



**FILIERE ETUDE ARABE  
MODULE : LANGUE ET TERMINOLOGIE  
SEMESTRE S2  
ANNEE SCOLAIRE 2019/2020**

**PROFESSEUR : BEN ABDILLAH ABDELQADER**

**PALN DU MODULE**

**COURS 1**

LA COMMUNICATION : TYPES ET FONCTIONS

**COURS 2**

LES TYPES DE TEXTES

**COURS 3**

LE NOM, LE VERBE ET L'ADJECTIF

# La communication : Types et fonctions

## 1. La communication

### Définition

La **communication** est l'action de communiquer, de **transmettre des informations ou des connaissances** à quelqu'un ou, s'il y a échange, de les mettre en commun (ex : le dialogue). Le mot communication désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué (ex : avoir une communication urgente à faire) ou le fait d'être en relation avec quelqu'un (ex : couper une communication).

En sociologie et en linguistique, la communication est l'ensemble des **phénomènes** qui peuvent intervenir lorsqu'un individu transmet une information à un ou plusieurs autres individus à l'aide du langage articulé ou d'autres **codes** (**ton de la voix, gestuelle, regard, respiration...**). La science de la communication a pour objet de conceptualiser et de rationaliser les processus d'échange, de transmission d'information entre deux entités (individus, groupes d'individus ou machines).

### 2. La chaîne de communication est constituée :

- de l'**émetteur** (ou expéditeur),
- du **récepteur** (ou destinataire),
- du **message** qui est transmis de l'un à l'autre,
- du **code** qui sert à transmettre le message (ex : la langue)
- le **canal** de transmission (ex : de vive voix, téléphone...),
- le **contexte**

### 3. La communication verbale et non verbale

Il existe deux types de communication dans des relations interpersonnelles. Nous avons, d'une part, la **communication verbale**, et d'autre part la **communication non verbale ou la gestuelle**. Bien que la principale différence soit que l'une soit auditive et l'autre non, il existe d'autres clés importantes pour bien comprendre la différence entre **la communication verbale et non verbale**

**3.1. La communication verbale** : est peut-être la première que nous apprenons à contrôler ; car avant d'apprendre les mots et à former des phrases, les humains commencent à communiquer par des sons, tels que des cris, des pleurs, des rires ou des grognements. C'est quelque chose de presque inné qui se modifiera progressivement et en s'adaptant grâce aux enseignements que nous recevons à l'école maternelle et primaire.

**3.2. La communication non verbale** : est complètement liée au **langage corporel des personnes** ; souvent, notre corps communique avec les autres de façon involontaire, par certains gestes ou des positions qui sont difficiles à contrôler.

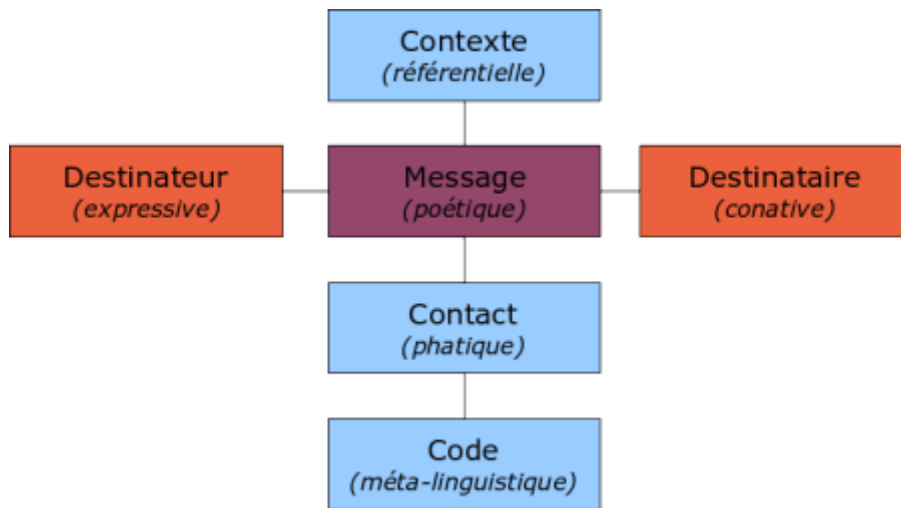
Selon les études, presque soixante-dix pour cent de ce que nous communiquons est fait par le **langage non verbal**. À travers des regards, des expressions et des gestes. C'est pourquoi, il est très important d'en tenir compte.

Notre langage corporel peut soutenir notre langage verbal ou au contraire le contredire, il est donc très intéressant d'avoir des connaissances sur ce sujet. Nous saurons ainsi identifier les gestes les plus typiques lorsque quelqu'un ment, lorsque quelqu'un se sent attiré, et.

Il y en a énormément : le ton de la voix, la couleur de notre visage, la position des mains, des bras ou du tronc et même la direction vers laquelle nous regardons lorsque nous racontons quelque chose.

Tout est susceptible d'être étudié, et même si cela semble complexe, ces signes peuvent être contrôlés. Ainsi, nous pouvons essayer d'adapter notre langage corporel pour nous montrer plus sûrs de nous-mêmes lors d'un entretien d'embauche, par exemple.

#### 4. Schéma de Jakobson et fonctions de la communication



#### Schéma de la communication verbale

D'après Jakobson. À chacun des six facteurs inaliénables de la communication correspond une des six fonctions du langage (entre parenthèses). Les six fonctions de la communication telles que les identifie Roman Jakobson sont chacune liées à un de ces éléments.

##### 4.1. La fonction expressive

Il s'agit de la fonction relative à l'émetteur. Elle est utilisée par le destinateur pour informer le récepteur sur sa propre **personnalité** ou ses **propres pensées** : pour Jakobson, « elle vise à une expression directe de l'attitude du sujet à l'égard de ce dont il parle. Elle tend à donner l'impression d'une certaine **émotion**, **vraie** ou **feinte**. La couche purement émotive, dans la langue, est présentée par les interjections »

##### 4.2. La fonction conative

C'est la fonction relative au destinataire. Elle est utilisée par l'émetteur pour que le récepteur agisse sur **lui-même et s'influence**. C'est évidemment une fonction privilégiée par la publicité. Cette fonction trouve son expression grammaticale la plus pure dans le vocatif et l'impératif.

##### 4.3. La fonction phatique (contact)

*(Fonction phatique. Fonction du langage dont l'objet est d'établir ou de prolonger la communication entre le locuteur et le destinataire sans servir à communiquer un message.)*

La fonction phatique (fonction de mise en phase) est utilisée pour établir, maintenir ou interrompre le contact physique et psychologique avec le récepteur. Elle permet aussi de vérifier le passage physique du message.

Il s'agit de rendre la communication effective avant la transmission d'information utile et d'en confirmer la bonne réception. Ce sont les fonctions que remplissent par exemple le « Allô » d'une communication téléphonique, le "entendu" qui clôt un échange, ou les hochements de tête de l'interlocuteur attentif.

##### 4.4. La fonction métalinguistique

C'est la fonction relative au **code**, le dictionnaire, le mode d'emploi. Avant d'échanger des informations il peut être important que l'échange porte d'abord sur le codage utilisé pour le message. Ainsi les

partenaires vérifient qu'ils utilisent un même code. Cette fonction consiste donc à utiliser un langage pour expliquer ce même langage ou un autre langage. On l'appelle parfois « traduction ».

#### 4.5. La fonction référentielle (contexte)

Cette fonction du message est centrée sur le monde (un objet ou un évènement extérieur) : le contexte ou référent.

Le référent d'une communication peut être par exemple la table qui se trouve dans l'environnement des interlocuteurs (dans le même « contexte »), ou alors une culture, un pays.

C'est une fonction extrêmement utilisée puisque la plupart des discussions et des textes dans le monde contiennent une information.

Cette fonction décrit une réalité objective.

La fonction référentielle **oriente** la communication vers ce dont l'émetteur parle, vers le sujet sur lequel on informe, vers des faits objectifs, à savoir les référents (personnes, objets, phénomènes, etc.) sans lesquels il n'y aurait pas de communication possible.

Cette fonction englobe les informations objectives que véhicule le message. Par exemple, l'énoncé de faits qui se produisent quelque part.

#### 4.6. La fonction poétique (message)

Pour Jakobson<sup>1</sup>, « la visée du message en tant que tel, l'accent mis sur le message pour son propre compte, est ce qui caractérise la fonction poétique du langage. Cette fonction ne peut être étudiée avec profit si on perd de vue les problèmes généraux du langage [...]. La fonction poétique n'est pas la seule fonction de **l'art du langage**, elle en est seulement la fonction dominante, déterminante, cependant que dans les **autres activités verbales** elle ne joue qu'un rôle subsidiaire, accessoire. »

Il s'agit donc de mettre en évidence tout ce qui constitue la **matérialité propre des signes**, et du **code**.

Cette fonction permet de faire du message un objet esthétique, même de façon minimale. Les efforts liés à l'euphonie (l'euphonie est une qualité des sons agréables à entendre ou aisés à prononcer) et à l'ordre des mots concernent la fonction poétique. Le niveau de langue, le ton, la hauteur de la voix construisent aussi la fonction poétique d'un message oral.

### 5. Exemple de cas : analyser une situation de communication

De l'analyse de la situation de communication va résulter **l'efficacité du message**. Avant de communiquer par **écrit** ou par **oral**, il convient donc de procéder à une analyse rigoureuse de la situation de communication. Cette analyse peut se situer à **l'émission** et à la **réception** du message.

5.1. L'analyse **interprétative** pour analyser le message reçue (compréhension du texte : objet, sens du message...)

5.2. L'analyse **préparatoire** pour analyser le message à envoyer (adaptation du registre de langage, objet, traitement...)

Il est possible de recourir à ces méthodes d'analyse d'une situation de communication.

5.3. **Définition** : Méthode dont l'origine remonte à QUINTILIEN qui consiste à analyser les informations à l'aide de questions-clé :

QUI ? QUOI ? QUAND ? OU ? COMMENT ? Les questions complémentaires COMBIEN ? POURQUOI ?  
Peuvent ou non doubler chacune des précédentes.

#### 5.4. Signification :

- **QUI ?** - L'émetteur : il est à l'origine du message, dont il choisit le contenu.  
- le (ou les) destinataire(s). il est nécessaire d'identifier le type de relations entre l'émetteur et le destinataire : qualité, liens, niveau hiérarchique..., pour adapter le style de communication à la situation. Il faut également savoir quel est le niveau de connaissance du destinataire, par rapport au problème posé : ce qu'il sait, ce qu'il ne sait pas, ce qu'il peut faire, ce qu'il est prêt à faire...

- **QUOI ?** L'objet du message : c'est la justification de la communication.

- **OU ? QUAND ?** Lieu et moment où se passe l'action.
- **COMMENT ?** Le choix du canal : courrier interne, externe téléphone, télécopie, email... mais également la manière dont le message est traité : choix des idées, plan adopté, registre de langage, ton employé...
- **POURQUOI ?** Le but de la communication pour :
  - informer,
  - convaincre
  - conduire à l'action
  - conseiller,
  - ordonner ;

Le traitement du message varie en fonction du but recherché.

- **COMBIEN ?** Le nombre...

## 6. Énoncé, définition

On appelle énoncé ce qu'on dit ou ce qu'on écrit (quelques mots, des phrases, un texte...).

### 6.1. Les indices de la situation de communication :

Certaines expressions contenues dans le message/énoncé renvoient à la situation de communication : ce sont les indices de personne, de lieu, de temps et les temps verbaux :

### 6.2. Les indices de personne : ce sont les pronoms personnels, déterminants et pronoms possessifs de 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> personne :

- désignant l'émetteur : je, nous, notre, la mienne...
- désignant le récepteur : tu, vous, votre, le tien...

### 6.3. Les indices de lieu :

- lieu où l'émetteur parle ou écrit : ici, de ce côté...
- lieu éloigné de l'émetteur : là, là-bas, de l'autre côté...

### 6.4. Les indices de temps :

- moment où l'émetteur parle ou écrit : aujourd'hui, maintenant...
- moment situé après : demain, la semaine prochaine...
- moment situé avant : hier, l'an dernier...

### 6.5. Les temps verbaux :

Ils renvoient eux aussi à la situation de communication. C'est notamment le cas du présent et du passé composé (qui établissent une relation entre les événements rapportés et le moment de la parole ou de l'écriture).

## 7. Les facteurs influençant la communication

Il s'agit d'attitudes qui peuvent peser dans la gestion de la relation, comme :

- un questionnement trop directif ;
- une attitude consolante (réconfortante) ;
- une attitude interprétative (à préciser le sens de qqch) ;
- un jugement ;
- la recherche d'une solution à tout prix ;
- le manque de distance.

## 8. Modalités perceptives dans la communication

Les différents canaux : Lors de la communication entre l'émetteur et le récepteur, différents canaux perceptifs sont utilisés : l'audition, l'olfaction (odorante), la vision et le toucher.

Dans la pratique soignante, tous ces canaux peuvent être utilisés. Ils sont souvent nécessaires à une bonne prise en charge du patient, et ce d'autant plus que la communication verbale peut être altérée (patient ayant des troubles cognitifs).

- 8.1. L'audition :** C'est le canal qui va permettre au récepteur de percevoir le langage verbal. Par l'audition, on reçoit des informations objectives mais on perçoit aussi des éléments subjectifs à travers l'intonation, le débit de parole, l'articulation...
- 8.2. La vision :** Les informations perçues sont exclusivement non verbales. De même que pour l'audition, ces éléments sont objectifs, et d'autres, inconscients. Ils peuvent être statiques (une position) ou dynamiques (un mouvement).
- 8.3. Le toucher :** C'est le plus interactif de tous les sens et le plus intime. De plus, il déclenche immédiatement un ressenti agréable ou désagréable..
- 8.4. L'olfaction :** Les odeurs s'imposent aux individus qui y sont confrontés. Elles entraînent immédiatement une sensation agréable ou désagréable

## **9. Les différents types de communication**

- 9.1. La communication interpersonnelle :** entre deux personnes. (Entretien d'embauche
- 9.2. La communication de groupe :** entre plusieurs personnes dans un groupe restreint. (réunion)
- 11.3 La communication de masse :** s'adresse à une multitude de personnes. (message télévisé)

## **10. Les enjeux de la communication**

L'enjeu représente ce que chaque acteur de la communication cherche à gagner dans la situation de communication. Il existe plusieurs types d'enjeux :

- 10.1. L'enjeu informatif :** transmettre une information
- 10.2. L'enjeu identitaire :** exprimer son identité
- 10.3. L'enjeu d'influence :** agir sur l'autre pour changer ses idées ou ses agissements
- 10.4. L'enjeu relationnel :** créer ou consolider une relation

## **11. Les différentes stratégies de communication**

Les acteurs de la communication vont adopter un comportement verbal et non verbal qui va leur permettre d'atteindre l'enjeu fixé : c'est la stratégie.

- 11.1. La stratégie de coopération :** rechercher le consensus durant la communication, écouter l'autre et ses arguments.
- 11.2. La stratégie de résistance ou d'opposition :** être réfractaire au dialogue, s'entêter sur ses positions. La communication est difficile.
- 11.3. La stratégie d'évitement :** fuir le dialogue, éviter le conflit. La communication est rompue.
- 11.4. La stratégie d'influence :** essayer de faire changer l'opinion ou le comportement de l'autre.

## **12. Les canaux de communication**

Pour que son plan de communication soit efficace, le créateur doit rechercher le meilleur "mix" entre canaux de communication. Ceux-ci se répartissent en deux grandes catégories : la communication média et hors média.

- 12.1. La communication média :** La communication média concerne les actions passant par les médias traditionnels : Presse ; Télévision-cinéma ; Affichage ; Radio et Internet
  - **La presse** reste le média le plus accessible pour les jeunes marques de mode
  - **La télévision et le cinéma** sont des médias très onéreux, inaccessibles aux petites entreprises d'autant qu'elles aussi doivent, pour être efficaces, être répétitives.

- **L'affichage** reste lui aussi, quel que soit le lieu choisi (centres villes, réseaux de transport, aéroports...), onéreux et peu adapté aux jeunes marques de mode.
- **La radio**, onéreuse également, a peu de sens pour les jeunes marques de mode, auxquelles elle ne permet pas de montrer leurs collections.
- **Internet** est le média qui leur est le mieux adapté du fait des solutions à faible coût et de la multiplicité des formules auxquelles il donne accès (*lire § Internet et réseaux sociaux*).

**12.2. La communication hors médias :** La communication hors médias désigne les actions de communication qui ne passent pas par les médias traditionnels (presse, télévision-cinéma, affichage, radio, internet). Elle comprend :

- les actions de marketing direct (mailings ou e-mailings...)
 

Prospection auprès d'une clientèle au moyen de documents expédiés par voie postale ou électronique (e-mailing).
- les actions de communication publicitaires alternatives (Street-marketing, évènementiel, relations publiques...
 

Le street marketing est une technique marketing qui utilise la rue et les lieux publics pour promouvoir un événement, un produit ou une marque.

**13. Internet et les réseaux sociaux :** Internet et les réseaux sociaux sont devenus des canaux de communication incontournables pour les jeunes entreprises de mode.

## Cours numéro 2

### La typologie de textes

Il existe 5 types de discours (ou textes) : narratif, descriptif, argumentatif, explicatif et injonctif.

1. **Le texte narratif** est une narration (orale ou écrite) d'une histoire (réelle ou fictive). Derrière l'appellation texte narratif on trouve des textes différents. Exemple : le roman, la nouvelle, le conte et le mythe
2. **Le texte descriptif** montre un lieu, un objet, un personnage que le lecteur ne voit pas. Dans un écrit documentaire (par exemple un guide touristique) ce type de texte évoque une image fidèle d'un objet réel. Dans un récit de fiction (par exemple un récit de voyage) il peut créer une atmosphère, donner des indices sur la suite du récit, donner au texte une valeur esthétique, ou développer le symbolisme. Exemple : le guide touristique, le récit de voyage, le roman, texte documentaire, etc.
3. **Le texte argumentatif** a pour objectif de persuader, convaincre le destinataire (celui à qui le texte s'adresse). Le texte argumentatif défend une position en développant un raisonnement structuré et logique. Le texte exprime l'opinion et le jugement. Exemple : l'essai, le pamphlet et l'article, etc.
4. **Le texte explicatif** cherche à donner une explication, à apporter une information. Il modifie les connaissances du destinataire. Dans un récit de fiction, le texte explicatif peut instruire le lecteur, retarder l'action, donner des détails qui aident à comprendre l'intrigue, montrer la cohérence du personnage et de son comportement, etc. Exemple : l'article de dictionnaire, le manuel scolaire et l'article de presse, etc.
5. **Le texte injonctif** veut conseiller ou ordonner un comportement à un destinataire. Exemple : le mode d'emploi, la recette de cuisine et la publicité, etc.

## Application

**Lisez attentivement le texte ci-dessous, essayez de relever les indices qui caractérisent chaque type de discours puis nommez ces différentes parties de discours**

On faisait cercle autour de M. Bermutier, juge d'instruction qui donnait son avis sur l'affaire mystérieuse de Saint-Cloud. Depuis un mois, cet inexplicable crime affolait Paris. Personne n'y comprenait rien.

M. Bermutier, debout, le dos à la cheminée, parlait, rassemblait les preuves, discutait les diverses opinions, mais ne concluait pas.

Plusieurs femmes s'étaient levées pour s'approcher et demeuraient debout, l'œil fixé sur la bouche rasée du magistrat d'où sortaient les paroles graves. Elles frissonnaient, vibraient, crispées par leur peur curieuse, par l'avidité et insatiable besoin d'épouvante qui hante leur âme, les torture comme une faim.

Une d'elles, plus pâle que les autres, prononça pendant un silence :

- C'est affreux. Cela touche au "surnaturel". On ne saura jamais rien.

Le magistrat se tourna vers elle :

- Oui, madame, il est probable qu'on ne saura jamais rien. Quant au mot "surnaturel" que vous venez d'employer, il n'a rien à faire ici. Nous sommes en présence d'un crime fort habilement conçu, fort habilement exécuté, si bien enveloppé de mystère que nous ne pouvons le dégager des circonstances impénétrables qui l'entourent. Mais j'ai eu, moi, autrefois, à suivre une affaire où vraiment semblait se mêler quelque chose de fantastique. Il a fallu l'abandonner, d'ailleurs, faute de moyens de l'éclaircir.

Plusieurs femmes prononcèrent en même temps, si vite que leurs voix n'en firent qu'une :

- Oh ! Dites-nous cela.

M. Bermutier sourit gravement, comme doit sourire un juge d'instruction. Il reprit :

- N'allez pas croire, au moins, que j'aie pu, même un instant, supposer en cette aventure quelque chose de surhumain (injonctif). Je ne crois qu'aux causes normales. Mais si, au lieu d'employer le mot "surnaturel" pour exprimer ce que nous ne comprenons pas, nous nous servions simplement du mot "inexplicable", cela vaudrait beaucoup mieux. En tout cas, dans l'affaire que je vais vous dire, ce sont surtout les circonstances environnantes, les circonstances préparatoires qui m'ont ému. Enfin, voici les faits

(Guy de Maupassant, La main)

## Correction

On faisait cercle autour de M. Bermutier, juge d'instruction qui donnait son avis sur l'affaire mystérieuse de Saint-Cloud. Depuis un mois, cet inexplicable crime affolait Paris. Personne n'y comprenait rien. (Explicatif)

.....

M. Bermutier, debout, le dos à la cheminée, parlait, rassemblait les preuves, discutait les diverses opinions, mais ne concluait pas.

Plusieurs femmes s'étaient levées pour s'approcher et demeuraient debout, l'œil fixé sur la bouche rasée du magistrat d'où sortaient les paroles graves. Elles frissonnaient, vibraient, crispées par leur peur curieuse, par l'avidité et insatiable besoin d'épouvante qui hante leur âme, les torture comme une faim.

Une d'elles, plus pâle que les autres, prononça pendant un silence :

- C'est affreux. Cela touche au "surnaturel". On ne saura jamais rien.



Le magistrat se tourna vers elle (Descriptif)

..... ;

- Oui, madame, il est probable qu'on ne saura jamais rien. Quant au mot "surnaturel" que vous venez d'employer, il n'a rien à faire ici. Nous sommes en présence d'un crime fort habilement conçu, fort habilement exécuté, si bien enveloppé de mystère que nous ne pouvons le dégager des circonstances impénétrables qui l'entourent. (Argumentatif) Mais j'ai eu, moi, autrefois, à suivre une affaire où vraiment semblait se mêler quelque chose de fantastique. Il a fallu l'abandonner, d'ailleurs, faute de moyens de l'éclaircir. (Explicatif)

..... ;

Plusieurs femmes prononcèrent en même temps, si vite que leurs voix n'en firent qu'une :

- Oh ! Dites-nous cela.

M. Bermutier sourit gravement, comme doit sourire un juge d'instruction. Il reprit (Descriptif)

..... ;

- N'allez pas croire, au moins, que j'aie pu, même un instant, supposer en cette aventure quelque chose de surhumain (injonctif). Je ne crois qu'aux causes normales. (Explicatif) Mais si, au lieu d'employer le mot "surnaturel" pour exprimer ce que nous ne comprenons pas, nous nous servions simplement du mot "inexplicable", cela vaudrait beaucoup mieux. (Argumentatif) En tout cas, dans l'affaire que je vais vous dire, ce sont surtout les circonstances environnantes, les circonstances préparatoires qui m'ont ému. Enfin, voici les faits. (Explicatif)

.....

## Cours numéro 3

### L'adjectif et le nom

#### 1. Le nom

**Définition du nom :** Les personnes, les animaux, les choses, les lieux, les sentiments sont désignés par des mots que l'on appelle des noms.

Un nom possède un genre : il peut être masculin (un roi, le soleil) ou féminin (une cour, la fête). La plupart du temps, il varie en nombre (un roi à des rois).

Le nom est le noyau du groupe nominal, nécessaire à sa constitution.

#### Remarque

Le nom est une l'une des neuf classes grammaticales qui permettent de classer les mots de la langue française.

Parmi les noms, on distingue les noms communs (ville) des noms propres (Strasbourg).

Le nom est généralement précédé d'un déterminant comme : un, une, le, la, les, l', mon, mes, cet, ces, etc.

#### 2. L'adjectif qualificatif

##### Définition

L'adjectif qualificatif est un mot qui est employé avec un nom et qui donne des précisions sur la chose ou l'être désigné par le nom. Il s'accorde en genre et en nombre avec lui.

Exemple :

Un beau garçon.

Une belle fille.

Le mot 'beau' ou 'belle' qui qualifie le nom est un adjectif qualificatif, Il s'accordera toujours avec ce nom.

Quand l'adjectif fait partie du groupe nominal où figure le nom auquel il se rapporte, on dit qu'il est épithète de ce nom.

Quand il fait partie du groupe verbal, il permet le plus souvent d'attribuer une caractéristique au sujet du verbe : il remplit alors la fonction d'attribut du sujet.

L'adjectif peut être épithète (il suit ou précède directement le nom) : un gentil chat.

ou attribut (lorsqu'il est séparé du nom par un verbe d'état) : Le chat est gentil.

Remarque

Comme toutes les expansions du nom, l'adjectif épithète peut avoir une valeur descriptive, explicative ou déterminative.

### **3. LE VERBE**

Définition

Le verbe est le mot qui indique l'action (manger, boire, courir ...). Il est souvent conjugué, mais peut être à l'infinitif.

Il est le seul mot de la phrase qui puisse être conjugué, c'est-à-dire qui varie selon la personne, le nombre, le mode, le temps et la voix (forme active ou passive).

On classe les verbes en trois groupes selon leur modèle de conjugaison :

1. les verbes du 1er groupe (verbes en -er, sauf aller) se conjuguent comme chanter ; ce sont les plus nombreux de la langue française ; leur conjugaison est régulière ;
2. les verbes du 2e groupe (verbes en -ir qui se terminent par -issant au participe présent) se conjuguent comme finir ; eux aussi ont une conjugaison régulière ;
3. les verbes du 3e groupe regroupent tous les autres verbes (aller, verbes en -ir, en -oir et en -re) ; leur conjugaison présente de nombreuses irrégularités.

Remarque

Un verbe peut se construire de différentes façons : on distingue, par exemple, les verbes d'état des verbes d'action ou les verbes transitifs des verbes intransitifs.

Les verbes pronominaux se construisent avec un pronom personnel réfléchi (même personne que le sujet) : je me souviens, elle s'évanouit, nous nous habillons. Les temps composés d'un verbe pronominal se forment avec l'auxiliaire être : elle s'est évanouie, nous nous sommes habillés/ habillées, elles se sont souri (elles ont souri à elles-mêmes). Il faut faire attention à l'accord du participe passé.