ainsi, les

activités que l'on peut extraire des logos, sont:

1. activité du vocabulaire: du vocabulaire déjà pratiqué aux nouveaux vocabulaires comme monument, tombeau, triangle, sommet, point, rêve, temple...

2. activité discursive: inventer un récit du voyage imaginaire ou réel à partir du logo de la Pyramide et de la Tour Eiffel. Se renseigner sur les Pharaons d'Egypte. Comparer la pyramide de L'Egypte avec celle du Louvre. Préciser de quoi sert la pyramide de l'Egypte.

3. activités interactionnelle et co-construction du sens. Les apprenants entrent en interaction et participent tous ensemble dans la construction du sens commun du logo et du rapport qu'il peut y avoir entre la Pyramide et la Tour Eiffel.

4. activités de la tâche consistant à co-actionner pour agir ensemble dans un cours de langue: Faire le projet commun d'un voyage organisé. Imaginer et faire l'activité d'un Office du tourisme.

Dans l'ensemble, les logos sont l'occasion de travailler non seulement sur un document authentique en tant que tel mais aussi sur les représentations d'une autre culture, les aspects historiques et les rapports sociaux d'un pays dont

informations et des opinions, élaborer des textes dans l'étape de production écrite.

La phase de préparation est très importante, c'est l'occasion de mobiliser efficacement ce que l'apprenant a appris, mais c'est l'occasion de se montrer créatif et autonome et pour cela il doit être capable d'évaluer ses besoins ponctuels en vocabulaire et en grammaire.

La Recherche: — — — — —

Le logo ouvre la voie pour d'autres découvertes en voyant l'image. L'apprenant doit chercher les informations qui lui permettront de mieux connaître et comprendre les valeurs culturelles, les comportements et la vie quotidienne dans différents pays où l'on parle français et on peut même comparer à sa propre identité culturelle, à ses expériences de la vie pour mieux comprendre ces nouvelles réalités culturelles.

La Simulation: — — — — —

Il s'agit en fait, comme dans toute simulation, d'amener l'apprenant à jouer un rôle et à agir en fonction d'une histoire qu'on lui raconte, en lui donnant toutes sortes d'éléments nécessaires à l'exécution de sa tâche. Pour les apprenants, une histoire interactive doit permettre de donner envie d'agir, d'aider à agir et de les guider à prélever l'information pertinente avant qu'ils n'interviennent dans un dialogue.

Comme on le sait les activités centrées, sur la compréhension doivent mener l'apprenant d'une compréhension globale à une compréhension détaillée en favorisant selon le logo des comparaisons et des inférences et en tirant parti des analogies et des dissemblance que présentent ces documents. La dimension culturelle est d'autant plus abordée, ce type de produit donne souvent lieu à des déclinaisons dans différentes langues.

La simulation consiste à impliquer l'apprenant

en lui proposant de jouer un rôle et ce dans différents contextes. Il peut s'agir d'une véritable histoire. La simulation permet d'abord de ne pas considérer la langue comme une fin en soi mais comme un outil de communication qui sert à agir.

Dans les logos, la langue sert comme un moyen d'accès à différents types d'univers et d'informations (scientifique, artistique et historique) c'est là un premier avantage. Un deuxième avantage concerne la variété que présentent les logos. La véritable originalité de ces documents réside dans le fait qu'ils marient authentique et didactique.

Par exemple le logo qui présente la Tour Eiffel en même temps que la Pyramide, peut nous aider à construire une simulation sur des voyages à deux lieux différents: la France et l'Egypte.



courbes: logo» (Floch, 1995: 91).

Leur densité sémantique est un avantage pour l'apprentissage car elle va faciliter l'accès au sens du document. Cette spécificité se révèle efficace, particulièrement avec des apprenants de niveau moyen et avancés, car le prélèvement d'information dans le canal visuel est rapide.

Par sa thématique, le logo est proche de la réalité culturelle et sociale. Le thème du transport peut donner lieu à des échanges hors du contexte d'apprentissage car il fait partie des conversations ordinaires. De nos jours, «c'est la Co-construction du sens qui est mise en avant, c'est - à - dire que le message est soumis à des procédures d'inférences et de désambiguïsation» (*Ibid.*: 92).

Exploitation pédagogique du document-logo:

La fonction illustrative permet d'apporter, grâce au logo de nouveaux exemples à un thème déjà connu par l'apprenant. Le logo sert alors à activer ou réactiver les connaissances de l'apprenant et à apporter des matériaux linguistique nouveau et authentique, surtout, à intégrer tous ses éléments dans un cadre motivant pour les apprenants. «La fonction déclencheur propose des activités d'expression, de formulation d'hypothèses qui seront ensuite confrontés aux données contenues dans les logos. Enfin, la fonction motrice constituera le tremplin à une communication orale et écrite» (Lancien, 1998: 73).

Les potentialités du logo font en effet qu'il ne suffit pas d'avoir accès à de l'information pour construire, à partir de celle-ci, de la connaissance, dans le domaine de la formation, que ce savoir soit d'ordre théorique ou plus pratique (savoir-faire).

Elles supposent des opérations de reconnaissance, d'interprétation, de mise en relation et de transferts. Apprendre ne peut pas se réduire à traiter de l'information et que la construction de la connaissance se fait à travers

une relation à l'autre dans des interactions pour lesquelles les composantes culturelles, psychologiques et sociales sont essentielles.

L'approche par logo transforme la classe en un espace où la communication est aussi vivante que dans le monde extérieur où les échanges d'expériences entre les apprenants sont constants parce que proches de la réalité quotidienne où naît un véritable dynamique de groupe. L'intérêt et la motivation des apprenants s'en trouvent tout naturellement décuplés.

Effets pédagogiques du logo dans les classes de langues; — — — — —

L'Interaction:

En général, le logo propose de petites activités de découverte du vocabulaire. L'image est très importante, elle va aider les apprenants à comprendre les textes et le vocabulaire.

Les connaissances préalables dans d'autres domaines (autre langue, autres matières) et l'expérience du monde sont aussi des ressources utiles pour aborder l'apprentissage du FLE.

Les apprenants doivent toujours travailler avec une ou plusieurs personnes et ceci va leur permettre de développer leurs capacités d'interaction en français.

L'enseignant en utilisant des logos en tant que document non fabriqué pour la classe demande de réfléchir et d'analyser le fonctionnement d'une image avec le texte et ce travail de réflexion aidera les apprenants à mieux comprendre. En ce qui concerne l'interaction, on doit rappeler qu'au plan social, c'est une caractéristique des relations humaines qui permet à une personne de réagir et de s'adapter en fonction des réactions de son interlocuteur.

La Coopération: — — — — —

Le travail ou plutôt la recherche sur le logo est une tâche en coopération: on va échanger des

et des projets humanitaire) et encore de découvrir des aspects de différentes cultures.

L'objectif fonctionnel consiste à faire repérer, sélectionner et comparer des informations, rédiger une biographie, demander des informations, exprimer ses goûts et ses préférences et même rédiger un message informatif court. L'objectif culturel s'attache à faire découvrir une région, connaître un personnage historique et se familiariser avec les choses intéressantes.

La multiréférentialité intra (à l'intérieur des textes) et intertextuelle (entre les textes) représenterait un premier type qui permet sur ce support de mettre en rapport une œuvre (littérature, musicale ou plastique) avec ses sources, sa genèse, ses différentes versions, ses réseaux référentiels et d'associations thématiques (ibid.: 27).

La multiréférentialité contextuelle permet de son côté de mettre en rapport un sujet donné avec tous les éléments qui, dans un contexte proche ou plus lointain, peuvent aider à mieux le comprendre.

Par exemple, dans le logo de Jean d'Arc ou même la Pyramide, à côté des faits historiques, l'apprenant sera incité de chercher les autres documents qui rendent compte des dimensions économiques, sociales et culturelle liées à cette histoire.

Avec la multiréférentialité associative, le logo tire profit de sa bicanalité en présentant sur un même support des œuvres picturales et historiques et même culturelles à propos desquelles sont proposés des parcours associatifs.

De tels produits qui consistent à rapprocher écrivains, peintres, historiens et sociologues cherchent à toucher aussi le grand public.

«On pourrait enfin parler de multiréférentialité créative, lorsque celle-ci s'inscrit dans un processus de création. Il ne s'agit plus alors de proposer des liens par rapport à un thème donné ou de présenter des associations entre des œuvres préexistantes mais bien d'inscrire la

multiréférentialité dans l'écriture même d'une œuvre» (Ibid.: 28).

La théorie d'Apprendre à apprendre: — — —

Lors d'un apprentissage en groupe, l'interrelation entre les apprenants est aussi importante que l'authenticité de la langue. Il s'agit d'inciter les apprenants à s'engager entièrement (émotions, sentiments), et à être réceptif aux interactions avec les autres. «Un apprentissage à l'aide des logos orienté vers la responsabilisation de l'apprenant peut aider à l'apprentissage de l'autonomie, c'est-à-dire un apprentissage qui ne se limite pas à des compétences langagières, mais mène l'apprenant à apprendre à apprendre» (Hirschsprung, 2005: 56).

L'apprenant doit s'entraîner à penser en langue étrangère et la pratiquer oralement sans recourir systématiquement à l'écrit; la grammaire s'étudie de façon implicite, en ce sens qu'elle vient alimenter la priorité donnée à la conversation.

Par ailleurs, les logos proposent des activités variées qui amènent l'apprenant à se familiariser avec les vecteurs culturels (Proxémiques et kinesthésique de la diffusion d'un message). «On ne demande plus aux apprenants simplement de comprendre pour comprendre, mais de formaliser ses acquis au service d'une production qui s'assure du nécessaire transfert des compétences» (Ibid.: 56).

Le scriptovisuel, Les signes visuels: — — —

Les logos sont plus ou moins riches en éléments scriptovisuels, c'est - à - dire ce qui relève des signes linguistiques écrits sur ou dans l'image. Les signes scriptovisuels apportent un condensé d'informations supplémentaires sous une forme particulière, ce qui est didactiquement intéressant. «Les signes scriptovisuels relèvent du langage écrit (sous forme de titres) mais aussi de la représentation symbolique (pictogramme, ligne et

à un texte écrit dans le cadre d'une illustration, d'une adaptation.

Le logo en tant que document authentique:

Les relations image - texte sont un des éléments moteur pour la compréhension du message, le document authentique sert alors d'effet 'modélisateur', c'est - à - dire capable d'élaborer chez l'apprenant de nouvelles images mentales (Viallon, 2002: 54).

Or la connaissance des règles de communication pour l'apprenant étranger est essentielle ainsi que la confrontation à ces documents: l'apprenant en a besoin pour l'internalisation, ou l'accession à la maîtrise des savoirs et savoir-saire qui constituent la compétence visée. Il s'agit de mettre en regard les spécificités des images avec les objectifs d'apprentissage d'une compétence communicative et de «développer une méthodologie à partir de la construction des signes visuels et scripto-visuel dans leur dimension iconique, proxémique, kinésique et filmique» (*Ibid.*: 54).

Ces signes développent une grande variété de modèle langagier, ils sont aptes à sensibiliser l'apprenant aux différents usages de la langue, aux conditions de production chaque fois particulières et à la multiplicité des paramètres extra-linguistiques (*Ibid.*: 54).

La communication en situation d'apprentissage est à penser en termes de médiation (intervention pour mettre en relation des personnes, intervenir dans les affaires d'autrui), qui englobe à la fois la relation au savoir et les relations interpersonnelles.

Les caractéristiques du logo: — — — — —

Le courant méthodologique communicatif privilégie la dimension communicationnelle en langue étrangère. Pour communiquer, l'être humain utilise ses sens. Les particularités des logos sont de solliciter au premier regard, un sens: la vue (par les images, formes, couleurs, texte). «On

mémorise d'autant mieux un message lorsqu'on le voit et même davantage si on le produit» (Lancien, 1998: 20).

Il semble donc que le recours à ce document permettant d'activer conjointement l'un des cinq sens de perception et de sensation, ait un effet positif indéniable sur le développement des compétences de communication, en particulier en ce qui concerne la dimension réceptive, celle de la compréhension.

D'autre caractéristique susceptible de favoriser l'apprentissage d'une langue étrangère est la bicanalité; cette caractéristique désigne les interactions entre les images qui est plutôt l'image fixe (mode iconique) et le texte (mode linguistique). «Le mode iconique recouvre les images fixes, les icônes. Le mode linguistique inclut les supports textuels» (*Ibid.*: 20).

L'intérêt de cette présence à multiple facettes, en termes cognitifs est précieux pour l'apprentissage des langues, puisqu'il permet à l'apprenant non seulement d'utiliser le canal de communication qui lui convient le mieux à un moment donné de son apprentissage mais aussi de développer des capacités cognitives qu'il ne sollicite pas habituellement en recourant aux autres canaux proposés par le produit.

La multiréférentialité est une autre caractéristique essentielle du logo. Elle rend possible la diversification et la multiplication des sources d'informations à partir d'un thème donné. Cette caractéristique, c'est la mise en rapport d'un univers avec ses sources, sa création, ses différentes versions, ses réseaux référentiels et thématiques. «Elle constitue donc virtuellement la possibilité de voyager dans le temps et dans l'espace (référents géographiques, temporels, historiques)» (*Ibid.*: 27).

Cette caractéristique apparaît clairement dans le logo où l'apprenant est invité à voyager dans le monde, dans le temps (passé, présent et futur) et même parfois dans l'histoire (histoire des créations

PIAGET; en particulier lorsqu' une personne construit sa connaissance au fil d'interactions continues avec les objets et phénomènes environnants "théorie de constructivisme". (www.algorithme.org, Leboutte, 2001:1)

Un logo est en général une marque écrite à l'aide d'une fonte de caractère spéciale, et disposée d'une manière particulière, mais lisible. Chaque logo comprend une image plutôt fixe et quelque fois accompagnée d'une phrase (écriture) ou des lettres ou même des mots. Le logo crée un contexte de communication où les élèves vont réutiliser tout ce que le professeur leur a appris au paravent. Même il leur fournit des informations (grâce à l'image ou l'écriture qui parfois l'accompagne) sur le monde et les invite à réfléchir aux caractéristiques des cultures en contact et propose des activités proches de la réalité hors de la classe.

Logo favorise l'apprentissage: —————

Le logo n'est pas lié à une mode ou à une tendance momentanée. La valeur intemporelle du logo réside dans le fait qu'il favorise le

développement de la réflexion formelle et la résolution de problème, qu'il encourage les étudiants à explorer, à apprendre et à réfléchir.

En plus, il se prête à l'approche de l'utilisation du logodansia classe l'utilisation du logodans nombreuses disciplines comme les mathématiques, la physique, la robotique, le graphisme et le multimédia. «La pratique du logo constitue aussi une sensibilisation gènérique aux différents concepts informatiques qui permettra aux élèves d'être des utilisateurs éveillés des outils informatiques d'aujourd'hui et de demain» (www.altavista.fr, Durand, 1970).

Le logo en particulier a sa place dans les principales finalités de l'enseignement des langues: acquisition d'une culture et épanouissement de la personnalité, mais aussi maîtrise et développement de l'esprit critique car il en est des logos comme des textes: les logos peuvent être envisagées pour eux-mêmes mais aussi comme moyen de l'acquisition des compétences fondamentales.

Le logo peut également être utilisé pour élaborer un récit (oral ou écrit) ou être envisagé en référence



Résumé

Aujourd'hui les didacticiens sont unanimes sur l'efficacité du rôle des documents authentiques qui ne sont pas destinés pour la classe ou pour l'étude de la langue. Le rôle interactionnel desdits documents favorise l'apprentissage en transformant l'atmosphère stricte de la classe en un lieu attirant et fécond.

Le Logo est un langage qui présente le monde extérieur à l'aide des signes. Plus important, il est un langage qui mène l'apprenant à apprendre à apprendre. Maîtriser une langue, en s'exprimant oralement ou par écrit, sont autant de connaissances que doit posséder le sujet mais surtout pouvoir s'exprimer dans la communauté et savoir l'utiliser et le réemployer à bon escient. Le logo en tant que document authentique situe l'apprenant dans les situations réelles qui les encourage à réactiver les connaissances passives, à explorer, à apprendre à apprendre et à réfléchir.

En effet les logos constituent un rapport texte-image qui en font à la fois un objet de sens avec des qualités pédagogiques exploitable en classe de langues.

Mots clés: Document authentique, logo, apprentissage/enseignement, interaction, culture, image...

Introduction

L'image est omniprésente dans le monde d'aujourd'hui. Elle est partout autour de nous et elle occupe dans les Programmes récents une place importante en tant que document authentique, support d'apprentissage et objet d'étude.

L'utilisation des documents iconiques en classe présente de nombreux avantages; ils sont agréables à l'œil, constituent une source de motivation et facilitent le processus de mémorisation, de compréhension et de production de langues étrangères.

D'autant plus que les logos peuvent être considérés comme le lien privilégié de production et de transmission de deux types de savoirs, savoir-faire et savoir-être.

En fait, le logo possède des caractéristiques formelles qui lui confèrent la capacité d'attirer l'attention des apprenants et de les motiver par la suite. C'est ainsi que le logo garde sa place comme support d'activité souvent associé à l'acquisition des compétences langagières, car les documents iconiques servent d'appui, soit comme illustration d'un propos, soit comme un aboutissement à un mot à retenir, ce qui permettra à l'apprenant d'avoir un vocabulaire très riche.

Pouvoir identifier les éléments de la langue, connaître les règles d'organisation de ces éléments, comprendre et savoir comment produire un énoncé (oral ou écrit), surtout pouvoir s'exprimer dans la communauté et savoir l'utiliser et le réemployer à bon escient sont autant de connaissances que doit posséder le sujet.

En effet, tout au long de cet article, nous nous efforcerons de démontrer la façon dont le logo peut aider l'apprenant dans son processus d'apprentissage. Nous nous intéressons donc à savoir dans quelle mesure le logo peut être conçu comme un document authentique et quels sont les effets qu'il est capable d'exercer sur l'apprenant. Les logos constituent un rapport texte-image qui en font à la fois un objet de sens avec des qualités pédagogiques exploitable en classe de langues.

Qu'est-ce que le Logo:

Le Logo est un signe distinctif dont la forme et la couleur ont une importance aussi générale que le référent. La quasi-totalité des logos sont une combinaison de signes iconiques et verbaux. Plus important, le logo est un langage conçu pour favoriser l'apprentissage, selon les idées développées par le psychologue suisse Jean