

FICHE MÉTHODE : LE COMPTE RENDU D'UN DOCUMENT EN ANGLAIS

1. Quel est l'objectif ?

Un compte rendu = restitution détaillée et organisée des idées, informations et intentions du document, sans donner son avis. Ce n'est pas un résumé ultra-court : on attend des détails significatifs, pas seulement « l'essentiel ».

Le compte rendu consiste à :

- ✓ montrer que l'on a compris le document ;
- ✓ sélectionner les informations essentielles ;
- ✓ reformuler en français sans traduire mot à mot ;
- ✓ organiser ses idées de façon claire.

En CO, il est généralement rédigé en français à partir de notes prises en anglais ; en CE, selon les consignes, il peut être demandé en anglais (synthèse / compte rendu neutre).

⚠ **Ce n'est ni un résumé ligne par ligne ni une traduction.**

ÉTAPE 1 : IDENTIFIER LE DOCUMENT (1ère colonne)

À inclure systématiquement :

- **Nature du document** : article, extrait d'un roman, discours, interview, reportage, extrait de journal télévisé, podcast, publicité, etc.
- **Source** : nom du journal / site / chaîne, pays si pertinent.
- **Date** (ou indication temporelle).
- **Auteur / locuteurs** : nom, fonction, rôle (, présent ou mentionné, journalist, expert, témoin, etc.).
- **Thème / sujet principal** et, si possible, **problématique** ou question centrale.
- Définir **le contexte** du message : qui le porte ? à qui s'adresse-t-il ? d'où est-il émis ?
- Eventuellement **plan global** du document (s'il est clairement identifiable).

Exemple

This document is a news article published in The Guardian on March 5, 2024.

Written by journalist Emma Clarke, it deals with the impact of rising sea levels on coastal towns in the UK.

ÉTAPE 2 : REPÉRER LES INFORMATIONS IMPORTANTES (2ème colonne)

Objectif : **reprendre les idées et arguments-clés**, avec des **détails significatifs**, dans un ordre **logique** (souvent chronologique ou thématique).

Trouvez :

- ✓ les idées principales ;

- ✓ les causes ;
- ✓ les conséquences ;
- ✓ les chiffres importants ;
- ✓ les exemples significatifs.

Pour un monologue / exposé / reportage (CO)

Organiser en paragraphes :

1. **Idée principale / thèse** du locuteur.
2. **Arguments / exemples importants** (sans recopier tous les détails ni les statistiques inutiles).
3. **Éléments de contexte** (lieu, public visé, situation).
4. **Attitude du locuteur** : ton (sérieux, inquiet, ironique...), point de vue, intentions (informer, convaincre, alerter, etc.).

Pour un dialogue / interview (CO)

Mettre en avant :

- **Interlocuteurs** : qui parle ? fonction, rôle.
- **Thème de l'échange** : de quoi parlent-ils ? quel est l'enjeu ?
- **Points de vue** de chacun, **accords / désaccords**.
- **Évolution de la discussion** : comment ça commence, quels tournants, quelle conclusion (explicite ou implicite).
- **Relations et tons** : formel / familier, tendu / détendu, etc.

Pour un corpus de textes (CE)

- **Noter les idées principales.**
- **Relever 2-3 arguments ou exemples significatifs.**
- **Regrouper les idées par thématique** (et non document par document si cela crée des répétitions)
- **Articuler les indices de sens** et l'organisation du message : utilisez des mots de liaison pour articuler les idées.
- **Points de vue** de chacun, **accords / désaccords**., le ton.
- **Structurer en paragraphes** : une grande idée = un paragraphe.
- **Ne pas paraphraser** : reformuler avec ses propres mots.
- **Ne pas donner son avis** et ne pas ajouter d'éléments extérieurs.
- **Ne pas paraphraser** : reformuler avec ses propres mots.
- **Pas de citations.**
- **Ne pas donner son avis** et ne pas ajouter d'éléments extérieurs.
- Demandez-vous ce que **ces données apportent au message** afin de ne pas vous perdre dans les détails.

Si corpus : faire un **tableau par document** puis un **tableau par thème**.

III. Paragraphe final : implicite et portée (3e colonne : Identification des stratégies de communication)

Surtout en CO, mais utile aussi en CE :

Implicite : ce qui n'est pas dit directement mais se comprend (attitudes, sentiments, non-dits, valeurs sous-jacentes).

Portée du document : que cherche-t-il à produire chez le destinataire ? (faire prendre conscience, dénoncer, valoriser, etc.)

Éventuellement une ouverture très brève sur les conséquences ou perspectives évoquées.

Dégager l'intention du message : pourquoi a-t-il été émis ? Pour alerter/sensibiliser/inciter/témoigner/émouvoir/troubler/faire réagir/éduquer ?