

Metodología - 1 – Compréhension de texte

La compréhension de texte requiert une certaine méthodologie et surtout de l'entraînement. Nous vous proposons ici les étapes à suivre pour comprendre, restituer et interpréter de manière adéquate un texte.

Attention : toutes les étapes sont à prendre en compte. Elles sont toutes importantes.

1. Lecture du document

Pour bien comprendre un texte, il faut le **lire au minimum deux fois**. Une première lecture vous permettra d'avoir une approche générale, la deuxième aura pour but de cibler les points essentiels de la narration.

Remarque : certains élèves ont tendance à sauter cette étape ou bien à la bâcler. Le résultat dans la plupart des cas est un contresens qui faussera toute votre analyse.

Conseils pratiques :

- Lisez le texte autant de fois qu'il sera nécessaire.
- Ne vous concentrez pas sur les mots que vous ne comprenez pas, cherchez plutôt à **identifier les mots clés** de l'extrait ainsi que l'articulation logique des idées.
- Cherchez les **mots difficiles dans le dictionnaire** mais attention, pensez que certains mots peuvent avoir différentes significations et seul le contexte va vous permettre de les comprendre.

2. Observer le paratexte

Le texte est toujours accompagné d'un **paratexte** (titre, auteur, date voire sous-titre) qui peut vous aider à sa compréhension. C'est pourquoi, après la lecture, il est important de faire un **repérage rapide** de certains éléments qui ne sont pas dans le texte, mais qui l'accompagnent, l'éclairent et qui vous seront d'une grande utilité. Commencez par **souligner d'une même couleur** tous les éléments suivants :

a. Le titre / el título

Le titre est très important, son analyse est précieuse. Il exprime l'**idée principale du texte** et révèle très souvent l'intention de l'auteur. Dans certains cas, il peut même résumer tout ce qui est dit dans l'article.

En ce qui concerne les articles de presse, les titres doivent être choisis minutieusement par le journaliste car ils constituent indéniablement une accroche qui fera que l'article sera lu ou non. Il faut qu'un titre attire l'attention, qu'il donne envie de continuer à lire. Les auteurs espagnols aiment beaucoup faire des jeux de mots qui ont un rapport direct avec un élément culturel. C'est pourquoi il est très important de s'entraîner à lire des journaux en espagnol.

b. Le sous-titre/ el subtítulo

Lorsque le titre n'est pas explicite le sous-titre peut **éclairer le sens du texte**. Il résume en quelque sorte le titre. Il est normalement en italique et précède le texte mais tous les extraits ne comportent pas de sous-titre.

c. L'auteur / el autor

La connaissance de l'auteur peut vous orienter dans la lecture quand il s'agit d'un **auteur connu**.

d. La date / la fecha

La date du texte donne des **indications sur le contexte**. Vous allez être interrogé sur un texte contemporain mais certaines dates faisant référence à des faits historiques ou à portée socio-économique récents peuvent vous orienter.

e. La source / la fuente

La source du texte, qu'il s'agisse d'un journal ou d'une revue, peut vous donner des **indices** sur les orientations politiques défendues par son auteur. Un article du quotidien *El País* et un article du quotidien *El Mundo* n'auront pas les mêmes orientations politiques et sociales. Observez aussi si le document est un extrait d'un journal comme *El Economista*, par exemple, ou d'une revue spécialisée dans le monde de l'entreprise comme *Capital* ou *Emprendedores*.

f. La mise en page/ la maquetación

Regardez l'**illustration** qui accompagne le texte, celle-ci peut être de différente nature : une photo, un logo, un dessin humoristique... Repérez le **nombre de paragraphes**. Numérotez-les, la plupart des textes développe une idée par paragraphe. Écrivez au-dessous ou en marge de chaque paragraphe une idée, une phrase qui résume celui-ci.

3. Analyse du texte

Elle a pour objectif de vérifier si le candidat est capable de comprendre un texte et d'en **extraire les idées principales**.

a. L'idée principale

Soulignez les idées principales pour les mettre en évidence. Afin de gagner du temps, **résumez chaque idée** soit en lui donnant un titre soit sous forme de phrase. Les idées secondaires sont à éliminer.

Vous pouvez aussi adopter un code couleur afin de regrouper les idées selon leur convergence thématique.

b. Interroger le document

Dans une deuxième phase, posez des questions pertinentes au texte pour qu'il vous révèle les informations qu'il contient. Les questions à se poser sont toujours les mêmes quel que soit le type de texte :

- Qui ?/¿quién? = Quels sont les personnages ?
- Où ?/¿dónde? = Où se situe l'action ?
- Quel est le lieu (ou les lieux) dont on parle ?
- Quand ?/¿cuándo? = Quand a lieu l'action ?
- Comment ?/¿cómo? = Comment cette situation s'est-elle produite ?
- Pourquoi ?/¿por qué? = Pourquoi s'est-elle produite ? Avec quelles conséquences ?

4. L'analyse du titre

Comme nous l'avons signalé plus haut, le **titre** est l'un des éléments les plus importants. En ce qui concerne la presse hispanique, les titres contiennent souvent des **expressions idiomatiques**, très utilisées par les Espagnols mais qui cependant sont très difficiles à comprendre pour les étrangers. Ces expressions ne doivent pas être traduites littéralement mais elles doivent être comprises dans leur ensemble. Si vous ne comprenez pas le titre passez à la lecture du texte, l'idée principale du titre y est reformulée dans le premier paragraphe qui sert souvent d'introduction.

On distingue différents types de titres :

- **Les titres classiques**

Ils ne disent rien sur le contenu de l'article : la lecture du texte nous donne les informations nécessaires pour la compréhension du texte.

→ *Custo Barcelona*

- **Les titres parlants**

Ils permettent d'anticiper le contenu de l'article. Les titres parlants sont explicites, ils résument en quelque sorte l'idée principale du texte.

→ *Barcelona pone en marcha un sistema para compartir trabajo*

- **Les titres astucieux**

Les titres peuvent comporter des jeux de mots faisant référence à des éléments culturels. Il faut avoir un bagage culturel sur le pays en question pour les comprendre.

→ *Panamá: ¡qué grande eres pequeño!*