**Introduction**

Il a été longtemps admis qu’il suffisait de présenter une stratégie efficace une seule fois pour que l'élève en comprenne l'intérêt, mais ce n'est pas le cas. Les méthodes apprises ne sont pas réutilisées spontanément par l'élève sans un véritable apprentissage. « Il ne servira à rien de “donner” des méthodes de travail aux élèves “clés en main” ; si elles sont trop éloignées de leurs manières de faire personnelles, ils ne pourront pas se les représenter, ni les assimiler : elles resteront inutilisables pour eux » (Doly, in Grangeat et al : 25).

Il est essentiel de prendre en compte les motivations, les attentes, les attitudes, et la métamémoire des apprenants. Cela signifie que l'enseignement des stratégies doit être accompagné d'éléments qui soutiennent la motivation des étudiants, influencent positivement leurs attributions (les raisons qu'ils donnent à leurs succès et échecs), renforcent leur sentiment d'auto-efficacité (la croyance en leurs capacités à réussir) et abordent des aspects liés à la métacognition (la conscience et la gestion de leurs propres processus cognitifs). En intégrant ces dimensions, l'enseignement des stratégies devient plus efficace et les élèves sont plus susceptibles de les adopter et de les utiliser de manière autonome : « Il est nécessaire de tenir compte des motivations, des attentes, des attitudes, de la métamémoire et, plus généralement, des caractéristiques des sujets qui apprennent ».On doit donc « associer, à l’enseignement des stratégies, des éléments pour soutenir la motivation, les attributions, le sens de l’auto-efficacité et des aspects liés à la métacognition » (Moè et De Beni, in Doudin et al., 2001 : 101).

Autrement dit, il s’agit non seulement d’enseigner aux élèves comment utiliser la nouvelle stratégie, mais également quand et pourquoi. L’élève ne va pas renoncer à une stratégie qu’il utilise – même si elle est inadaptée – uniquement parce que l’enseignant lui en présente une autre sensément plus efficace. Il devra en effet l’expérimenter longuement et en percevoir personnellement l’intérêt pour qu’il l’adopte.

Troadec et Martinot (2003), s’appuyant sur la réflexion de Siegler (1995), parlent à ce propos d’une véritable compétition entre les stratégies. Comme dans la théorie de l’évolution de Darwin, les stratégies sont en compétition – dans la tête de l’enfant – et seules celles qui savent s’imposer survivront. Selon les expériences vécues par l’enfant, certaines deviennent plus fréquentes et s’installent solidement. Lorsqu’une nouvelle stratégie se présente, elle entre en compétition avec les anciennes. Si, manifestement, la nouvelle stratégie est mieux adaptée, alors elle s’imposera. Mais la lutte sera acharnée, les anciennes stratégies, occupant jusque-là efficacement le territoire et depuis longtemps, ne sont pas prêtes à se laisser déloger.