

Université de Biskra - Faculté des Lettres et des Langues Département de Langue et Littérature Française <u>Année universitaire</u> : 2024-2025	Matière : Pratiques communicationnelles Niveau : M1 Didactique (S2) Enseignante : Dre. O. HEDDOUCHE
---	--

4. Stratégies de la communication

Introduction

Dans un contexte d'apprentissage d'une langue étrangère, la communication ne se déroule pas toujours de manière fluide. L'apprenant est souvent confronté à des lacunes linguistiques, des malentendus culturels ou des situations imprévues qui entravent sa capacité à s'exprimer. Pourtant, même avec un niveau de langue limité, de nombreux apprenants parviennent à se faire comprendre, à entretenir le dialogue, voire à atteindre leurs objectifs communicationnels. Comment y parviennent-ils ? Grâce à ce que l'on appelle les stratégies de communication. Ce cours vise à :

- ✓ définir et comprendre la notion de stratégie de communication dans son cadre théorique,
- ✓ classer et illustrer les différentes formes que peuvent prendre ces stratégies (compensation, évitement, verbales, non verbales...),
- ✓ interroger leur rôle dans l'acquisition d'une langue étrangère.

4.1. Introduction aux stratégies de la communication

4.1.1. Définition du concept de stratégie

Le mot *stratégie* vient du grec *strategia*, composé de *stratós*, qui signifie « armée », et *agos*, qui signifie « conduite ». La stratégie est donc l'art de conduire une armée. Appliqué au domaine du langage, il désigne un **ensemble de procédés conscients ou inconscients mis en œuvre par les locuteurs** pour atteindre un objectif communicatif.

Dans le champ de la didactique des langues, une *stratégie de communication* est définie comme : « *un ensemble d'opérations mentales ou verbales, conscientes ou non, utilisées par les apprenants pour résoudre des difficultés dans la communication orale ou écrite* » (Faerch & Kasper, 1983).

Ces stratégies sont particulièrement mobilisées en situation d'interlangue, c'est-à-dire lorsque l'apprenant cherche à **compenser des lacunes linguistiques** ou à **faciliter la transmission du message**. Faerch et Kasper (1983 : 36, cité par Teresa Maria Wlosowicz, 2011) présentent **les stratégies de communication** comme « *des plans potentiellement conscients servant à résoudre ce qui se présente à un individu comme un problème dans la réalisation d'un but communicatif particulier* ». En général, un apprenant peut adopter deux types de stratégies : les stratégies de réduction (reduction strategies), où le sujet change son intention de communication, et les stratégies de succès (achievement strategies), qui consistent en la création d'un plan alternatif, tout en gardant le but communicatif (Faerch et Kasper, 1983 : 36-37).

4.1.2. Communication et interaction verbale

La communication ne se réduit pas à la simple transmission d'un message. Elle est un **processus interactionnel**, dans lequel les interlocuteurs co-construisent du sens.

Interaction verbale : processus par lequel deux ou plusieurs participants produisent du discours en contexte. Elle implique :

- ✓ la gestion des tours de parole,
- ✓ la coopération (principe de coopération de Grice),
- ✓ l'interprétation de signaux verbaux et non verbaux.

Dans ce cadre, les stratégies de communication participent à :

- ✓ l'**adaptation au contexte** (linguistique, socioculturel, situationnel),
- ✓ la **gestion des malentendus**,
- ✓ la **cohésion et la progression de l'échange**.

4.1.3. Distinction entre compétence linguistique, pragmatique et stratégique

Selon le modèle de Canale et Swain (1980), peaufiné ensuite par Canale (1983), la compétence de communication englobe quatre composantes (grammaticale, discursive, sociolinguistique et stratégique). Pour comprendre le rôle des stratégies, il est essentiel de distinguer les différentes composantes de la compétence communicative.

Type de compétence	Définition
Compétence linguistique	Maîtrise du code linguistique (grammaire, lexique, phonologie)
Compétence sociolinguistique	Capacité à adapter son discours aux normes sociales et culturelles
Compétence pragmatique	Aptitude à organiser le discours de manière cohérente et pertinente
Compétence stratégique	Capacité à compenser les manques et à maintenir la communication

La composante stratégique renvoie aux stratégies verbales et non verbales utilisées par le locuteur pour pallier des lacunes dans les trois autres composantes. Elle est donc **transversale** : elle intervient lorsque les autres compétences sont insuffisantes ou mises à l'épreuve.

4.1.4. Origine des études sur les stratégies de communication

L'émergence du concept de *stratégies de communication* est liée à l'évolution des théories de l'apprentissage des langues dans les années 1970-1980.

A. Dell Hymes (1972) – Compétence de communication

Hymes critique la vision purement grammaticale de Chomsky et propose une compétence communicative intégrant le **savoir linguistique** et le **savoir utiliser la langue en contexte** : « *Un locuteur compétent sait non seulement produire des phrases grammaticalement correctes, mais aussi appropriées à la situation.* »

B. Canale & Swain (1980) – Modèle de la compétence communicative

Ils structurent la compétence communicative en quatre composantes, en soulignant l'importance de la **compétence stratégique** comme outil de régulation.

C. Faerch & Kasper (1983) – Interlanguage communication strategies

Ils proposent une **classification des stratégies** selon qu'elles visent à **éviter le problème** (stratégies d'évitement) et **compenser le manque** (stratégies de réduction ou de remplacement). Ils insistent aussi sur la **nature cognitive** de ces stratégies, notamment dans le processus d'interlangue, où l'apprenant fait appel à des solutions créatives.

4.2. Typologie des stratégies de communication

Les stratégies de communication peuvent être classées selon différents critères : leur fonction (compenser ou éviter une difficulté), leur nature (verbale ou non verbale), ou encore leur niveau de conscience (cognitive ou métacognitive). Cette typologie aide à mieux **analyser les comportements linguistiques des apprenants** et à construire des dispositifs didactiques adaptés.

4.2.1. Stratégies de compensation

Ces stratégies visent à **surmonter une difficulté linguistique** en maintenant l'interaction. Elles témoignent d'un effort créatif de l'apprenant pour **adapter ses ressources linguistiques limitées**.

Exemples de stratégies de compensation :

- ✓ **Paraphrase** : "C'est un objet qu'on utilise pour écrire sur un tableau" (au lieu de "feutre")
- ✓ **Approximation** : "le cousin du citron" pour "le pamplemousse"
- ✓ **Emprunt lexical** : utilisation d'un mot de la langue maternelle ou d'une autre langue ("J'ai acheté un pan aujourd'hui" [espagnol pour pain])
- ✓ **Périphrase** : "C'est une machine pour laver les vêtements" pour "machine à laver"
- ✓ **Utilisation de mots passe-partout** : "truc", "chose", "machin"

Faerch & Kasper (1983) ; Dörnyei (1995) montrent que ces stratégies sont fréquentes chez les apprenants avancés et peuvent être enseignées.

4.2. 2. Stratégies d'évitement

À l'inverse, ces stratégies consistent à **éviter la difficulté linguistique** ou à s'en détourner, souvent pour ne pas compromettre l'interaction. Elles peuvent cependant **réduire la richesse linguistique** du discours.

Exemples de stratégies d'évitement :

- ✓ **Évitement lexical** : l'apprenant ne tente pas de dire un mot inconnu
- ✓ **Changement de sujet** : *"Bon, parlons d'autre chose..."*
- ✓ **Abandon du message** : l'apprenant interrompt ou simplifie excessivement son propos
- ✓ **Reformulation évasive** : *"Tu vois ce que je veux dire ?"* sans expliciter davantage
- ✓ **Utilisation de gestes** : pointage, mime, expression faciale à la place de mots

Tarone (1980) souligne que l'évitement peut être une stratégie d'économie cognitive, mais qu'elle ne favorise pas l'apprentissage actif.

4.2.3. Stratégies cognitives / métacognitives

Selon **O'Malley & Chamot (1990)**, on distingue :

A. Stratégies cognitives qui concernent le traitement direct de l'information linguistique :

- ✓ répétition, traduction mentale, reformulation, prise de notes
- ✓ analogie avec la langue maternelle
- ✓ segmentation des phrases

Exemple : *répéter plusieurs fois une phrase avant de la dire en interaction réelle*

B. Stratégies métacognitives qui relèvent de la planification, de l'auto-observation et de l'évaluation :

- ✓ planifier son intervention avant de parler
- ✓ se corriger en cours de discours
- ✓ vérifier si l'interlocuteur comprend
- ✓ ajuster sa stratégie en fonction du feedback

Exemple : *"Attends, je recommence depuis le début..."*, *"Tu me suis toujours ?"*

Selon Oxford (1990) ; Griffiths (2008), les bons apprenants mobilisent davantage de stratégies métacognitives.

4.2.4. Stratégies verbales et non verbales

Dans la communication orale, les apprenants utilisent à la fois des ressources **linguistiques** et **paralinguistiques** pour se faire comprendre.

A. Stratégies verbales

- ✓ répétition, reformulation
- ✓ usage de connecteurs pour structurer le discours
- ✓ modulation du registre (formel/informel)
- ✓ marquage de la relation interpersonnelle (*s'il vous plaît, pardon, en fait...*)

B. Stratégies non verbales

- ✓ gestes iconiques ou déictiques (pointer, mimer)
- ✓ intonation expressive
- ✓ regard, posture, sourires
- ✓ rythme et pauses (pour attirer l'attention ou montrer l'hésitation)

Ces stratégies sont **essentielles dans les situations où la compétence linguistique est insuffisante**, notamment à l'oral ou dans les échanges interculturels. Dans cette perspective, **Galliot & Bertocchini (2003)** sur le rôle du corps dans la pédagogie communicative et **McNeill (1992)** sur les gestes comme partie intégrante de la langue.

Conclusion

À l'issue de ce cours, il apparaît clairement que les stratégies de communication ne sont pas de simples palliatifs aux manques linguistiques, mais bien des composantes essentielles de la compétence communicative, au même titre que les compétences linguistique, sociolinguistique ou pragmatique. Ces stratégies témoignent de la capacité de l'apprenant à s'adapter à la situation d'interaction, à mobiliser ses ressources, à contourner les obstacles et à maintenir le contact avec l'interlocuteur.

En tant que futurs enseignants, il vous revient non seulement de reconnaître et valoriser ces comportements en classe, mais aussi de créer des dispositifs pédagogiques qui permettent de développer l'autonomie communicative de l'apprenant, de favoriser la conscience métacognitive sur ses propres choix stratégiques, et d'intégrer explicitement ces stratégies dans l'enseignement du FLE.

Il ne s'agit donc pas simplement d'enseigner à « bien parler », mais d'apprendre à gérer la parole dans l'incertitude et à voir dans chaque difficulté non un échec, mais une opportunité d'apprentissage.

Références

- Faerch, C. & Kasper, G. (1983). *Strategies in Interlanguage Communication*. Longman.
- Cohen, A. D. (1998). *Strategies in Learning and Using a Second Language*. Longman.

Dörnyei, Z. (1995). On the Teachability of Communication Strategies. TESOL Quarterly.

Færch, Claus ; Kasper, Gabriele, *Stratégies de communication interculturelle*, Londres; New York : Longman, 1983.

Teresa Maria Wlosowicz, “Les stratégies de communication et les interactions interlinguales dans la présentation de recettes de cuisine en L2 et en L3”, *Recherches en didactique des langues et des cultures* [Online], 8-1 | 2011, Online since 01 April 2011, connection on 10 May 2023. URL: <http://journals.openedition.org/rdlc/2256>; DOI: <https://doi.org/10.4000/rdlc.2256>