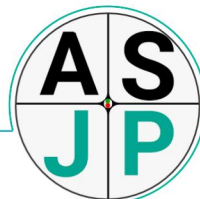




جامعة يحيى فارس المدية
Université Yahia FARÈS Médéa
مختبر تعليمية اللغة والنصوص (م.ت.ل.ن)
Laboratoire de Didactique de la Langue et des Textes
المنصة الجزائرية للمجلات العلمية
Plate-forme Algérienne des Revues Scientifiques



La Co énonciation Dans Les Conversations Exolingues En Français

Co-enunciation in Exolingual Conversations in French

Kim Thành ĐỒ

dkthanh@ufl.udn.vn

Faculté des langues étrangères

Université de Đà Nẵng (Viêtnam)

Bryan FONTAINE

fontaine76740@aol.com

Laboratoire LT2D

CY Cergy-Paris Université

Revue Didactiques

ISSN 2253-0436

Dépôt Légal : 2460-2012

EISSN : 2600-7002

Volume 14 N° 02 juillet – Décembre 2025 pages 208-220

Pour citer l'article :

Thành ĐỒ K et FONTAINE B . (2025). «La Co énonciation Dans Les Conversations Exolingues En Français », *Didactiques* Vol. 14 N° 02, pp.208-220.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/300>

Éducatons à l'environnement et au développement durable Education for the environment and sustainable development

Mohsen FARHATI

farhati.mohsen@gmail.com

Université virtuelle de Tunis

Unité de Recherche Education,

Cognition, Tice et Didactique

(ECOTIDI – UR16ES10))

Reçu : 28/07/2025

Accepté : 10/11/2025

Publié : 31/12/2025

Résumé :

La coénonciation est le phénomène par lequel deux locuteurs construisent conjointement un énoncé du point de vue syntaxique et interactionnel. Du point de vue de la stratégie de communication, le phénomène de coénonciation pourrait être exploité par les participants à une conversation pour obtenir le droit à une prise de parole, ou pour créer des énoncés régulateurs, ou encore pour aider leur interlocuteur à sortir d'une « panne » lexicale ou syntaxique... Dans cet article, nous examinerons de près, selon la démarche qualitative et multimodale, les intentions d'utiliser la coénonciation des locuteurs francophones, à partir des données vidéo, filmées en France et au Vietnam, des conversations exolingues en français entre locuteurs natifs français et locuteurs vietnamiens, et des conversations entre locuteurs vietnamiens. Notre recherche est pour l'objectif d'aider les apprenants de français à mieux comprendre comment développer des conversations selon le principe de "collaboration" afin de rendre une conversation plus vivante et d'éviter les interruptions. Le résultat de cette recherche montre que la coénonciation des locuteurs dans les conversations en France est plus dynamique et compétitive que celle des conversations au Vietnam, d'où se pose le phénomène d'acculturation.

Mots-clés : Coénonciation, communication exolingue, stratégie de la communication, FLE.

Abstract

Coenonciation is the phenomenon where two speakers jointly construct a utterance from the point of view of syntax and conversation. From the point of view of communication strategy, the phenomenon of co-speech can be exploited by participants in a conversation to gain the right to speak, or to create régulateur utterances, or to help their communication partner to found the word ... In this article we will analyze the intentions of using co-spokesperson of a conversation participant on video data of French conversations of native speakers with Vietnamese, and beetvin vietnamese speakers in order to help French learners understand more about how to develop conversations on the principle of "collaboration" to make the conversation more lively and avoid interruptions. The result of our research show that the coenonciation of speaker from France is more competitive than the one of speaker from Vietnam.

Keywords: coenonciation, communication strategy, french as a foreign language.

Introduction :

La coénonciation est considérée comme l'une des méthodes de « collaboration » des interlocuteurs pour construire un énoncé en se basant sur la structure sémantique et syntaxique relative à l'énoncé précédent. Alors dans une conversation exolingue, comment ce phénomène s'opère-t-il ?

A travers les analyses qualitatives de données vidéo enregistrées dans les 03 situations de conversation suivantes au Vietnam et en France : entre locuteurs français et vietnamiens en France, entre locuteurs vietnamiens en France et entre locuteurs vietnamiens au Vietnam, cet article vise à répondre à la question ci-dessus, et à proposer quelques suggestions pour aider les apprenants vietnamiens à communiquer, en français, avec plus de confiance et de fluidité. L'analyse des données vidéo dans ce travail s'effectue grâce à l'aide du logiciel Elan 4.7.1 de l'Institut Max-Planck de psycholinguistique, aux Pays-Bas.

1. Quelques concepts linguistique et interactionnel

1.1. Coénonciation

La coénonciation est le phénomène selon lequel deux locuteurs construisent conjointement un énoncé d'un point de vue syntaxique et conversationnel. Jeanneret (1999) distingue les deux phénomènes de coénonciation suivants : la coénonciation en réparation, qui est l'énoncé du deuxième locuteur (S2) pour compléter l'énoncé syntaxiquement incomplet du premier locuteur (S1) ; et la coénonciation par attachement, qui est l'énoncé émis par le deuxième locuteur (S2) pour « ajouter » des idées à l'énoncé syntaxiquement complet du premier locuteur (S1).

1.2. Stratégies de communication

Selon le CECR, la stratégie est la façon dont un locuteur d'une langue agit pour répondre aux exigences communicatives spécifiques à une situation, avec succès et le plus rapidement possible.

Corder (1983) a proposé les deux types de stratégies de communication suivants :

(1) Stratégies d'évitement des risques

Avec ces stratégies, l'apprenant peut adapter son message à ses ressources linguistiques, c'est-à-dire qu'il adapte ses buts de communication à ses moyens linguistiques disponibles. On peut donc citer ici les procédés par ordre décroissant d'évitement : évitement du thème, abandon du message, évitement sémantique, réduction du message.

(2) Stratégies de prise des risques

l'apprenant « étend son répertoire communicatif » (Faerch & Kasper 1983 : 2) pour communiquer du sens en faisant face à toutes sortes de risque telles que malentendu ou dysfonctionnement de la communication. En voici les procédés de ce type de « macro-stratégie », présentés dans l'ordre décroissant de risque : emprunt, paraphrase, recours aux moyens paralinguistiques

1.3. Tours de parole

Pour avoir un aperçu complet sur les tours de parole, nous nous intéressons aux définitions suivantes. Selon Goodwin (1981), la parole d'un locuteur bornée par celle des autres constitue un tour. (Cosnier 1987 : 240) insiste sur les aspects cohérent et circonscrit du tour de parole, selon lui, le tour de parole est « Un ensemble textuel cohérent situé entre des ensembles analogues proferés par le partenaire, et en dépit d'éventuelles interactions sonores ou gestuelles qui ne rompent pas le développement en cours ».

(Bange 1992 : 32) aborde la notion du « tour de parole » du point de vue interactif, selon lui « Le tour de parole n'est pas une unité grammaticale comme la phrase, mais une unité interactive, l'élément de base de l'interaction verbale, orienté dans sa construction comme dans sa fonction à la fois vers le tour précédent et vers le tour suivant »

1.4. Régulateurs

En tant qu'activité de l'auditeur, les régulateurs sont aussi appelés « petits tours » par Cosnier (1987) pour les distinguer des tours de parole normaux, qui sont créés par l'auditeur sous forme de mots courts (oui, ah bon, d'accord...), ou sous forme de gestes comme hochement de tête. Dans la communication orale, les régulateurs ont des fonctions suivantes : montrer de l'attention à l'orateur, poser des questions sur des choses que l'on ne comprend pas, éviter les répétitions, répéter les idées des autres (Duncan 1972); affirmer (oui, non, d'accord), demander une affirmation (vraiment ?), évaluer (c'est ça, c'est juste, tu as raison, c'est bien vrai...), commenter (incroyable, quelle horreur), demander des éclaircissements sur un sujet, demander de continuer à parler (et alors ?), solliciter un orateur (André-Larochebouvy 1984) (de Gaulmyn 1987).

Dans la communication en langue étrangère, les régulateur jouent un rôle extrêmement important car ils contribuent à assurer une coordination fluide entre le locuteur et l'auditeur dans le processus de construction de l'énoncé.

2. Coénonciation en réparation dans la perspective de la stratégie de la communication

A partir de la définition dans la partie 2.1 sur la coénonciation, nous proposons le schéma du fonctionnement de la coénonciation en réparation comme suit :

- (1) L1 : énoncé inachevé.
- (2) L2 : énoncé venant achever l'énoncé inachevé de L1.
- (3) L1 : ratification de l'énoncé de L2 (soit par la répétition de (2) soit par un simple « oui », ou les deux à la fois).

Exemple 1 :

23	PHO	=(xxx) hm:: (0.8) par contre y a des publicités/ qui:: ça m'intéresse
		(0.6)
24	BER	hm
25	THA	par exemple=
26	PHO	=euh:: (0.3) en fait la publicité je pense que c'est pour attirer les:: (0.9) les attentions/ les:: oui les attentions des::
		(0.4)
27	BER	des consommateurs=
28	PHO	=[voilà
29	THA	[des consommateurs=
30	PHO	=oui (.) et (1.0) ils donnent des:: comment (0.6) euh des IMAGES (1.3)

(corpus fr-vn en Fr)

Dans cet extrait de vidéo tourné en France, THA (femme) et PHO (homme) sont vietnamiens, BER (homme) est français, les trois interlocuteurs participent à un débat sur les publicités à la télévision, PHO parle des publicités auxquelles il s'intéresse, au tour 26, PHO a eu du mal à s'exprimer, il a longtemps hésité car il ne trouvait pas les mots pour compléter l'énoncé : «*euh:: (0.3) en fait la publicité je pense que c'est pour attirer les: (0.9) les attentions/ les:: oui les attentions des::*». À 27, BER lui a soufflé le mot «*des consommateurs*», et THA a également répété ce mot en 29. Ainsi, PHO a ratifié la réception de ce mot par des régulateurs «*voilà*» en 28, et «*oui*» en 30. Cet exemple montre que les interlocuteurs impliqués dans une conversation peuvent aider leur partenaire à compléter un énoncé inachevé tout en lui donnant le mot manquant.

Exemple 2 :

82	HUO	y en avait des trucs qui sont banals qui servent à rien qui :: (0.5)
83	NGU	euh: mais euh (0.3) à côté de de tout ça il y a des publicités qui ah (0.4) qui aident les (.) pauvres gens (0.4)
84	HUO	oui oui=
85	NGU	=à travers des <((voix basse))pro programmes de::> (0.5) COTISATION comme .h (1.7)
86	HUO	ils ils ils ils ils créent des fonds=
87	NGU	=oui
88	HUO	ils créent des fonds (0.4) à travers (0.2) comme ils disent que (.) si tu achètes:: (0.6)
89	NGU	un produit =
90	HUO	=un produit tu vas tu vas con=
91	NGU	=contribuer=
92	HUO	=contribuer certains: centimes euh pour un un enfant de (.) l'unicef par exemple=
93	MYY	=oui=

(corpus vn au Vn)

Il s'agit d'un exemple tiré d'une vidéo tournée en France sur une discussion en français entre des étudiantes vietnamiennes. HUO, NGU et MYY sont en train de parler des publicités à la télévision, en 83 et 85, NGU a déclaré que sur les publicités, en plus des mauvaises histoires, il y a des publicités qui aident les pauvres à travers des programmes de dons. HUO est d'accord avec NGU et estime que la publicité permet de collecter des fonds (86). En 88, HUO dit : « *ils créent des fonds (0.4) à travers (0.2) comme ils disent que (.) si tu achètes ::* ». Jusqu'ici, HUO manquait de mots pour continuer son énoncé, et cela a créé un silence de 0,6 secondes. En 89, NGU se greffe à l'énoncé inachevé de HUO avec le nom « *un produit* », ce qui permet à HUO de continuer à exprimer en 90 : « *un produit tu vas tu vas con-* », encore une fois, l'énoncé de HUO reste bloqué car elle ne trouvait pas le mot. NGU a de nouveau rappelé à HUO le mot « *contribuer* » à 91. L'aide de NGU a permis à HUO de bien compléter son énoncé en 92 : « *contribuer certains : centimes euh pour un un enfant de(.) l'unicef par exemple* ». A travers cet exemple, nous voyons clairement que les interlocuteurs vietnamiens, par la stratégie de coénonciation, peuvent collaborer ensemble pour coconstruire un énoncé.

Exemple 3 :

Dans cet extrait vidéo tourné au Vietnam, KHA (homme), DUY (homme) et NAA (femme) sont trois étudiants vietnamiens, ils discutent du tatouage et de son impact sur l'image des jeunes en recherche d'emploi.

40	KHA	=à:: (0.4) à au:: autre (0.9) euh maintenant les jeunes/ (0.4) euh qui:: se tatouer/ (0.4) ah: ils c'est un hm goût (0.3) c'est le sentiment/ (0.6) ce n'est pas de mauvais\ (1.4)oui ils n'a pas de:: euh:: maladies\ (0.4) ils sont::: (0.7) à la bonne santé/
(1.0)		
41	DUY	ah:: mais:: ah::: (0.4) pour ah::: pour l'adolescent des jeu[nes
42	NAA	[hm
43	DUY	ah:: (0.5) il est::: (0.5) très très::: ah: (1.0) diffici- ah::: difficil pour ah:: trouver l'emploi (0.3) quand tu ah:: (0.6) euh:: (0.9) quand tu ah:: travailles::/ (0.5) dans euh en un enseprise
(1.4)		
44	KHA	oh maintenant un petit tatouage sur les bras:: ou::: [sur le cou euh:
45	NAA	[sur le cou
46	KHA	oui (0.6) euh n'a pas de euh=
47	NAA	=et mais (0.2) euh mais est ce que tu aimes euh votre petite amie (0.3) avoir (0.9) euh un ta- tatouage/

(corpus vn au Vn)

A 44 ans, quand KHA parle de petits tatouages sur le corps, KHA hésite un peu : « *sur les bras :: ou :::* », puis NAA, en 45, rappelle à KHA le terme "*sur le cou*". Le rappel de NAA est un énoncé de coénonciation qui vient achever l'énoncé de KHA. A noter que NAA (la personne au milieu dans les images ci-dessous) a effectué un geste de « pointage » (déictique) et de démonstration (lever le bras droit, puis le poser sur la nuque) avant de trouver le terme « *sur le cou* ». Dans ce cas, NAA a utilisé des gestes illustratifs combinés à des énoncés pour aider ses partenaires à décoder rapidement le sens de son énoncé.



Exemple 4:

43	THA	ah oui avec [ton groupe (xx) c'est ça/
44	PHO	[de coca ah cocacola [non/
45	BER	[non moi e'fin moi ce que je connaissais non cocacola zéro c'est en fait (0.7) c'est le:: l'argument marketing/ de:: cocacola zéro c'est parce que (.) cocacola zéro finalement le la boisson c'est exactement la même que cocacola LIGHT LIGHT c'était SURTOUT LES FILLES qui [boivent du light parce que:
46	THA	[hm
47	THA	ne pas gros[sir ça
48	BER	[ça les empêche de grossir tout ça (1.2) donc pour faire euh (0.3) pour en faire boire:/ euh aux hommes aussi:: ils ont fait ils ont fait coca[cola zéro un autre [coca light/ PAREIL mais [ah oui [un autre
49	PHO	
50	BER	par contre ils ont FAIT des pubs différents/ (0.3) qui s'adressent aux hommes\ c'est à dire euh des pubs avec euh (1.1) ((geste kinémimique)) comme comme un film américain on se bat::/ euh et une fille :: euh (1.2) (xx) on veut dire/ pas pas pas beaucoup de vêtements/

(corpus fr-vn en Fr)

C'est l'extrait de la vidéo d'un débat sur la publicité à la télévision tournée en France, THA (femme) et PHO (homme) sont vietnamiens, BER (homme) est français. A la fin du tour 45, BER cherche des mots pour compléter l'énoncé expliquant pourquoi les filles aiment boire du Coca-Cola Light. À 47, tout en venant en aide à BER, THA lui rappelle que le coca-cola light ne provoque pas d'obésité chez les filles : « *ne pas grossir ça* ». À 48, BER ratifie l'énoncé de THA, et à la fois interrompt son discours tout en la reformulant à sa manière. En réalité, BER poursuit son énoncé inachevé à 45 car il craint que THA prend son tour « *ça les empêcher de grossir grossir tout ça...* ». Cet exemple montre qu'un énoncé correctif peut être perçu par son interlocuteur comme une menace à son tour de parole, il doit donc utiliser des stratégies pour maintenir son droit à la parole, dans ce cas, c'est de couper les paroles de THA.

Exemple 5 :

144	PHO	[Si ON est fidèle (si on est (.) oui on est on vit avec une
145	MOH	[oui voilà (0.8) solide (0.4) solide voilà
146	PHO	[personne jusqu'au bout
147	MOH	[oui cette personne jusqu'au bout alors
148	PHO	voilà [au moins (.) jusqu'au mariage c'est ça là
149	MOH	[parce que:
150	THA	[non non je suis suis pas tout à fait d'accord avec toi/=
151	PHO	=ok dis [moi
152	THA	[par exemple comme maintenant je vis avec quelqu'un/
	(0.2)	
153	PHO	[oui
154	THA	[et après deux mois trois mois un an par exemple comme ça/
155	PHO	hm=
156	THA	=je me sens euh:: hm hm [hm plus bien plus: euh:
157	MOH	[voilà
158	MOH	plus mieux avec [la personne oui/
159	THA	[plus mieux avec la personne ben j'ai le droit
		[de lui dire au revoir avec lui bon attends je je je [je je finis pas
		[bien sûr bien sûr tu as le droit
		[voilà
160	PHO	encore pas encore finis/ .h:: et après:: je sors et je vois un autre
161	MOH	garçon qui s'entend bien avec moi/ au début on commence\ on commence
162	THA	(.) comme des amis/ (0.3) et [après on s'entend bien devient des
163	MOH	[hm

(corpus fr-vn en Fr)

Extrait de cette vidéo est filmé en France, THA (femme) et PHO (homme) sont vietnamiens, MOH (homme) est français, les trois discutent du thème concubinage. À 154 et 156, THA suppose qu'elle connaît son petit ami depuis un moment. Si elle sent que la relation n'est plus compatible avec son attente, elle a le droit d'arrêter. Quand THA exprime l'idée « *je me sens euh ::hm hm hm plus bien plus : euh :* », THA a le problème avec l'utilisation d'une expression négative. et à la fois comparative, utilisée avec l'adverbe « bien ». Devant l'hésitation de THA, MOH lui a donné l'énoncé correctif, en 158, sous forme de coénonciation en réparation : "*plus mieux avec la personne oui*", puis, en 159 THA a interrompu les propos de MOH alors que MOH n'avait pas fini de parler. Ce comportement de THA doit être interprété de deux manières : premièrement, THA a accepté le rappel de MOH et a continué à parler, l'interruption (à 159) n'était pas intentionnelle ; deuxièmement, THA a estimé que MOH voulait prendre son tour de parole, alors elle l'interrompt de manière proactive pour garder son tour. Cette façon d'interrompre le tour chez les interlocuteurs vietnamiens en France est la preuve d'une assimilation au

phénomène d'acculturation, car les Vietnamiens ont tendance à avoir le style interactionnel (ethos) consensuel en évitant de menacer la face négative de leur interlocuteur (Do Kim Thanh 2015).

3. Coénonciation par attachement dans la perspective de la stratégie de la communication

Le fonctionnement de la coénonciation par attachement est schématisé par nous comme suit :

- (1) L1 : énoncé syntaxiquement achevé.
- (2) L2 : énoncé additionnel syntaxiquement dépendant de (1) pour être interprétable.
- (3) L1 : ratification de l'énoncé de L2 (facultatif et le plus souvent par répétition ou reformulation de (2)).

Exemple 6:

Dans cet exemple THA (femme) est vietnamienne, BER (homme) et MOH (homme) sont français, THA parle des tatouages sur les poignets des chanteurs au Vietnam.

```

40 MOH ouais [ça dépend comment on veut
41 THA [mais mais parfois j'ai vu il y a des acTRices::
42 MOH ouais
43 THA euh chanteuses vietnamiennes\ dans à mon pays il a quelques tatouages\
(0.2) autour:: ça
(0.3)
44 BER autour [des poignets/
45 THA [oui [poignet un petit peu quelques étoiles queques fleurs
46 MOH [poignet oui
47 THA (0.3)ou juste:: [derrière
48 BER [oui
49 MOH [c'est ça (laisse assez) oui oui [oui
50 THA [oui je trouve
[ça joli quoi\

```

(corpus fr-vn en Fr)

En 44, BER complète l'énoncé de THA «... *autour* :: *ça* » en 43 par l'énoncé « *autour des poignets* ». Dans cette situation, faute de trouver le mot exact, THA a dû utiliser le pronom indéfini « *ça* », et en même temps, THA a utilisé les gestes co-verbaux déictique, et idéographique pour illustrer le mot « *poignet* » (voir illustration ci-dessous), grâce à ces signaux de recherche d'aide, THA reçoit l'aide du BER.

Exemple 7 :

Dans cet extrait de vidéo tourné en France, des étudiantes vietnamiennes discutent des tatouages

27	NGU	=peut être c'est un art\ (0.8)
28	HUO	c'est un art\ moi moi moi per personnellement moi je pense que (0.8) le tatouage est vraiment un art\ (0.4) un art parce que (0.4) tu vois le:: la personne qui qui fait le le tatou/ (0.4) il est VRAIMENT un artiste\ (0.6)
29	MYY	et:: je pense que::: (0.4) à travers le:: tatouage on peut exprime/ (0.5) euh::: la:: (1.0) euh:: comment dire comme les souvenirs/ (0.6) parce que [ils viennent des personnes
30	HUO	[<((en riant)) oui oui >
31	NGU	oui

(corpus vn en Fr)

Au tour 29, MYY rejoint l'idée de HUO sur le tatouage comme art, et sur le tatoueur comme artiste, MYY commence son énoncé avec la conjonction « *et ::* » en disant que : « *je pense que ::: (0.4) à travers le :: tatouage on peut exprimer/ (0.5) euh ::: la : (1.0) euh :: comment dire comme les souvenirs/ parce qu'ils viennent des personnes* ». L'opinion de MYY a été ratifié par HUO : « *oui oui* » à en 30. Le silence de 0,6 seconde après le tour de HUO (en 29) semble montrer que MYY n'a pas activement pris son tour, mais elle a seulement voulu ajouter des idées au contenu de l'énoncé de HUO, dans l'esprit de collaboration, pour développer conjointement le sujet de la conversation.

Exemple 8 :

Dans ce dialogue, DUY, NAA et KHA discutent du nombre et de la durée des publicités télévisées.

62	DUY	mais ah:: je pense que les publicités (0.9) est très très long (0.9)
63	NAA	très long (0.4)
64	DUY	très [long
65	NAA	[oui (0.7) parce que=
66	KHA	=euh:: plusieurs des [publicités
67	DUY	[ah pluSIEUR (0.4)
68	KHA	hm (0.6)
69	DUY	[plusieurs des (0.5) publi[cités
70	KHA	[plusieurs (xxx)
71	NAA	[plusieurs et:: (0.5) une ah une publicité ah:: contribue beaucoup de:: beaucoup de fois\ (0.4)
72	KHA	ah oui (0.7) ah:: (0.9) c'est un:: désavantage de publicité à la télévision\ (0.6) ah mais:: (0.5) ah quand les:: entreprises (0.5) hm:: qui veut publici::té

(corpus vn au Vn)

Les tours 65, 67 et 71 sont des interruptions, et les interlocuteurs n'interrompent pas leur partenaire pour imposer leur propre point de vue, mais ils veulent tous mettre l'accent sur la quantité abondante des publicité à la télévision. Il semble que les interlocuteurs collaborent, par la coénonciation par attachement, pour « co-construire » un tour de parole assez long et sémantiquement complet. En conséquence, le tour de NAA en 71 est le fruit de cette collaboration : « *plusieurs et:: (0.5) une ah une publicité ah:: contribue beaucoup de:: beaucoup de fois* »

Exemple 9 :

256	MOH	c'est ton concubin voilà\ (.) au niveau du partage au niveau de la loi c'est [beaucoup plus difficile à distinguer .h: qui est à [hm
257	PHO	[hm
258	MOH	l'appartenance de l'enfant qui doit nourrir l'enfant quoi/=
259	PHO	=hm=
260	MOH	=c'est plus (0.8) voilà c'est plus confus quoi/=
261	THA	=oui bien que je je:: je trouve que le concubinage c'est normal/ mais moi je [préfère toujours avoir un le mariage/
262	MOH	[hm
263	PHO	<((en riant)) oui>
264	MOH	[voilà (.) voilà moi moi c'est ça pour moi oui oui (inaud) ou tu es
265	THA	[ouais
266	MOH	d'accord/=
267	PHO	=moi je pense que oui=

(corpus fr-vn en Fr)

Dans cet extrait, les interlocuteurs discutent du concubinage. MOH (homme) est français. PHO (homme) et THA (femme) sont vietnamiens.

MOH estime que ce sera très compliqué si on vit ensemble sans mariage, il sera difficile de répartir les responsabilités familiales en matière d'enfants et tout sera très ambiguë. À 261, THA partage le même avis avec MOH par le régulateur « *oui* », et elle fait des efforts pour garder son tour afin d'expliquer qu'elle préfère le mariage : « ... *bien que je je :: je trouve que le concubinage c'est normal/ mais moi je préfère toujours avoir un mariage/* ». L'avis de THA a reçu la ratification de MOH : « *voilà (.) voilà ...* »

Exemple 10 :

4	HUO	bien en fait::\ (0.5) je voudrais savoir que que pensez-vous (0.4) euh::\ (0.4) euh:: du tatouage (4.4)
5	NGU	euh:: selon selon moi ah:: tatou tatouge/ est une mode récent (0.3) euh:: (0.7) que (1.0) tout le mond- ah:: (1.1) aime ça (0.4) aujourd'hui\=
6	HUO	=tu penses que c'est (une influence) un truc comme ça/=
7	NGU	=oui oui surtout les jeunes=
8	MYY	=ah je suis d'accord avec euh toi parce que:: ce .h:: cela exprime aussi la:: personnalité des jeunes/ euh aujourd'hui (0.6) et:: cela:: c'est peut-être un mode euh:: actuellement/

(corpus vn en Fr)

Dans cet extrait de vidéo tournée en France, les trois interlocutrices vietnamiennes parlent du tatouage. À 8, MYY a exprimé son accord avec le point de vue de NGU selon lequel les jeunes aiment les tatouages. Ensuite, au lieu de céder le tour à NGU après lui avoir témoigné sa ratification : « *ah je suis d'accord avec euh toi* », MYY explique encore que : « *parce que :: ce .h :: cela exprime aussi la :: personnalité des jeunes/ euh aujourd'hui (0.6) et :: cela :: c'est peut-être un mode euh :: actuellement/* ». Cela pourrait être considéré comme une stratégie de la part de MYY pour prendre le tour de parole de son partenaire NGU tout en commençant par un simple régulateur : « *ah je suis d'accord avec euh toi* ».

4. Conclusion

Cet article vise à analyser les stratégies de communication à travers le phénomène de coénonciation, dans un corpus de vidéo comprenant les 03 situations de communication suivantes : échanges entre locuteurs français et vietnamiens en France, entre locuteurs vietnamiens en France et entre locuteurs vietnamiens au Vietnam. A partir des analyses multimodales du corpus nous constatons que :

Les stratégies de communication relevant du phénomène de coénonciation des interlocuteurs dans des situations en France s'effectuent selon deux tendances : collaboration dans la construction des tours de parole et rivalité en termes de prise de parole, tandis que dans des situations au Vietnam, les stratégies de communication sont fortement marquées par la collaboration entre interlocuteurs pour co-construire les unités de construction de tour. Cette particularité montre qu'il existe le phénomène d'acculturation chez les interlocuteurs vietnamiens en France où la face négative affecte peu les interlocuteurs (Do Kim Thanh, 2015)

En plus des stratégies de communication verbales, les interlocuteurs utilisent également des gestes co-verbaux pour donner du sens aux énoncés dans les situations de communication au Vietnam, ou pour solliciter de l'aide lors de la construction des énoncés dans les situations de communication en France.

Dans les situations conversationnelles en France, un énoncé en réparation peut être perçu par un interlocuteur comme une menace à son tour de parole. Ainsi il doit utiliser des stratégies pour garder son tour comme éléments paralinguistiques. (hm, euh...), prolongations syllabiques (je:::), répétition des mots et des phrases (je je je je pense je pense...), débit rapide...

Un énoncé de type de coénonciation par attachement commençant par un régulateur est souvent utilisé par les interlocuteurs dans les situations de communication en France pour d'abord ratifier l'énoncé du partenaire, et ensuite s'emparer de son tour.

De toutes ces remarques, selon nous, il faudrait guider les apprenants à connaître les caractéristiques du phénomène de coénonciation, ainsi que les stratégies de communication qui accompagnent ce phénomène, afin qu'ils puissent communiquer facilement avec les Français sans trop se soucier de la face négative largement appréciée dans la culture vietnamienne.

Convention de transcription (ICOR)

: allongement de la voix

/ voix montante

\ voix descendante

[chevauchement

(0.2) silence de 0.2 seconde

= enchaînement rapide du tour de parole (moins de 0.2 seconde)

Bibliographie :

André-Larochebouvy, D. (1984). *Introduction à l'analyse sémio-linguistique de la conversation*. Didier.

Bange, P. (1992). *Analyse conversationnelle et théorie de l'action*. Hatier/ Didier.

Corder, S. P. (1983). Strategies of communication. In *Strategies in interlanguage communication* (pp. 15–19).

Cosnier, J. (1987). Les tours et le copilotage dans les interactions conversationnelles. In *Le parler frais d'Erving Goffman* (pp. 233–244). Les éditions de minuit.

de Gaulmyn, M.-M. (1987). Les régulateurs verbaux: Contrôle des récepteurs. In *Décrire la conversation* (pp. 203–223). Presses universitaires de Lyon.

Do Kim Thanh. (2015). *Gestion des tours de parole des apprenants vietnamiens dans des discussions exolingues en français: Analyse du discours-en-interaction*. Université Lumière Lyon 2.

Duncan, S. (1972). Some signals and rules for taking speaking turns in conversations. *Journal of personality and social psychology*, 23, 283–292.

Faerch, C., & Kasper, G. (1983). Plans and strategies in foreign language communication. In *Strategies in interlanguage communication* (pp. 20–60). Longman.

Goodwin, C. (1981). Conversational organization: Interaction between speakers and hearers. Language, thought, and culture. *Academic Press, New York*.

Jeanneret, T. (1999). *La Coénonciation en français: Approches discursive, conversationnelle et syntaxique*. Peter Lang.