



ANALYSE DU PAYSAGE LINGUISTIQUE FRANÇAIS À TRAVERS LA SÉRIE EMILY IN PARIS SAISON 1 : REPRÉSENTATION DANS L'ESPACE DU NUMÉRIQUE

Fani Safitri¹, Elvi Citraresmana²

^{1,2}French Studies Program, Faculty of Humanities, Universitas Padjadjaran, Indonesia

*Corresponding Author

Email:

fani25003@mail.unpad.ac.id

elvi.citraresmana@unpad.ac.id

Received: 30 November 2025

Revised: 3 December 2025

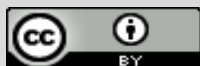
Accepted: 14 December 2025

Online: 27 December 2025

Published: 27 December 2025

Franconesia: Journal of
French Teaching, Linguistics,
Literature and Culture

E-ISSN: 3021-8233



Keywords

Kartini, women in the diaspora,
transnational feminism

RÉSUMÉ

Les films en série peuvent être un moyen de promouvoir un pays grâce à des prises de vue soignées et esthétiques, incitant le public à participer comme s'il était à Paris. La saison 1 d'Emily In Paris présente de bonnes prises de vue et un choix de lieux de tournage qui mettent en valeur la beauté de la France avec des paysages extraordinaires. Cette étude analyse le paysage linguistique de la série Emily in Paris (saison 1) à travers le cadre théorique du paysage linguistique (Landry & Bourhis, 1997 ; Shohamy & Gorter, 2009) et le concept de marchandisation de la langue (Heller, 2010). Cette étude utilise une approche qualitative avec la méthode d'analyse multimodale du discours (Kress & van Leeuwen, 2001). Les données proviennent de captures d'écran de panneaux publics, de transcriptions de dialogues et de mises en scène visuelles de la série. Les résultats montrent que le français est représenté comme un symbole d'authenticité, de prestige et d'identité culturelle. Cette représentation construit un paysage linguistique numérique dans lequel Paris apparaît non seulement comme un espace local, mais aussi comme un produit culturel mondial destiné à une consommation internationale. Cette étude met ainsi en évidence la nécessité d'intégrer la dimension numérique dans l'analyse des paysages linguistiques contemporains..

Available online at
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/franconesia>



Introduction

L'étude des paysages linguistiques est devenue un domaine d'étude important en sociolinguistique et en sémiotique visuelle. Ce concept a été introduit systématiquement par Landry et Bourhis (1997), qui ont défini les paysages linguistiques comme l'utilisation du langage dans l'espace public, à travers la signalisation, les panneaux de signalisation, la publicité et



diverses autres formes de texte visuel présentes dans l'environnement quotidien. Les langues qui émergent dans les paysages urbains reflètent non seulement les pratiques de communication, mais aussi les idéologies, les identités et les rapports de pouvoir qui sous-tendent leur sélection et leur positionnement. Ainsi, les paysages linguistiques reflètent les dynamiques sociales et culturelles de la société.

Dans le contexte de la mondialisation, les frontières entre espace physique et espace numérique s'estompent de plus en plus. Le langage est désormais présent non seulement sous forme d'écriture sur les rues ou les bâtiments, mais aussi visuellement représenté par des médias numériques tels que les films, les séries télévisées, les publicités en ligne et les réseaux sociaux. Ce phénomène marque l'émergence des paysages linguistiques numériques, une nouvelle forme de représentation du langage qui transcende les frontières géographiques et met en avant l'identité culturelle auprès d'un public mondial. La représentation de la langue dans les médias numériques prend une importance croissante, car les médias jouent un rôle majeur dans la perception et l'image de la culture d'une nation.

Un exemple intéressant de ce phénomène est la série Netflix *Emily in Paris* (2020), réalisée par Darren Star. La série suit la vie d'Emily Cooper, une jeune Américaine travaillant pour une agence de marketing à Paris. À travers son adaptation au monde du travail et à l'environnement social français, les spectateurs découvrent diverses représentations culturelles et linguistiques qui reflètent l'interaction entre deux idéologies linguistiques : le pragmatisme et la rapidité américains, d'un côté, et l'exclusivité et l'élégance françaises de l'autre.

La série dépeint Paris non seulement comme une ville romantique et à la mode, mais aussi comme un espace social multilingue où la langue sert de symbole de statut social, d'outil de négociation identitaire et de vecteur de commercialisation culturelle. La série illustre clairement l'utilisation simultanée de l'anglais et du français dans la signalétique, les publicités, les conversations et même les publications des personnages principaux sur les réseaux sociaux. Cette utilisation de deux langues témoigne d'une forme d'hybridation linguistique et culturelle, où les valeurs locales et mondiales interagissent et s'influencent mutuellement.

Il est intéressant de noter qu'*Emily in Paris* présente Paris non seulement comme un espace physique, mais aussi comme un espace numérique représentatif. Les scènes mettant en valeur la langue et la culture françaises sont présentées de manière à les rendre accessibles au public international via les plateformes de streaming mondiales. Cela illustre comment les représentations du paysage linguistique ont évolué du contexte local vers le contexte mondial et numérique. Le français n'est pas seulement un moyen de communication dans la série, mais aussi un bien culturel qui véhicule l'image d'une France élégante, romantique et sophistiquée.

Dans le contexte de la théorie de la multimodalité (Kress & van Leeuwen, 2006), chaque élément visuel et verbal de cette série joue un rôle dans la construction du sens. La combinaison du texte (écriture, signalétique et dialogue), des visuels (couleur, mode, architecture urbaine) et du contexte social forme un discours visuel complexe. L'analyse multimodale permet de comprendre comment les significations de l'identité linguistique et culturelle française se construisent, se négocient et se diffusent à travers les médias numériques.

L'étude de Lou (2016), « Le paysage linguistique de Chinatown », introduit une approche ethnographique multimodale, combinant texte et visuels pour analyser le paysage urbain. Lou a constaté que le paysage linguistique existe non seulement dans l'espace physique, mais se transforme également en espace numérique à travers les médias sociaux et les représentations en ligne. Cependant, cette étude s'est concentrée sur le contexte de la communauté ethnique chinoise en Amérique, plutôt que sur les représentations culturelles européennes ou les médias mondiaux comme le cinéma. Contrairement aux études précédentes qui se concentraient sur les espaces publics physiques, cette étude examine le paysage linguistique dans les espaces numériques et cinématographiques, en particulier à travers la série *Emily in Paris* Saison 1. Les médias audiovisuels tels que les séries télévisées présentent une nouvelle forme de paysage linguistique, où la langue, le texte et les visuels se combinent pour former des significations culturelles. Cette étude offre trois nouveautés principales : Contexte numérique et mondial. Le paysage linguistique analysé ne se situe pas dans des rues ou des bâtiments réels, mais est

représenté par les séries Netflix consommées dans le monde entier.

Cela indique un glissement du paysage linguistique du lieu vers le paysage linguistique de la représentation. Approche multimodale : Cette étude utilise la théorie de la multimodalité (Kress & van Leeuwen, 2006) pour analyser comment les significations linguistiques et visuelles fonctionnent ensemble pour façonner l'image de la France. Cette approche complète les recherches précédentes qui se sont concentrées uniquement sur les textes écrits. Focus sur l'idéologie et l'identité culturelle : Cette étude décrit non seulement la langue utilisée mais examine également les idéologies linguistiques impliquées dans la série, telles que l'image de Paris comme une ville de mode, de romance et d'élite.

Cette analyse montre comment l'identité culturelle française est reconstruite pour un public mondial à travers les médias numériques. Cette recherche s'appuie sur deux théories principales : la théorie du paysage linguistique de Landry et Bourhis (1997) et la théorie du discours multimodal de Kress et van Leeuwen (2006). La théorie du paysage linguistique permet de comprendre la présence et le fonctionnement du langage dans l'espace public, notamment dans les zones touristiques où cette recherche est menée. Landry et Bourhis (1997) définissent le paysage linguistique comme la représentation visuelle du langage sous diverses formes de signes publics, tels que les panneaux, les affiches, les bannières, les indications et les publicités, qui reflètent la vitalité ethnolinguistique de la communauté locale. Ils affirment que le paysage linguistique a deux fonctions principales : informationnelle et symbolique. La fonction informationnelle se rapporte au statut et à la prédominance de la langue dans une région donnée, tandis que la fonction symbolique reflète l'idéologie, l'identité et le pouvoir social manifestés par les choix linguistiques dans l'espace public. Dans le cadre de cette recherche, la théorie de Landry et Bourhis est utilisée pour examiner comment l'utilisation de l'indonésien, des langues régionales et des langues étrangères dans les espaces touristiques reflète l'idéologie linguistique et la négociation de l'identité de la communauté locale au milieu de l'influence de la mondialisation du tourisme.

Parallèlement, la théorie du discours multimodal de Kress et van Leeuwen (2006) est utilisée pour analyser la construction du sens non seulement par le langage, mais aussi par d'autres moyens tels que les images, la couleur, la mise en page, la typographie et les symboles visuels. Kress et van Leeuwen expliquent que la communication moderne est multimodale, chaque mode contribuant de manière interdépendante à la formation du sens. Ils ont adapté trois métafonctions de la linguistique fonctionnelle systémique de Halliday : le sens représentationnel, le sens interactif et le sens compositionnel.

Ces trois dimensions permettent d'analyser la manière dont les textes visuels et verbaux interagissent pour façonner les messages idéologiques et les identités culturelles dans l'espace public. Par conséquent, cette théorie est pertinente pour la recherche sur les paysages linguistiques hybrides, car elle permet aux chercheurs d'examiner l'interrelation entre les éléments verbaux et non verbaux dans la construction des représentations sociales et culturelles dans les zones touristiques.

La combinaison de ces deux théories fournit un fondement conceptuel solide à cette recherche. La théorie du paysage linguistique permet de comprendre le rôle de la langue dans la formation de l'identité et de l'idéologie dans l'espace public, tandis que la théorie du discours multimodal étend l'analyse aux sphères visuelle et symbolique qui contribuent à la construction du sens. Grâce à cette approche intégrative, la recherche peut révéler comment les pratiques linguistiques et visuelles se concertent pour créer un paysage linguistique hybride, fonctionnant non seulement comme moyen de communication, mais aussi comme représentation sociale, économique et culturelle dans les espaces touristiques indonésiens et français.

De plus, ce phénomène est également lié à l'idéologie linguistique qui sous-tend la relation entre la France et le monde anglo-saxon. Dans de nombreuses scènes, la position défensive de la communauté française face à la domination de l'anglais est évidente, reflétant la tension entre la fierté linguistique nationale et les exigences de la mondialisation économique et culturelle. La série illustre subtilement comment les valeurs locales doivent s'adapter aux dynamiques mondiales sans perdre l'authenticité de leur identité. Ainsi, cette recherche contribue à élargir la compréhension des paysages linguistiques dans le contexte des représentations numériques,

multimodales et mondiales, un sujet peu abordé dans les recherches précédentes. Cette recherche est donc importante car elle offre une nouvelle perspective sur les paysages linguistiques, qui s'étend au-delà de l'espace physique et s'étend aux espaces numériques, devenus de nouveaux espaces de formation des identités et des idéologies culturelles. Cette étude cherche à comprendre comment le paysage linguistique français est représenté dans la saison 1 de la série *Emily in Paris*

MÉTHOD

Conception de la recherche

Selon Creswell (2014), la recherche descriptive qualitative permet de comprendre en profondeur les significations contenues dans les phénomènes sociaux, notamment la représentation du langage dans l'espace public. Dans le contexte des paysages linguistiques, cette approche permet aux chercheurs de décrire comment le langage est utilisé et affiché sur les panneaux, les bannières ou les médias numériques, ainsi que la manière dont ces formes visuelles reflètent l'idéologie, l'identité et le pouvoir social. Les chercheurs jouent un rôle essentiel : ils observent, documentent et interprètent les textes visuels et verbaux dans l'espace public afin de comprendre les significations sociales cachées derrière ces représentations linguistiques.

Cette étude utilise une méthode descriptive qualitative et une approche d'analyse multimodale du paysage linguistique (PL). Cette approche a été choisie car la recherche porte sur la manière dont le langage et les signes visuels (textes, écrits et symboles) sont utilisés pour représenter le paysage linguistique français dans les médias numériques, notamment à travers la série *Emily in Paris*, saison 1. Les méthodes qualitatives permettent aux chercheurs d'interpréter en profondeur les significations sociales, les idéologies et les représentations culturelles contenues dans les textes visuels et verbaux.

Sources de données

La principale source de données de cette étude était la saison 1 de la série Netflix *Emily in Paris*. Les dix épisodes ont été analysés, en se concentrant sur les scènes présentant des éléments du paysage linguistique français : textes écrits (enseignes de magasins, panneaux publicitaires, menus, affiches) et textes numériques (réseaux sociaux, courriels et publicités en ligne). Des données complémentaires ont également été obtenues à partir de captures d'écran.

Technique de collecte de données

Les données sont collectées selon les étapes suivantes :

1. Observations textuelles et visuelles : Regardez l'épisode dans son intégralité et notez les scènes contenant du texte français ou anglais qui façonnent le paysage linguistique numérique et physique de Paris.
2. Documentation : Réalisez des captures d'écran de toutes les scènes pertinentes présentant des signes linguistiques, tant dans les espaces publics physiques (rues, cafés, boutiques) que dans les espaces numériques (Instagram, e-mails, sites web).

Techniques d'analyse de données

L'analyse des données a été réalisée selon une approche de paysage linguistique multimodal, combinant la théorie du paysage linguistique de Landry et Bourhis (1997) et la théorie de l'analyse multimodale du discours de Kress et van Leeuwen (2006).

Les étapes de l'analyse comprenaient :

1. Identification et description : Déterminer les types et les formes de signes linguistiques qui apparaissent (par exemple : signalisation, texte sur les réseaux sociaux, publicité numérique).
2. Analyse de la langue et de l'idéologie : Analyser comment l'utilisation de la langue (français vs anglais) reflète l'idéologie linguistique, l'identité culturelle et la représentation de Paris dans les espaces numériques.
3. Analyse multimodale : Examiner l'intégration entre le texte, la couleur, les images et le

contexte socioculturel qui construit le sens dans la représentation des paysages linguistiques

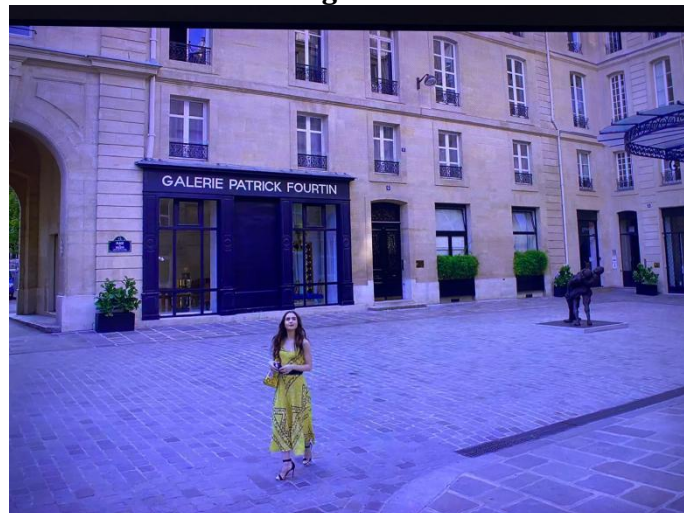
4. Interprétation de la représentation: Interpréter comment Emily in Paris représente le paysage linguistique français

RÉSULTATS ET DISCUSSION

Cette section présente et discute les principaux résultats issus de l'analyse des scènes cinématographiques, notamment en ce qui concerne la représentation de l'identité, de l'espace et des interactions culturelles. Cette discussion s'appuie sur le cadre de l'analyse du paysage linguistique et de l'analyse multimodale pour comprendre comment le langage, les visuels et d'autres éléments sémiotiques opèrent simultanément. Cette analyse vise à démontrer que l'espace cinématographique parisien fonctionne comme une plateforme complexe de négociation identitaire, où les valeurs traditionnelles se confrontent aux récits globaux et à la médiation technologique. Analyse utilisant la théorie de Kress & van Leeuwen (2006) sur l'analyse du discours multimodal.

Analyse de la signalétique 1

Figure 1



Description du contexte visuel

Cette scène représente une femme (vraisemblablement Emily, vêtue avec élégance) debout ou marchant seule dans une cour pavée parisienne. À l'arrière-plan, la façade d'un immeuble classique couleur crème, aux hautes fenêtres symétriques, caractéristique de l'architecture parisienne raffinée, domine le regard. Le point focal est la boutique ou l'institution située au rez-de-chaussée, signalée par une grande enseigne noire portant l'inscription « GALERIE PATRICK FOURTIN » en lettres capitales blanches. La présence d'un petit panneau de signalisation, d'une plante en pot et d'une statue sombre à droite renforce l'atmosphère historique, exclusive et artistique du lieu. Dans l'ensemble, cette scène place des personnages modernes dans un espace public/privé imprégné de culture artistique et d'esthétique classique.

Analyse du paysage linguistique

A. Paysage linguistique physique

Le texte principal « GALERIE PATRICK FOURTIN » sert à la fois de signifiant pour l'institution artistique et de représentation de la culture urbaine parisienne. L'utilisation du

français sans traduction souligne l'exclusivité et l'authenticité locales. Le mot « Galerie » indique la fonction du lieu en tant qu'espace d'exposition d'art, tandis que le nom « Patrick Fourtin » renvoie à la fois à son identité personnelle et à sa marque associée au monde de l'art contemporain.

La typographie blanche en lettres capitales sur fond noir crée une impression de modernité, d'élégance et de minimalisme, contrastant avec l'architecture classique environnante. D'autres petites inscriptions sur le mur, comme le panneau « Place de Valois », renforcent le contexte local et l'identité géographique singulière de Paris.

B. Paysage linguistique symbolique

Le paysage linguistique de cette scène illustre l'intersection du langage, de l'espace et de l'idéologie culturelle :

Le français devient un symbole de fierté nationale et le langage de l'art, soulignant que cet espace n'est pas seulement physique, mais aussi symbolique d'un capital culturel. L'alliance visuelle du bâtiment classique et du design moderne de la galerie crée un dialogue entre patrimoine et modernité. Les statues humaines dans les cours intérieures acquièrent une dimension symbolique supplémentaire : un art public qui embellit l'espace urbain tout en soulignant les valeurs esthétiques inhérentes à la vie parisienne.

Analyse multimodale

Cette scène combine des éléments visuels et linguistiques pour créer un récit sur le dialogue entre passé et présent.

- a. Mode visuel : Contraste esthétique : Les vêtements jaune vif à motifs modernes du personnage attirent le regard et créent un contraste saisissant avec le décor calme, neutre et massif du bâtiment classique. Ce contraste représente sémiotiquement le dialogue, voire le conflit, entre l'énergie de la modernité (le personnage) et la majesté de la tradition (l'architecture classique).
- b. Mode linguistique : Signifiant fonctionnel : Le texte « GALERIE PATRICK FOURTIN » sert de signe d'ancrage, soulignant la fonction du lieu. Sans ce texte, le bâtiment n'est qu'une façade ; avec lui, il devient une institution culturelle, renforçant le récit visuel déjà suggéré par la sculpture et l'architecture.
- c. Mode spatial : Isolement et focalisation : La position solitaire du personnage au milieu d'une vaste cour pavée met l'accent sur le sujet dans le contexte de cet espace culturel. Cela peut symboliser le voyage ou l'exploration d'un individu au sein d'un environnement vaste, souvent intimidant.

Analyse de la signalétique 2

Figure 2



Description du contexte visuel

Cette scène représente un groupe de personnes se détendant sur la terrasse du café parisien Berthillon, célèbre pour ses glaces artisanales françaises. Elles savourent des boissons, des glaces et discutent à l'ombre d'un auvent rouge portant l'inscription « Maison Fondée Berthillon » et « Sur l'Île ». En arrière-plan, les quais de Seine, avec des piétons et des immeubles classiques au loin, créent une atmosphère parisienne à la fois détendue et romantique.

Les couleurs chaudes du soleil de l'après-midi, les chaises en rotin typiques des cafés français et le paysage urbain paisible composent une scène de vie urbaine esthétiquement plaisante, empreinte de nostalgie.

Analyse du paysage linguistique

A. Paysage physique et linguistique

L'inscription « Berthillon » et « Sur l'Île » figure en évidence sur l'auvent du café :

« Berthillon » est une marque locale emblématique, mondialement reconnue comme symbole de qualité et d'authenticité françaises. La présence de ce nom sur l'auvent souligne l'identité de l'établissement et la fierté locale.

« Sur l'Île » fait référence à l'emplacement du café sur l'Île Saint-Louis, île historique au cœur de Paris.

La typographie blanche à empattements sur fond bordeaux crée un contraste élégant, soulignant l'image classique et authentique du lieu

B. Paysage linguistique symbolique

Le paysage linguistique de cette scène reflète les icônes de la culture de consommation française, où la langue et le design visuel sont des symboles de prestige et de tradition. L'usage exclusif du français renforce l'image locale et rejette l'homogénéisation mondiale. La couleur bordeaux est synonyme de luxe, de sensualité et de chaleur, en accord avec la signification sociale du mot « plaisir » dans la culture française. Le nom « Berthillon » n'est pas simplement une marque, mais un symbole de patrimoine gastronomique, un héritage culinaire source de fierté nationale.

Analyse multimodale

A. Mode visuel

La composition de l'image met l'accent sur l'activité sociale dans un espace public. Les lignes de perspective du trottoir se prolongent au loin, créant une profondeur visuelle et attirant l'attention sur le sentiment de communauté. Le regard se porte sur les tables de café soigneusement alignées le long de la rue, symbolisant l'ordre et la tradition de l'urbanisme parisien. Les vêtements colorés des personnages, notamment la robe jaune du personnage principal, contrastent avec l'arrière-plan composé de bâtiments et de marquises rouges, renforçant ainsi leur attrait visuel.

La présence de verres, de glaces et les teintes dorées des tables soulignent l'atmosphère de détente et d'hédonisme insouciant typique de la culture des cafés parisiens.

B. Mode Linguistique

Le mot « Berthillon » sert à la fois de marqueur culturel et de symbole économique.

La langue française véhicule un sentiment d'authenticité, tandis que la typographie classique symbolise la continuité entre passé et présent.

Cet élément linguistique dans l'espace public démontre comment le paysage linguistique contribue à la construction de l'identité urbaine, à travers le branding, le design et l'expérience visuelle

C. Mode Spatial

L'aménagement de la terrasse du café articule cet espace social ouvert, composante essentielle de la culture parisienne. La disposition des tables et des chaises sur la chaussée symbolise l'interaction entre espace privé et espace public, où les frontières entre les deux s'estompent. Cet espace invite aux échanges et à l'observation des passants, rituels propres à la culture des cafés français.

D. Mode Social

Les personnages, assis côte à côte, discutent et savourent leurs plats, illustrant des pratiques sociales qui renforcent les liens interpersonnels. Cette scène illustre les valeurs de convivialité et de joie de vivre propres à la vie urbaine française.

Analyse de la signalétique 3

Figure 3



Description du contexte visuel

Cette scène montre Emily prenant un selfie avec une Française devant une boulangerie portant l'enseigne « Boulangerie Moderne ». L'écran affiche également le compte Instagram

@emilyinparis, avec la mention « 5 643 abonnés » et la traduction « ABONNÉS ». Cette scène combine l'espace réel (Paris comme lieu culturel) et l'espace numérique (Instagram comme représentation de l'identité globale).

Analyse du paysage linguistique

Cette scène présente deux niveaux de paysage linguistique :

A. Paysage linguistique physique:

L'inscription « BOULANGERIE MODERNE » sur l'enseigne représente l'identité française locale. Le mot « Boulangerie » évoque les traditions culinaires et culturelles locales, tandis que « Moderne » symbolise l'adaptation à l'évolution des temps. Cette combinaison crée une image hybride mêlant valeurs traditionnelles et modernité.

B. Paysage linguistique numérique:

Le texte à l'écran – comme @emilyinparis, abonnés et 5 643 – représente l'espace numérique, témoignant de la popularité et de la visibilité de l'identité d'Emily sur les réseaux sociaux. Il s'agit d'une nouvelle forme de paysage linguistique qui se déploie dans l'espace virtuel tout en existant simultanément dans l'espace cinématographique.

La présence de trois langues – le français (« Boulangerie Moderne »), l'anglais (« abonnés ») et l'indonésien (« abonnés ») – suggère une interaction interlinguistique mondiale, marquant un espace translinguistique où se négocient les significations culturelles

Analyse multimodale

Cette scène combine différents modes sémiotiques

A. Mode visuel :

Emily et la Française affichent des expressions similaires en prenant des selfies. Ce geste symbolise l'union entre la nouvelle venue (Emily) et les Parisiens à travers la pratique culturelle populaire et mondiale du selfie.

Des éléments visuels tels que des vêtements à la mode, des chapeaux colorés et le décor classique de la boutique soulignent également le contraste entre style moderne et ambiance traditionnelle.

B. Mode linguistique :

L'enseigne et le texte numérique servent de repères, de signifiants qui contextualisent l'identité du lieu et de ses acteurs.

« Boulangerie Moderne » symbolise la localité, tandis que « @emilyinparis » évoque la globalité numérique.

C. Mode numérique :

L'interpolation cinématographique d'Instagram montre comment l'auto-représentation se manifeste non seulement dans le monde réel, mais est aussi médiatisée et amplifiée par les technologies numériques. Les mondes réel et virtuel coexistent.

Analisis Signage 4

Figure 4



Description du contexte visual

Cette scène représente la façade d'un restaurant français nommé Les Deux Compères, avec sa couleur rouge dominante et l'inscription dorée sur l'auvent : « RESTAURANT – LES DEUX COMPÈRES – BAR À VIN ». Au-dessus, on aperçoit également le panneau « Rue des Fossés Saint-Jacques ». Un homme est assis à l'extérieur du restaurant, les yeux rivés sur son téléphone, créant ainsi l'atmosphère décontractée d'un café parisien typique

Analyse du paysage linguistique

Cette scène dépeint un paysage linguistique typique de la France urbaine :

A. Paysage physique et linguistique :

L'expression « Les Deux Compères » (littéralement « Les Deux Amis ») confère une dimension sociale et intime à ce nom, évoquant un lieu de rencontre et de convivialité. Les termes « Restaurant » et « Bar à Vin » renforcent l'identité française locale, symbolisant la culture culinaire et la tradition sociale de la consommation de vin, parties intégrantes du mode de vie parisien. Le panneau « Rue des Fossés Saint-Jacques » confirme l'authenticité du lieu et renforce la représentation d'un espace culturel tangible.

B. Sémiotique du paysage linguistique :

Les couleurs rouge et or créent une impression chaleureuse, élégante et visuellement séduisante, reflétant l'esthétique française caractéristique qui allie luxe et intimité. Ce paysage linguistique remplit une fonction non seulement informative, mais aussi esthétique et idéologique, communiquant le « style de vie français » à un public international.

Analyse multimodale

Se référant à la théorie de Kress et van Leeuwen (2006), cette scène combine différents modes sémiotiques

A. Mode visuel :

La composition des couleurs rouge et or crée une saillance visuelle, attirant le regard du spectateur vers l'enseigne du restaurant. L'homme assis devant le café devient un élément vectoriel qui ajoute une dimension sociale et narrative, reliant l'espace public parisien au quotidien de ses habitants. La disposition des chaises en rotin, typiques des cafés français, renforce la représentation authentique de l'atmosphère locale.

B. Mode linguistique :

L'écriture française sert de repère, soulignant l'ancrage local et rejetant la domination de

l'anglais, langue mondiale. Elle symbolise la fierté de la langue et de la culture françaises dans un contexte de mondialisation. Aucune traduction anglaise n'est affichée, reflétant une conception de la langue qui valorise l'autonomie linguistique et l'identité nationale.

C. Mode spatial :

L'espace ouvert du café et les tables en terrasse illustrent des valeurs sociales typiquement françaises : ouverture, interaction sociale et respect de l'espace public. Cette scène met également en valeur le café comme un « espace semi-public » où se négocient les identités sociales, entre sphère privée et sphère publique, entre tradition et modernité

Analyse de la signalétique 5

Figure 5



Description du contexte visuel

Cette scène montre Emily et ses amis assis à la terrasse d'un café nommé La Maison Rose. Le bâtiment, d'une douce couleur pastel, présente des fenêtres vert menthe et une écriture cursive artistique. L'agencement des tables et des chaises, sur les pavés de Montmartre, à Paris, crée une atmosphère chaleureuse et détendue.

Analyse du paysage linguistique

Le paysage linguistique de cette scène illustre une forte combinaison d'identités visuelles et verbales :

A. Paysage linguistique physique :

L'inscription « La Maison Rose » sert de repère local, incarnant les valeurs esthétiques et culturelles françaises. Le choix du nom en français, sans traduction, souligne l'exclusivité locale et la fierté de la langue nationale. L'écriture cursive et la couleur turquoise sur fond rose créent une impression douce, féminine et romantique — une icône visuelle étroitement associée à l'image de Paris comme ville d'art et d'amour.

B. Paysage linguistique symbolique :

La couleur et la typographie du bâtiment constituent des ressources sémiotiques qui expriment des valeurs culturelles spécifiques. L'alliance de couleurs pastel et d'éléments classiques reflète le style artistique si particulier de Montmartre, quartier réputé pour son effervescence artistique et bohème. Ce paysage, riche de sens, s'exprime non seulement par le texte, mais aussi par les couleurs, les formes et l'atmosphère qu'il crée.

Analyse multimodale

S'appuyant sur le cadre théorique de Kress et van Leeuwen (2006), cette scène combine harmonieusement plusieurs modes sémiotiques :

A. Mode visuel :

La composition de l'image met en valeur le bâtiment du café, qui attire le regard. Les couleurs douces instaurent une atmosphère calme et chaleureuse, renforçant l'esthétique parisienne emblématique. La disposition des tables en terrasse suggère une interaction sociale et l'intimité de l'espace public.

B. Mode linguistique :

L'inscription « La Maison Rose » ne se contente pas de nommer un lieu ; elle construit également une image esthétique et émotionnelle de l'identité française. Le langage symbolise la fierté locale, tandis que le style d'écriture contribue à l'atmosphère visuelle romantique.

C. Mode spatial :

L'aménagement ouvert illustre la culture sociale française, qui valorise la convivialité et les échanges dans l'espace public. Les rues étroites et les chaises de terrasse renforcent l'authenticité du mode de vie parisien.

D. Mode social (interactionnel) :

Les personnes assises à la terrasse du café témoignent de relations sociales étroites, indiquant que ce lieu n'est pas seulement un espace physique, mais aussi un lieu d'échanges culturels.

Analyse de la signalétique 6

Figure 6



Description du contexte visuel

Cette scène présente l'enseigne « Restaurant Vefour » en lettres bleu néon, suspendue sous les arcades d'un bâtiment classique couleur crème. Les colonnes et les murs ornés reflètent le style parisien historique de l'édifice. En dessous, le texte traduit « Restaurant Vefour » est affiché, illustrant l'utilisation de deux langues (français et indonésien) pour une représentation plus globale

Analyse du paysage linguistique

Le paysage linguistique de cette scène met en lumière la relation entre langue, espace et symboles culturels :

A. Paysage physique et linguistique :

L'expression française « Restaurant Vefour » représente fidèlement le haut de gamme de la gastronomie parisienne. Le mot « Restaurant » n'est pas simplement une indication de lieu où manger, mais aussi un symbole de statut social et de tradition gastronomique française. Les lettres bleu néon apportent une touche de modernité à l'architecture classique, créant un mélange harmonieux d'histoire et de modernité.

B. Paysage Visuo-Linguistique :

Les lettres capitales en gras d'un bleu vif symbolisent l'exclusivité et la visibilité dans l'espace public. L'enseigne de style classique, ornée de ferronneries courbes, évoque une esthétique française traditionnelle, empreinte d'élégance et de beauté visuelle.

Analyse multimodale

S'appuyant sur la théorie de Kress et van Leeuwen (2006), le sens de cette scène se construit par la combinaison de différents modes sémiotiques :

A. Mode Visuel :

Le contraste entre l'éclairage bleu néon et le décor architectural ancien crée un puissant effet visuel. Cet élément confère au Restaurant Vefour un caractère symbolique, fusionnant passé et présent – une tradition culinaire historique qui demeure d'actualité. La perspective de la caméra, un zoom en contre-plongée, souligne la grandeur et le prestige du lieu.

B. Mode Linguistique :

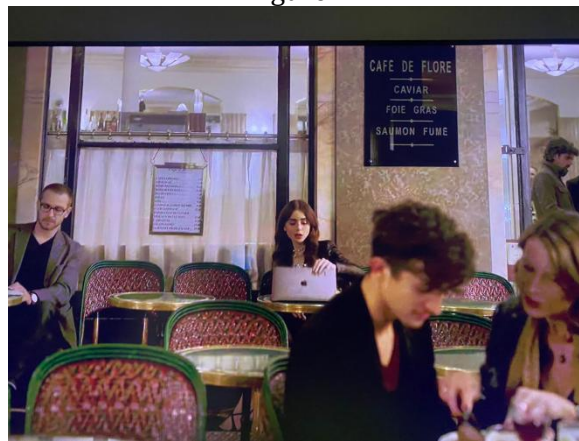
L'inscription « Restaurant Vefour » sert de point d'ancrage, affirmant l'identité du lieu tout en communiquant des valeurs de luxe et d'histoire. La traduction « Restaurant Vefour » dans les sous-titres élargit la portée du lieu à un public international sans pour autant minimiser les valeurs locales.

C. Mode spatial :

Les piliers et les longs couloirs de l'architecture véhiculent des valeurs de tradition, de stabilité et de continuité historique. Cet espace n'est pas seulement physique, mais aussi symbolique : il témoigne de la continuité du patrimoine culturel français face à la modernité mondiale.

Analyse de la signalétique 7

Figure 7



Description du contexte visuel

Cette scène montre Emily assise au Café de Flore, un célèbre café parisien, avec un ordinateur portable devant elle. Sur le mur du fond, une enseigne indique « Café de Flore Caviar, Foie Gras, Saumon Fumé », suggérant une carte française raffinée. L'intérieur du café est décoré de chaises en rotin à motifs rouges et verts et de tables rondes en verre, éléments visuels qui représentent l'atmosphère classique d'un café parisien.

Analyse du paysage linguistique

Le paysage linguistique de cette scène illustre le symbolisme culturel et l'identité de l'espace social français :

A. Paysage physique et linguistique :

L'enseigne « Café de Flore » est une icône historique représentant l'un des cafés les plus anciens et les plus légendaires de Paris. La mention « Caviar, Foie Gras, Saumon Fumé » ne fournit pas seulement une information culinaire, mais souligne également un certain statut social : ces mets sont reconnus comme des symboles de luxe et de raffinement dans la gastronomie française.

B. Paysage linguistique et visuel :

L'utilisation de lettres majuscules blanches à empattement sur fond noir crée une impression d'élégance et de formalité. L'association de la typographie et de la couleur renforce l'identité de la haute culture française inhérente aux espaces publics comme le Café de Flore. La position de l'enseigne au centre du champ visuel souligne également le rôle central du café comme symbole de la fierté culturelle urbaine française

Analyse multimodale

Le sens de cette scène est construit par l'intégration visuelle, linguistique et spatiale :

A. Mode visuel :

Le placement d'Emily au centre du cadre met l'accent sur l'interaction entre une personne moderne et un espace culturel classique. Les couleurs chaudes de l'intérieur (or, rouge, vert) évoquent un sentiment de nostalgie et de confort, tandis que la lumière douce accentue l'atmosphère intime et propice à la réflexion, typique des cafés parisiens.

B. Mode linguistique :

L'enseigne « Café de Flore » sert de point d'ancrage, marquant à la fois l'espace géographique et l'identité culturelle. Le français y est prédominant, soulignant l'exclusivité locale et contrastant avec le caractère d'Emily, qui apporte une perspective globale (elle parle anglais et travaille dans le numérique).

C. Mode spatial :

La disposition serrée des chaises et des tables illustre la vie sociale parisienne, à la fois animée et intime. La position d'Emily, légèrement en retrait du couple au premier plan, revêt une signification symbolique : présente dans l'espace social français, elle demeure néanmoins une « étrangère », observant et s'adaptant à la culture locale.

Analyse de la signalétique 8

Figure 8



Description du contexte visuel

L'image montre une enseigne portant l'inscription « Château de Lalisce – Épernay Champagne » sur un mur de pierre gris clair. L'élégante typographie noire se détache sur le fond blanc épuré, soulignant un sentiment d'exclusivité et de classicisme. L'utilisation des mots «

Château » et « Épernay – Champagne » associe immédiatement ce lieu à la tradition viticole française, et plus particulièrement à la célèbre région champenoise.

Analyse du paysage linguistique

Dans le contexte du paysage linguistique, cette enseigne constitue une puissante représentation de l'identité géographique, culturelle et économique de la France :

A. Paysage physique et linguistique :

L'inscription « Château de Lalisse » sert de repère spatial, identifiant une propriété privée de grande valeur historique et prestigieuse. L'emploi du terme « Château » reflète la tradition aristocratique, tandis que la mention « Épernay-Champagne » atteste de l'origine géographique, le Champagne étant une appellation d'origine contrôlée (AOC) protégée, réservée aux vins effervescents de cette région.

B. Paysage linguistique et visuel :

La typographie serif audacieuse, associée à l'écriture cursive de « Épernay-Champagne », crée un contraste entre formalité et élégance. La palette monochrome (noir et blanc) souligne l'intemporalité et le classicisme, comme pour affirmer l'autorité et l'authenticité de la viticulture française.

Analyse multimodale

Cette scène met en scène une interaction entre texte, matérialité et espace, formant une représentation de la signification culturelle :

A. Mode visuel :

Le mur en pierre naturelle à la texture brute, derrière le panneau, renforce le sentiment d'histoire et d'authenticité, suggérant que ce lieu n'est pas seulement un site de production viticole, mais aussi un symbole du patrimoine culturel. L'enseigne, propre et soignée, est un signe de modernité ancrée dans des traditions ancestrales – un mélange harmonieux de passé et de présent.

B. Mode linguistique :

Le choix des mots « Château » et « Champagne » crée un champ sémantique associé au luxe, à l'élite sociale et au rayonnement culturel français. La langue française est préservée intacte, sans traduction en anglais, affirmant ainsi l'autorité culturelle et la fierté locale de l'authenticité linguistique.

C. Mode spatial :

Placer l'enseigne à hauteur des yeux permet un accès visuel direct et la positionne comme un élément central représentant un espace social privilégié. Ce positionnement invite à une lecture sémiotique selon laquelle l'identité d'un lieu en France se construit non seulement par l'espace physique, mais aussi par son style d'écriture et de présentation.

Figure 9

Description du contexte visual

L'image montre l'enseigne du restaurant « Ralph's », fixée au mur d'un immeuble de style classique. Le nom est écrit en élégante typographie cursive au-dessus d'un cadre en métal doré poli. En dessous, un menu, affiché derrière une vitre transparente, présente des textes en français et en anglais, soulignant la fusion des cuisines internationales. Le métal et la disposition symétrique créent une impression d'exclusivité et de prestige.

Analyse du paysage linguistique

Dans le contexte du paysage linguistique, cette enseigne reflète la rencontre entre l'identité américaine et l'esthétique française, caractéristique des espaces cosmopolites du Paris contemporain.

A. Paysage physique et linguistique :

Le nom « Ralph's » – qui fait référence au restaurant du créateur américain Ralph Lauren – signale la présence d'une marque internationale dans l'espace urbain parisien. L'utilisation de l'anglais sans traduction française indique un certain statut social : le restaurant ne cherche pas à s'adapter à la communauté locale, mais se présente plutôt comme un lieu exclusif pour une clientèle cosmopolite. La couleur dorée du cadre symbolise l'opulence et l'image d'une marque de luxe. La typographie cursive exprime l'élégance et la personnalisation, en accord avec les valeurs esthétiques de la haute couture. Parallèlement, le menu derrière la vitre, avec sa présentation soignée et minimaliste, souligne le formalisme et le professionnalisme. Cette combinaison visuelle positionne Ralph's non seulement comme un restaurant, mais aussi comme un symbole de style de vie.

Analyse Multimodale (Kress & van Leeuwen, 2006)

L'analyse multimodale révèle l'interaction entre le langage, la matérialité et l'espace qui construit des significations idéologiques sur la modernité et la mondialisation culturelle :

A. Mode Linguistique :

L'anglais est utilisé pour signifier l'exclusivité mondiale – une lingua franca capitaliste qui affirme la domination culturelle anglo-américaine au sein du paysage parisien traditionnel. Le nom « Ralph's » lui-même construit une image de marque personnelle, évoquant le monde de la mode, du luxe et le style de vie occidental moderne.

B. Mode visuel :

Le métal réfléchissant et l'élégante typographie établissent un lien significatif entre luxe

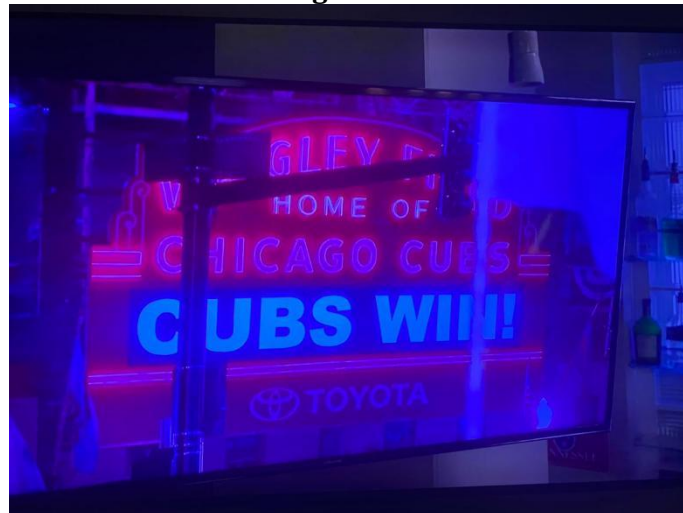
authentique et identité transnationale. Le reflet de la lumière sur le cadre renforce l'impression de pureté et de stérilité, contrastant avec l'atmosphère plus chaleureuse et rustique des cafés français classiques tels que La Maison Rose ou Les Deux Compères.

C. Mode spatial :

L'emplacement de l'enseigne sur le mur d'un immeuble à l'architecture parisienne typique instaure un dialogue entre le « local » et le « global ». Sur le plan sémiotique, cette enseigne investit un espace urbain autrefois chargé d'histoire française d'un symbole du capitalisme mondialisé

Analyse de la signalétique 10

Figure 10



Description du contexte visual

L'image montre une enseigne lumineuse rouge vif au néon indiquant « Wrigley Field – Domicile des Cubs de Chicago – LES CUBS GAGNENT ! » avec le logo Toyota en bas. Le texte semble illuminé de nuit, dominé par des lumières rouges et bleues.

Le texte bleu, grand et percutant, « LES CUBS GAGNENT ! » attire immédiatement le regard. Cette enseigne emblématique est un monument de Chicago, culturellement associé au baseball et à l'esprit de la communauté américaine.

Analyse du paysage linguistique

Dans le contexte du paysage linguistique, cette enseigne sert non seulement de source d'information sportive, mais aussi de symbole fort de l'identité américaine, tant locale que nationale.

A. Paysage linguistique physique :

Le texte utilise l'anglais en caractères gras et majuscules – un style courant sur les panneaux d'affichage des stades et des arènes sportives – pour signifier la victoire et la fierté collective. L'absence d'éléments en langue étrangère indique une forte homogénéité linguistique et un sentiment de nationalisme local.

B. Paysage linguistique visuel :

Le texte utilise l'anglais en caractères gras et majuscules – un style courant sur les panneaux d'affichage des stades et des arènes sportives – pour signifier la victoire et la fierté collective. L'absence d'éléments en langue étrangère indique une forte homogénéité linguistique et un sentiment de nationalisme local.

C. Paysage linguistique visuel :

La couleur rouge symbolise l'énergie, la passion et la fierté de la ville ; tandis que le bleu du

texte « LES CUBS GAGNENT ! » Elle représente les couleurs de l'équipe et le sentiment de victoire. L'éclairage au néon symbolise la modernité urbaine et un style visuel typiquement américain, en net contraste avec le paysage visuel parisien plus classique et romantique (comme les enseignes de « La Maison Rose » ou de « Ralph's »). Le logo Toyota, placé sous le texte, ajoute une dimension supplémentaire à la mondialisation, illustrant la collaboration entre une identité locale (les Cubs de Chicago) et une marque internationale (Toyota)

Analyse Multimodale

L'analyse multimodale montre comment le texte, la couleur et la lumière interagissent pour créer des significations idéologiques spécifiques.

A. Mode linguistique :

Le style direct et affirmatif de l'anglais en majuscules (« CUBS WIN ! ») traduit un sentiment de cohésion et de triomphe nationaliste. Cette forme impérative et festive témoigne d'une expression émotionnelle spontanée, caractéristique de la culture américaine, expressive et fondée sur la fierté communautaire.

B. Mode visuel :

L'association des lumières rouges et bleues crée un contraste saisissant qui souligne la joie et la célébration. L'utilisation du néon symbolise l'urbanité et la technologie, évoquant l'image d'une métropole dynamique, active 24 h/24. Les grandes lettres capitales confèrent une puissance et une autorité visuelles, faisant du sport un élément clé de l'identité culturelle.

C. Mode spatial :

L'emplacement de l'enseigne dans l'espace public urbain (stades et rues avoisinantes) contribue à définir l'identité urbaine américaine. Dans la série *Emily in Paris*, cette image apparaît souvent en incrustation, rappelant au spectateur les origines d'Emily : Chicago, aux États-Unis. Spatialement, ce panneau fait office de pont visuel entre deux mondes : l'Amérique (origine) et la France (nouveau lieu).

CONCLUSION

Cette recherche démontre que le paysage linguistique de la série *Emily in Paris* (saison 1) illustre l'interaction entre langue, identité, idéologie et visualité dans les espaces publics, tant physiques que numériques. Grâce à une analyse multimodale (Landry & Bourhis, 1997 ; Kress & van Leeuwen, 2006), il apparaît que le langage et les images ne se contentent pas de transmettre des informations, mais contribuent également à la construction de significations sociales et idéologiques.

Le français est utilisé comme symbole d'authenticité et de fierté nationale, tandis que l'anglais symbolise l'influence de la mondialisation. La combinaison de textes, de couleurs, de typographie et d'agencement spatial crée une image de Paris comme ville esthétique et culturelle. De plus, le paysage linguistique numérique étend la représentation de l'identité au cyberspace, reflétant l'hybridité entre local et global. En définitive, *Emily in Paris* présente le paysage linguistique comme un lieu de négociation culturelle et idéologique qui concilie authenticité locale et modernité globale.

Références

- Backhaus, P. (2007). *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Multilingual Matters.
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M. H., & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 7-30.

- Blommaert, J. (2013). *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Multilingual Matters.
- Coulmas, F. (2009). Linguistic Landscaping and the Seed of the Public Sphere. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery* (pp. 13–24). Routledge.
- Czepielewski, M. (2020). Netflix and the Globalization of Cultural Products: A Study on Emily in Paris. *Journal of Media Studies*, 15(2), 55–72.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- Heller, M. (2010). The Commodification of Language. *Annual Review of Anthropology*, 39, 101–114.
- Heller, M. (2011). *Paths to Post-nationalism: A Critical Ethnography of Language and Identity*. Oxford University Press.
- Jaworski, A., & Thurlow, C. (2010). *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*. Continuum.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). Routledge.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- Lou, J. J. (2016). *The Linguistic Landscape of Chinatown: A Sociolinguistic Ethnography*. Multilingual Matters.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. SAGE Publications.
- Piller, I. (2017). *Intercultural Communication: A Critical Introduction*. Edinburgh University Press.
- Shohamy, E., & Gorter, D. (Eds.). (2009). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Routledge.
- Thurlow, C., & Aiello, G. (2007). National Identity and Globalization in Visual Communication: A Critical Discourse Analysis of Transnational Airline Branding. *Visual Communication*, 6(3), 305–344.
- Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). *Discourses in Place: Language in the Material World*. Routledge.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2016). *Methods of Critical Discourse Studies* (3rd ed.). SAGE Publications.

- Zhou, M. (2019). Visualizing Paris: The Semiotics of Place in Global Streaming Media. *European Journal of Cultural Studies*, 22(6), 781–798.
- Heller, M., Pietikäinen, S., & Pujolar, J. (2018). *Critical Sociolinguistic Research Methods: Studying Language Issues That Matter*. Routledge.
- Jaworski, A. (2021). The Aesthetic Economy of Multilingualism: Branding and the Commodification of Language. *Journal of Sociolinguistics*, 25(5), 729–748.
- Kramsch, C. (2009). *The Multilingual Subject: What Foreign Language Learners Say About Their Experience and Why It Matters*. Oxford University Press.
- Pennycook, A. (2010). *Language as a Local Practice*. Routledge.
- Blommaert, J., & Maly, I. (2019). Digital Language and Society. *Tilburg Papers in Culture Studies*, 242.
- Coupland, N. (2010). The Authentic Speaker and the Speech Community. In N. Coupland (Ed.), *The Handbook of Language and Globalization* (pp. 99–118). Wiley-Blackwell.
- Hult, F. M. (2019). Linguistic Landscapes and the Digital Turn: Multimodality, Mediation, and Mobility. *Journal of Sociolinguistics*, 23(3), 331–348.
- Leppänen, S., & Kytölä, S. (2017). Investigating Multilingualism and Multimodality in Social Media Discourses. In M. Martin-Jones & D. Martin (Eds.), *Researching Multilingualism* (pp. 197–214). Routledge.
- Pennycook, A., & Otsuji, E. (2015). *Metrolingualism: Language in the City*. Routledge.