

Table des matières

Remerciements . .	1
Résumé : .	3
Mots clés : . .	5
Abstract : . .	7
Key words : . .	9
Introduction . .	11
Première Partie : Cadre théorique, méthodologique et spatial de l'analyse .	17
Chapitre 1 : Emprunts théoriques : Une approche « éclectique » .	18
1.Les postulats de base . .	21
2.La politesse linguistique .	33
3.Emprunts ethno-sociologiques .	38
4.Emprunts psychosociologiques .	42
Chapitre 2 : Problématique .	45
1.Présentation de l'objet d'étude .	45
2.Cadre spatial : les espaces de travail dans les entreprises de nos corpus .	60
Chapitre 3 : Une méthode comparative .	73
Deuxième Partie : Caractéristiques générales et script des interactions de travail au téléphone . .	77
Chapitre 4 : Les caractéristiques générales des interactions de travail au téléphone, dans l'entreprise .	78
1.Des interactions voco-verbales . .	78
2.Des interactions professionnelles . .	79
3.Des activités de vente . .	83
Chapitre 5 : Le script des interactions .	85
1.Script des interactions externes .	86
2.Spécificités des appels internes .	117
Récapitulation .	127

Troisième Partie : Les identités dans l'entreprise .	131
Chapitre 6 : Les notions d'identité, de rôle et de statut .	133
1.Le mot « identité » .	133
2.Les identités personnelle et sociale .	133
3.Du point de vue de l'interaction .	135
4.Les notions de rôle et de statut . .	138
Chapitre 7 : La secrétaire . .	141
1.La secrétaire : l'image vivante de l'entreprise . .	141
2.Les différents rôles associés au statut de secrétaire .	147
Chapitre 8 : Les identités sexuelles : les différences entre les « genres » . .	152
1.Les débuts de la recherche sur le parler féminin .	153
2.Le parler féminin . .	155
3.Les différences à l'ouverture de l'interaction .	159
4.Au cours de l'interaction .	174
5.En clôture de l'interaction .	192
Chapitre 9 : Les identités au travail . .	195
1.La parole comme métaphore du sujet .	196
2.Les stratégies identitaires . .	196
Récapitulation .	212
Quatrième Partie : L'acte de requête. Formulation de la requête, argumentation et négociation dans les interactions en entreprise . .	217
Chapitre 10 : La question et la requête . .	218
1.Types de demandes . .	218
2.Les types de demande dans l'entreprise .	223
3.L'acte de requête dans les appels internes .	241
Chapitre 11 : Les négociations dans les corpus .	244
1.La recherche de l'accord .	246
2.Les négociations dans la P.M.E. .	250
2.2.L'argumentation dans les négociations commerciales .	276

Récapitulation .	293
Conclusion .	297
1.Bilan de la recherche . .	297
L'entreprise .	297
Les secrétaires .	299
Le téléphone .	303
2.Mise en perspective de la recherche .	306
Bibliographie . .	311
Annexes . .	327
Annexe 1 . .	327
Conventions de transcription . .	327
Annexe 2 . .	329
Extrait du manuel de formation Fournisseurs .	329
Annexe 3 . .	330
Extrait du manuel de formation Assureurs .	330
Annexe 4 . .	332
Extrait d'un manuel de formation d'une Société de teleprospection .	332

Remerciements

A l'issue de ce travail, je tiens à adresser un grand merci :

A Catherine Kerbrat-Orecchioni, ma directrice de thèse, qui, grâce à ses enseignements « enthousiasmants » en filière de sciences du langage, m'a permis de développer un intérêt particulier pour l'interactionnisme ;

A Christian Plantin, pour m'avoir accueillie au sein du laboratoire de recherche GRIC (devenu depuis ICAR) et permis de travailler dans les meilleures conditions ;

Aux membres du GRIC 4 dont les réflexions m'ont guidée dans mon travail de recherche, particulièrement à Michèle Grosjean pour sa disponibilité et ses conseils ;

A Louis Panier et aux autres membres du conseil de faculté pour m'avoir confié des cours de DEUG, me permettant ainsi de concrétiser mon souhait d'enseigner ;

A Paula, Monique, Lisbeth, Martine et Raymonde ainsi qu'à leurs supérieurs pour avoir accepté le magnétophone et pour m'avoir fourni de précieuses informations sur leur travail et leur entreprise ;

A Monsieur Souleil, pour ces moments de franche rigolade et ses conseils avisés, et aux autres amis du bâtiment I, Boutheina, Isabelle, Loubna, Marie-Cécile et Neijete pour leur bonne humeur communicative et pour les longues discussions méta-physiques, méta-linguistiques, etc. ;

A Sophie et Françoise pour leur relecture et leurs corrections précieuses ;

A Remy et Rémi pour leur dernier coup de pouce d'Outre-manche et d'Outre-Alpes ;

A Irène et Jonathan pour avoir supporté mes remises en question, mes doutes (ma thèse fut en quelque sorte mes Jeux Olympiques à moi !) ;

A ma petite sœur, mon rayon de soleil sur la campus durant son DEUG et sa licence de sociologie ;

A mes parents, pour leur soutien, leur aide et leur confiance durant ces (longues) années d'étude ;

A Thierry, mon soleil de la saint Sylvestre et de chaque jour depuis.

Résumé :

L'objet de cette recherche réside dans l'étude d'interactions en situation de travail, se déroulant au téléphone, précisément au sein d'entreprises de tailles différentes (très petites, petites et moyennes) et vendant différents types de biens (assurances, transports, matériaux pour le bâtiment). Le cadre théorique de l'Analyse du Discours en Interaction, enrichi notamment des apports de la psychologie et la sociologie du travail nous a permis de faire une description et une analyse d'interactions inscrites dans un contexte tel que l'entreprise. La méthode comparative fut adoptée afin de déterminer les facteurs pouvant intervenir sur le déroulement de l'interaction, à un niveau global (script, organisation séquentielle) et plus local (actes de langage, négociations). Nous avons supposé que les récurrences et les variations entre les interactions étaient dues à la nature des biens vendus dans l'entreprise. Or, l'analyse comparative nous a permis de mettre en relation des éléments internes à l'interaction (script, actes de langage) avec des éléments externes à l'interaction (espaces de travail, genre, rôles et statuts des participants, fréquence des rencontres entre eux, etc.). Cette étude démontre que le bien ou le service échangé n'a finalement que peu d'importance dans le déroulement des interactions entre secrétaires et clientèle. Les variations d'une entreprise à l'autre, d'une interaction à l'autre sont plutôt liées aux relations tissées entre les différents acteurs : entre secrétaires et client-e-s, entre secrétaires et patrons, le *gender* étant un facteur de variation, tout comme le cadre spatial, l'état d'esprit des participants ou l'image que chacun a de l'autre.

Mots clés :

Analyse du Discours en Interaction – Interaction – Script – Séquences – Actes de langage – Politesse – Espace de travail – Faces – Commerce – Entreprise – Interactions téléphoniques.

Abstract :

The aim of this research is to study interactions at phone in work context, in particular in business of different sizes (very small, small and medium) and selling different kinds of goods (insurance, transport, building materials). The theoretical framework of Discourse Analysis in Interaction, strengthened by contributions from work psychology and sociology allow us to make a description and an analysis of interactions in a context such the business world. A comparative method is taken up in order to determine elements which could intervene on the progression of interactions, to overall functioning (script, pattern organisation) and a more specific level (speech acts, negotiations). At first, our hypothesis was to suppose that recurrence and variation between interactions were due to the nature of goods sold in enterprises. Now, a comparative method allows us to relate internal features of a given interaction (script, speech acts, etc.) and external features (workspace, gender, roles and status of participants, rate of encounters between them, etc.). This study demonstrates that the nature of the object of the interaction is not really important for the development of interaction between secretaries and customers. Variations between enterprises and variations between interactions are rather due to relationship forged between actors : secretaries and customers, secretaries and managers, gender being a factor of variation, exactly as spatial frame, participants' state of mind and impression each have of the other.

Key words :

Discourse Analysis in Interaction – Interaction – Script – Sequences – Speech acts – Politeness – Work space – Faces – Commerce – Enterprise – Phone interactions.

Introduction

Cette thèse de doctorat s'inscrit dans la continuité des travaux sur le langage au travail et propose une réflexion sur le fonctionnement et le déroulement des interactions verbales dans les très petites, les petites et moyennes entreprises. Mais avant d'adopter un point de vue « extérieur » à la situation, d'avoir un regard linguistique sur les interactions se déroulant entre un-e client-e et une secrétaire, j'ai eu l'opportunité d'avoir un point de vue « interne » sur la situation, du fait que je me sois trouvée à des occasions différentes à chaque « bout du fil ». J'ai déjà été, comme chacun d'entre nous, en contact téléphonique avec des entreprises, en tant que cliente, et dans le même temps, j'ai pu voir comment se déroulait, de l'intérieur, le travail d'une secrétaire, puisque ma mère l'était (nous y reviendrons). L'analyse du discours en situation a donc permis d'avoir un regard plus scientifique sur ce type d'interactions et de formuler des hypothèses sur le fonctionnement de ces interactions et sur les relations entre les différents participants à ces interactions. Il s'agit donc de faire une description des comportements interactionnels à travers une situation sociale.

J'ai choisi de raconter la genèse de mon sujet de manière anecdotique, parce que ceci me permettra non seulement de justifier la pertinence de mon choix, mais aussi, d'une certaine façon, de rendre hommage aux personnes qui m'ont permis de constituer les corpus grâce auxquels cette recherche est « née ».

J'ai souhaité, dans un premier temps, décrire et analyser les interactions du type de celles constituant mes propres interactions de travail. En effet, durant mon année de maîtrise, j'ai travaillé dans différents types de sociétés qui étaient toutes sujettes à

d'éventuelles analyses interactionnelles. Il s'agissait d'emplois (nous pouvons plutôt parler ici de « jobs d'étudiants ») dans un *fast-food*¹, et surtout dans des sociétés de téléprospection². Je me suis rapidement heurtée à un mur³, les professionnels de ce milieu refusant catégoriquement que les interactions entre leurs « télé-enquêteurs/trices » et leurs interlocuteurs/trices (client-e-s d'une entreprise, noms pris au hasard ou selon leur profession, leurs loisirs, etc.) soient enregistrées et ce, même si elles étaient anonymisées. Comme le soulignent Boutet, Gardin et Lacoste (1995 : 15), enregistrer les interactions sur un lieu de travail pose certains problèmes : « il s'agit de réfléchir à l'opportunité du magnétophone ou de la vidéo, de négocier leur introduction dans un milieu de travail, de discuter les conditions de l'enregistrement ». Il me semble encore aujourd'hui que ces interactions sont des objets d'analyse très intéressants pour diverses raisons : le script est imposé mais connaît toutefois certaines variations minimales, des conseils de différents types sont donnés aux télé-enquêteurs comme sourire au téléphone, parler au présent, alors que nous verrons que le passé est largement utilisé comme procédé de politesse, etc.

Parallèlement à ces diverses activités professionnelles, je « baignais » dans une activité professionnelle familiale et familière. Activité professionnelle familiale parce que mes parents sont eux-mêmes des professionnels du bâtiment, tout comme le furent les parents et grands-parents du gérant de cette entreprise familiale, mon père. Activité familière parce que vivre sur le lieu de travail de mes parents m'a permis de voir en quelque sorte les « coulisses » de l'entreprise, et de participer de temps en temps à la vie de l'entreprise, de différentes manières (en accueillant les client-e-s, en répondant au téléphone, en classant des dossiers, en étant témoin de conflits, etc.). J'ai donc décidé, dans un second temps, d'enregistrer les interactions entre secrétaires et client-e-s (mais aussi quand cela serait possible, entre client-e-s et patrons et entre secrétaires et patrons) dans l'entreprise familiale, puis dans d'autres types d'entreprises (assurances, transports, bâtiment) afin de faire une comparaison des activités langagières entre ces différents types d'entreprises. En effet, je me suis immédiatement demandée si les interactions entre secrétaire et client-e-s se déroulaient de la même façon dans d'autres entreprises, sachant que d'après mes premières observations⁴, celles se déroulant dans l'entreprise familiale apparaissaient, à mes yeux, comme plutôt familières, du moins plutôt peu « formelles » (absence de présentation de l'entreprise par la secrétaire, présence d'une distance de la part de celle-ci vis à vis de certain-e-s client-e-s, etc.).

La comparaison avec d'autres entreprises m'a donc paru nécessaire pour répondre à certaines questions d'une part d'ordre général : la secrétaire de PME a-t-elle un profil

¹ Parler de *restauration* rapide me semble exagéré.

² Voir l'article de Pichault et Zune sur les *call-centers*, 2001 : 75-98.

³ J'ai tout de même attendu plusieurs semaines avant d'avoir une réponse... négative.

⁴ Etant présente sur le lieu de travail de la secrétaire de l'entreprise Artisans (bureaux et appartement se partagent les mêmes locaux), j'ai non seulement relevé des extraits d'interactions « pris sur le vif » mais j'ai aussi assisté aux enregistrements des interactions.

type ? Quels sont les rôles qui sont systématiquement remplis par chaque secrétaire ? A quoi sont dues les variations repérées d'une entreprise par rapport à une autre, et quels sont les éléments qui entraînent ces variations ?, et d'autre part des questions plus précises sur le déroulement même des interactions : les prix sont-ils négociés par les client-e-s, tout comme les délais, mais aussi les services ? Y a-t-il des stratégies argumentatives propres à chaque type d'entreprise ? Les rituels de politesse linguistique sont-ils les mêmes d'une entreprise à l'autre ou bien sont-ils propres à chaque type d'entreprise, adaptés aux types d'interactions s'y déroulant, donc aux relations existant entre les différents participants ?

L'un des objets de cette recherche, débutée durant mon année de Maîtrise (1997) et poursuivie lors de mon Diplôme d'Etudes Approfondies (1998) fut, en quelque sorte, de décrire les « coulisses » des activités quotidiennes se déroulant dans les bureaux de P.M.E., afin d'analyser leur fonctionnement par le biais des interactions verbales et de mettre à jour toute leur complexité, notamment due au fait que, si ces activités de travail (celles qui nous intéressent particulièrement ici étant des activités de travail à distance) sont quotidiennes pour les professionnels que sont la secrétaire, le patron et les autres employés, elles ne le sont pas pour les client-e-s. Ce point est intéressant à souligner pour deux raisons :

- Cela rend l'analyse plus riche. En effet, c'est notamment parce que les client-e-s ne connaissent pas, ou très peu, le fonctionnement de l'entreprise, donc des interactions s'y déroulant, que l'on peut relever dans nos corpus, entre autres, des négociations conversationnelles (négociations dues par exemple au fait que l'appelant ne connaît pas les rôles et statuts de la secrétaire, des variations dans le script, etc.
- Proposer une description et une analyse des interactions téléphoniques entre secrétaires et client-e-s en n'omettant pas de décrire le données contextuelles de ces interactions peut permettre aux « non-professionnels » d'en apprendre plus⁵ sur le fonctionnement de P.M.E. du type de celles de nos corpus, et de savoir plus précisément comment interagir avec la secrétaire de P.M.E. C'est d'ailleurs ce que m'avait fait remarquer une enseignante étrangère, durant mon D.E.A : découvrir les coulisses des petites et moyennes entreprises peut permettre, notamment aux locuteurs étrangers, d'interagir de manière plus efficace avec l'entreprise (nous en reparlerons en conclusion).

Je vais présenter maintenant le plan de la présente recherche.

PLAN DE LA RECHERCHE

Première partie : Cadre théorique, méthodologique et spatial de l'analyse.

Dans cette première partie, nous allons situer notre recherche dans un cadre théorique et méthodologique, et nous présenterons les objectifs de cette recherche. Le premier chapitre consiste en une présentation de nos **outils d'analyse**, appartenant non seulement au courant dans lequel nous nous situons, la linguistique interactionnelle, mais aussi d'outils empruntés à d'autres approches. Dans le deuxième chapitre, nous présenterons notre objet d'étude et notre **problématique**, en définissant et décrivant

⁵ Ou du moins voir les choses différemment.

notamment le lieu de nos interactions, l'entreprise. Le troisième chapitre présentera notre **méthode**, qui se veut **descriptive et comparative**. La suite de ce travail consiste en l'analyse des interactions de travail constituant nos corpus, analyse qui se présente en trois parties principales.

Deuxième partie : Caractéristiques générales et script des interactions de travail au téléphone.

Cette deuxième partie a un objectif double, le premier est de permettre, par la description, de mieux rendre compte de ce qui se passe pendant une interaction entre la secrétaire et le/la client-e, et le second objectif est de repérer les différences et les similitudes dans le fonctionnement des interactions des différents types d'entreprise (artisanale/ industrielle, familiale/ sans lien familial, travail local/ national voire international). Comme nous l'avons déjà souligné, la base méthodologique et théorique de référence de l'analyse est constituée des travaux français sur l'interaction verbale proposés par Kerbrat-Orecchioni, Traverso et Vion. Cette partie se décompose en deux chapitres, le premier est une description des **caractéristiques générales** de ce type d'interaction, le second est une description du **script général de l'interaction** de travail téléphonique. Les interactions de travail entre secrétaire et client-e-s dans nos corpus ont pour caractéristiques générales d'être strictement verbales (mais autour de ces interactions, se déroulent d'autres types d'interactions qui ne sont pas toutes verbales), d'être complémentaires (les relations entre les participants sont des relations complémentaires, donc non symétriques), à finalité externe, et coopératives (nous reviendrons sur la recherche du consensus tout au long de notre travail). Le second chapitre consiste en une description du script général des interactions, avec un intérêt particulier pour les séquences encadrantes que sont l'ouverture et la clôture, séquences que nous étudierons en détail, et que nous comparerons à un autre type d'interaction qui nous intéresse aussi ici, secondairement, les interactions « internes » (entre salariés de la même entreprise). Pour chacun de ces points, nous proposons une description et une analyse communes à chaque corpus, c'est-à-dire que nous avons d'abord voulu souligner les récurrences, les similitudes entre les différents corpus, en relevant tout de même, quand cela nous semble pertinent, les différences qui peuvent apparaître d'un corpus à un autre.

Troisième partie : Les identités dans l'entreprise

L'objectif de cette troisième partie est de souligner l'importance du rôle de la secrétaire au sein de son entreprise. Le rôle de la secrétaire a tendance à être dévalorisé, minimisé, banalisé, alors que la secrétaire est pourtant le « gardien » en quelque sorte de l'entreprise : elle en surveille l'accès et s'attache à préserver le bon fonctionnement de l'entreprise. Dans un premier chapitre, nous définirons les notions d'**identité**, de **statut** et de **rôle**, et nous verrons ceux de la secrétaire en entreprise. Nous aborderons, dans un deuxième chapitre, la question du « **gender** », lors de l'analyse des différences de comportements langagiers entre les femmes et les hommes au travail. Pour ce faire, nous nous aiderons des différentes analyses ayant déjà été faites sur cette question, par Lakoff, Tannen, Mondada, Coates, etc. Nous verrons que la question du « **gender** » peut ouvrir de nombreuses pistes quant à l'analyse des interactions verbales au travail, mais nous verrons aussi qu'elle est difficilement « isolable » de la question du rôle, ce qui nous

poussera à nuancer souvent nos remarques. Enfin, nous repérerons les différentes « **stratégies identitaires** » (auto-corrections, reformulations, réponses à une critique) présentes dans des situations de travail telles que celles de nos corpus.

Quatrième partie : L'acte de requête. Formulation de la requête, argumentation et négociation dans l'entreprise.

Dans cette quatrième et dernière partie, nous allons revenir sur un acte de langage particulier, celui de la requête. Nous avons défini les interactions de travail comme des interactions à finalité externe, nous reviendrons donc sur le but de l'interaction qui est, pour le/la client-e, de formuler sa requête. Notre base méthodologique et théorique de référence ici sera constituée des différents travaux de Kerbrat-Orecchioni sur la politesse linguistique. Dans un premier chapitre, nous analyserons la formulation de **la requête**, après avoir défini les types de demandes (demande d'un dire, demande d'un faire). Nous verrons comment la requête est formulée en décrivant les différents moyens utilisés par le/la client-e pour adoucir sa requête, et comment la requête est argumentée par l'appelant, et « traitée » par l'appelé. Ce sera l'objet du deuxième et dernier chapitre, dans lequel nous analyserons les différents cas de **négociation** dans les interactions de travail, avec l'étude des négociations conversationnelles (Kerbrat-Orecchioni), puis nous achèverons notre étude avec l'étude de **l'argumentation** dans les interactions de travail.

Mais commençons par décrire les caractéristiques générales des interactions de travail au téléphone.

Première Partie : Cadre théorique, méthodologique et spatial de l'analyse

Les interactions qui constituent l'objet d'étude de cette recherche sont des interactions de travail s'étant déroulées au sein d'entreprises de différents types. Ceci nous a non seulement amenée à aborder ces interactions du point de vue de la linguistique interactionnelle, mais aussi à avoir recours à des apports « extérieurs », empruntés à d'autres champs disciplinaires, particulièrement lors de l'étude des statuts et rôles de la secrétaire. Dans le premier chapitre, nous commencerons par justifier notre approche des interactions en présentant les différents courants auxquels nous nous référerons lors de leur analyse. Nous emprunterons en effet des notions non seulement à la linguistique, mais aussi à l'ethno-sociologie (ethnographie de la communication et ethnométhodologie), la psychologie sociale, et la sociologie du travail. Dans le deuxième chapitre, nous présenterons notre objet d'étude en trois étapes, en commençant par présenter le lieu d'enregistrement de nos interactions, l'entreprise, puis le personnage central de ces entreprises, la secrétaire et enfin, le téléphone, outil permettant à l'entreprise et précisément à la secrétaire de communiquer avec les client-e-s, et qui nous intéressera particulièrement ici. Ces trois éléments sont déterminants dans nos interactions mais à des niveaux différents. L'entreprise constitue le contexte des interactions, le lieu de travail de la secrétaire. C'est pourquoi, après avoir défini l'entreprise socialement, nous décrirons les espaces de travail afin de voir dans quelle mesure ils peuvent influencer le déroulement des interactions professionnelles. La secrétaire quant à elle est l'interlocutrice privilégiée des client-e-s, elle renvoie une

certaine image de l'entreprise. Nous élaborerons un inventaire de ses différents statuts et rôles au sein de son entreprise ⁶, inventaire qui sera, si besoin est, complété tout au long de la recherche. Enfin, nous décrirons les différents supports de communication à disposition de la secrétaire, dont le téléphone, qui est plus qu'un simple outil permettant aux locuteurs de communiquer : il est le lien physique entre l'entreprise et le/la client-e. Enfin, nous terminerons cette partie par un troisième chapitre dans lequel nous ferons le point sur notre méthodologie, basée sur la description et la comparaison des différents corpus.

Mais commençons par présenter nos différents outils d'analyse et leur utilité pour notre travail.

Chapitre 1 : Emprunts théoriques : Une approche « éclectique »

L'utilité d'une approche éclectique de nos corpus, malgré les risques que cela comporte, s'est imposée à nous très rapidement. Ce travail s'inscrit bien dans le champ de la linguistique interactionnelle, mais le recours à des apports « extérieurs » s'est montré nécessaire. En effet, la nature même de notre objet d'étude est transdisciplinaire : comment décrire la communication dans l'entreprise si nous ne commençons pas par définir l'entreprise, décrire son fonctionnement, parler des personnes qui en font partie. De plus, nous avons précisé en introduction que, si les interactions de nos corpus sont bien des interactions verbales, cela n'empêche pas le fait que d'autres types d'interactions « gravitent » autour de celles-ci. Ces interactions ont lieu entre des éléments de différentes natures : entre la secrétaire et son espace de travail, entre son supérieur et elle, etc. Comment alors décrire les interactions Entreprise – Client-e-s sans tenir compte du fait que

dans le quotidien du travail en effet, se présentent pêle-mêle activités matérielles, pratiques sociales non langagières, manifestations plurisémiotiques (geste, parole, écriture) (Boutet, Gardin, Lacoste, 1995 : 14).

Notre objet d'étude est double, étant donné qu'il se trouve à l'intersection de deux types d'interactions, les interactions de travail et les interactions téléphoniques. Un certain nombre d'études ont porté sur le téléphone un regard sociologique (ses usages, les habitudes de ses utilisateurs, le téléphone dans la société, etc.). Ces approches ont eu recours à différents types de méthodes, apportant à l'étude un regard plutôt quantitatif (des travaux statistiques ont permis de relever les différences d'utilisation dans l'usage du téléphone selon le sexe, la profession, etc. des utilisateurs) ⁷, ou plutôt qualitatif, en décrivant plus précisément la diversité des usages et des usagers du téléphone :

on ne peut pas séparer le téléphone des pratiques sociales dans lesquelles il

⁶ Nous les décrivons en détail dans la partie concernant les identités.

⁷ Voir Claisse et Rowe, 1993.

s'insère. Contrairement à l'usage d'autres médias, celui du téléphone ne constitue pas une activité en soi. Il prend toujours place au sein d'autres activités familiales, amicales, amoureuses, commerciales, professionnelles... (Flichy, 1998 : 406).

La littérature sociologique sur le téléphone, bien plus réduite que celle consacrée à la télévision ou la presse, est toutefois assez diverse. Un certain nombre d'études ont tenté de répondre à la question suivante : « **Qu'est-ce que le téléphone a changé dans nos sociétés après un siècle d'existence ?** »⁸ en observant les effets du téléphone sur l'activité économique, la sociabilité privée, etc. Les différentes études sociologiques ont donc porté à la fois sur le téléphone dans le cadre du travail (voir l'utilisation du téléphone dans une administration dans l'étude de Beaud et Flichy, 1980) et sur l'usage du téléphone dans la vie privée (voir notamment Bornot et Cordesse, 1981). Une autre approche, cette fois ethnologique, s'est développée en parallèle de l'approche sociologique. Pour les chercheurs se situant dans ce courant⁹, le téléphone est perçu comme un élément clé du lien social qui relie les individus entre eux. Les analystes de la conversation se sont largement intéressés aux interactions téléphoniques, mais en ayant un regard plus linguistique sur ces interactions. C'est ainsi que l'ethnométhodologue Akers-Porrini s'est intéressé aux interactions téléphoniques, précisément à ce qu'elle a appelé « la visite téléphonique »¹⁰ (1997), ou encore au rôle du *gender* dans les interactions au téléphone (2000). La revue *Réseaux* présente ces analyses et d'autres, qu'elles soient sociologiques, ethnologiques ou linguistiques, analyses auxquelles nous nous référerons régulièrement tout au long de ce travail.

De nombreuses études ont porté sur les interactions de travail, moins sur les interactions de travail au téléphone. Parmi elles, nous pouvons citer Thomsen (2000) dont la thèse porte sur les conversations d'affaires téléphoniques, les travaux engagés dans le courant des « *workplace studies* » (avec Cicourel, Goodwin, etc.), ou encore certains des travaux produits au sein du groupe Langage et travail. Le groupe de recherche Langage et Travail rassemble, depuis une quinzaine d'années, des recherches émanant d'auteurs¹¹ venant de différents courants, tels que la sociologie, la psychologie, l'ergonomie ou la linguistique. Ceux-ci s'intéressent à la part grandissante du langage dans l'organisation, et leurs premiers ouvrages collectifs (*Paroles au travail*, 1995, et *La transgression des règles au travail*, 1996) ont permis de constater que le langage, au travail, est « traité comme une ressource productive » et que « **les pratiques de communication font partie des compétences professionnelles** » (Pène, 2001 : 10). De plus, les diverses recherches ont tendance à montrer que les interactions de travail combinent différents types d'objets, de techniques et de supports (téléphone, ordinateur, visioconférence, écrit

⁸ Voir Ball, 1968, Aronson, 1992, de Sola Pool, 1977.

⁹ Voir notamment Manceron (1997) qui a étudié l'usage du téléphone chez un groupe de jeunes Parisiens, pour qui le téléphone est l'instrument essentiel leur permettant d'organiser leurs loisirs communs.

¹⁰ Il s'agit de l'appel téléphonique ayant pour objectif de « rendre visite », à distance, à son interlocuteur.

¹¹ A. Borzeix, J. Boutet, B. Fraenkel, D. Faiña, B. Gardin, J. Girin, M. Grosjean et M. Lacoste.

traditionnel, etc.). Il y a imbrication de supports de communication diversifiés, et de nouvelles exigences en communications se font entendre, notamment entre les individus (entre le/la client-e/ usager-ère et le commerce/ service). Dans le cadre de notre étude, ce sera entre les client-e-s et la secrétaire mais aussi entre les différents employés, qui n'ont pas forcément l'habitude de communiquer ensemble. Ces questions ont donné naissance à des travaux portant notamment sur l'information au voyageur à la RATP, sur la transmission des informations dans les hôpitaux, le RER, etc. Mais revenons-en à notre objet d'étude.

Pour les raisons précédemment citées et bien d'autres que nous aborderons au fil de notre étude, une approche linguistique nourrie d'apports empruntés à d'autres disciplines nous semble nécessaire pour décrire de façon précise et pertinente les discours de travail. Comme le dit Kerbrat-Orecchioni (1990 : 7), l'étude du fonctionnement des interactions « est par nature transdisciplinaire ». En effet, d'une part, certains éléments du contexte sont pertinents pour la description et l'analyse, comme les espaces de travail, l'éloignement physique des opérateurs ou leur placement côte à côte, car ils ont des conséquences sur l'activité langagière. D'autre part, les participants à l'interaction ne sont pas simplement des locuteurs mais des êtres sociaux :

L'activité de travail y compris dans sa composante langagière mobilise toujours les diverses identités et appartenances des agents, les différents éléments de leur biographie, leurs caractéristiques physiques, sexuelles... » (Boutet, Gardin et Lacoste, 1995 : 16).

Ces éléments auront aussi des conséquences sur l'activité langagière, ils doivent donc être pris en considération dans l'analyse des interactions, ce qui amène le chercheur à avoir une approche transdisciplinaire de son objet d'étude.

Si le linguiste veut, par exemple, comprendre et interpréter le sens d'un document, d'un écran ou d'un message, s'il veut analyser les enjeux d'un courrier dans un bureau, décrire la circulation d'une information dans un atelier ou les usages d'un règlement dans une entreprise, il lui faut bien, qu'il l'ait souhaité ou pas, tenir compte des dispositifs techniques (et les connaître quelque peu), de l'organisation du travail ou des relations sociales (Boutet, 1995 : 248).

Le contexte est donc pertinent et doit être considéré, non seulement lors de l'analyse, mais aussi lors de la transcription, et donc, lors du recueil des données. Ainsi, lors du recueil des données, notre présence nous a semblé inévitable afin de noter les éléments du contexte pouvant venir modifier le déroulement des interactions, et pouvant ensuite nous aider lors de la transcription de nos corpus. Même si la communication est uniquement verbale puisqu'il s'agit de conversations téléphoniques, il nous a paru pertinent de décrire les « éléments » extérieurs à l'interaction pouvant venir en modifier le déroulement : la présence d'autres personnes, l'importance de l'ordinateur, etc. En effet, « on ne peut pas ne pas communiquer » (Watzlawick)¹², tout comportement est porteur de signification et peut donc modifier les données de l'interaction. Toutefois, notre analyse est d'abord une analyse des interactions verbales et ce, même s'il est vrai que le comportement verbal ne constitue qu'un aspect du comportement communicatif, ce qui

¹² Watzlawick appartient à l'Ecole de Palo Alto.

nous amènera à élargir notre champ d'étude quand cela sera nécessaire. Nous avons ainsi choisi de faire notamment une description et une analyse des espaces de travail en ayant recours à la psychologie et la sociologie des espaces de travail, parce que ceci nous semble pertinente pour l'analyse des interactions verbales entre les différents acteurs.

Le « contexte » pourrait être défini comme l'ensemble des informations permettant de restreindre le nombre des significations possibles d'un mot, d'un acte, d'un événement. Le contexte est nécessairement incomplet et extensible : il y a toujours un contexte supérieur et plus vaste (Winkin, 2001 : 68) ¹³.

Le contexte, pertinent pour l'analyse, peut être décrit de façon plus ou moins complète si l'on a recours aux différents courants théoriques, d'autant plus que les interactions de nos corpus sont à l'intersection de deux champs d'étude, les interactions de travail et les interactions téléphoniques. Elles ne peuvent être analysées qu'en ayant recours, non seulement à la linguistique interactionnelle, mais aussi à des apports empruntés à d'autres disciplines dont la sociologie et la psychologie.

Cet éclectisme est revendiqué par un certain nombre d'auteurs comme G.-D. de Salins ¹⁴ ou C. Kerbrat-Orecchioni ¹⁵, pour qui « **la description des conversations relève d'abord de l'analyse du discours – mais il est vrai qu'elle en excède les frontières pour déboucher sur une étho-psychosociologie des communications** » (1990 : 7). Nous allons donc voir maintenant quels sont les différents courants interactionnistes auxquels nous nous référerons au cours de notre étude, en commençant par présenter nos postulats de base.

1. Les postulats de base

Aux Etats-Unis, l'approche interactionniste s'est développée par le biais de la sociologie alors qu'en France, la linguistique interactionnelle est apparue comme aboutissement de l'évolution de la linguistique avec notamment un intérêt, en analyse du discours, non plus pour la phrase comme unité pertinente ultime, mais pour une séquence de phrases. Le postulat de base de cette approche est alors le suivant : « Tout discours est une construction collective » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 13). La parole est une activité sociale qui va donc s'effectuer à plusieurs, l'acte de parole impose non seulement un locuteur mais aussi un destinataire, c'est ce qui est nommé par les linguistes une allocution. De plus, l'acte de parole n'implique pas seulement une allocution mais aussi une

¹³ Voir Bateson, 1981 : 128.

¹⁴ Dans la préface d'*Une approche ethnographique de la communication* (1988 : 10), elle écrit : « j'avoue me sentir plus franchement à l'aise dans une démarche qui va du terrain d'observation à des données théoriques variées que je m'autorise à choisir librement, selon l'objet et les résultats de mes investigations ».

¹⁵ Voir *Les interactions verbales*, 1990 : 55-73, dans lequel elle fait le point sur les différents courants interactionnistes, dont un certain nombre d'outils utiles pour l'étude des interactions et de leur fonctionnement sont empruntés « à des théories extrêmement diverses – ethnométhodologie (...), modèle genevois (...), sociologie goffmanienne pour les notions de « face » et de « rituel », ethnographie des communications (...) » (p.7).

interlocution, c'est-à-dire qu'il y a un échange de propos entre locuteur et interlocuteur. Dans notre étude, nous nous intéresserons avant tout aux interactions verbales entre la secrétaire et les client-e-s tout en enrichissant notre analyse autour de la description d'autres types d'interactions (interactions entre le patron et la secrétaire, interactions entre employés) et d'autres éléments pertinents, agissant à différents niveaux tels que le lien entre les statuts de la secrétaire et ses différents rôles, entre les espaces de travail et le pouvoir de la secrétaire, etc. L'idée qui sous-tend la notion d'interaction verbale est la suivante :

Tout au long du déroulement d'un échange communicatif quelconque, les différents participants, (...) des interactants, exercent les uns sur les autres un réseau d'influences mutuelles – parler, c'est échanger, et c'est changer en échangeant (ibid. : 17).

La parole est, plus qu'une simple expression de la pensée, une pratique collective, les participants à cet exercice collaborant ensemble pour construire le discours. Ce discours est donc issu d'un travail collectif élaboré en collaboration. L'interaction peut alors être définie comme « ***le lieu d'une activité collective de production du sens, activité qui implique la mise en œuvre de négociations explicites ou implicites, qui peuvent aboutir, ou échouer*** » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 28-29). De plus, l'interaction est construite « ***à l'aide d'un ensemble de règles qui s'appliquent, dans un cadre contextuel donné, sur un matériau de nature sémiotiquement hétérogène (unités verbales, paraverbales, et non verbales)*** » (ibid. : 75).

Nous allons présenter ici ce cadre contextuel dans l'interaction en général, puis dans nos corpus.

1.1.La structure des interactions

1.1.1.Le script de l'interaction

Une interaction est une suite de tours de parole, régie non seulement par des règles d'alternance, mais aussi par des règles de cohésion (cohésion au niveau syntaxique, sémantique, pragmatique). Ces règles permettent aux interactions de se dérouler correctement, toute intervention « crée sur la suite un certain nombre de contraintes, et un système d'attentes » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 193). A un niveau plus général, nous parlerons de « script », défini comme

a structure that describes appropriate sequences of events in a particular context (...). Thus, a script is a predetermined stereotyped sequence of actions that defines a well-known situation (Schank et Abelson, 1977 : 41).

Le script est en quelque sorte le squelette de l'interaction, mais il admet tout de même des variations, assez minimes pour ne pas modifier la trame générale de l'interaction mais qui restent tout de même pertinentes pour l'analyse. Ainsi, dans le cadre des interactions de nos corpus, nous mettrons en évidence le script des interactions de travail au téléphone. Ce script comporte une part de rigidité notamment liée au type d'interaction (le scénario d'une interaction de travail, à finalité externe donc, est plus rigide que celui d'une conversation familière), et une part de variations liées aux variations de site. En effet, ayant enregistré des interactions dans différents lieux, il est normal de trouver des

différences dans le déroulement des interactions d'un site à un autre. Le locuteur qui appelle l'entreprise pour la première fois ne sait pas à l'avance comment se déroulera l'interaction avec la secrétaire. Il peut ainsi supposer qu'il est plus utile pour la secrétaire qu'il commence par se présenter alors que pour elle, il sera plus pertinent qu'il présente d'abord le but de son appel, ou inversement. Nous analyserons en détail le script des interactions dans la partie suivante, en commençant par décrire de façon locale chaque étape du déroulement de l'interaction (dans la séquence d'ouverture : salutations, présentations, etc., dans la séquence de clôture : remerciements, salutations, etc.), puis en représentant de façon plus globale et schématique le script dans sa totalité.

1.1.2. Le modèle hiérarchique

C'est au milieu des années soixante-dix que le premier modèle d'analyse hiérarchique du discours est apparu avec Sinclair et Coulthard (1975), modèle né d'une interrogation de la part des auteurs portant sur les fonctions du langage et sur les unités d'analyse supérieures à la phrase. Leur objectif était de ne plus travailler sur des phrases abstraites, mais d'examiner des exemples réels, donc de redonner son importance au contexte en montrant par exemple que « **seul le contexte permet de déterminer si une phrase à la forme interrogative est réellement une question au moment où elle est produite, ou si elle n'est que pure rhétorique, etc.** » (Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1981 : 163).

Ce modèle s'est lui-même inspiré de l'idée de hiérarchie développée par Halliday :

Dans le domaine grammatical, Halliday, à qui se réfèrent les auteurs, avait longuement développé l'idée d'une hiérarchie des unités grammaticales. Les morphèmes se combinent en mots, qui eux-mêmes forment des groupes. C'est cette démarche, classiquement attestée dans les recherches linguistiques, que Sinclair et Coulthard appliquent à l'analyse du discours (ibid.)¹⁶.

Ce modèle a ensuite été retravaillé de façon à devenir plus cohérent par Roulet et « l'école de Genève » d'abord en 1981, puis en 1985¹⁷, pour devenir un modèle permettant de visualiser les relations entre les différents constituants de l'interaction, la structure globale de l'interaction. Ce modèle comporte quatre rangs : l'incursion, qui se décompose en échanges, constitués eux-mêmes d'interventions, constituées d'actes de langage. Nous reprendrons ici le modèle de Kerbrat-Orecchioni (1990 : 213) qui est un modèle à cinq rangs. Il a été ajouté un rang intermédiaire entre l'interaction et l'échange, la séquence. Ce modèle s'est donc imposé à nous puisque ce sont deux séquences, l'ouverture et la clôture, que nous décrirons dans la partie suivante :

Unités dialogales	Interaction (ou « incursion ») Séquence (« transaction », « épisode », phase », etc.) Echange
-------------------	---

¹⁶ Ce qui nous renvoie aussi à la théorie de la double articulation d'André Martinet (*Eléments de linguistique générale*, A. Colin, Edition remaniée 1980) et à la notion de complexité d'un langage lié au nombre de rangs d'unités qu'il comprend (phonèmes, morphèmes, mots, phrases, textes), voir aussi Benveniste, *Problèmes de linguistique générale*, T. 1 (chapitre 10), Gallimard, 1966.

¹⁷ En 1981, dans *Les études de linguistique appliquée* 44 et plusieurs numéros de *Cahiers de linguistique française*, et en 1985, dans *L'articulation du discours en français contemporain*.

	(« <i>exchange</i> », « <i>interchange</i> »)
--	---

Unités monologiques	Intervention (« <i>move</i> », « <i>contribution</i> ») Acte de langage
---------------------	---

Vion, quant à lui, a ajouté à ce modèle un sixième rang, le module, situé entre l'interaction et la séquence. Dans les interactions de travail, il peut se développer des modules de conversation, c'est pourquoi nous emprunterons à Vion le terme de « module conversationnel » pour décrire un « **moment de conversation intervenant à l'intérieur d'une interaction** » (1992 : 149)¹⁸. En ce qui concerne les autres rangs d'analyse, nous allons les décrire ici d'une façon générale, nous les analyserons plus en détail tout au long de notre étude.

L'interaction est l'unité de rang supérieur¹⁹, elle est donc constituée d'unités de rangs inférieurs que nous détaillerons ensuite. Kerbrat-Orecchioni définit l'interaction de la façon suivante :

Pour qu'on ait affaire à une seule et même interaction, il faut et il suffit que l'on ait un groupe de participants modifiable mais sans rupture, qui dans un cadre spatio-temporel modifiable mais sans rupture, parlent d'un objet modifiable mais sans rupture (1990 : 216).

En ce qui concerne les interactions de nos corpus, la délimitation des interactions n'a posé aucun problème puisque les séquences d'ouverture et de clôture sont « matérialisées », « concrétisées » par l'acte de décrocher et raccrocher le combiné du téléphone, actes qui délimitent les interactions de ce type. Toutefois, il reste le cas de ce que nous pouvons appeler les « **Interactions Consécutives à Complémentarité Immédiate** » (ICCI), c'est-à-dire les interactions du type « **Je vous rappelle car j'ai oublié de vous demander...** ». Ces interactions sont particulières dans le sens où leurs séquences encadrantes sont plus courtes, l'appelant va plus directement au but, puisque les rituels d'ouverture et de clôture ont déjà été échangés dans leur première interaction.

Corpus Assureurs, Interaction 2²⁰

Ouverture 1S X. bonjour

2C oui: bonjour madame cabinet B.-[T.

3S [oui madame **bonjour**

4C **je m'permets d vous appeler** suite à votre appel de ce matin-

5S -oui

¹⁸ Pour une analyse des modules conversationnels dans les interactions de service et de commerce, voir Dumas, 2003 : 461-521.

¹⁹ Roulet parle d'« incursion », Goffman, de « rencontre » : « Par une interaction, on entend l'ensemble de l'interaction qui se produit en une occasion quelconque quand les membres d'un ensemble donné se trouve en présence continue les uns des autres ; le terme "une rencontre" pouvant aussi convenir » (1973 : 23).

²⁰ Les conventions de transcription adoptées pour nos corpus se trouvent en annexe 1.

6C concernant un chèque que vous n'avez pas retrouvé dans votre comptabilité-

7S -oui tout à fait

8C . alors celui-ci qui était d'un montant de 1609, 45

(...)

Clôture 53C non mais moi je n'vois pas d'urgence non plus hein [sauf qu'il faut quand même que j'aille chercher (... ?) c'est tout

54S [ah bon c'est très bien très bien

55C voilà merci [au r'voir

56S [au r'voir

Interaction 4 (suite de l'interaction 2)

Ouverture 1S X. bonjour

2C oui: bonjour madame Cabinet B.-T.

3S oui

4C je vous rappelle **tout de suite suite** à notre entretien d'il y a quelques minutes

5S ah oui ce: fameux chèque euh

(...)

Clôture 8C ce chèque nous a bien été débité le 2 mai

(...)

11S d'accord . bon

12C voilà

13S et ben j'vous remercie . au r'voir madame

Interaction 5

Ouverture 1S cabinet B.-T. bonjour

2C oui bonjour madame **ce s'rait pour un renseignement** s'il vous plaît

3S oui

4C **ce s'rait** au niveau d'une assurance pour une moto

(...)

8C non c'est à titre: d'information

Ligne passée à la conseillère en assurances moto

14C oui bonjour madame

15N dites-moi alors [. euh pour une tarification moto

16C [oui ce s'rait voilà

(...)

Clôture 65N . d'accord bah écoutez c'est noté et j'vous rappelle dès- pour vous

donner [l'tarif

66C [d'accord merci

67N (... ?) pas d problème au r'voir

68C au r'voir

Interaction 6 (suite de l'interaction 5)

Ouverture 2C oui bonjour madame **excusez-moi j viens d téléphoner** pour une tarification moto et j'ai oublié d demander quelque chose à la: personne

(...) S passe l'appel à N

9C oui j'ai- c'est où c'est vous qu j'ai eu [tout à l'heure ↑

10N [oui c'est moi même

11C (rire) **excusez-moi** j'ai oublié d vous demander quelque chose

12N c'est pas grave

13C est-ce vous faites aussi ...

(...)

Clôture 15C d'accord d'accord bah j vous remercie

16C voilà de ri[en

17S [au r'voir

18C au r'voir

Nous pouvons voir, à travers ces exemples issus du corpus Assureurs, que les séquences d'ouverture et de clôture dans les ICCI sont plus brèves. La séquence d'ouverture ne comporte en effet pas de salutations complémentaires (exemple Interaction 4), ou même de salutations (exemple Interaction 6). Ensuite, l'auto-identification de l'appelant se fait tout de même, et s'il ne s'était pas présenté dans la première interaction (exemple I 5), l'appelant va se référer à son appel précédent. Ainsi, dans l'interaction 6, l'appelant ne s'étant pas présentée dans sa première interaction avec la secrétaire, va se situer par rapport à son histoire conversationnelle avec elle. Les pré-requêtes sont absentes des ICCI, ou du moins elles prennent la forme d'excuses pour le dérangement occasionné (rappeler son interlocuteur est donc perçu comme dérangeant, menaçant). Les appelants vont donc de façon plus directe au but de leur rappel. Les formules de politesse ayant pour fonction de minimiser la requête sont elles aussi plus réduites, les appelants estimant probablement que celles formulées lors du premier appel sont encore valables, ou bien que le simple fait de mentionner l'existence de l'appel précédent suffit à rappeler les formules de politesse qui y ont été formulées. Quant à la séquence de clôture, les différences sont moins flagrantes, celle que nous pouvons relever étant surtout l'absence de récapitulations, qui ont déjà eu lieu lors de la clôture de la première interaction.

La séquence est définie comme « un bloc d'échanges reliés par un fort degré de cohérence sémantique et/ou pragmatique » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 218). On appelle donc « séquence » un ensemble d'échanges qui fonctionnent sur une même thématique

(critère sémantique). Les séquences que nous étudierons en détail sont les séquences d'ouverture et de clôture (partie 2) qui sont des séquences fortement ritualisées, alors que le corps de l'interaction peut comporter plusieurs séquences, dont la structure est beaucoup moins stéréotypée.

La séquence d'ouverture a de multiples fonctions : amorcer l'échange grâce à certains rituels tels que l'échange de salutations, permettre aux interactants de s'identifier grâce à la reconnaissance mutuelle, leur permettre de ne pas entrer immédiatement dans le vif du sujet en laissant une place pour les questions sur la santé, les considérations sur le temps, etc. La séquence de clôture quant à elle va déterminer « comment les interlocuteurs vont se quitter l'un l'autre » (Laver, 1981 : 148). Elle comporte en règle générale non seulement des salutations de clôture mais aussi des échanges de pré-clôture durant lesquels les participants essaient de minimiser la séparation en formulant des excuses, des souhaits de se revoir bientôt, etc.

L'échange est « la plus petite unité dialogale » (Moeschler, 1982 : 153), constitué en principe de deux interventions au moins, mais certains échanges peuvent ne comporter qu'une intervention. C'est le cas quand l'intervention (initiative ou réactive) est réalisée par un comportement non verbal (hochement de tête, etc.), mais aussi quand l'intervention initiative ne reçoit aucune réaction (on parle alors d'échange tronqué).

L'échange à deux interventions comporte donc une intervention initiative et une intervention réactive, qu'on appelle aussi « paire adjacente », dont l'exemple souvent cité est celui de la paire question-réponse. Cet échange peut être complété par une troisième intervention qualifiée d'« évaluative », qui serait d'ailleurs formulée, d'après certains auteurs ²¹, plus souvent dans des interactions téléphoniques (pour compenser l'absence de canal visuel par lequel passent des évaluateurs non verbaux) que dans des interactions en face à face.

Nous allons présenter ici les différents types d'organisation séquentielle des échanges, sachant que nous utiliserons cette terminologie ²² tout au long de notre travail, notamment pour l'analyse de la séquence d'ouverture et de clôture.

Les échanges peuvent être organisés de façon linéaire, on parle alors d'échanges « plats » ou « suivis ». Les exemples suivants sont empruntés à Kerbrat-Orecchioni (1990 : 243-244) :

²¹ D'après une étude de Stenstroem (1984), portant sur un corpus de conversations en anglais, l'intervention évaluative (que Sinclair et Coulthard, 1975 : 46, ont nommée le « follow-up move ») est réalisée « verbalement une fois sur trois, mais ce chiffre augmente (une fois sur deux) au téléphone, où il convient de compenser l'absence des évaluateurs non verbaux » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 237).

²² Voir pour une description détaillée Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 234-263.

L1 — salut !	— a
L2 — salut !	— a'

L1 — où cours-tu comme ça ?	— b
L2 — au cinéma	
L1 — ah au ciné ?	

Ce type d'échange peut subir quelques variations comme la troncation (exemple 1) ou l'imbrication, c'est-à-dire qu'une unité possède deux fonctions et contient donc deux unités (exemple 2) :

Exemple 1	L1 — salut ! où cours-tu comme ça ?	— a — b	
	L2 — au cinéma	— b	

Exemple 2	L1 — Bonjour et té téléphone	— a	[salutation]
	L2 — où ?	— a' — b	[réponse - question]
	L1 — ah là Marie salut c'est moi	— b'	[réponse]

Les échanges peuvent être « croisés », c'est-à-dire que les deux échanges sont discontinus. Soit L1 ouvre dans un même tour deux échanges, et L2 répond successivement aux deux (exemple 1), soit les deux locuteurs initient chacun, l'un à la suite de l'autre, un échange, et L2, dans le même tour de parole, tout en initiant son nouvel échange, répond à l'intervention de L1 (exemple 2) :

Exemple 1	L1 — mais dites-moi quel âge avez-vous ? excusez-moi	— a + b
	L2 — 23 ans y a pas de mal	— a' + b'

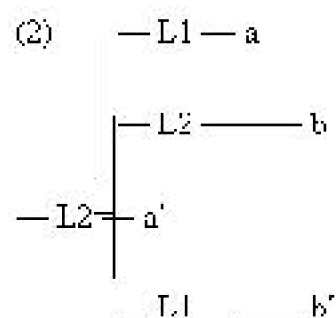
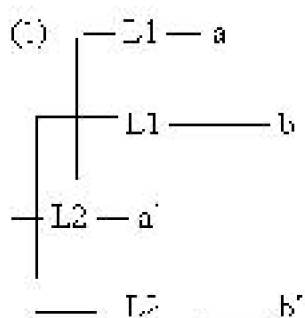
Exemple 2	L1 — où cours-tu comme ça ?	— a
	L2 — et toi ? moi je vais au cinéma	— b — a
	L1 — hé bien moi je vais au boulot	— b'

Dans nos corpus, on peut repérer des échanges croisés dans les séquences de clôture. L'exemple qui suit est extrait du corpus Fournisseurs, Interaction 38 :

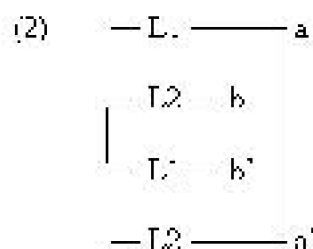
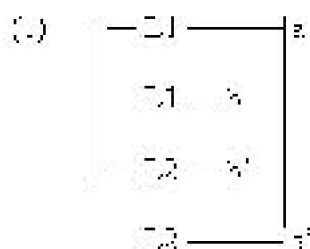
92C merci au r'voir — Remerciement — Salutation

93S avec plaisir au r'voir — Réponse remerciement - Salutation

Le croisement des échanges peut être représenté de la façon suivante :



Les échanges peuvent être « enchâssés », c'est-à-dire qu'ils sont inclus dans un échange enchâssant. On trouve deux types d'enchâssement :



Nous avons souvent repéré dans nos corpus des exemples d'échanges enchâssés (du type 2). En effet, il y a souvent ce type d'enchâssement lors de questions, pour lesquelles L2 va ouvrir un échange enchâssé afin de demander des précisions sur la question. L'exemple suivant est extrait du corpus Artisans (Interaction 1, 97). Le/la client-e appelle pour demander le prix d'un verre pour une table basse, la secrétaire va initier à plusieurs reprises des échanges enchâssés afin d'avoir des informations complémentaires sur le verre en question (informations nécessaires pour fournir un prix) :

16C euh est-ce que vous pouvez m'dire à peu près un chiffre: de-

17S -bah i'faut m'donner le les mesures de vot'table

18C euh 1750

19S elle est grande hein [1750

20C [par un mètre bah j'ai pris un p'tit peu le [un p'tit peu

21S [oh oui là i'faut même du 6 millimètres hein

22C 6 millimètres ↑

23S oh oui autrement ça va pas être assez solide [hein

24C [et vous pouvez m'donner un ordre de prix . grosso modo hein

25S et les bords doivent êt'polis

(...)

28C euh: ff: [oui

29S [pour pas qu'ça coupe pa'ce que-

(...)

37S . euh j'vais vous dire hein en glace claire hein [pas fumée ↑

38C [ah oui oui ah oui oui euh tranpa- enfin: blan,che

39S d'accord attendez une seconde hein j'vais aller chercher mon tarif

Nous pouvons représenter les échanges de la façon suivante :

16C — a (demande de prix)

17S — b (demande d'information complémentaire 1)

18-20C — b' (réponse)

21-23S — b'' (évaluation – acceptation)

24C — a (demande de prix renouvelée)

25S — c (demande d'information complémentaire 2)

28C — c' (réponse)

37S — d (demande d'information complémentaire 3)

38C — d' (réponse)

39S — a' (donne le prix)

C — a (demande de prix)

S — b (demande d'information complémentaire)

C — b' (réponse)

S — b'' (évaluation)

C — a (demande de prix)

S — c (demande d'information complémentaire)

C — c' (réponse)

S — d (demande d'information complémentaire)

C — d' (réponse)

S — a'

Venons-en au rang inférieur, qui est l'intervention.

L'intervention est une unité monologique, définie comme étant la contribution d'un locuteur à un échange. A chaque changement de locuteur, il y a changement d'intervention. Nous ne reprendrons pas ici les problèmes descriptifs liés à l'intervention²³. L'intervention est constituée d'actes de langage dont un acte directeur, pivot de

²³ Nous renvoyons à Kerbrat-Orecchioni, 1990 (225-229).

l'intervention dans le sens où il lui donne sa valeur pragmatique dominante, et un acte ou des actes subordonnés facultatifs, à fonction variable. Dans nos corpus, les interventions sont la plupart du temps des interventions courtes dans lesquelles il est relativement facile de distinguer acte directeur et acte(s) subordonné(s).

L'acte de langage est l'unité minimale monologique, difficilement définissable pour plusieurs raisons, notamment parce que les frontières séparant les différents actes de langage sont floues (il est parfois difficile de distinguer la requête de l'ordre, le conseil de la suggestion, etc.). De plus, plusieurs actes peuvent se trouver amalgamés dans une même séquence. Nous soulignerons pour finir ²⁴ que le contexte est primordial pour rendre compte de la valeur des actes de langage :

Si un énoncé tel que « Il est huit heures » peut hors contexte être défini comme une assertion à valeur informative, cette caractéristique est manifestement insuffisante pour rendre compte des différentes valeurs (réponse, avertissement, reproche, justification, etc.) qu'il peut recevoir en contexte (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 230).

C'est pourquoi nous analyserons, en situation, notamment l'acte de requête dans notre quatrième partie. Nous en venons au cadre de l'interaction, le cadre contextuel.

1.2. Le cadre contextuel

Nous l'avons dit précédemment, les données enregistrées pour l'analyse doivent être des données *in situ*, l'analyse des interactions se fait donc avec son contexte, le contexte déterminant non seulement la production des énoncés, mais aussi leur interprétation. Hymes a ainsi créé, en 1967 ²⁵, un modèle pour l'étude de la communication, modèle composé des huit éléments de nature différente ²⁶ nécessaires à toute interaction. Ce modèle est nommé SPEAKING, où chaque lettre constituant ce terme renvoie à l'une des composantes :

- « *Setting* » : il s'agit du Cadre physique (temps et lieu) de l'interaction et du cadre psychologique (correspondant en quelque sorte à l'atmosphère).
- « *Participants* » : il regroupe dans cette catégorie le locuteur et l'interlocuteur ainsi que les autres participants présents.
- « *Ends* » : il s'agit de la Finalité, c'est-à-dire les buts d'une action, ce que l'on *veut* faire en communiquant, mais aussi le résultat de l'activité de communication, c'est-à-dire ce qui est effectivement *fait*.
- « *Acts* » : Le terme d'Acte recouvre le contenu du message (les thèmes abordés) et

²⁴ De la même façon que pour l'intervention, nous renvoyons à une définition plus détaillée, dans Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 229-234.

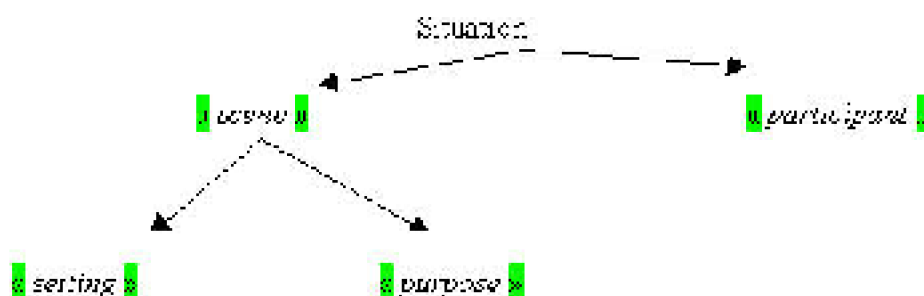
²⁵ Modèle décrit dans l'article intitulé « Models of the interaction of language and social setting », et révisé en 1972, in Gumperz et Hymes (eds).

²⁶ Des éléments du contexte tels que le site, les participants et les buts, mais aussi des éléments du type propriétés, ingrédients (les actes) de l'interaction.

sa forme (style global, ce terme renvoyant aux fonctions du message²⁷ : message poétique, purement référentiel, etc.).

- « *Key* » correspond à la Tonalité, elle permet « de caractériser de façon plus détaillée les particularités de la manière dont se déroule l'activité de langage sur le plan linguistique ou paralinguistique » (Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1981 : 75).
- « *Instrumentalities* » correspond aux Instruments, aux moyens de communication (canaux de communication et codes leur correspondant).
- « *Norms* » : il s'agit des Normes d'interaction (ce sont les mécanismes interactionnels de la conversation : tours de parole, interruptions, etc.) et des Normes d'interprétation (liées au sens du message tel qu'il est transmis et reçu, compte tenu entre autre du système de présupposés socio-culturels des participants).
- « *Genre* » : le Genre correspond au type d'activité de langage (conte, chant, courrier, conversation à bâtons rompus, etc.).

Nous ne reprendrons pas en détail chacun de ces éléments pour la description de la situation de communication dans nos corpus. Nous reprendrons plutôt ici le modèle de Brown et Fraser, qui est un modèle présentant «les composantes générales de l'interaction :



Les différentes situations de communication des interactions de nos corpus sont donc composées de participants (une secrétaire et un-e client-e, voire un troisième acteur, le patron ou un-e autre employé-e) et d'une « scène ».

Le site (« *setting* ») correspond au cadre spatio-temporel. En ce qui concerne nos corpus, il s'agit de l'entreprise, précisément du bureau de la secrétaire pendant ses heures de travail. L'une des spécificités des interactions à distance telles que les interactions téléphoniques est que les deux locuteurs ne se trouvent pas dans le même site. Compte tenu du fait que le locuteur à l'origine de l'appel est toujours le/la client-e (sauf dans le cadre des appels internes, mais ces appels seront l'objet d'une analyse particulière), et que son but est de contacter l'entreprise, nous ne nous intéresserons qu'au site de l'entreprise²⁸. Le cadre spatial peut être décrit, d'une part, du point de vue **purement physique**, c'est-à-dire que la description porte alors sur les caractéristiques

²⁷ Voir Jakobson, les fonctions du message.

²⁸ Nous aurions pu choisir de nous placer du côté du client, et d'enregistrer ses interactions avec différentes entreprises. Mais ce point de vue aurait débouché alors sur une tout autre analyse.

physiques du lieu où se déroule l'interaction. Nous présenterons ainsi dans notre prochaine partie l'organisation des espaces de travail dans l'entreprise. Le cadre spatial peut être décrit, d'autre part, selon sa fonction sociale et institutionnelle (que représente cet espace, quelle est son utilisation). Le cadre temporel quant à lui est aussi essentiel à la description du (bon) déroulement d'une interaction, puisqu'il permet de répondre à certaines questions telles que : à quel moment se présenter, saluer, clore l'échange, etc.

Le but (« *purpose* »)²⁹ comprend à la fois le but global de l'interaction (ici, l'appel téléphonique d'un-e client-e à une entreprise), et les buts ponctuels correspondant à chaque acte de langage qui sera réalisé au cours de l'interaction. Dans le cadre de notre analyse, nous nous trouvons face à des interactions à finalité externe, le but de l'appel étant, pour le/la client-e, de formuler sa requête. La requête peut consister en une demande de renseignement (demande de prix sur un produit, demande de délai pour une livraison, etc.), ou de service (demande de visite d'un ouvrier ou du patron chez un-e client-e ou sur un chantier pour évaluer des travaux par exemple), une réclamation, etc.

Les participants peuvent être décrits selon différents points de vue : leurs caractéristiques individuelles physiques et biologiques (âge, sexe, etc.), sociales (profession, statut, etc.), psychologiques (caractère, humeur). Dans nos corpus, nous nous attarderons particulièrement sur les caractéristiques de la secrétaire. En effet, elle est systématiquement présente lors de chaque interaction d'un même corpus, il est donc nécessaire de dégager les caractéristiques pertinentes de chacune des secrétaires dans le contexte de l'interaction. Ces caractéristiques peuvent être physiques, biologiques, sociales et psychologiques, mais toutes ne sont pas pertinentes dans la situation de communication (le physique n'est à priori pas pertinent puisque les interactions entre client-e et secrétaire se font à distance, par contre l'âge peut, lui, être pertinent car il peut être perceptible dans la voix). En ce qui concerne les client-e-s, il serait inutile de présenter les caractéristiques de chacun d'eux, étant donné que nos corpus contiennent la plupart du temps autant d'interactions que de client-e-s différents. De plus, il était matériellement impossible de présenter de telles caractéristiques étant donné que les interactions se déroulent à distance, que certains appelants ne sont « que » des clients potentiels (donc inconnus de la secrétaire) et qu'ils n'étaient pas au courant de l'enregistrement de l'interaction. Il sera par contre pertinent pour l'analyse de préciser si la secrétaire et le/la client-e se connaissent ou plutôt se reconnaissent. En effet, l'interaction ne se déroulera pas de la même façon (surtout lors de la séquence d'ouverture, nous le verrons lors de la description du script des interactions), selon le degré de connaissance mutuelle des participants.

2. La politesse linguistique

La politesse est un phénomène linguistiquement pertinent, dont les chercheurs ont pris conscience au milieu des années 70, la première ayant ouvert ce domaine de réflexion étant Robin Lakoff, suivie de Leech, et surtout Brown et Levinson, transformant la politesse linguistique en véritable champ théorique. Il devient donc évident qu'il est

²⁹ Le « *purpose* » de Brown et Fraser correspond à ce que Hymes appelle « *end* ».

impossible de décrire efficacement ce qui se passe dans les échanges communicatifs sans tenir compte de certains principes de politesse, dans la mesure où de tels principes exercent des pressions très fortes – au même titre que les règles plus spécifiquement linguistiques (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 159-160).

L'objectif des chercheurs inscrits dans ce champ théorique est d'essayer de construire un modèle général de la politesse (un système unifié de règles), et de décrire de façon minutieuse le fonctionnement de ces règles dans un grand nombre d'interactions attestées dans les différentes sociétés.

Le *Petit Robert* (1996) définit le mot « politesse » de la façon suivante :

Ensemble de règles qui régissent le comportement, le langage considérés comme les meilleurs dans une société ; le fait et la manière d'observer ces usages.

Nous nous intéresserons, pour notre étude, uniquement à la politesse linguistique, « celle qui s'inscrit et s'incarne dans des productions discursives » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 162), politesse définie par Lakoff (1989 : 102) « *as a means of minimizing the risk of confrontation in discourse (...); politeness strategies are designed specifically for the facilitation of interaction* ». La politesse gère les comportements que tout locuteur est censé observer envers son ou ses partenaire(s) d'interaction, mais aussi envers lui-même. Elle exerce donc un certain « pouvoir » sur le déroulement de l'interaction, c'est pourquoi nous en tiendrons compte dans l'analyse des interactions de nos corpus, principalement lors de l'analyse de la formulation de l'acte de requête, acte engageant les « faces » de chacun des partenaires de l'interaction et pouvant mettre à mal la relation interpersonnelle liant les interactants. En effet, au cours de l'interaction, les énoncés, certains plus que d'autres, possèdent une valeur relationnelle, en plus d'un contenu informationnel. La quête d'un consensus, le souci de ménager les faces d'autrui, le désir d'avoir raison, etc. font partie de ces énoncés, et ont un rôle dans la séquence de requête.

Nous présenterons ici une synthèse des différents modèles de politesse présentés par Kerbrat-Orecchioni (1992 : 159-191). Concernant les manifestations linguistiques de la politesse dans les interactions, nous verrons en détail ces différents procédés linguistiques lors de notre analyse de l'acte de requête dans notre quatrième partie.

2.1. Le modèle de Brown et Levinson

Le modèle de Brown et Levinson, élaboré en 1978 et remanié en 1987, se fonde sur la notion de « face », notion empruntée à Goffman. D'après leur modèle, tout individu possède deux « faces » :

- Une face négative : elle est constituée des territoires corporel (le corps et ses prolongements), spatial (la « bulle »³⁰ dans laquelle nous évoluons), temporel (notre temps de parole). Cette notion vient de l'éthologie animale dont nous parlerons dans

³⁰ La notion de « bulle » sera étudiée en proxémique, notamment, par Hall & Hall (1990 : 62) : « La "bulle" personnelle est une autre forme de territoire. Chacun de nous vit dans une "bulle" invisible (...) dont l'accès est interdit ou, dans le meilleur des cas, restreint et limité dans le temps ».

la partie 3. Goffman parle d'ailleurs de « territoire » pour la face négative.

- Une face positive (que Goffman avait baptisée « face ») : elle correspond à l'ensemble des images valorisantes construites par chaque locuteur, images qu'ils essaient d'imposer au cours de l'interaction. Quatre faces sont donc mises en présence au cours d'une interaction, les faces positives et négatives de chaque locuteur.

Au cours de l'interaction, les participants accomplissent un certain nombre d'actes, verbaux et non-verbaux, et ces actes, appelés par Brown et Levinson des *Face Threatening Acts* (FTAs) constituent des menaces potentielles pour l'une et/ou l'autre des faces positive et négative de chacun des locuteurs. Les actes de langage sont donc classés dans quatre catégories, selon la face pour laquelle ils sont potentiellement menaçants :

- Parmi les actes menaçants pour la face négative de celui qui les accomplit, nous trouvons tous les actes qui lèsent son propre territoire tels qu'une offre ou une promesse. Promettre, c'est s'engager à effectuer un acte qui peut léser son territoire. Ainsi, la secrétaire qui promet au client ou à la cliente une visite de son patron chez celui-ci formule un acte menaçant pour le patron puisque celui-ci va donner de son temps et de son énergie pour satisfaire le/la client-e.
- Parmi les actes menaçants pour la face positive de celui qui les accomplit, se trouvent tous les comportements « auto-dégradants » tels que l'excuse, l'autocritique, etc.
- Les actes menaçants pour la face négative de celui qui les subit sont les actes du type violations territoriales, qu'elles soient non verbales ou verbales, comme les questions indiscrettes, les comportements incursifs, etc. Les actes directifs tels que l'ordre, la requête, entrent dans cette catégorie. Nous verrons ainsi lors de notre analyse de l'acte de requête, que le/la client-e formulant sa requête l'accompagne de « minimisateurs » afin d'atténuer la menace éventuelle.
- Enfin, les actes menaçants pour la face positive de celui qui les subit sont des actes qui menacent le narcissisme de l'autre tels que la critique, le reproche, les moqueries, etc.

Les faces d'autrui, comme nos propres faces, sont donc susceptibles d'être menacées lors de toute interaction. Pour pouvoir communiquer sans accrochage, les interactants ont à respecter certaines règles. Ainsi, selon Goffman, une interaction peut se dérouler « harmonieusement » si les locuteurs parviennent à se ménager les uns les autres, c'est-à-dire d'éviter les FTAs, que ce soit envers ses propres faces, ou celles de son interlocuteur. C'est ce qui est appelé le « *face want* », ou le désir de préservation des faces. Pour ce faire, les participants font un travail de « figuration », ce que Goffman appelle « *face work* », pour qualifier « tout ce qu'entreprend une personne pour que ses actions ne fassent perdre la face à personne (y compris elle-même) » (1974b : 15). Pour Brown et Levinson, un certain nombre de stratégies sont accessibles aux locuteurs afin de leur permettre de préserver les faces, alors même qu'un certain nombre d'actes sont potentiellement menaçants pour ces faces.

La politesse apparaît comme un moyen de concilier le désir mutuel de préservation des faces, avec le fait que la plupart des actes de langage sont potentiellement menaçants pour telle ou telle de ces mêmes faces (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 174).

Nous reprenons ici le schéma représentant l'inventaire des cinq « super-stratégies », sans détailler toutefois toutes les variétés découlant de celles-ci ³¹ :

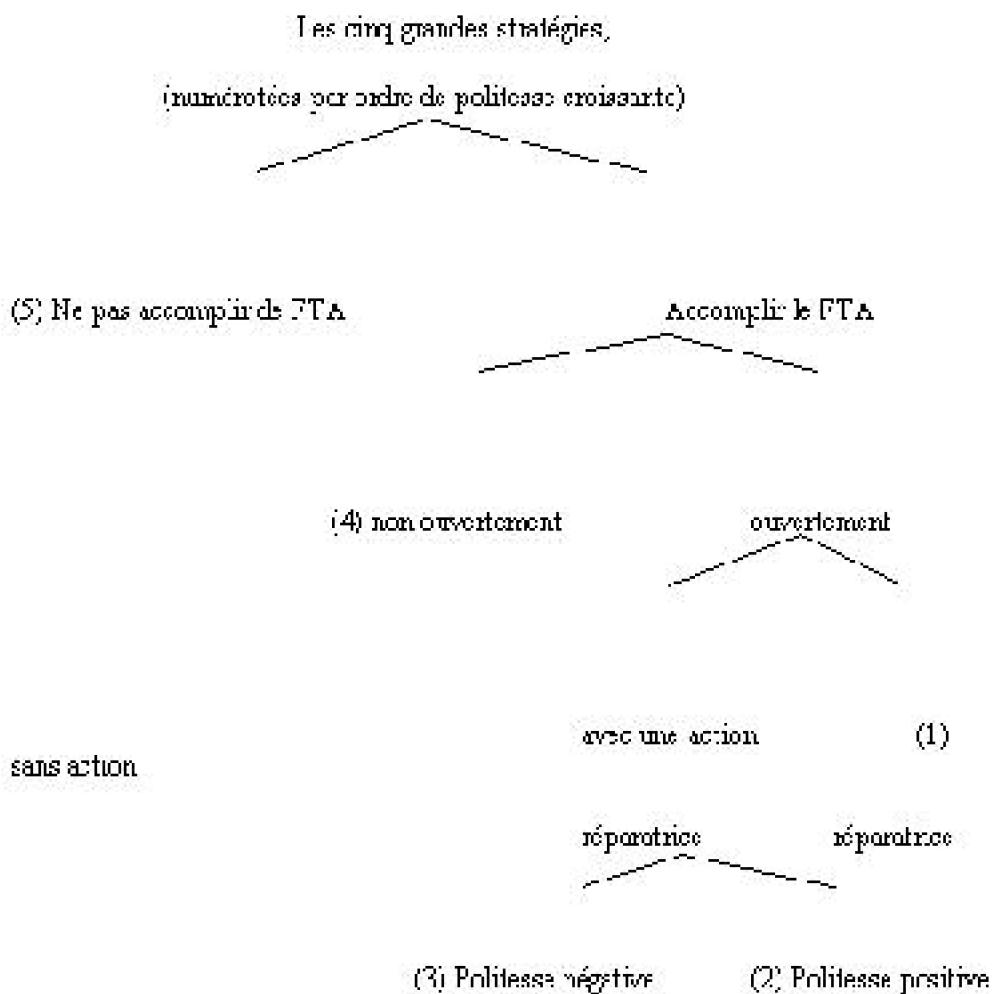


Figure 1 : Les 5 super-stratégies de la politesse

2.2. Modèle proposé par Kerbrat-Orecchioni

Nous ne reprendrons pas ici le modèle de Leech qui présente un certain nombre de maximes et sous-maximes constituant l'archi-principe PP (« *Principle of Politeness* »), des maximes telles que la maxime de modestie (« *Minimize praise of self* ») et « *Maximize dispraise of self* ») ou la maxime d'accord (« *Minimize disagreement between self and*

³¹ Voir pour cela Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 174-175.

other » et « *Maximize agreement between self and other* »). Nous ne l'avons en effet pas utilisé comme tel, c'est pourquoi nous reprendrons ici la synthèse proposée par Kerbrat-Orecchioni (1992 : 183-191), synthèse du modèle de Brown et Levinson et de Leech, qui nous sera utile pour notre analyse de l'acte de requête dans les interactions de nos corpus. Kerbrat-Orecchioni souligne pour sa part l'importance de la distinction entre les principes orientés vers l'allocutaire (A-orientés) et les principes orientés vers le locuteur (L-orientés). Nous considérerons que le locuteur renvoie, dans nos corpus, à la secrétaire, et l'allocutaire, au client ou à la cliente.

- Les principes A-orientés représentent la politesse qui consiste à ménager ou valoriser les faces d'autrui, ici du client ou de la cliente. Ils sont donc favorables à A, ce seront dans nos corpus, les principes utilisés par la secrétaire pour ménager les faces du client/ de la cliente. Ces principes peuvent appartenir à la politesse négative qui consiste, pour la secrétaire, à *éviter* ou *atténuer* les menaces envers la face négative du client/ de la cliente (éviter de donner des ordres brutaux) et sa face positive (protéger le narcissisme de l'autre). Ils peuvent aussi appartenir à la politesse positive, politesse qui consiste en la valorisation, par la secrétaire toujours, des faces du client/ de la cliente par le biais de *production* d'anti-menaces, envers sa face négative (proposer ses services), et sa face positive (manifester son accord, faire des éloges, etc.).
- Les principes L-orientés comportent des principes favorables au locuteur, ici la secrétaire, consistant en la protection de ses propres faces positive et négative, et des principes défavorables à elle, pouvant être qualifiés de « masochistes » puisqu'ils consistent en la production de menaces envers ses propres faces (auto-critiques, etc.), par le/la client-e, et en l'atténuation d'anti-menaces envers ses faces (par exemple, faire son propre éloge sur un mode atténué). Ces principes se réfèrent à la « maxime de modestie » de Leech. Ainsi, exalter sa propre face positive est un comportement qui

atteint indirectement, par un mouvement inverse de dévalorisation implicite, la face d'autrui ; s'il ne faut pas se rehausser soi-même, c'est que cela risque de rabaisser l'autre, et s'il convient parfois de se rabaisser, c'est qu'il y a des chances pour que l'autre s'en trouve du même coup rehaussé (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 188).

Dans nos corpus, le/la client-e qui appelle pour une requête va formuler un acte de langage menaçant pour la face négative de la secrétaire (et par métonymie, pour la face négative de l'entreprise), mais valorisant pour sa face positive (le/la client-e veut travailler avec l'entreprise, donc avec la secrétaire, il lui fait donc confiance). Par contre, en appelant pour une réclamation, il formulera un acte menaçant pour ses faces négative et positive. La face positive de la secrétaire est menacée par l'aspect critique de la réclamation, sa face négative l'est par le fait que la réclamation contient de manière implicite (ou explicite d'ailleurs) une attente envers la secrétaire (qui est qu'elle répare ce qui ne va pas). La réclamation est donc à la fois une critique et une requête. Dans les deux situations, le/la client-e « enrobera » ses actes de minimisateurs (nous les aborderons dans la partie quatre). La secrétaire quant à elle « reçoit » plus qu'elle ne formule d'actes menaçants. En effet, comme nous venons de le dire, elle recevra de la

part des client-e-s critiques, réclamations, requêtes, demandes d'informations, etc., tous ces actes étant des actes potentiellement menaçants (du plus menaçant au moins menaçant). Par contre, la secrétaire aura à éviter autant que possible les actes menaçants envers les client-e-s. Nous observerons ainsi lors de l'analyse des négociations que la secrétaire est la plupart du temps en quête de consensus : « Les intérêts de l'autre doivent passer avant les siens propres ; (...) on doit s'effacer devant l'autre (...) » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 190). Même quand la secrétaire, comme tout autre employé d'ailleurs, reçoit un remerciement pour le service qu'elle a rendu aux client-e-s, elle le minimisera par l'expression « de rien ». Elle respecte donc un principe général de politesse qui est de minimiser ses propres mérites. De plus, elle maximise son acte dans le sens où il est plus poli de donner sans rien attendre en retour, c'est ce qu'elle verbalise avec le « de rien ».

Revenons aux interactions de travail de nos corpus. Pour notre analyse, nous nous référerons aux théories et modèles présentés précédemment, mais parce les interactions doivent être réinsérées dans leur contexte communicatif, nous emprunterons certaines notions et méthodes de travail à d'autres disciplines telles que l'ethno-sociologie ou la psychologie. En effet, pour Pike notamment, l'activité langagière est une activité parmi d'autres, d'où « la nécessité d'étudier l'emploi du langage dans son contexte de situation et de rapprocher les recherches linguistiques des recherches anthropologiques, ethnographiques et sociologiques » (Roulet, 1974 : 21).

3. Emprunts ethno-sociologiques

Ce sont les approches ethno-sociologiques qui fournissent le plus grand nombre de publications concernant l'étude des interactions verbales, ce sont les approches les plus importantes et les plus diversifiées³², c'est pourquoi nous nous attarderons principalement sur celles-ci.

3.1. L'ethnographie de la communication

Hymes a publié en 1962 un article intitulé « The ethnography of speaking » dans lequel il écrit que le message verbal doit toujours être étudié en contexte : « **La parole est un processus de communication à étudier dans son contexte social à la manière des ethnographes** » (Hymes, 1962, in Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 59). Les travaux publiés par la suite par Goffman, Erving-Tripp, Sacks, Labov, etc., quelle que soit la discipline à laquelle ils se rattachent (linguistique, ethnologie etc.), adhèrent aux principes définis par Hymes, qui a jeté, dans son article, les bases d'une nouvelle discipline. Il est le premier à parler d'« ethnographie de la communication » (« *the ethnography of speaking* »³³). Pour lui, tout comportement et tout objet peuvent être communicatifs, d'où l'importance qu'il

³² Parmi les principales publications, on retrouve Hymes (1962, 1964, 1974), Gumperz (1981, 1982), etc.

³³ En 1964, un supplément à la revue *The American anthropologist*, intitulé « The ethnography of communication » est publié, rendant ainsi public ce nouveau domaine, d'abord esquissé par Hymes en 1962. Voir le bilan fait par Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1991 : 61-71.

donne au contexte physique et socio-culturel dans lequel se déroule l'interaction. Il propose de procéder à une investigation ethnographique des comportements, des situations et des objets qui sont perçus au sein d'une communauté donnée comme ayant une valeur communicative. Hymes a aussi créé le concept de « compétence de communication » qui fait pendant à la notion de « compétence linguistique » développée par Chomsky.

Pour communiquer, il ne suffit pas de connaître la langue, le système linguistique ; il faut également savoir comment s'en servir en fonction du contexte social (Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1991 : 53).

L'objectif des ethnographes de la communication, tels que ceux que nous avons déjà cités précédemment (Hymes, mais aussi Gumperz, Goffman, Ervin-Tripp, De Salins), est de

décrire l'utilisation du langage dans la vie sociale, et plus précisément, de dégager l'ensemble des normes qui sous-tendent le fonctionnement des interactions dans une société donnée (Kerbrat-Orrechioni, 1990 : 59).

Leur démarche est inductive, empirique, et « naturaliste », c'est-à-dire qu'elle consiste à observer des éléments de communication dans leur milieu naturel, puis à rendre compte des données recueillies sur le terrain. C'est aussi « concevoir derrière les conduites un ensemble de règles organisées en codes » (Winkin, 2001 : 128). Au cœur de la démarche ethnographique, se trouve l'observation participante. Nous allons voir que les ethnométhodologues procèdent selon le même type de démarche, démarche que nous avons aussi adoptée pour le recueil de nos données.

3.2.L'ethnométhodologie

Si ce courant est proche du précédent, les précurseurs, sources d'inspiration, ne sont toutefois pas les mêmes. Les ethnométhodologues appartiennent au courant de la sociologie mais se veulent en rupture avec la sociologie traditionnelle : elle accorde plus d'importance à « ***la démarche compréhensive contre la démarche explicative, à l'approche qualitative du social contre la quantophrenie des recherches sociologiques antérieures*** » (Coulon, 1987 : 3). Les précurseurs de l'ethnométhodologie sont notamment Schutz et l'école de Chicago (avec l'interactionnisme symbolique). Le texte fondateur est *Studies in ethnomethodology*, écrit par Garfinkel en 1967. On retrouve aussi parmi ses « disciples » Sacks, Schegloff, Psathas, Heritage, etc. L'objectif de l'ethnométhodologie est l'étude des « ethnométhodes », c'est-à-dire des méthodes (procédures, savoirs, savoir-faire) ordinaires, quotidiennes, « mises en œuvre par tout un chacun pour donner sens aux situations et, en particulier, à ses actions dans ces situations ». Il s'agit précisément de décrire

comment les « acteurs » (ou plutôt les « membres » d'un groupe définis par la possession d'une même compétence de langage), prennent des décisions, expliquent des événements, fabriquent un monde raisonnable et intelligible afin de pouvoir y vivre et accomplir leurs actions de tous les jours (Queiroz, Ziolkowski, 1997 : 74).

Ces méthodes permettent aux membres d'une société donnée de gérer l'ensemble des

problèmes communicatifs qu'ils ont à résoudre dans la vie quotidienne.

Pour l'ethnométhodologie, et particulièrement pour Garfinkel, « **le fait social n'est pas un objet stable, il est le produit de l'activité continue des hommes, qui mettent en œuvre des savoir-faire, des procédures, des règles de conduite** » (Coulon, 1987 : 19). Les ethnométhodologues auront pour tâche, entre autres, de mettre à jour les normes implicites qui régissent les échanges quotidiens, échanges dont les comportements sont routinisés. Les individus deviennent donc membres d'un groupe, d'une institution, lorsqu'ils maîtrisent le langage commun. A partir de là, ils n'ont plus à s'interroger sur ce qu'ils font, ils ont en effet acquis « les implicites de leurs conduites et acceptent les routines inscrites dans les pratiques sociales (ibid. : 42).

Les « membres » (...) se servent de « procédures interprétatives » qui relèvent d'une « connaissance tacite ». Ils traitent les événements et usent de méthodes de description comme de choses « allant de soi » et suivent à leur insu les règles de la conversation. (...) cette compréhension s'appuie sur des « ethnométhodes » qu'il s'agit d'explicitier (Queiroz et Ziolkowski, 1997 : 74).

Les ethnométhodologues mettront donc à jour ces normes sans cesse réactualisées lors des échanges quotidiens. Leur démarche est, tout comme celle des ethnographes de la communication, inductive, fondée sur l'observation, sur le travail de terrain. Winkin décrit la démarche ethnographique de la façon suivante :

Le chercheur part d'une idée, encore mollement formulée, va sur le terrain, recueille des données en tout sens, revient vers ses lectures et commence à organiser ses données, retourne sur le terrain, lesté de questions déjà mieux conceptualisées et repart enfin, avec de premières réponses, vers une formulation généralisante (2001 : 190).

Cette méthode de travail est la méthode que j'ai adoptée lors du recueil des données. En effet, lors de mon premier travail de terrain en année de maîtrise, j'ai recueilli des données de façon plus ou moins aléatoire selon les disponibilités des personnes m'accueillant au sein de leur entreprise. Après un premier travail de transcription et d'analyse de ces données, qui a donné lieu à un mémoire de recherche, je suis repartie sur le terrain durant mon année de DEA, puis durant ma première année de doctorat, avec des questions plus précises qui m'ont permis de diriger le recueil de données vers d'autres types de terrain. En effet, l'intérêt de recueillir des données dans une entreprise plus grande était de pouvoir les comparer avec celles recueillies dans les autres entreprises de mes corpus et ainsi de répondre à certaines questions : le fonctionnement d'une PME est-il si différent de celui d'une TPE ? Les secrétaires ont-elle un pouvoir variable selon la taille de l'entreprise ? Le script des interactions se déroulant dans une PME (travaillant à grande échelle comme peut le faire l'entreprise Fournisseurs) est-il identique à celui des interactions se déroulant dans les PTE ou PME travaillant au niveau local ou régional ? Quel est le pouvoir de la secrétaire dans la négociation avec le/la client-e-s et quels sont les éléments pouvant modifier le pouvoir de celle-ci (cadre spatial, le type de relation entretenu avec le patron, avec les client-e-s, etc.) ? A partir de ces données recueillies dans différents types d'entreprise, j'ai pu tenter de repérer des régularités dans le fonctionnement des interactions. C'est d'ailleurs ce qui intéresse particulièrement l'analyse conversationnelle, autre versant, plus linguistique, de l'ethnométhodologie, qui s'est détachée de celle-ci dans les années soixante-dix sous l'impulsion de Sacks³⁴, qui,

depuis son doctorat en 1963, s'est intéressé particulièrement à l'analyse des conversations quotidiennes, à leur description en situation naturelle. Pour les chercheurs appartenant à ce courant,

Les échanges langagiers les plus ordinaires de la vie quotidienne, comme les discours ritualisés, sont des activités socialement structurées que la sociologie peut constituer en objet d'étude. (...) leur intention initiale était de développer une analyse micro-sociologique des échanges discursifs (Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1991 : 133).

Le modèle proposé par Sacks, Schegloff et Jefferson a été créé pour rendre compte de la conversation. Ce modèle est constitué de deux composantes, la construction des tours et l'allocation des tours, et d'un ensemble de règles. Concernant la construction des tours de parole, ceux-ci se succèdent, un seul partenaire parle à la fois. On parle de « *turn-taking* » pour désigner ce mécanisme d'alternance des tours de parole. Concernant l'allocation des tours, chaque locuteur a à sa disposition un certain nombre de techniques permettant aux tours de parole de se succéder. Nous ne reviendrons pas plus en détail ici sur ce modèle³⁵ et allons présenter une autre approche, cette fois sociologique, la sociologie interactionniste.

3.3. La sociologie interactionniste avec Goffman

Goffman, ayant refusé l'étiquetage de « sociologue interactionniste », parle plutôt d'« éthologie des communications de la vie quotidienne », ce qui montre qu'il apparaît comme « difficile à classer » (Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1991 : 126) bien qu'il se situe, pour eux, dans la tradition de l'interactionnisme symbolique. Pour Goffman,

une interaction entre deux personnes n'est jamais seulement une interaction, c'est-à-dire une simple séquence d'actions/ réactions limitées dans le temps et dans l'espace ; c'est toujours aussi un « certain type d'ordre social » (Goffman, 1988 : 96). Toute interaction convoque la société tout entière par le fait qu'elle fonctionne sur les mêmes principes (Winkin, 2001 : 113).

Ainsi, il étudie les caractéristiques des interactions en face à face (situation où « **deux individus ou plus, sont physiquement en présence l'un de l'autre** », 1988 : 191). C'est aussi ce que supposent les « microsociologues » : la société posséderait les mêmes caractéristiques qu'un petit groupe, on pourrait donc appréhender la société en étudiant les interactions au sein du petit groupe : « **en étudiant les interactions au sein de celui-ci, on appréhende la société toute entière** » (Winkin, 2001 : 123).

Si vous étudiez très minutieusement un milieu, un groupe, une situation, vous dégagerez bientôt nombre des régularités qui fondent cet ensemble particulier. Or ces régularités appartiennent à la communauté ou à la société globale (ibid. : 155).

Certains des concepts décrits par Goffman ont un statut métaphorique telles que la notion de rôle, de face (on parle de métaphore théâtrale), les cérémonies rituelles ou la notion de

³⁴ L'article le plus important étant « A simplest systematics for the organization of turn taking for conversation », publié en 1974, avec Schegloff et Jefferson.

³⁵ Pour une description détaillée de ce modèle, voir Bachmann, Lidenfeld et Simonin, 1991 : 142-146.

gestion animale du territoire (métaphore éthologique). La métaphore théâtrale est fondée sur le fait que le monde est un théâtre et que chacun se donne quotidiennement en représentation. Chaque individu a un rôle et fait circuler des images de lui-même. Goffman appelle « face » l'image qu'un individu met en jeu dans une interaction, la notion de « face » ayant été ensuite reprise par Brown et Levinson (nous en avons déjà parlé). La « façade » est « l'appareillage symbolique, utilisé habituellement par l'auteur, à dessein ou non, durant sa représentation » (Goffman, 1973 : 29). Pour Goffman, l'attachement à une certaine face ainsi que le risque de se trahir expliquent en partie pourquoi tout contact avec les autres est ressenti comme un *engagement* (1974a). Dès que deux acteurs sont en présence physique, ils s'engagent, « qu'ils le veuillent ou non, dans une certaine forme de communication » (Goffman, 1987 : 269). Chacun des acteurs va réfléchir à ce qu'il va dire ou faire en fonction des réponses et réactions qu'il vient de provoquer chez l'autre. Mais nous ne parlerons pas en détail ici de ces concepts tels que la figuration, les rôles de chacun, ou encore le cadre, puisque nous les aborderons au cours de notre travail (la notion de « rôle » dans notre partie sur les identités, celle de « face » dans notre partie sur la requête).

4. Emprunts psychosociologiques

La communication sociale est, selon Moscovici, un des sujets les plus traités en psychologie sociale. La psychologie sociale « **conçoit la vie sociale comme un tissu de relations sociales régies par la communication (on retrouve ici l'enseignement de G.H. Mead)** » (Winkin, 2001 : 37). Nous retrouvons ici les influences de Goffman puisque pour la psychologie sociale, les relations sociales dans un petit groupe peuvent être envisagées comme la reproduction, en miniature, de la société globale. Nous ne parlerons ici que de deux chercheurs à qui nous avons emprunté certains concepts, chercheurs travaillant sur des thèmes complètement différents, l'identité et les espaces de travail.

4.1. G.H. Mead

Mead est considéré comme le père fondateur de l'interactionnisme symbolique et lui-même se définit comme appartenant au « behaviorisme social », dont l'objectif est donc l'analyse des comportements sociaux observables. Pour lui, la communication est « **une sorte de sang vital circulant dans les veines et artères de la société** » (Winkin, 2001 : 78). Mead a proposé, dans son ouvrage *Mind, self and society* (1934, publié en français en 1963), une théorie sur la formation sociale du « soi » (*Self*) comme instance où l'individu prend conscience de lui-même « **en se plaçant aux divers points de vue des autres membres du même groupe social** » (Mead, 1963 : 118). Ainsi, l'individu se constitue dans et par la communication avec les autres. Mead parle déjà en 1934 de rôle, d'identité, notions qui seront ensuite reprises par Goffman³⁶.

En effet, pour les interactionnistes symboliques comme Mead, la prise de rôle est le

³⁶ Dans *La mise en scène de la vie quotidienne* (1973), il reprend et élabore des concepts chers aux interactionnistes symboliques, tels que « rôle », « soi », « interaction ».

mécanisme de socialisation de l'enfant, c'est-à-dire que l'enfant apprend à se regarder du point de vue de ses partenaires les plus proches grâce au langage et au jeu. « **Cette activité sociale constante et spontanée mène à l'intériorisation des attentes, valeurs et modèles d'action d'autrui** » (Queiroz et Ziolkowski, 1997 : 38). On ne peut pas communiquer sans remplir un rôle, et c'est une fraction du Soi, la Face, que l'on met en jeu dans l'accomplissement du rôle. « **La face, ou le soi, constituent le lieu de la mise en scène d'un rôle particulier par un sujet qui convoque inévitablement l'autre dans un rôle corrélatif** » (Vion, 1992 : 35).

Nous ne développerons pas ici les concepts présentés par Mead, étant donné que nous présenterons de façon plus précise, dans notre troisième partie concernant les identités, les notions de « Soi », « face », « rôle ».

4.2.G.N. Fischer

La psychologie sociale a commencé à s'intéresser aux relations homme-espace il y a une trentaine d'années pour en faire un nouveau champ d'étude. L'un des précurseurs en la matière est Lewin qui, en 1951, considère alors l'environnement comme « **un facteur déterminant du comportement humain** », et qui dégage « **l'importance de l'interdépendance entre la personne et son environnement** » (Fischer, 1990 : 211). Les principaux concepts développés dans ce domaine de recherche sont le concept de territoire, d'espace personnel et d'espace culturel. Le concept de territoire a été emprunté à l'éthologie, ce qui a permis de passer du territoire animal au territoire humain grâce au postulat de base qui est que le comportement animal est sous-tendu par le besoin fondamental de disposer d'un lieu et de maintenir une certaine distance par rapport à autrui. Nous définirons lors de la description des espaces de travail dans les entreprises de nos corpus la notion de territoire (2.1. La notion de territoire en psychosociologie de l'espace), nous ne la développerons donc pas dans cette partie. Nous pouvons simplement souligner que la psychologie de l'environnement a repris le concept de territoire animal pour l'utiliser dans un tout autre contexte, celui des territoires humains. L'une des fonctions des territoires est la délimitation des lieux grâce à l'utilisation de différents marqueurs. Ils permettent aux « habitants » de ce territoire d'indiquer qui occupe l'espace délimité en question. Ces marqueurs peuvent être des objets personnels (photo, calepin, etc.) fonctionnant pour l'autre comme des indices d'une présence, d'une occupation du lieu. Les barrières, les panneaux, etc. sont aussi des marqueurs de territoire. Ainsi, dans le cadre d'une entreprise, le bureau du patron se démarque, en règle générale, de celui de la secrétaire et des autres employés par une porte mais aussi, éventuellement, une plaque sur la porte. Concernant la notion d'espace personnel, elle repose sur l'idée que

la place du corps dans un environnement ne se limite pas à la surface de la peau : il peut se développer ou se rétrécir à l'intérieur d'une zone psychocorporelle qui dessine autour de lui des frontières et un rayon d'action (Fischer, 1990 : 217).

Cette notion se rapproche des notions de face négative, en quelque sorte, ici, « concrétisée » (Hall parle aussi de « bulle » pour définir l'espace personnel).

Revenons-en à ce qui nous intéresse ici, l'impact de l'environnement sur le

comportement des individus. La psychologie sociale a déterminé trois types d'impact. Tout d'abord, l'environnement exerce un certain nombre de contraintes sur le comportement et de ce fait, il limite les possibilités d'actions des individus. Ensuite, les individus adoptent des sortes de modèles de comportements selon leur habitude de vivre dans certains types d'espaces. Enfin, l'environnement peut orienter l'action du fait qu'il constitue un répertoire d'informations pour l'individu. Un certain nombre d'études de l'impact de l'aménagement ont ainsi porté sur des domaines très différents tels que les aménagements urbains, les espaces scolaires, les aménagements intérieurs du logement, les espaces institutionnels (montrant ainsi leur impact sur le comportement et les relations – ce qui nous intéressera ici), etc. Les espaces de travail sont donc aussi des territoires humains « chargés de la valeur des gestes et des relations pris dans l'engrenage de l'organisation » (Fischer, 1989 : 66). Nous verrons ainsi, lors de la description du cadre spatial de nos interactions, que l'entreprise dans sa globalité, que ce soit sa façade (l'extérieur) ou ses bureaux (l'intérieur), est chargée de significations, elle constitue un ensemble de signes. Concernant les bureaux, « **chaque espace de travail est un territoire, c'est-à-dire le résultat de processus qui transforment des lieux physiques en places psychologiques** » (ibid. : 73). C'est ce que nous verrons dans le chapitre suivant (2.Cadre spatial : les espaces de travail dans les entreprises de nos corpus) avec la description des entreprises de nos corpus.

Pour finir, nous avons vu, avec Fischer, que l'entreprise est un espace *vécu*. C'est aussi, nous le verrons tout au long de ce travail, un espace *morcelé* (les lieux sont segmentés selon les tâches productives, dédiés uniquement à certaines activités), un espace *assigné* (les lieux de travail fixent les individus dans certaines places, qui leur sont attribuées), et un espace *contrôlé* (en fonction d'une communication canalisée). Toutefois, pour définir d'une façon générale notre situation d'interaction, c'est-à-dire ce qu'est une entreprise, nous avons eu recours à la sociologie (sociologie du travail, sociologie des entreprises, sociologie des organisations). Même si nous nous référons peu, de façon explicite, à différents courants de la sociologie (du travail, des entreprises), cela nous a principalement permis d'avoir un regard plus global sur nos corpus, un regard moins exclusivement linguistique, ce qui nous semblait essentiel pour comprendre le fonctionnement de l'entreprise en général, ses enjeux, les différents types de relation, etc. Nous allons donc définir dans le chapitre suivant l'entreprise d'un point de vue sociologique, et sachant que « **le facteur humain a une valeur intrinsèque et irremplaçable, qu'il constitue un potentiel important pour l'entreprise** » (Potocki Malicet, 1997 : 30), nous définirons aussi le terme de « secrétaire » d'un point de vue sociologique. D'ailleurs, en sociologie des organisations, la conception de l'homme au travail a évolué puisqu'elle est passée « **d'un travailleur passif, stéréotypé, prévisible à un individu libre, poursuivant ses propres buts** » (ibid. : 32). Le salarié prend une part active à la marche de l'entreprise. Thuderoz définit d'ailleurs ainsi l'entreprise :

L'entreprise est un lieu où des hommes et des femmes coopèrent entre eux, s'organisent pour produire, inventent des règles et des façons de faire, échangent en permanence avec la société qui les entoure (1997 : 4).

C'est ce que nous allons voir maintenant.

Chapitre 2 : Problématique

Dans cette deuxième partie, nous présenterons l'objet sur lequel porte notre étude, la petite entreprise, en commençant par définir ce qu'est une petite entreprise et en décrivant celles de nos corpus. Nous présenterons succinctement dans cette partie la situation de communication, avec la définition de ce qu'est une secrétaire, des rôles qu'elle peut remplir dans une petite entreprise. Enfin, nous présenterons les principaux moyens de communication utilisés par les entreprises, plus précisément par la secrétaire, pour communiquer avec les client-e-s et échanger avec eux/elles des informations.

1. Présentation de l'objet d'étude

La petite entreprise, lieu du déroulement des interactions de nos corpus, doit être tout d'abord défini en tant qu'objet. L'emprunt de notions sociologiques pour définir l'entreprise nous a semblé incontournable d'autant plus que certains auteurs se sont spécialisés dans l'étude du monde du travail et de l'entreprise.

1.1. Définitions de l'entreprise

Nos corpus sont des enregistrements d'interactions constitués dans différents types d'entreprises (bâtiment, transports, assurances). Nous ne pouvons les analyser sans prendre en compte le lieu de production de ces échanges verbaux. Comme l'explique Mucchielli,

pour comprendre ce qui se passe dans une entreprise, il est logiquement erroné d'invoquer les caractères des individus. C'est-à-dire appliquer à une classe de phénomènes reliés entre eux, une démarche analytique qui part de ses éléments pris isolément. Il faut trouver des explications dans les caractéristiques du système relationnel tout entier (1998 : 31).

C'est pour cette raison que nous allons d'abord définir en termes sociologiques l'entreprise et plus particulièrement la P.M.E., et que nous déterminerons ce que peut être, d'un point de vue sociologique, une secrétaire dans une entreprise.

1.1.1. Définition sociologique de l'entreprise

Thuderoz présente l'entreprise comme un « ***lieu où des hommes et des femmes coopèrent entre eux, échangent en permanence avec la société qui les entoure*** » (1997 : 4). Pour la sociologie des entreprises, l'entreprise est à la fois un lieu de production, une organisation et une institution :

- Un lieu de production parce que l'entreprise est un agent économique et qu'elle recherche l'efficacité, la productivité, grâce à celle de ses employés et de ses machines, produits, etc.

- Une organisation, constituée d'individus qui vont s'organiser collectivement pour résoudre les problèmes, produire, vendre un produit, un service, agir en vue d'un objectif commun. Ces individus sont donc en relation nécessaire avec les autres individus et ces relations se font selon certaines « contraintes organisationnelles (règlement, procédures de travail, habitudes de travail, statuts hiérarchiques, rôles...) » qu'ils devront respecter (Mucchielli, 1998 : 30). En effet, cette collaboration collective n'est possible que par le respect de la hiérarchie qui attribue à chacun un statut et un ou plusieurs rôles. Chaque rôle se définit au sein de l'entreprise en rapport avec les autres rôles des autres individus.
- Une institution, c'est-à-dire un espace où les individus partagent des idées, intérêts, sentiments identiques. Elle unit des groupes par le biais du travail réalisé de façon collective. L'Entreprise en tant que « corps défini et organisé »³⁷ est, pour Thuderoz (1997 : 88), un « lieu d'identification », un lieu « d'apprentissage de normes de relation » (Sainsaulieu, 1977 : 256), qui vient compléter les apports de l'école et la famille, un lieu où naît l'amitié. Toutefois il semble excessif de qualifier nos entreprises d'« institutions » puisque, si l'une des entreprises étudiées (Fournisseurs) est une grosse « structure », les autres au contraire sont de petites entreprises familiales, dans lesquelles il n'y a pas de lien social entre les différents salariés. Il n'y a, par exemple, pas de comité d'entreprise qui permettrait de tisser des liens entre les salariés, hors du cadre du travail.

C'est aussi un lieu qui impose aux individus notamment des règlements et des statuts, qui contraint entre autre les individus à travailler dans un espace désigné (Thuderoz parle d'espace « assigné » : les individus sont fixés dans certaines places). Nous verrons justement l'organisation des espaces de travail en 2.Cadre spatial : les espaces de travail dans les entreprises de nos corpus.

1.1.2.Définitions de la T.P.E et de la P.M.E.

Une P.M.E. est une entreprise employant de 10 à 499 salariés. Elle peut être de différents types : artisanale (limitée alors à un marché local), sous-traitante (elle est dépendante d'une firme plus importante), industrielle (à spécialisation flexible). Les PME ont été peu étudiées en sociologie du travail pour diverses raisons, notamment parce qu'elles ont longtemps été vues comme une « **forme non développée de la grande entreprise** » (Thuderoz, 1997 : 41), parce qu'elles seraient moins répandues, moins efficaces (d'après la sociologie) qu'une grande entreprise, etc. Pourtant, en 1990, d'après l'INSEE³⁸, la France compte 166 000 PME employant au total 6,78 millions de personnes. Elles représentent donc, en 1990, 6 % des entreprises françaises et génèrent 45 % des emplois salariés. De plus, il faut ajouter à ces statistiques les « très » petites entreprises de moins de 10 salariés (que nous appellerons TPE, notion créée par les économistes), qui sont très nombreuses (notamment les Artisans de notre corpus) : 1,6 million

³⁷ d'entreprises n'ont aucun salarié et un peu plus d'un million d'entreprises font travailler de 1 à 9 salariés.
Définition empruntée à Durkheim, pour parler ici, non pas d'une entreprise particulière mais de l'Entreprise dans sa globalité (comme l'Eglise, l'Ecole, etc.), ce qui explique notre utilisation du E majuscule.

³⁸ Statistiques citées par Sainsaulieu, 1990 : 150-151.

La PME a une faculté d'adaptation aux difficultés probablement plus souple que celle des grandes entreprises, ce qui peut expliquer sa durabilité. Ainsi, l'entreprise Artisans qui a connu des problèmes lors d'une grave crise du bâtiment il y a quelques années s'est trouvée dans l'obligation de licencier un salarié pour éviter sa faillite et a pu réagir rapidement grâce à sa rapidité d'adaptation aux événements. La PME possède aussi une faculté d'adaptation plus grande à l'évolution, à la nouveauté, qui permet d'expliquer la pérennité de celle-ci. Ainsi, comme l'explique Thuderoz (1997 : 41), certaines entreprises de luxe telles que l'orfèvrerie, la verrerie, deviennent centaines grâce à leur solide réputation de qualité et d'innovation, de fidélité aussi à des produits et des processus leur permettant d'accéder à la compétition internationale.

Sur les quatre entreprises enregistrées, deux, les Artisans et les Transporteurs, sont respectivement une TPE et une PME. Les deux autres entreprises sont des filiales d'une entreprise plus grande qui sont elles-mêmes des PME. De plus, les entreprises Artisans et Transporteurs sont toutes deux des entreprises familiales ; ce sont des TPE / PME typiques, comme les définit Bauer (1990 : 150) : un « patrimoine familial d'un patron propriétaire ».

L'entreprise Artisans est, comme son nom l'indique, une (très) petite entreprise artisanale ayant différentes activités, toutes relatives au bâtiment : la vitrerie, la menuiserie, la miroiterie, l'aluminium. Son activité est locale, c'est-à-dire qu'elle se limite à la région lyonnaise mais peut s'étendre parfois à d'autres lieux de la région Rhône-Alpes (Isère, Drôme, Savoie...). Cette entreprise est une Très Petite Entreprise. En effet, elle compte en tout et pour tout cinq personnes : le patron, la secrétaire, et trois employés, et n'a jamais employé beaucoup plus de salariés. Enfin, c'est une petite entreprise familiale dirigée par un « patron-propriétaire ». En effet, cette entreprise a été créée par le grand-père de l'actuel patron en 1949³⁹ (il y a donc plus de 50 ans), qui a d'abord fait travailler son fils avant de lui léguer la direction. Celui-ci a ensuite fait de même avec son fils, et quand il partit à la retraite, le fils reprit l'entreprise familiale. C'est donc une histoire de famille, d'autant plus que chaque patron a fait travailler sa femme dans l'entreprise comme secrétaire/ assistante « de direction » (nous y reviendrons un peu plus loin dans cette partie).

Il n'y a semble-t-il jamais eu, à chaque époque, d'inquiétude, ni de doute de la part du patron quant à sa succession. Le renouvellement du dirigeant de PME le plus fréquent est le renouvellement par héritage, ce qui implique une totale confiance en son fils successeur. Toutefois, à l'heure actuelle, la situation semble être vouée au changement, puisqu'aucun des enfants (deux filles) ne reprendra l'entreprise, celle-ci sera donc très probablement vendue, tout comme l'entreprise Transporteurs qui se trouve dans la même situation.

La société Transporteurs est une société travaillant avec toute la France mais aussi avec une grande partie de l'Europe notamment du Nord : Belgique, Allemagne, Pays scandinaves (Suède, Finlande, etc.). C'est une véritable PME puisqu'elle emploie au total 25 personnes : 19 salariés, et 6 autres employés (dont 3 dans les bureaux, mécaniciens...).

³⁹ Il l'a enregistrée au registre des commerces en 1956.

C'est aussi une entreprise familiale qui dure dans le temps. En effet, le père de l'actuel patron a créé cette entreprise en 1973, elle a donc eu 30 ans l'année dernière, et en a fait hériter l'un de ses fils. Le deuxième a participé pendant plusieurs années à la gestion de l'entreprise avant de créer sa propre société il y a environ 6 ans. En cas d'absence du patron, c'est donc la secrétaire qui le relaie et prend des responsabilités plus importantes que celles associées normalement à son statut.

Dans ces deux entreprises, le pouvoir est entre les mains d'un seul homme. Ils n'ont pas d'associé, ni de remplaçant, qui prendrait leur place en cas d'absence. Il semblerait que cet exercice du pouvoir soit commun à de nombreuses PME. En effet, Bauer a observé que le patron de PME était en général « le seul maître à bord » (1990 : 151) : c'est lui qui prend toutes les décisions et surveille au quotidien les gestes de l'entreprise. Il ne s'entourerait que très peu de collaborateurs et ce, sous certaines conditions, afin d'éviter toute contestation, toute remise en question, en cause, de son autorité, de son savoir-faire, etc. : il choisirait de préférence un collaborateur « soumis », comme un salarié méritant, pour sa capacité de travail, sa fidélité, ou comme un membre de sa famille. Il est vrai que dans l'entreprise Artisans, le patron s'est entouré d'un « collaborateur », espérant ainsi trouver en lui un remplaçant potentiel en cas d'absence prolongée. Ce collaborateur était en fait un des salariés qu'il connaissait depuis longtemps⁴⁰. Par contre, s'il est vrai qu'il s'est aussi entouré d'un membre de sa famille, son épouse, elle n'est en aucun cas « soumise » au pouvoir de son supérieur. On peut même supposer qu'au contraire, bien connaître son supérieur hiérarchique peut amener l'employé collaborateur à franchir les limites imposées par la hiérarchie. Nous le verrons d'ailleurs avec les statuts et rôles : le collaborateur a en effet, dans cette situation, le double statut d'employé et de membre de la famille et peut donc « jouer » sur les deux plans selon le contexte. De plus, il sait mieux que quiconque quelles sont les limites de ses fonctions, de son pouvoir. Nous verrons en effet comment certains salariés, en l'occurrence ici les secrétaires, pour étendre leur liberté d'action, utilisent « les zones d'incertitude de l'organisation à son profit » (Crozier et Friedberg, 1977 : 74).

L'entreprise Fournisseurs est un grand fournisseur en bâtiment de menuiserie aluminium en France. Cette entreprise s'est aussi développée au niveau européen avec un réseau de quatre filiales, et au niveau international avec plus de 300 clients et licenciés (entreprises se fournissant en aluminium chez eux) dans le monde. Leur effectif en France est d'environ 1100 personnes, dont une partie travaille en région lyonnaise, dans l'entreprise de notre corpus. Concernant le nombre d'employés, les secrétaires sont au nombre de deux, les techniciens sont en général deux ou trois dans les bureaux, et l'entreprise est dirigée par un chef d'agence.

Le cabinet Assureurs se situe dans une petite ville. Il est situé dans une petite rue de la ville, et se trouve être une succursale d'un plus assureur. Le cabinet est dirigé par deux associés qui se partagent les tâches, et quatre secrétaires qui sont ici plutôt des conseillères, qui se partagent les dossiers selon leur nature (assurances auto, maisons, sinistres, etc.).

⁴⁰ Ils ont fait leurs études de miroiterie-vitrierie ensemble, et l'ouvrier avait déjà eu sa propre entreprise quelques années auparavant.

Dans chacune de ces entreprises nous ayant servi d'objet d'étude, nous nous sommes particulièrement intéressée à la secrétaire, l'acteur le plus communicant de l'entreprise. Nous allons donner ici une définition de la secrétaire en décrivant rapidement les rôles qu'elle peut avoir au sein de l'entreprise (nous y reviendrons dans notre troisième partie, concernant les identités).

1.2. Définition de la « secrétaire »

Toutes les entreprises, dont celles de nos corpus, ont au moins un point commun, la « secrétaire », personnage central de l'entreprise. Que ce soit dans une petite affaire familiale ou dans une grande entreprise, nous retrouvons toujours ce personnage, la secrétaire. Le terme « secrétaire » s'est imposé à nous assez naturellement, pourtant ce mot a une signification assez vague⁴¹. Le Petit Robert le définit de la façon suivante :

Employé(e) chargé(e) d'assurer la rédaction du courrier, de répondre aux communications téléphoniques, etc., pour le compte d'un patron. Secrétaire comptable. Secrétaire commercial(e), secrétaire de direction. Une secrétaire sténodactylo, etc.

Si ce terme permet de distinguer la secrétaire de l'employée de bureau (qui a un statut hiérarchique inférieur, comme la standardiste), la catégorie « employés » dont font partie les secrétaires est toutefois une catégorie « fourre-tout »⁴², l'employé se définissant, d'après le *Petit Robert*, comme un « salarié qui est employé à un travail plutôt intellectuel que manuel (...) mais sans rôle d'encadrement ou de direction ».

C'est effectivement une catégorie « fourre-tout » dans le sens où le terme « secrétaire » regroupe des situations professionnelles très diverses. Leurs activités vont de « simples » exécutions de tâches (dactylographiques, techniques, d'accueil, etc.) à des activités de gestion et d'organisation (concevoir et rédiger un courrier, gérer le planning du patron, etc.). Dans le premier cas, il s'agit pour la secrétaire de transmettre l'information sans rien n'y ajouter. Dans le deuxième cas, les secrétaires sont des secrétaires de direction, c'est-à-dire qu'elles travaillent en tandem avec leur supérieur avec toutes les responsabilités que ce rôle implique. Dans les entreprises de nos corpus, les secrétaires appartiennent plutôt à la deuxième catégorie. Elles ne sont pas seulement des standardistes, leurs fonctions sont bien plus étendues. Ces secrétaires possèdent un certain pouvoir de décision (nous reviendrons sur leur statut et leurs rôles dans la partie sur les identités, 5).

De plus, on retrouve dans cette catégorie une majorité féminine : le monde des bureaux est un monde féminin d'un point de vue quantitatif. Par contre, l'univers de la direction est un monde masculin. La secrétaire est la présence féminine dans une entreprise en majorité composée d'hommes. C'est d'ailleurs assez flagrant dans nos différents corpus, puisque les bureaux des employés sont systématiquement occupés par des femmes, et ceux de la direction par des hommes. Certains auteurs⁴³ parlent même de « ghetto » féminin parce que les femmes subissent des ségrégations de différentes

⁴¹ C'est pour cette raison que nous le mettons ici entre guillemets.

⁴² Terme emprunté à Alonzo, 1996.

natures : une ségrégation horizontale (elles sont concentrées dans certains secteurs, ici le travail de bureau comme le secrétariat), une ségrégation verticale (elles sont alors dans des positions basses dans la hiérarchie), et une ségrégation « financière » (les femmes gagnent moins que les hommes, à travail égal et responsabilités égales).

Toutefois, c'est autour d'elle que tout se passe. Elle est le lien entre l'intérieur et l'extérieur, entre l'entreprise et les clients⁴⁴. Son rôle est donc essentiel non seulement dans les relations avec le client, mais aussi avec le supérieur hiérarchique (le patron). D'ailleurs, « **la secrétaire se trouve au centre d'une circulation de gens et d'informations. Son bureau est le passage obligé pour se rendre chez le directeur (comme un carrefour)** » (Messant-Laurent, 1990 : 10) (nous l'avons vu avec l'étude des espaces de travail : le bureau de la secrétaire est un lieu accessible sans autorisation, contrairement à celui du patron qui n'est accessible qu'avec l'autorisation de la secrétaire). F. Messant-Laurent dit même de la secrétaire qu'elle est

l'archétype de la « deuxième femme » du directeur, un personnage de l'ombre à qui l'on attribue un pouvoir occulte bien qu'on ne sache pas s'il est lié à son charme, sa rouerie, sa soumission au chef, ou encore au rôle de confidente, sachant garder les secrets récoltés dans l'exercice de ses fonctions (ibid.).

Cette citation montre bien l'ambiguïté du rôle de la secrétaire et la difficulté à expliquer ses fonctions au sein de l'entreprise.

L'un des rôles communs à toutes nos secrétaires est celui de filtrer les appels. Ce simple rôle de « barrage » lui donne un pouvoir important. Tout comme un portier dans un hôtel, la secrétaire garde l'accès de l'entreprise. Le client sait qu'il devra d'abord convaincre la secrétaire s'il veut avoir accès au patron.

En effet, si la secrétaire ne veut pas déranger son supérieur ou si celui-ci ne veut pas être dérangé, le client n'aura aucune influence sur elle. De plus, le client n'a que très peu de chances de « passer le barrage en force », c'est-à-dire demander à parler directement au patron sans donner le but de son appel, et surtout sans se présenter. La secrétaire a donc aussi un rôle de médiatrice, de « tampon ».

La secrétaire peut ne remplir que des tâches administratives, ayant pour support de travail le clavier (machine à écrire, ordinateur, téléphone). Il s'agit alors d'une sténodactylo dont les rapports avec son supérieur restent très hiérarchiques, purement professionnels (pas de complicité).

La secrétaire idéale serait, pour son supérieur « celle qui seconde efficacement le chef, celle qui maintient un juste équilibre avec lui, celle qui a appris à partager son point de vue (...) celle qui approuve ce qu'il fait » (Messant-Laurent, 1990 : 33).

Effectivement, au sein de l'entreprise, la secrétaire est fortement liée au patron. Cette fonction d'assistance varie selon les personnalités des secrétaires et chefs, et selon le type d'entreprise. C'est par exemple le cas du patron qui est souvent à l'extérieur de

⁴³ Voir Linda Mc Dowell, 1999.

⁴⁴ Nous adopterons à partir de maintenant le masculin pour parler des clients étant donné que la majorité des clients ou clients potentiels sont des hommes.

l'entreprise (donc difficilement joignable) et « remplacé » temporairement par sa secrétaire. Le rôle de la secrétaire a alors notamment tendance à grandir avec l'absence du patron (avec son accord tacite). C'est ce que Messant-Laurent appelle le « travail de redoublement du cadre » (p.78-79). Nous pouvons aussi dire qu'elle est dans ce cas une assistante de direction.

Pour finir, nous parlerons de la secrétaire comme « épouse de bureau », puisque la secrétaire *peut*⁴⁵ aussi avoir des fonctions proches de celles d'une épouse quand elle n'est pas réellement l'épouse du patron. Dans deux des quatre entreprises de nos corpus, la secrétaire est effectivement l'épouse du patron, et cette situation n'est pas vraiment exceptionnelle. En effet, il n'est pas rare de voir dans les petites entreprises comme la petite entreprise artisanale familiale de notre corpus Artisans le rôle de secrétaire attribué à l'épouse du patron.

Ces fonctions « relèvent du rôle traditionnel de la femme dans la sphère privée » (1990 : 97), comme la fonction de « nounou » (la secrétaire protège son supérieur en amortissant les critiques, les agressions, etc.; elle reçoit les visiteurs...), de confidente, mais elle peut aussi avoir un rôle moins gratifiant⁴⁶, celui de ménagère (servir le café, prendre des rendez-vous chez le médecin).

Il est vrai que dans nos corpus, nous retrouvons systématiquement les deux premières fonctions : d'un côté, la secrétaire doit gérer tout le travail administratif (devis, factures, salaires...). Ses supports de travail sont donc principalement la machine à écrire et l'ordinateur. Toutefois, la machine à écrire tend à disparaître : elle n'est utilisée que par une secrétaire (corpus Artisans) pour taper les devis et les factures. Les autres secrétaires ne travaillent plus que sur informatique. Toutes les informations nécessaires y sont stockées. Il y a ainsi beaucoup moins d'informations sur support papier à gérer, à classer ; mais nous verrons aussi que cette informatisation des données tend à rendre les clients et fournisseurs virtuels. D'un autre côté, la secrétaire est chargée du relationnel : relations entre les autres salariés et le patron, et bien sûr les relations entreprise – clients (sans oublier entreprise – fournisseurs). Ce rôle grandit avec l'absence du patron, c'est-à-dire que plus le patron est absent, plus la secrétaire a un pouvoir grandissant dans la prise de décision. Dans nos entreprises⁴⁷, les patrons ont tendance à être fréquemment à l'extérieur laissant ainsi de nombreuses tâches à la secrétaire. De plus, il y a une sorte d'interdépendance de la relation de travail patron - secrétaire mais non réciprocity : deux personnes associées qui sont censées travailler pour le même objectif et en même temps dans une relation d'inégalité. Ce « flou » autour du pouvoir de la secrétaire est dû à la multitude de rôles qu'elle peut assumer, comme nous venons de le

⁴⁵ Nous soulignons ici la possibilité de cette fonction, qui n'est pas systématique.

⁴⁶ Pour une illustration cinématographique de ce rôle, nous pensons au film *Swimming with sharks* (1995) de G. Huang, avec K. Spacey, dans lequel celui-ci joue le rôle d'un producteur hollywoodien ayant à son service un assistant, qu'il fait travailler plus comme « serviteur » qu'assistant. Ce dernier doit d'abord faire ses preuves en tant que serviteur (café, gestion de rendez-vous personnels, etc.) s'il veut ensuite monter en grade, alors qu'il souhaite faire ce pour quoi il a été embauché.

⁴⁷ Principalement bâtiment et transports.

voir, et comme nous allons le voir dans notre partie sur les identités, et ce, même si elle ne se sent pas forcément valorisée par l'opinion publique. Certains clients ou représentants refusent en effet de s'adresser à la secrétaire même si celle-ci est une collaboratrice très soudée à son patron, détenant souvent des informations stratégiques, et portant d'importantes responsabilités au sein de son entreprise.

La secrétaire fut ainsi le fil conducteur tout au long de notre analyse puisqu'étant au carrefour de toutes les communications échangées, elle est l'élément central de l'entreprise. Notre analyse s'est centrée sur les interactions téléphoniques qu'elle entretient avec les clients et les autres employés de son entreprise, mais ces interactions constituées principalement d'échanges d'informations sont facilitées par le recours à l'ordinateur qui devient ainsi le troisième acteur des interactions secrétaire – clients.

1.3. Téléphone et ordinateur, supports de communication

Les recherches portant sur la communication dans le travail ont débuté tardivement. En effet, les différentes recherches qui ont été menées portaient principalement sur le travail (sans la communication) et sur la communication (sans le travail)⁴⁸. De plus en plus, l'analyse des situations de travail s'est faite en parallèle de la communication. L'enregistrement des communications a ainsi favorisé l'analyse du langage. De nombreuses études ont porté sur l'analyse de la communication dans des situations de travail en face à face telles le milieu hospitalier, le service au guichet, le petit commerce, etc. Celles portant sur la communication à distance se sont notamment concentrées sur des domaines particuliers, comme les interactions homme/machine, les visioconférences. Dans ce travail, nous avons principalement analysé les interactions à distance entre la secrétaire de l'entreprise et le client tout en décrivant le contexte dans lequel travaille la secrétaire. Le contexte, dans un sens large, comprend des éléments de natures différentes tels que les espaces dans lesquels la secrétaire évolue, les relations qu'elle entretient avec les autres employés de l'entreprise, avec son supérieur, tous ces éléments contextuels pouvant modifier le cours des interactions avec les clients, donc son travail.

Les discours au travail (...) ont pour caractéristique majeure leur intrication avec le monde des objets techniques, leur insertion dans des relations sociales, des espaces et des temporalités qui les contraignent fortement. (...) Des dimensions des espaces de travail comme le bruit, la chaleur, l'éloignement physique des opérateurs (...) ont des conséquences importantes sur l'activité langagière (Boutet, Gardin et Lacoste, 1995 : 15-16).

Ainsi, l'activité langagière est souvent interrompue par des « incidents », des appels téléphoniques, etc., toutes ces interruptions déterminant « des organisations très particulières des discours » (ibid.). Tout un réseau de communications se tisse ainsi au sein de l'entreprise : communications entre le client et l'entreprise (dans sa globalité), entre la secrétaire et le client, entre le patron et la secrétaire, la secrétaire et ses collègues de travail, entre elle et son espace de travail, etc. Dans le cadre de notre

⁴⁸ Le point sur ces différentes recherches a été notamment abordé par M. Lacoste, 1998 : 9-14. Ainsi, l'auteur explique que les études sur la communication ne se sont intéressées que tardivement au travail, et parallèlement, « les recherches sur le travail ont longtemps porté peu d'attention aux communications » (p.11).

analyse des interactions Secrétaire-Client-e-s, la communication entre les différents acteurs est uniquement verbale puisqu'il s'agit de conversations téléphoniques. Toutefois, tout type de supports confondus, les communications passent par différents types de canaux. La communication ne se limite donc pas à trois éléments, « le communicateur, le message et le récepteur » (Schramm, 1971 : 14-15), et elle n'est pas que verbale et intentionnelle, comme elle avait été définie dans les travaux de Shannon et Weaver (1949⁴⁹). L'anthropologue Bateson définit la communication de la manière suivante :

La communication ne se rapporte pas seulement à la transmission des messages verbaux, explicites et intentionnels ; telle qu'utilisée dans notre acceptation, la communication inclurait l'ensemble des processus par lesquels les sujets s'influencent mutuellement (1951 : 6).

Le concept de la communication ne sera plus « télégraphique » mais « orchestrale » : « La communication ne se limite pas à la transmission intentionnelle d'informations verbales » (Winkin, 2001 : 70).

Ce modèle de la communication n'est pas fondé sur l'image du télégraphe ou du ping-pong – un émetteur envoie un message à un récepteur qui devient à son tour émetteur, etc. – mais sur la métaphore de l'orchestre. La communication est conçue comme un système à multiples canaux auquel l'acteur social participe à tout instant, qu'il le veuille ou non : par ses gestes, son regard, son silence, sinon son absence... En sa qualité de membre d'une certaine culture, il fait partie de la communication, comme le musicien fait partie de l'orchestre. Mais, dans ce vaste orchestre culturel, il n'y a ni chef, ni partition. Chacun joue en s'accordant sur l'autre. (Winkin, 1981 : 7-8).

Pour en revenir au téléphone, « dès le moment où vous faites installer le téléphone, le contexte communicationnel est établi et, dès lors, les processus de communication sont activés » (Birdwhistell, 1974 : 211). Il n'est plus aujourd'hui le seul outil de communication à distance tout comme le papier n'est plus le seul moyen de conserver des informations sur les clients. En effet, une grande évolution technologique s'est déroulée ces dernières décennies. Aujourd'hui, la plupart des grandes entreprises françaises (et de plus en plus aussi, les plus petites entreprises) ont leur site Internet, leur propre adresse électronique. Ces entreprises peuvent alors être jointes par e-mail, en plus du fax et du téléphone (fixe et portable). Elles s'équipent donc de plus en plus de technologies d'information et de télécommunications et si elles ne le font pas, leurs partenaires, que ce soit des clients ou des entreprises avec lesquelles elles travaillent (fournisseurs, autres entreprises, etc.), le leur font remarquer rapidement. Ainsi dans l'entreprise Artisans, petite entreprise familiale, le patron n'a pas de téléphone portable à usage professionnel. Son téléphone portable personnel a un usage professionnel en de rares occasions d'urgence. Pourtant, la secrétaire est très souvent sollicitée par le client ou le professionnel appelant pour lui demander un numéro de portable qui leur permettrait de joindre facilement le patron de l'entreprise (« monsieur P. n'a pas de portable où je peux le joindre ? »).

Concernant les nouvelles technologies permettant de conserver et de faire circuler plus facilement et plus rapidement les informations, une certaine évolution s'est, dans ce cadre aussi, faite sentir. Les entreprises ont en effet de plus en plus de données à gérer,

⁴⁹ Voir Y. Winkin, 1996 : 27-53, chapitre dans lequel il décrit la conception « télégraphique » de la communication.

à stocker, que ce soit à petite échelle (entreprise artisanale) ou à plus grande échelle (entreprise nationale ou même européenne). Un nombre de plus en plus grand d'informations circulent et elles sont souvent gérées par un nombre de personnes assez restreint, parfois même par une seule personne. Ainsi, nous verrons tout au long de l'analyse de nos corpus que la secrétaire, quelle que soit la taille de l'entreprise, assure différents rôles sous la seule casquette de « secrétaire », ceci étant dû notamment au flou autour de la définition même de ce terme (flou qui permet de repousser les limites de ses fonctions) et des fonctions associées au rôle de secrétaire. Dans tous les cas, c'est la secrétaire qui est, la première, en contact avec le client et elle est son interlocuteur privilégié. C'est donc elle qui fait circuler le plus d'informations entre l'intérieur de l'entreprise (le patron) et l'extérieur (le client). Les nouvelles technologies telles que l'informatisation des données vont pouvoir donner à la secrétaire plus d'autonomie dans les travaux quotidiens. Au lieu de mémoriser toutes les informations ou de garder des notes, elle travaille en « collaboration » avec la machine.

Il a d'ailleurs été remarqué dans les récentes études portant sur le langage au travail⁵⁰ que la communication dans l'entreprise devenait de plus en plus plurisémiotique. Ces études

confirment l'urgence de s'intéresser aux situations de contact ou de mélange sémiotique. Car les multiples scènes de communication-production évoquées ont un trait commun. Elles combinent des objets, des techniques et des supports (téléphone, ordinateur, micro, dialogues de face à face, chaîne de production, écrit traditionnel, visioconférence) qui impliquent complexité, tension et invention pour les sujets (Pène, 2001 : 10).

Parmi les autres supports de l'interaction, nous trouvons, de façon quasi systématique dans toutes les entreprises, l'ordinateur qui a des usages, donc des rôles différents selon l'entreprise, selon la secrétaire aussi (selon sa maîtrise de l'outil, le temps qu'elle peut y consacrer proportionnellement à l'utilité qu'elle en fera, etc.). Ainsi, dans l'entreprise Fournisseurs, toutes les informations concernant leurs produits sont informatisées que ce soient les détails techniques (mesures, matériaux, etc.), les prix ou la disponibilité de ces produits, les délais requis, etc. Toutes les informations concernant les clients sont elles aussi sur informatique (commandes enregistrées, passées ou actuelles, informations sur les chantiers, sur l'entreprise du client, etc.). Le service de livraison quant à lui prépare et envoie les commandes, il est donc aussi relié par informatique aux autres services. Ceci permet aux secrétaires et aux techniciens de savoir ce qui se passe, en temps réel, dans les entrepôts, comme on peut le voir dans les exemples suivants :

Interaction 1

4C j'ai reçu mes commandes euh en début de semaine là de lundi

5L alors attendez (4') **j'me mets sur vot'compte** hein (14') alo:rs des commandes euh quelle référence: chantier

(...)

⁵⁰ Voir les différentes recherches ayant porté sur les call-centers (75-98), la télé-assistance (55-73), la SNCF (35-54), etc. dans Pène, Borzeix et Fraenkel, 2001.

65L alors eu oui h: j'veais regarder (inaudible) i'maquait des pièces en LBU

66C oui

67L (...) donc ça part aujourd'hui

Interaction 10

28L j'ai pas de commande du 6 juillet

29C ah si si je vous l'ai passée par téléphone

(...)

34L pa'ce que moi c'que **j'ai à l'écran** c'est uniquement euh une commande la dernière du 2 juillet

35C oui mais une commande écrite

36L euh peut-être je sais pas moi je vous dis c'que **j'ai à l'écran** hein [donc euh

37C [oui la commande du 2 juillet c'est une commande écrite oui

42L alors à mon avis y a du avoir un souci là pa'ce que j'la vois pas du tout enregistrée

(...)

50L voilà ah ben moi c'est du 2 juillet alors à moins qu'il ait rajouté là d'ssus alors

(...)

52L ah d'accord pa'ce que moi la première est enregistrée du 2 c'est pour ça que je voyais pas

Dans ce deuxième extrait d'interaction, la secrétaire a sur son écran d'ordinateur des informations contradictoires avec celles que lui donne son interlocuteur. Ceci peut arriver dans tout service dans lequel les agents travaillent avec l'ordinateur. L'agent, la secrétaire, ou tout autre employé peut être ainsi confronté à deux interprétations possibles de la réalité, l'écran et le client. L'écran est donc à la fois une source d'informations venant compléter l'interaction, mais pouvant aussi la contredire, la freiner. Dans notre extrait d'interaction, la secrétaire met alors en doute ce que lui dit le client plutôt que ce que lui dit son ordinateur (« y a du avoir un souci pa'ce que j'la vois pas du tout enregistrée »), ce qui illustre bien l'importance que peut avoir la machine, et la confiance que les employés ont en elle, et surtout l'importance donnée aux informations écrites, contrairement aux informations orales, qui sont perçues comme « non officielles » parce qu'elles peuvent être modifiées dans le temps par les individus (volontairement ou non).

Dans l'entreprise de Transports, la secrétaire travaille d'une façon similaire, selon les informations qu'elle recherche. En effet, elle est en interaction de façon quasiment constante avec son ordinateur dans lequel tout est archivé : comptes clients, informations sur les transports passés, en cours, en prévision, prix des livraisons, etc. Toutefois, concernant les demandes de clients sur des transports à venir (à courte échéance), elle n'utilise jamais l'ordinateur pour donner une réponse à leur requête : soit elle connaît déjà la réponse et elle ne la vérifie pas (ce qui peut surprendre le client) (première série d'exemples), soit elle demande à son supérieur quand elle ne sait pas elle-même la

réponse (deuxième série d'exemples).

Interaction 2 (98)

2C bonjour ↑ transports X Auxerre: (1') j'aurais voulu savoir si vous aviez un véhicule au départ du 89 aujourd'hui

3S (1') euh: non

Interaction 20

6C j'voulais savoir si vous aviez un camion sur Mulhouse qui pouvait charger à Saint-Etienne aujourd'hui

7S personne on a personne là-haut

8C ah OK demain non plus

9S .. euh non pas pou- oas: pas prévu

Interaction 11 (97)

10C vous n'avez rien d'autre pour demain s'il vous plaît

11S non rien pour l'instant

Interaction 12

26C bon . euh: moi j'voudrais un camion pour d'main

(...)

31S alors quittez pas

M alors demain ou jeudi y en a un qui livre chez lui j'sais pas quand (j'crois qu'cest jeudi)

(...)

34S oui i'me dit soit demain soit soit jeudi

Interaction 13

4C j'ai 60 m3 pour le 93 à faire . si ça l'intéresse

5S je vais lui demander un instant

S ça vous intéresse 60 m3 au départ de M.

(...) M euh pfff

(...)

9S oui pour l'instant il a pas d'possibilité

Du côté des Artisans, la secrétaire ne travaille pas en continu sur son ordinateur. Celui-ci sert principalement à la comptabilité de l'entreprise. Elle connaît une grande partie des informations soit parce qu'elle les a gardées en mémoire, soit parce qu'elle sont écrites (« les genres de langage écrit pullulent : le message, la note jetée sur un bureau, en marge d'une lettre, le post-it collé sur un récepteur téléphonique, le double d'un fax passé à un collègue, la circulaire affichée... », Pène, 1995 : 106), et quand elle ne les connaît pas, elle demande à son supérieur. Ainsi, tout comme dans l'entreprise

Transporteurs, le patron détient des informations importantes telles que les prix, ce qui lui donne un certain pouvoir de décision, et ce qui rend la secrétaire moins autonome que celles de l'entreprise Fournisseurs. Comme l'explique Jaeger (1998 : 5) :

En interne, ces technologies donnent – et même imposent – plus d'autonomie aux opérateurs dans l'exercice de travaux quotidiens, mais permettent en même temps de les contrôler plus étroitement. Cette nouvelle autonomie sous contrôle vient d'une part de la nécessité de gérer les aléas, d'autre part des démarches vers la qualité (...) qui reposent sur l'obtention d'informations détaillées (...) pour conformer chaque produit ou service aux désirs de chaque type de client.

Ces technologies permettent non seulement d'améliorer la transmission d'informations, de favoriser la communication entre les différents salariés d'un même service et entre les différents services, elles permettent aussi de mieux traiter les informations sur les clients, et d'en traiter plus :

A l'extérieur, ces technologies ouvrent de nouvelles possibilités pour mieux connaître les clients, les fidéliser et accroître l'attrait des produits et services offerts par l'entreprise. Elles permettent en outre de traiter plus d'informations sur les clients et ainsi de mieux surveiller leurs comportements... (ibid.).

Avec l'informatisation des données, le client devient *virtuel*. La secrétaire n'a plus à se souvenir de chaque client en particulier. L'investissement est, pour elle, donc moins coûteux, plus économique mais aussi plus rentable (gain de temps, informations classées, etc.). D'après Caby et Jaeger, les entreprises incitent de plus en plus leurs employés à communiquer avec leurs clients par téléphone (ou par voie électronique), surtout en ce qui concerne la résolution de problèmes. La relation directe impliquerait « un contact physique estimé plus coûteux » (1998 : 101). Les entreprises ne gardent alors des relations en face à face qu'avec une certaine catégorie de clients, « les cas complexes » ou « les hauts de gamme » (ibid.). Nous avons d'ailleurs vu, lors de l'analyse d'une négociation de rendez-vous par le directeur d'agence de l'entreprise Fournisseurs avec un gros client (Interaction 49), que nous étions typiquement dans ce cas de figure.

34JP (...) et puis euh l'aut'jour on voit un ou deux clients d'la région et c'est souvent essentiellement les clients qui ont un encours important ou sur lesquels on a bs'oïn d'infos ...

(...)

88JP (...) c'est vrai qu'le chiffre d'affaire j'crois arrêté à fin:: euh vous avez pété les plombs là . le chiffre d'affaire arrêté à fin juin iu fin juill- non fin juin est pratiquement euh égal à c'lui qu'vous avez à sur l'année quatre vingt diz: euh sept

Dans cette interaction, le directeur d'agence souhaite rencontrer ce client parce que c'est un client important, l'agence, par le biais de son directeur, est prête à traverser une partie de la France pour le rencontrer, ce que l'agence ne ferait pas pour un plus petit client, quitte à ne jamais le voir de visu. Rencontrer les « gros » clients permet aussi à l'entreprise de garder un contact avec le client et de le fidéliser en lui montrant de l'intérêt.

L'informatisation des données et l'utilisation systématique, par la secrétaire, de l'ordinateur lors de ses interactions téléphoniques avec le client, lui permet de resituer, de reconstruire immédiatement le cadre de l'histoire conversationnelle de travail qu'elle peut

entretenir avec le client. Elle a en effet rapidement accès à toutes les informations nécessaires pour répondre à la demande de son client, ceci lui permet de « personnaliser » le dialogue avec le client, d'accélérer le déroulement de l'interaction, et cela évite ainsi au client de retracer le contexte. Les relations liant la secrétaire aux clients se sont donc modifiées au fil des années. Une véritable relation interpersonnelle peut se nouer entre le professionnel, celui qui vend des biens ou offre des services, et le bénéficiaire. Le téléphone est alors une sorte d'élément clé du lien social, qui relie les individus entre eux⁵¹. Combiné à l'informatisation des données, le téléphone modifie la vision que le professionnel a des clients, et inversement, la vision que le client a de l'entreprise. Les communications à distance (téléphone et ordinateur), tout en favorisant la transmission des informations sur le client et sur son passé en tant que client de l'entreprise, tendent à modifier la vision que peut avoir la secrétaire du client : le client tend alors à disparaître physiquement (il a de moins en moins besoin de se déplacer puisqu'il peut communiquer facilement à distance) et à devenir *virtuel*.

Cette remarque est pertinente principalement pour les PME telles que les entreprises Transporteurs et Fournisseurs, les entreprises Artisans et Assureurs étant plutôt des TPE. En effet, les deux plus grandes entreprises de nos corpus entretiennent des relations à distance avec leurs clients, étant donné que ceux-ci se trouvent dans toute la France, voire à l'étranger, même si leurs clients principaux sont dans la région lyonnaise. Les employés de ces entreprises ne peuvent donc pas, matériellement, rencontrer tous leurs clients. A l'inverse, les entreprises Artisans et Assureurs sont des très petites entreprises, situées dans de petites villes, et offrant, en plus des biens matériels, un service de proximité. Ainsi, chez les Artisans, les ouvriers ou le gérant se déplacent souvent chez le particulier pour prendre des mesures, poser des vitres, etc. Les clients de ces entreprises se sont, en règle générale, déjà déplacés au sein des locaux de l'entreprise (par exemple pour récupérer une commande, chez les Artisans, ou signer un contrat, chez les Assureurs). Seuls les clients potentiels peuvent n'avoir que des relations strictement téléphoniques avec l'entreprise.

Ainsi, dans le corpus Transporteurs, nous pouvons relever des remarques venant des clients qui montrent qu'ils ne se sont probablement jamais rendus dans les locaux de l'entreprise, et qu'ils n'ont peut-être jamais rencontré leur interlocutrice, la secrétaire.

Interaction 19 (97)

11C j'veous connais pas mais faudra qu'je vienne

12S .. pardon ↑

13C je vous connais pas mais i'faudra qu'je vienne

14S ah bon pourquoi ↑ (rires)

15C comme ça je saurais qui j'ai en face de moi [(rires)

16S [(rires)

Le client ne connaît ni les locaux de l'entreprise, ni la secrétaire, peut-être même qu'il ne connaît pas le patron, et il s'est créé sa propre image de l'entreprise et de la secrétaire,

⁵¹ Voir notamment Cabin, 1998.

image qu'il aimerait « vérifier ». La secrétaire en est d'ailleurs étonnée, en 14S (« pourquoi voulez-vous venir ? »).

Pour conclure, nous soulignerons qu'il peut donc sembler périlleux et contraignant, pour une secrétaire, de travailler à partir d'informations écrites ou mémorisées et non informatisées. En effet, la non-informatisation des données (ou bien le non-usage d'informations informatisées) favorise le risque de circulation de mauvaises informations, d'oublis (nous savons que la mémoire est sélective, certains messages n'arrivent pas toujours à bon port). De plus, elle favorise une perte de temps due à la recherche des informations demandées, ce qui renvoie, au client, l'image d'une entreprise peu moderne, éventuellement peu sûre. Chaque type de communication a donc ses avantages et ses inconvénients. Concernant le premier contact, le client peut entrer en contact avec l'entreprise en se déplaçant jusqu'à ses locaux, ou en téléphonant. Lors des rencontres suivantes, s'il doit y en avoir, le client peut alors ne communiquer plus qu'à distance, par téléphone, par fax (pour confirmer une commande par exemple), par e-mail éventuellement (dans les grandes entreprises, la condition *sine qua non* étant que ces entreprises consultent quotidiennement leur boîte aux lettres électronique). L'avantage de la communication en face-à-face est de permettre au client de voir à qui il a « affaire », de se faire une idée du professionnalisme de l'entreprise, de rencontrer ses interlocuteurs, surtout dans des situations telles que celles rencontrées dans les entreprises d'artisanat du type Artisans. En effet, la vente de biens par l'entreprise est suivie la plupart du temps de la pose de ce bien (véranda, fenêtre, etc.) chez le client. Il y a donc visite de l'entreprise, par le biais d'un employé ou du patron (ce que demandent très souvent les clients), chez le client, ce qui implique une certaine relation de confiance entre les différentes parties. L'avantage de la communication orale à distance quant à elle est évidemment un gain de temps : elle permet au client de ne pas se déplacer quand ce n'est pas nécessaire, et donc d'avoir les informations qu'il souhaite plus rapidement. Par contre, les locuteurs ne se connaissent pas de vue, et surtout, ne connaissent pas les espaces de travail de l'entreprise (comment fonctionne l'entreprise, par qui est-elle dirigée, quels sont les moyens mis en œuvre pour satisfaire le client, que ce soit au niveau de la production des biens que de leur livraison). La communication écrite est plus rare et est avant tout un *support* à la communication orale : les devis et factures, tout comme les contrats d'assurance se font par écrit, et viennent *confirmer* ce qui a été dit à l'oral. Il faut tout de même préciser que, même si la communication orale est l'essentiel de la communication, tous types confondus, entre le client et l'entreprise, l'écrit a donc toujours un caractère officiel, incontournable dans les interactions de travail de ce type, mais n'est pas utilisé de façon systématique. Ainsi, tout ce qui est échangé au téléphone entre la secrétaire de l'entreprise Artisans et ses clients n'est pas transcrit sur papier : par exemple, le client accepte le devis de l'entreprise au téléphone, sans avoir à le confirmer par écrit. D'ailleurs, certains clients, en général du troisième âge, qui ne sont pas forcément entrés dans « l'ère » de la communication orale à distance, ont tendance à demander plus de preuves écrites de tous les propos échangés entre la secrétaire et eux : confirmation d'acceptation du devis, etc.

Nous schématiserons de la façon suivante les différents types de communications possibles entre le client et la secrétaire :

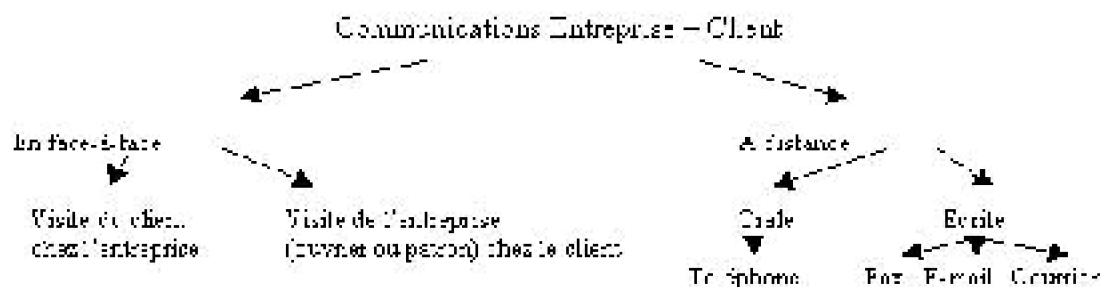


Figure 2 : Types de communication dans l'entreprise

2. Cadre spatial : les espaces de travail dans les entreprises de nos corpus

Nous sommes partie de l'hypothèse que certains éléments extérieurs à l'interaction peuvent venir modifier le cours de l'interaction, même lorsque celle-ci se déroule à distance. Il a déjà été démontré dans de nombreuses études que les éléments de l'espace dans lequel se déroule l'interaction pouvaient avoir une influence sur le cours de l'interaction se déroulant en face-à-face. Les interactions de nos corpus se déroulent à distance, sans le canal visuel. Pourtant, la structuration des espaces de travail a une certaine influence, d'après nous, sur le déroulement de l'interaction, étant donné que l'un des participants, en l'occurrence la secrétaire interagit avec le client de son espace de travail, et que le client est celui qui appelle, il est le demandeur, et entre en quelque sorte sur le territoire de la secrétaire (et de l'entreprise). C'est pour cette raison que nous ferons la description des entreprises de nos corpus du point de vue, ici, des espaces de travail : la gestion de l'espace de travail modifie le comportement des individus, leurs relations internes à l'entreprise (rapport secrétaire/ patron dans l'espace), mais aussi leurs relations avec l'extérieur.

Afin de décrire le mieux possible les différentes entreprises de nos corpus, il nous a donc paru pertinent de décrire d'une façon assez détaillée les espaces de travail⁵², et ceci pour deux raisons. Dans un premier temps, étudier les interactions téléphoniques se déroulant dans l'entreprise ne peut se faire qu'après avoir défini ce qu'est une entreprise (ce que nous avons fait précédemment). Et définir l'entreprise, c'est aussi s'intéresser aux espaces de travail de ces entreprises, c'est considérer ces entreprises comme étant des territoires ayant des caractéristiques propres à chacune, espaces capables de véhiculer des informations sur l'entreprise, sur l'image que celle-ci souhaite projeter et celle qu'elle projette effectivement, et des informations sur ceux qui vivent à l'intérieur de ces locaux (patrons, secrétaires, autres employés). Dans un deuxième temps, étudier les espaces de travail, c'est aussi s'intéresser aux relations qu'entretiennent entre eux et avec l'extérieur ses « habitants ». En effet, cette étude peut permettre de justifier notre hypothèse : l'organisation spatiale des bureaux modifie le comportement des individus y travaillant, ainsi que les relations qu'ils entretiennent les uns avec les autres⁵³. Mais cette

⁵² Nous nous en tiendrons aux bureaux (travail administratif).

organisation spatiale modifie-t-elle les comportements des employés vis à vis des clients ? En quoi l'espace architectural reflète-il l'image de l'entreprise, nous permet-il d'étudier le type de relations que l'entreprise souhaite avoir avec ses clients ?

Nous nous sommes appuyée pour cette analyse sur la sémiologie, mais aussi sur la psychologie sociale, qui a étudié les espaces de travail. En effet,

une psychologie des espaces de travail (...) peut aider à la compréhension des comportements dans une organisation en montrant l'influence exercée par l'espace. Elle permet aussi de saisir comment l'espace peut favoriser certains phénomènes sociaux en créant des occasions d'interagir (...). (Fischer, 1989 : 192).

Au vu de la diversité de nos corpus, tant au niveau de la taille et de l'ancienneté de l'entreprise qu'au niveau des services et produits vendus, il nous semble intéressant de nous attarder sur le lieu même de travail de ces secrétaires enregistrées pendant leur travail. Après avoir fait une étude des locaux des entreprises dans leur globalité, nous observerons donc plus particulièrement l'espace de travail de ces secrétaires. En effet, elles ne travaillent pas toutes de la même façon, elles organisent différemment leur bureau, etc. Ceci peut influencer, guider leurs interactions, non seulement avec les gens de l'intérieur (les autres employés, le patron), mais aussi avec les clients (en face à face ou à distance). Ainsi, l'espace est un « ***moyen de communication et véhicule de la signification : loin d'être un simple circonstant, c'est une expression susceptible d'être mise en œuvre pour parler d'autre chose qu'elle-même*** » (Hammad, 1989: 1). En décrivant l'environnement dans lequel ces secrétaires travaillent, nous pourrons voir le rôle de l'espace, et ses influences sur le comportement humain (dans l'interaction) : les secrétaires ont un rôle dans l'entreprise, et la description de leur espace de travail peut nous aider à l'analyser. « ***L'espace nous informe sur la façon dont le travailleur accepte, utilise ou rejette son travail*** » (Fischer, 1989 : 9).

Nous commencerons par définir la notion de territoire, d'espace, en éthologie et en psychosociologie (2.1.La notion de territoire en psychosociologie de l'espace). Nous nous en tiendrons aux notions pertinentes pour le type d'étude que nous faisons, étant donné que notre analyse concerne des interactions à distance⁵⁴. Nous décrirons ensuite les différents espaces de nos entreprises, parce que décrire ces lieux de travail « ***montrera tout d'abord que toute structure d'organisation traduit ses diverses fonctions d'une manière ou d'une autre dans un espace donné*** » (Fischer, 1989 : 53), avant d'en voir la signification, c'est-à-dire de voir quelle est la symbolique de ces lieux, quelles relations entretiennent ses « habitants » dans ces espaces, etc.

2.1.La notion de territoire en psychosociologie de l'espace

L'espace de travail est « ***un territoire marqué par un style d'occupation propre, avec ses caractéristiques organisationnelles, matérielles et symboliques*** » (ibid. : 7). La notion de territoire se doit d'être définie avant d'en décrire les différents rôles et fonctions

⁵³ Nous pouvons parler de « relations internes » à l'entreprise.

⁵⁴ Nous garderons à l'esprit que l'environnement a une certaine influence sur les conduites.

dans l'interaction sociale. Pour la psychosociologie de l'espace, c'est l'éthologie qui a permis de mettre en évidence l'importance du territoire dans les relations humaines, par le biais de la comparaison avec le comportement animal, comportement guidé par la nécessité de posséder un territoire et de maintenir une certaine distance par rapport à autrui. Pour l'animal, le territoire remplit plusieurs fonctions, dont celle de survie (il lui permet de trouver les ressources nécessaires à sa survie), et celle de défense (une fois le territoire délimité par l'animal grâce à des marques, il le défend, et le territoire le protège⁵⁵). De plus, certains chercheurs ont étudié comment la densité de la population⁵⁶ pouvait modifier le comportement des animaux : l'expérience a été faite avec des rats⁵⁷, et a montré que l'augmentation de la densité modifiait leurs comportements, et en accroissait certains tant au niveau de leur agressivité que de leur activité sexuelle.

Ces études sur le comportement animal ont ensuite été adaptées au comportement humain, pour illustrer l'idée que « **tout comportement humain a aussi une base spatiale** » (Fischer, 1981 : 7). L'une des différences entre le territoire chez l'animal et le territoire chez l'homme est que le comportement territorial chez l'homme est socialisé. La territorialité, c'est-à-dire le(s) comportement(s) orienté(s) vers l'appropriation et l'occupation d'un lieu par une personne ou un groupe, est liée à la communication. Certaines études⁵⁸ se sont d'ailleurs attachées à observer le rôle de l'espace dans la communication humaine, et elles ont toutes constaté que

l'espace a donc une valeur qui résulte pour une large part de la signification qu'on y lit en se référant à des échelles, à des habitudes, à des langages créés par la société. (...) Les noms des lieux, les styles des maisons, la manière de construire les routes (...) prennent de la sorte une valeur sociale qui outrepassent leur valeur utilitaire : l'individu, la famille, le groupe, la nation s'identifient avec une certaine portion de l'espace. Ils trouvent dans son aménagement l'opportunité de manifester leurs valeurs fondamentales.(Fischer, 1981 : 17).

C'est ce que nous allons voir maintenant, en décrivant et analysant les différents espaces des entreprises étudiées.

2.2. Historique des locaux

Il peut être intéressant dans certains cas d'observer l'évolution historique des locaux de certaines entreprises. En effet, grâce, entre autre, à l'espace architectural, l'entreprise « se donne à voir », et elle expose l'image qu'elle se fait d'elle-même à travers ses bâtiments et leur mise en scène. Les anciennes usines/entreprises, étant organisées autour de la production des biens, ne donnaient aucune importance à l'image que leurs locaux pouvaient refléter. Elles ne comportaient que l'espace nécessaire à la production.

⁵⁵ Voir Hediger, 1965. Il s'agit d'une étude sur l'animal sauvage en captivité, montrant que la restriction de son espace entraînait un état de désarroi pouvant aller jusqu'au refus de s'alimenter, de se reproduire, et parfois jusqu'à la mort.

⁵⁶ Définie par le *Petit Robert* comme « le nombre moyen d'habitants par unité de surface (par km²) ».

⁵⁷ Voir Calhoun, 1962.

⁵⁸ Voir Sommer, 1973.

Le (ré)aménagement des locaux dans une entreprise peut se faire alors pour deux raisons : il peut servir à réorganiser les espaces de travail afin de favoriser la productivité, en créant de meilleures conditions de travail. Mais il servira aussi à revaloriser l'entreprise pour l'extérieur. Fischer parle d'« aménagement esthétique » (1983 : 57). Ce réaménagement sera surtout utile pour les anciennes entreprises qui ont besoin de renouveler leur image, de la moderniser.

Les anciens locaux de l'entreprise Artisans⁵⁹, construits en 1956, étaient centrés sur la fabrication de produits (miroirs, vérandas, peinture, menuiserie, etc.). Le client qui pénétrait dans les locaux entrait directement dans les ateliers de l'entreprise, par une immense porte en bois, ces ateliers étaient sans ouvertures, donc sans lumières naturelles. Les bureaux étaient isolés et deux fois plus petits que les bureaux actuels. La secrétaire et le patron cohabitaient alors dans un seul et même bureau. Afin de rendre l'entreprise plus vivante, plus accueillante aussi et donc plus chaleureuse, mais aussi afin d'agrandir les espaces administratifs, les propriétaires ont décidé de refaire les locaux, du moins une partie, dont principalement les bureaux et la façade (la devanture). Les ateliers n'ont pas été touchés par cette réorganisation de l'espace, si ce n'est qu'ils ont rétréci, et l'entreprise en a déplacé une partie dans un autre local, qui, lui, est un pur espace de production. Le client n'entre plus dans cet atelier sombre, à l'intérieur duquel la secrétaire venait à lui (ce qui l'empêchait alors de réaliser plusieurs tâches en même temps, comme répondre au téléphone, taper un devis, etc.). Mais il entre dans un hall d'exposition, hall fonctionnant aussi comme une salle d'attente, et vient à la secrétaire.

Le changement de structuration de l'espace dans cette entreprise montre le changement d'image que l'entreprise a voulu opérer : passer d'une petite entreprise familiale de miroiterie-peinture⁶⁰, à une entreprise plus moderne, de vitrerie - aluminium - menuiserie⁶¹. De plus, en remplaçant des locaux sombres et fermés par de nouveaux locaux ouverts sur l'extérieur (donc sur le public), l'entreprise a aussi souhaité privilégier l'accueil des clients. Enfin, par cette restructuration, elle a donné l'espace de travail nécessaire à chacun et relatif à son statut dans l'entreprise (elle respecte ainsi le principe selon lequel plus le grade est élevé, plus l'espace de travail est important). Ainsi, depuis 1992, le patron a son propre bureau. Mais ce changement passe aussi par la façade.

2.3. La façade ou devanture de l'entreprise

Parler de façade, c'est parler dans un premier temps de murs, de clôtures. Pour l'entreprise, les murs sont avant tout des protections contre les intrusions non désirées, puisque le mur a « **un rôle d'écran : il empêche de voir à l'intérieur** » (Fischer, 1983 : 8). Le mur a donc à la fois une fonction de sécurité, il protège des « regards indiscrets », mais crée en même temps une séparation nette entre la vie quotidienne et l'univers du

⁵⁹ Ayant eu l'opportunité de les visiter avant leur transformation en 1992.

⁶⁰ La miroiterie et la peinture étaient les principales activités de l'entreprise il y a 20 ans et plus.

⁶¹ Ces activités ont évolué au fil des années, selon la demande. Ainsi, la peinture et la miroiterie sont devenues les activités de grands magasins de bricolage, et l'installation de vérandas et de stores est devenue « à la mode ».

travail, secret, caché. C'est pour cette raison que le réaménagement des entrées d'usines a permis la modification de ces espaces en espaces « ostentatoires », espaces mettant en scène le bâtiment, et permettant ainsi à l'entreprise de se construire une image. La façade de l'entreprise, en règle générale, est primordiale, puisque c'est ce que le client voit en premier en arrivant. Elle constitue de plus en plus souvent « l'image de la firme » (Fischer, 1980 : 42). Ainsi, les nouvelles entreprises construisent de plus en plus « derrière un bâtiment, une image », celle qu'elle a d'elle-même, et celle qu'elle veut donner. La devanture permet de mettre en valeur les parties visibles, officielles de l'espace. De plus, elle « renvoie au produit dont le bâtiment sert d'enseigne » (Fischer, 1989 : 66).

Dans le cas de l'entreprise Artisans, la devanture actuelle est constituée de grandes baies vitrées : elles font miroir côté rue, cachant ainsi l'intérieur des bureaux, tout en laissant entrer la lumière⁶². De plus, elles servent aussi à présenter l'un des produits vendus par ailleurs par l'entreprise (le verre, les miroirs, l'aluminium).

Il faut noter que les deux entreprises du bâtiment ont toutes deux des locaux assez beaux : le travail est ainsi plus ou moins caché derrière une enveloppe esthétique. En effet, dans les locaux des Fournisseurs, les façades du bâtiment sont constituées de grands panneaux vitrés. Ces locaux sont intéressants à étudier non seulement pour la raison citée plus haut, mais aussi pour les mettre en opposition avec d'autres locaux, totalement différents, comme ceux de l'entreprise de transports. La différence est liée au fait que certains lieux sont en contact direct avec l'extérieur, en interaction, alors que d'autres lieux ne le sont pas ou peu. Ainsi, les entreprises du bâtiment ont notamment pour fonction l'accueil des visiteurs, la réception des fournisseurs, clients, représentants, etc., en plus d'être des espaces dont on attend qu'ils *montrent* leur savoir-faire. Elles vont donc plus travailler l'esthétique de leurs locaux, alors que d'autres entreprises, comme celle de transports, n'ont pas ce souci, puisque les visites sont, la plupart du temps, celles de leurs propres chauffeurs. Les relations que celle-ci a avec l'extérieur sont donc presque en totalité des interactions à distance (téléphoniques). Ainsi, nous pouvons dire des locaux en contact avec l'extérieur, qu'ils sont

en principe teintés de convivialité pour créer les impressions de bien-être... Leur aménagement repose sur un concept d'ouverture et de transparence⁶³ qui permet de distinguer plusieurs types d'espaces, en fonction de leur traitement esthétique (Fischer, 1989 : 67).

Dans les lieux qui sont directement accessibles aux clients/ visiteurs⁶⁴, nous trouvons une plus grande recherche décorative, qui diminue avec la "privatisation" des locaux (entre un lieu ouvert comme le hall d'entrée et un lieu fermé comme un atelier, il y a une grande différence de décoration). Ces différents lieux sont séparés par une porte, qui sépare clairement, d'une part, espace privé / espace public, et d'autre part, espace autorisé / espace non autorisé.

⁶² Et permet aussi de voir de l'intérieur ce qu'il se passe dehors.

⁶³ ***C'est nous qui le soulignons.***

⁶⁴ Voir plans.

2.3.1.L'entrée dans l'entreprise

Une entreprise se décompose en un certain nombre d'espaces organisés, espaces plus ou moins répartis selon la nature du travail. Ainsi, les places attribuées aux individus vont refléter des positions de pouvoir au sein de l'entreprise. Chaque activité demande une certaine quantité d'espace pour sa réalisation, l'espace n'est donc pas morcelé de la même façon selon les postes et les personnes. Chaque institution, chaque entreprise « est organisée de telle sorte que chacun est placé dans un domaine plus ou moins grand, plus ou moins spécifique » (Fischer, 1981 : 54). L'organisation de ces espaces de travail passe par la création de barrières, de limites permettant de délimiter l'extérieur de l'intérieur, de définir le « chez soi » et le « chez l'autre », etc. Cette limite est notamment symbolisée par la porte. En effet, la porte représente la séparation entre différents espaces, espace du patron versus de la secrétaire, espaces de bureaux vs espaces de productions, espaces publics vs semi-publics vs privés, et le passage de l'un à l'autre.

Elle établit la transition d'un espace vers un autre et assure le flux des personnes et des objets. Elle structure le rapport dehors-dedans et ponctue les entrées et les sorties. Si une porte définit essentiellement une opposition privé-public (...) elle opère un filtrage symbolisé par une différenciation entre espace autorisé et espace non autorisé. (Fischer, 1989 : 67).

Nous allons commencer par décrire, pour chaque entreprise, ce passage de l'extérieur, espace public, à l'intérieur, espace-semi-privé.

2.3.2.L'entreprise Artisans

Dans l'entreprise Artisans⁶⁵, le client doit sonner pour que le portail d'entrée s'ouvre. Il entre ensuite directement dans les locaux administratifs de l'entreprise, précisément dans un hall d'entrée, d'accueil. Ce hall sert de hall d'exposition : il présente des échantillons de différents verres, des types de stores (en miniature), etc. Une grande baie vitrée sépare ce hall du bureau de la secrétaire⁶⁶ (fonction d'accueil, de réception), il la voit donc immédiatement. Il y a un autre bureau, plus petit, dans la même pièce, qui sert de temps en temps à l'un des ouvriers, mais qui reste vide la plupart du temps. D'ailleurs, on pourrait (laisser) croire que c'est celui du patron, et ainsi laisser penser au client qu'il n'est pas là. En fait, le bureau du patron est situé en retrait, à l'abri des regards. Les bureaux communiquent avec deux autres espaces : un espace de production (les ateliers), qui est un espace autorisé, semi-public, puisque les clients et les fournisseurs peuvent y accéder, et un espace personnel (l'appartement des propriétaires), non autorisé et privé.

2.3.3.L'entreprise Transporteurs

L'entreprise Transporteurs se distingue sur de nombreux points des locaux Artisans, différences qui vont permettre de donner des précisions quant au fonctionnement de l'entreprise vis à vis des clients. Tout d'abord, on entre dans les bureaux de l'entreprise un

⁶⁵ Nous décrivons plus précisément les bureaux dans les parties suivantes.

⁶⁶ Ici, bureau en tant que pièce et en tant que meuble.

peu comme dans une maison ⁶⁷ (petit jardin, allée menant à la porte d'entrée). A l'intérieur, on se retrouve dans un couloir qui mène à deux bureaux : celui de la secrétaire et de la comptable ⁶⁸, et celui du patron. On entre dans les bureaux comme on entre dans une pièce d'une maison (pas de baie vitrée par exemple permettant de repérer immédiatement le bureau de la secrétaire). Le bureau du patron, lui, est accessible par deux entrées, séparées par des portes : par le couloir qui conduit aussi aux autres pièces, et par les entrepôts ⁶⁹.

2.3.4.L'entreprise Fournisseurs

Les locaux de l'entreprise Fournisseurs sont beaucoup plus grands que les autres locaux décrits précédemment. Le fait que ce soit un important fournisseur pour les artisans de toute la région lyonnaise ⁷⁰ nécessite d'importantes infrastructures. Quand le client ⁷¹ entre dans les bureaux de l'entreprise, il se retrouve dans un grand hall, très clair puisque les façades du bâtiment sont de grands panneaux vitrés. Il peut immédiatement voir les bureaux des secrétaires, qui travaillent l'une à côté de l'autre. De par leur disposition spatiale, il sait que c'est l'une d'elle qu'il peut aller voir. Ces espaces sont accessibles spontanément. Ensuite, un peu en retrait, se trouvent deux autres bureaux, bureaux utilisés par deux techniciens. Ces bureaux sont visibles par les clients, ce sont donc des espaces accessibles autorisés, contrairement au bureau du directeur de l'agence, se trouvant encore un peu en retrait, totalement fermé, le rendant ainsi interdit sans autorisation.

Nous décrivons précisément les espaces de travail de chacun dans la partie 2.5.Les espaces de bureaux.

2.4.L'espace d'accueil

L'accueil, tout comme la façade, est un élément important : l'entrée est un lieu accessible spontanément, sans autorisation, par le visiteur. C'est aussi le lieu des premières impressions (pour le client qui se déplace dans les locaux de l'entreprise). C'est ce que le client voit en premier *dans* l'entreprise Il faut donc « impressionner » le client, le fournisseur. L'entreprise « n'y épargne ni la place ni le décor » (Fischer, 1983 : 12). Dans les deux entreprises du bâtiment, qui sont en interaction quotidiennement avec l'extérieur, les halls d'accueil prennent aussi la fonction de halls d'exposition. On y retrouve des échantillons de certains produits réalisés et vendus par l'entreprise. Ces halls projettent ainsi, par cette exposition esthétique d'échantillons, une image valorisante de l'entreprise.

⁶⁷ Ce type d'entrée souligne le caractère familial de l'entreprise.

⁶⁸ Elle n'est là que quelques demi-journées par semaine.

⁶⁹ Ce sont les chauffeurs employés ou les livreurs qui l'utilisent.

⁷⁰ La maison mère est dans le sud de la France.

⁷¹ Clients qui sont eux-mêmes des professionnels du bâtiment.

Toutefois, si l'entreprise Artisans reçoit de nombreuses visites dans la journée, ce n'est pas le cas pour l'autre entreprise du bâtiment : durant mes jours de présence pour les enregistrements, je n'ai vu finalement que peu de clients se déplacer à l'agence. La plupart des interactions clients - entreprise sont des interactions à distance. Les informations que les secrétaires fournissent (requêtes d'un dire : demande de prix, d'information, etc.) se donnent par téléphone. Et les services qu'elles rendent (requêtes d'un faire du type déblocage d'une commande, etc.) se réalisent par le biais d'un autre outil, l'ordinateur. L'interaction peut donc aussi se dérouler à distance. Dans ce cas, le client ne pouvant vérifier dans l'immédiat la réalisation de sa requête, il ne peut que faire confiance à son interlocutrice.

Dans l'entreprise Transporteurs au contraire, il n'y a pas vraiment d'espace d'accueil, de « réception ». D'un côté du bâtiment, on entre par la porte d'entrée qui débouche sur le couloir pré-cité. De l'autre côté, on entre par les entrepôts. Nous pouvons donc dire que le lieu n'est pas ouvert sur l'extérieur, sur l'accueil des clients sur place. Les clients (ce sont souvent des entreprises demandant des camions pour des livraisons ⁷²) sont en contact purement téléphonique avec l'entreprise. Ils restent la plupart du temps « virtuels », c'est-à-dire que ni la secrétaire ni le patron ne les ont déjà rencontrés. Seuls les chauffeurs seraient susceptibles d'entrer dans les locaux et nous avons vu que le passage du lieu de livraison aux bureaux donne dans le bureau du patron.

2.5. Les espaces de bureaux

Le mot « bureau » vient de « bura » qui était, au Moyen-âge une étoffe de laine (verte) qui s'étalait sur la table de travail. Le mot « bureau » a d'abord désigné la table de travail de celui qui exerçait une activité administrative, et ensuite par extension, la pièce où ces activités étaient exercées.

Une entreprise se décompose en un certain nombre d'espaces organisés, espaces plus ou moins répartis selon la nature du travail, et selon le statut de ses « habitants ». D'une part, chaque activité demande une certaine quantité d'espace pour sa réalisation, l'espace n'est donc pas morcelé de la même façon selon les postes et les personnes. Dans les entreprises du type « vente de biens » (matériels), nous retrouvons des espaces de production (les ateliers) et les espaces de bureaux. Ces bureaux ne seront pas les mêmes, au niveau de la taille, la forme, etc., selon qu'il s'agit du bureau d'un patron, d'une assistante de direction, d'un cadre ou d'une standardiste. Dans d'autres types d'organisations, notamment la « vente de services » (assurances par exemple), nous trouverons uniquement des espaces de bureaux. D'autre part, les places attribuées aux individus vont refléter des positions de pouvoir au sein de l'entreprise. Comme nous l'avons déjà dit, « plus la place qu'on occupe dans la hiérarchie est élevée, plus l'espace et l'équipement auxquels on a droit sont importants » (Fischer, 1983 : 14).

Fischer (1989) définit les espaces de bureaux comme l'ensemble des espaces réservés à l'exercice administratif et au traitement de l'information. Ces deux aspects détermineront la physionomie du bureau. Et selon le choix des responsables dans l'entreprise, ils ne structurent pas tous de la même façon l'espace des bureaux. Nous

⁷² Demandes de service : «Pouvez-vous faire une livraison à tel endroit... ».

pouvons retrouver différents types de bureaux :

- *Le bureau cloisonné* : c'est un bureau fermé, dans lequel peuvent être installés un ou plusieurs bureaux. Les cloisons permettent à son occupant de s'isoler, de se protéger des intrusions. Ce type d'espace pouvait contenir plusieurs bureaux, mais aujourd'hui, il est plutôt réservé aux personnes plus haut placées (« les postes à responsabilité »). Dans nos entreprises, le bureau cloisonné est véritablement la marque de la hiérarchie, et ce, nous allons le voir, même si ce bureau reste ouvert, par le biais d'une porte ou d'une fenêtre.

Ainsi, dans l'entreprise Fournisseurs, le directeur d'agence a son propre bureau fermé, et les deux associés du cabinet d'assurances ont eux aussi chacun un bureau puisqu'ils ne traitent pas des mêmes affaires. En ce qui concerne les chefs d'entreprise de nos deux autres corpus (Artisans et Transporteurs), ils se sont construit un espace de travail à mi-chemin entre bureau totalement fermé et bureau ouvert, que nous allons voir immédiatement.

*Le bureau paysager ou bureau ouvert*⁷³ : Ce type d'espace de bureau vient de l'idée de suppression de toute barrière physique à la communication, afin de créer « un espace transparent et fluide où rien n'entrave la bonne circulation des informations » (Fischer, 1989 : 57). Cet espace peut éventuellement être aménagé afin de délimiter des zones, mais dans tous les cas, les employés restent d'une certaine façon, « sous surveillance », ce qui ne les rend donc pas plus productifs.

Dans nos corpus, nous retrouvons en fait des espaces mixtes. Les espaces cloisonnés sont les bureaux des dirigeants et certains sont tout de même en partie ouverts. Cette semi-ouverture leur permet une liberté de communication avec leur secrétaire, tout en ayant quand même un bureau fermé aux regards indiscrets ou gênants (ceux des clients ou représentants qu'on ne voudrait pas voir).

Dans les locaux de l'entreprise Artisans, le bureau du patron est situé en retrait, à l'abri des regards. Son bureau communique avec celui de la secrétaire (qui fait aussi accueil), par une porte vitrée coulissante (qui reste toujours ouverte). Ainsi, de son bureau, le patron communique très facilement avec la secrétaire (ils se voient). Par contre, il n'est pas visible par le client, sauf si celui-ci s'avance trop dans le bureau d'accueil. L'emplacement de son bureau renvoie donc à la hiérarchie de l'entreprise : le supérieur a un bureau séparé. De plus, en étant à l'abri des regards, la secrétaire peut assez facilement mentir sur la présence ou l'absence de son mari. Il faut préciser qu'il lui laisse très volontiers le travail « relationnel »⁷⁴. Leurs deux bureaux ne sont pas « personnalisés », nous n'y trouvons pas d'indices personnels d'appropriation de l'espace, tels que des photos, bibelots, etc. Ceci peut s'expliquer peut-être par le fait que ces espaces, dans leur globalité, sont déjà « personnalisés » par leur localisation dans la maison familiale. C'est un poids suffisamment lourd à porter que de devoir gérer sans

⁷³ On parle en anglais d'« *open space* ».

⁷⁴ Ceci resurgit dans de nombreuses interactions avec les clients qui veulent être mis en relation avec le patron, et où la secrétaire doit sans cesse plus ou moins mentir pour éviter les contacts entre les deux.

cesse les intrusions territoriales de clients, d'autant plus que ces intrusions se font régulièrement sur le territoire personnel (visites pendant la pause repas, le soir après la fermeture, ou encore le week-end) ...

Dans les locaux de l'entreprise Transporteurs, le bureau du patron est accessible de deux façons : par le couloir qui mène aussi au bureau de la secrétaire, et par les entrepôts⁷⁵. Les deux bureaux sont en contact par le biais d'une fenêtre coulissante, toujours ouverte, ce qui facilite la communication entre patron (qui a tout de même son bureau à part⁷⁶), et secrétaire (qui partage son bureau avec la comptable).

2.6.L'espace de la secrétaire

Dans les entreprises de nos corpus, les secrétaires, (contrairement aux patrons de ces mêmes entreprises), travaillent toute la journée au même poste. Elles ne se déplacent pas, excepté pour accueillir le client. Le patron, lui, se déplace beaucoup plus hors de son bureau : à l'intérieur de l'entreprise (ateliers, entrepôts...) comme à l'extérieur (chez le particulier ou autre client pour un rendez-vous). L'espace de travail de la secrétaire est donc d'abord un endroit dans lequel elle vit (Fischer parle de « territoire vécu »). Elle va apprivoiser cet environnement afin de le rendre plus personnel, et le modeler à sa façon pour faciliter son travail, et ce, même si c'est sous forme de « non-rangement ». On parle donc de personnalisation de l'espace, par sa décoration et son aménagement (auquel ne participe pas forcément la secrétaire). L'espace de la secrétaire est aussi le témoin de sa place au sein de l'entreprise, de son statut et des différents rôles qui lui sont attribués : c'est pour cette raison qu'on ne trouve plus seulement du papier (dossiers, factures, devis, etc.), mais aussi aujourd'hui de nouveaux équipements : ordinateur, téléphone à multiples fonctions, fax, machine à écrire (pour les plus hermétiques à l'informatique). Ces équipements, contenus sur un même espace de travail⁷⁷, renvoient ainsi aux rôles de standardiste, comptable, gestionnaire de l'emploi du temps du patron.

2.6.1.Entreprise Artisans

Dans l'entreprise Artisans, le bureau de la secrétaire est immédiatement visible. Ce bureau est très ouvert, très aéré du fait des ouvertures sur l'extérieur (grandes baies vitrées) et sur les autres pièces. De plus, les murs sont blancs, et le sol et les bureaux sont gris clair, ce qui renforce l'impression de lumière, de clarté. Une des premières choses que nous remarquons en entrant est la ressemblance du bureau de la secrétaire avec un comptoir (de commerce). De par sa forme⁷⁸ et sa position (juste à l'entrée), ce bureau remplit deux fonctions : celle d'espace de travail (on y trouve la machine à écrire,

⁷⁵ Ce sont les chauffeurs employés de l'entreprise ou les chauffeurs livreurs qui utilisent cette porte.

⁷⁶ Même s'il se déplace beaucoup.

⁷⁷ Voir l'enquête de Fischer (1989 : 76-77), qui montre que « le poste de travail des femmes est environ trois fois plus petit que celui des hommes ».

⁷⁸ Rapport de ressemblance basée sur l'analogie : on peut parler de lien métaphorique entre le comptoir et le bureau.

le téléphone, etc.), et celle de lieu d'accueil du client. D'ailleurs, on voit bien la différence entre ce bureau et le deuxième bureau de la secrétaire, beaucoup plus petit, sur lequel se trouve l'ordinateur utilisé pour sa comptabilité : ce bureau est contre un mur, plus isolé des regards, donc fermé à la communication.

Nous pouvons donc conclure, à partir de toutes les remarques qui ont été faites sur ces locaux, que tout est fait pour que le client en face à face soit bien accueilli, et ait une image moderne de l'entreprise.

2.6.2.Entreprise Fournisseurs

Dans l'entreprise Fournisseurs, c'est un peu le même fonctionnement. Les bureaux des deux secrétaires sont visibles par tout le monde et inversement, elles voient tout ce qu'il se passe dans les locaux. Elles travaillent donc en *open-space*. Elles partagent en fait le même plan de travail, assez long pour contenir deux bureaux (et leur contenu) : deux ordinateurs, deux téléphones, les dossiers, etc. Leur bureau a aussi la forme d'un comptoir, dans le sens où une partie de celui-ci est surélevée, cachant ainsi ce qu'il y a derrière (toute la « paperasserie »). Une partie du « territoire » des secrétaires est donc tout de même à l'abri des regards. Pour conclure, nous pouvons dire que leur bureau est ouvert : ouvert sur le public (bien que cela soit moins utile que dans l'entreprise Artisans), et ouvert sur leurs collègues de travail. D'ailleurs, il n'est pas rare que l'interaction dilogale se transforme en trilogie voire en polylogie, avec l'intervention soit de l'autre secrétaire, soit du chef de l'agence, soit les deux en même temps. En règle générale, ces interventions d'un troisième locuteur sont des plaisanteries.

2.6.3.Entreprise Transporteurs

Dans l'entreprise Transporteurs, le bureau de la secrétaire est très différent. Tout d'abord, il possède deux fenêtres, dont la fonction première est de faire passer la lumière. De l'extérieur, il est difficile d'y accéder pour voir à l'intérieur. Ce bureau est donc assez fermé, sombre même. De plus, le bureau de la secrétaire est disposé de sorte qu'elle tourne le dos à l'entrée de la pièce. Par contre, nous avons vu que son bureau communique avec celui du patron par une fenêtre coulissante, ce qui facilite la communication. Tous les éléments réunis le long de cette analyse nous permettent de dire que l'agencement des locaux centre le travail de la secrétaire principalement sur l'administratif⁷⁹, et sur l'accueil téléphonique des clients. Le lieu n'est pas ouvert sur l'extérieur, sur l'accueil des clients sur place. Les clients (ce sont souvent des entreprises demandant des camions pour des livraisons) sont en contact purement téléphonique avec l'entreprise. Ainsi, à l'inverse des bureaux des autres entreprises, ici, le bureau de la secrétaire est le bureau le plus isolé (ce qui permet plus de calme pour travailler), et celui du patron facilite la circulation des personnes⁸⁰.

Nous allons présenter les plans des locaux de chacune des entreprises, en utilisant

⁷⁹ Gestion des commandes, factures, devis, organisation des plannings, etc.

⁸⁰ Ce qui est justifié par le fait que le patron surveille les livraisons, se déplace beaucoup.

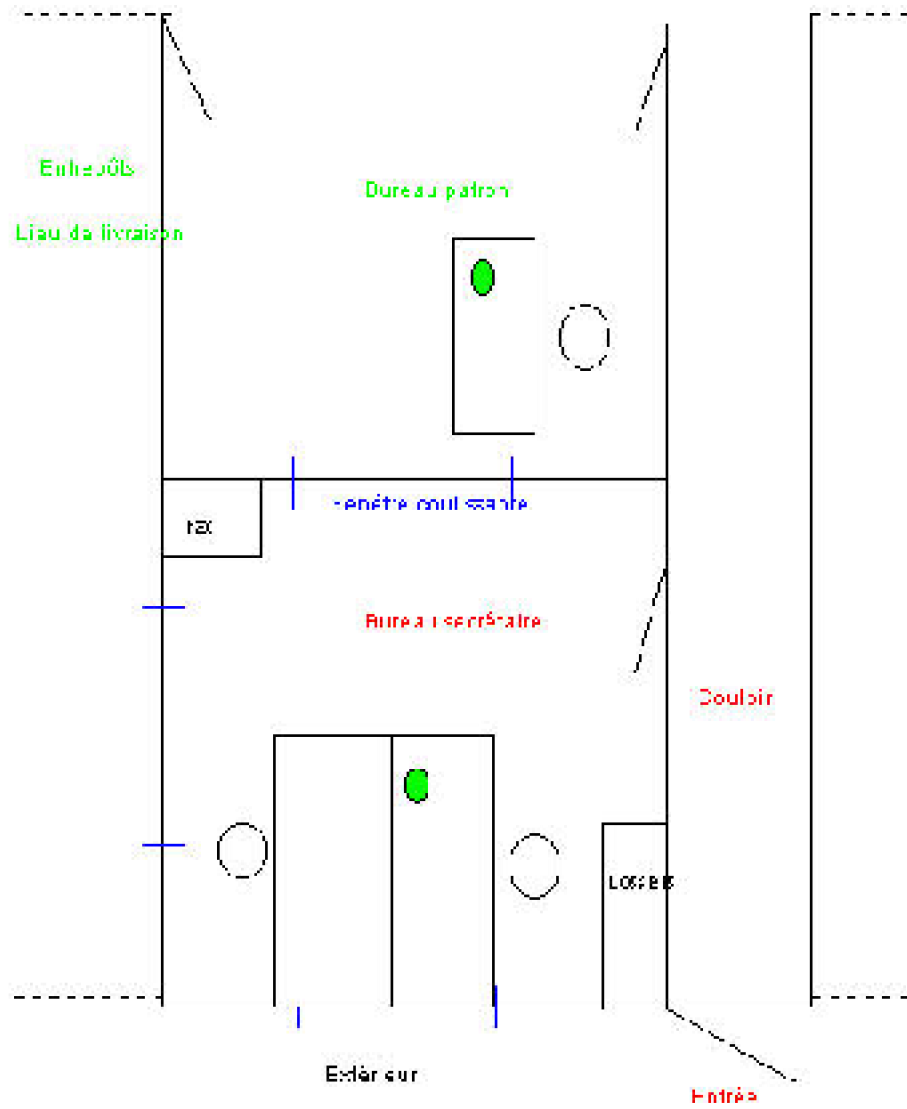


Figure 4 : Locaux de l'entreprise Transporteurs

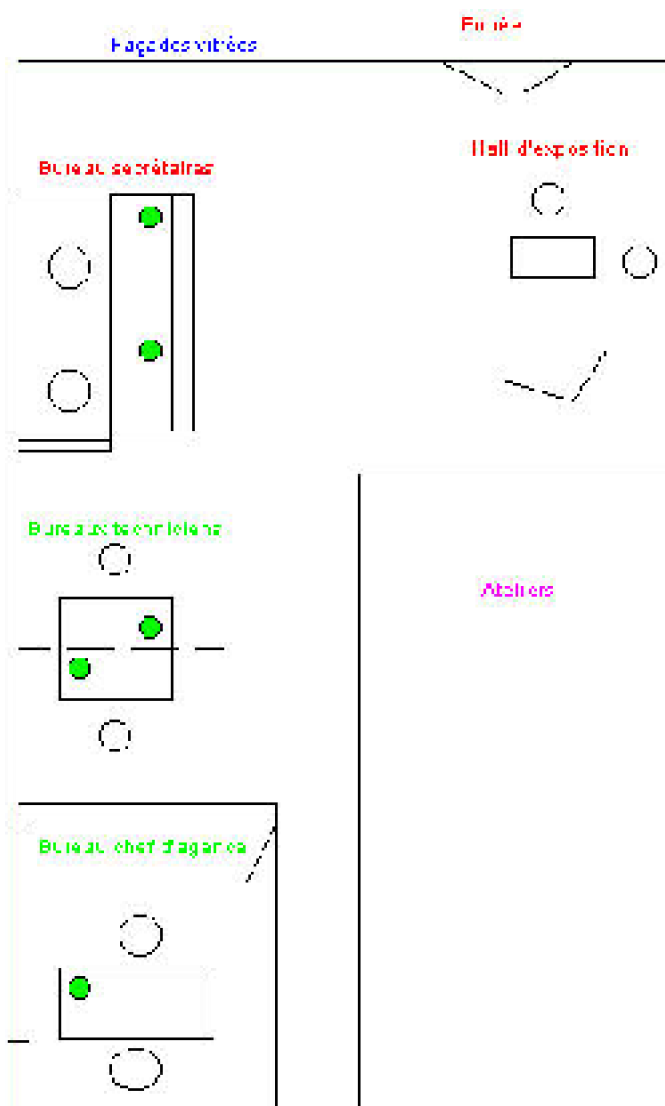


Figure 5 : Locaux Entreprise Fournisseurs

Chapitre 3 : Une méthode comparative

Notre choix méthodologique fut, dès le recueil des données, de faire une analyse des interactions de travail se déroulant dans l'entreprise et d'en faire une analyse descriptive et comparative en constituant pour ce faire des corpus composés d'interactions de travail dans différents lieux, précisément dans des entreprises de types différents, mais des entreprises ayant un certain nombre de points communs. Notre hypothèse de départ était en effet que, les entreprises du type TPE et PME, quelque soient leur taille, la formation et le vécu de leurs salariés, et surtout quelque soient les biens ou les services vendus au sein de ces entreprises, avaient tout de même des points communs dans leur fonctionnement, précisément dans leurs interactions verbales avec les clients.

Nous ne reviendrons pas sur le choix d'une méthode descriptive (nous en avons déjà parlé précédemment), méthode que nous pouvons justifier en citant Traverso :

L'analyse des interactions repose sur une méthode inductive : elle part des données en cherchant à identifier des comportements interactionnels récurrents, pour en proposer des catégorisations et formuler des généralisations. La démarche est résolument descriptive (1999 : 22).

Concernant le choix d'une analyse comparative des interactions de travail dans des entreprises de types différents, cela pose certains problèmes de représentativité et de comparabilité des données, et faire une analyse de corpus trop différents poserait plus de problèmes qu'elle n'en résoudrait. Concernant la représentativité des données, il va s'agir pour nous de distinguer au cours de l'analyse, ce qui est représentatif d'une réalité observable dans toutes les Très Petites Entreprises (TPE), et les Petites et Moyennes Entreprises (PME), de ce qui ne l'est pas, et serait alors propre à une entreprise, et qui serait alors analysé comme tel.

Un problème commun à toutes les analyses relevant d'une démarche inductive à partir d'un échantillonnage d'individus étroit est celui de sa représentativité. Il est bien évident que l'idéal serait un échantillon large dans lequel se fonderaient toutes les micro-cultures qui peuvent être liées à l'âge, au sexe ou à la classe sociale des participants (Béal, 2000 : 20).

Ainsi, la constitution de plusieurs corpus différents a eu l'avantage de nous fournir un grand nombre de données analysables (plus de 140 interactions, toutes transcrites dans leur intégralité), et d'en décrire un certain nombre de récurrences. Dans le même temps, collecter des données dans des lieux différents entraîne un manque d'homogénéité, c'est-à-dire que l'on risque de collecter, dans le même temps, des données très variables d'une entreprise à l'autre, variations dues au fait que les situations de communication dans les entreprises ne peuvent jamais être identiques.

La fiabilité de la comparaison repose en premier lieu sur le choix de situations, sinon similaires, du moins comparables. Et cette première étape recèle parfois des surprises. (...) L'analyse doit tenir compte de ces biais possibles, et assumer le fait qu'elle ne met en lumière que des tendances moyennes générales, repérées sur la base de la récurrence de certains comportements interactionnels et dans la mise en contraste avec une autre culture (Traverso, 2000 : 34).

Mes corpus ont été enregistrés avec l'accord des entreprises, donc des secrétaires et des patrons, sans l'accord par contre des clients. Les enregistrements ont eu lieu sur plusieurs demi-journées, en observation non participante de ma part. Ces corpus ont été constitués pour la plupart d'entre eux durant mon année de maîtrise dans le but de faire une analyse comparative de la politesse linguistique chez les secrétaires, dans des entreprises de types différents. Notre hypothèse de départ était que la formation à l'accueil téléphonique professionnel pouvait modifier le comportement général de la secrétaire⁸¹, ce qui va modifier le cours de l'interaction, dès son ouverture. Les entreprises dans lesquelles les enregistrements ont eu lieu avaient été choisies principalement pour leurs tailles différentes (le nombre d'employés varie entre 5 et 25, ce qui les catégorise soit comme des Très Petites Entreprises, soit comme des Petites et Moyennes entreprises), et pour

⁸¹ Du moins, nous pensons ici aux éléments pouvant être perçus par le biais du canal auditif.

leurs activités différentes (Bâtiment, Transports, Assurances). Le choix s'est vite montré restreint compte tenu du refus de nombreuses entreprises d'autoriser l'enregistrement des interactions téléphoniques entre employé(s) et clients.

Il s'est avéré par la suite que dans ces entreprises, si elles se différencient par les comportements langagiers de leurs secrétaires (mais aussi, du même coup, des clients et du patron), certains phénomènes ont été décrits comme étant tout de même récurrents et reconnaissables. Cette étude comparative a permis de montrer que les relations téléphoniques entretenues par la secrétaire avec ses interlocuteurs, déjà clients ou non de l'entreprise, varient selon le type de formation de la secrétaire, et que l'accueil téléphonique réservé au client, par la secrétaire, peut modifier le cours de l'interaction⁸². Ces corpus ont ensuite été complétés par des enregistrements faits dans une autre entreprise, afin d'agrandir le champ de la comparaison avec une entreprise plus grande. L'analyse qui a été faite de ce nouveau corpus, dans mon mémoire de Diplôme d'Etudes Approfondies, a toujours été faite en comparaison avec les autres corpus, et une partie de ces autres corpus (Artisans et Transporteurs), constitués lors de ma maîtrise ont été, du même coup, complétés, enrichis de nouvelles interactions, pour permettre à la comparaison d'être plus pertinente, en étant fondée sur un nombre à peu près équivalent, pour chaque corpus, d'interactions enregistrées. L'analyse comparative nous a ainsi permis, dans les précédentes analyses, de pouvoir repérer et décrire, non seulement les différences fondamentales existant dans le déroulement des interactions, dues aux différences de fonctionnement des entreprises et de leur secrétaire, mais aussi les phénomènes récurrents, repérables dans toutes les interactions de travail constituant nos corpus, notamment dans les séquences d'ouverture et de clôture, ou encore lors de la formulation de l'acte de requête.

Lors de l'analyse des différents corpus, la méthode comparative nous a été de nouveau utile, à différentes étapes de l'analyse, afin de vérifier ou contredire certaines de nos hypothèses. Lors de la description du script de l'interaction de travail entre secrétaire et client dans une PME, nous avons ainsi pu comparer les interactions des différents corpus, afin d'en extraire un script général, commun aux différentes entreprises, mais pour lequel l'analyse comparative a permis aussi de relever les variations d'une entreprise à l'autre, ou plutôt d'une secrétaire à une autre, d'un type de requête à un autre. Lors de la description et l'analyse comparative des espaces de travail par exemple, analyse qui nous servira notamment lors de l'analyse des négociations, nous verrons en effet si les espaces de travail sont aussi un paramètre pouvant modifier le cours de l'interaction, et si oui, de quelle façon et à quel moment le font-ils. De même, lors de l'analyse des différences entre hommes et femmes portant sur les comportements langagiers, la méthode comparative s'est avérée incontournable pour une analyse pertinente et représentative de ce qui se déroule dans les interactions téléphoniques en entreprise. Toutefois, nous avons rencontré quelques problèmes dus à la non-comparabilité de certaines données, liée principalement à la féminisation du métier de secrétaire. En effet, la très grande majorité des secrétaires sont des femmes, nous l'avons dit plus haut, nos corpus sont donc représentatifs de la réalité. Toutefois, si nous avons pu comparer des interactions Femme – Femme avec des interactions Femme – Homme, nous n'avons par

⁸² Voir Palisse, 1997.

contre pas pu comparer des interactions Homme – Homme et Homme – Femme. En effet, dans tous nos corpus, les secrétaires sont des femmes, ce qui implique qu'elles ont à la fois une identité de femme (avec les rôles que cela suppose), et une identité de secrétaire, les deux étant sans cesse en interaction. Il peut donc être parfois difficile de distinguer les comportements langagiers propres aux femmes de ceux propres aux secrétaires. Le genre peut se confondre avec le rôle, ce qui pourrait être évité si nous avions un corpus avec un secrétaire homme. Nous avons donc décidé de décrire les interactions ayant lieu, dans le corpus Fournisseurs, entre l'un des « techniciens » (employé spécialiste dans les produits vendus par l'entreprise) et les clients, estimant que le script de ces interactions était identique à celui des interactions entre la secrétaire et les clients, et que son rôle était proche de celui de la secrétaire puisqu'il a lui aussi un rôle d'expert au sein de l'entreprise.

Enfin, la secrétaire est, nous l'avons dit, au carrefour des informations et des acteurs circulant au sein de l'entreprise. Elle entretient donc des relations de travail avec les clients, avec les autres salariés de l'entreprise, et avec son supérieur⁸³. Chaque type de relation pourrait être étudiée en détail par le biais des interactions se déroulant entre eux, ceci permettrait d'avoir une vue globale de la communication dans l'entreprise, entre ses différents acteurs et de la communication de l'entreprise avec ses clients. Compte tenu du fait que notre analyse porte sur les interactions téléphoniques, nous avons restreint notre champ d'étude aux interactions téléphoniques ayant lieu entre clients et secrétaires. Toutefois, afin de faire une description et une analyse les plus objectives qui soient, nous avons élargi notre analyse à celle des relations entre patron et secrétaire. En effet, nous avons supposé que les relations professionnelles que peuvent entretenir une secrétaire avec son patron sont différentes d'une entreprise à une autre, et qu'elles peuvent venir modifier le type de relations que la secrétaire entretient avec les clients, précisément les rôles que la secrétaire peut activer lors de ses interactions téléphoniques avec ceux-ci.

Dans la deuxième partie qui suit, nous commencerons par définir le type d'interactions qui constituent nos corpus, nous décrirons ensuite le déroulement de ces interactions de travail, en présentant chaque séquence constituant le script d'une interaction de travail (dans une entreprise) au téléphone.

⁸³ Et dans les grandes entreprises, elle a plusieurs supérieurs, à différents niveaux.

Deuxième Partie : Caractéristiques générales et script des interactions de travail au téléphone

Dans cette partie, nous commencerons par faire une description globale des 147 interactions enregistrées dans les entreprises d'artisanat, du bâtiment, de transport et des assurances. L'un des objectifs de ce travail est en effet de décrire le fonctionnement et le déroulement des interactions à *distance* entre clients et commerçants au sein d'entreprises (de diverses tailles), d'autant plus que ces interactions n'ont pas fait l'objet de nombreuses recherches. Kerbrat-Orecchioni souligne d'ailleurs le caractère résolument scientifique du travail de description des interactions, travail qui nous a semblé essentiel pour aborder nos corpus d'un point de vue micro, pour ensuite les appréhender d'un point de vue plus global :

La perspective se veut scientifique, c'est-à-dire purement descriptive : il s'agit de voir le plus objectivement possible, à partir de corpus enregistrés et soigneusement transcrits, comment sont fabriqués ces objets particuliers que sont les conversations (1996 : 10).

Nous décrirons tout d'abord les caractéristiques générales des interactions de travail (Chapitre 4, 1.Des interactions voco-verbales, 2.Des interactions professionnelles), et des activités se déroulant au cours de ces interactions (Chap. 4, 3.Des activités de vente). Nous décrirons ensuite en détail le script de ces interactions se déroulant entre

l'entreprise, par le biais de la secrétaire, et le client (Chap. 5, 1.Script des interactions externes), en distinguant ce script de celui caractéristique des interactions « internes » (Chap. 5, 2.Spécificités des appels internes), entre secrétaire et un autre employé de l'entreprise. Nous supposons en effet que certaines zones de l'interaction ne se déroulent pas de la même façon selon le type d'interaction. Nous décrivons les différences observables dans des interactions que nous avons appelées « externes », c'est-à-dire entre client et secrétaire qui ne se connaissent pas forcément, et dans des interactions, « internes », entre employés de la même entreprise, qui se connaissent donc, même si ce n'est que par le biais du téléphone. Notre hypothèse de départ était fondée sur la supposition notamment que la séquence d'ouverture est plus longue dans les interactions internes. Compte tenu du fait que les locuteurs se connaissent plus ou moins bien, ils sont à priori plus enclins à échanger des questions sur la santé, à parler de sujets plus ou moins personnels, etc. Or, nous allons voir dans notre analyse du script des appels internes que ce n'est pas forcément le cas, et que l'une des caractéristiques typiques des interactions professionnelles, ici, la finalité externe de l'interaction, est encore plus « flagrante », mise en avant dans ces interactions.

Chapitre 4 : Les caractéristiques générales des interactions de travail au téléphone, dans l'entreprise

1.Des interactions voco-verbales

La communication entre deux locuteurs peut passer par plusieurs canaux, dont les principaux utilisés dans la communication humaine orale sont le canal auditif et le canal visuel. La communication en face à face est une communication multicanale. En effet, l'émetteur du message transmet des informations verbales et vocales (par l'intonation par exemple), il utilise donc le canal auditif, mais aussi visuel, par le biais des postures, mimiques, regards. Les interactions de nos corpus se font par téléphone. Les interactants n'ont pas d'accès visuel pour communiquer, seul le matériel verbal et paraverbal est pertinent pour la communication,

Non que les participants ne puissent accompagner de gestes leurs productions verbales, mais ces gestes n'étant pas perçus par l'interlocuteur, ils n'ont plus pour fonction de souligner, préciser, suppléer le sens des éléments verbaux, ils n'ont donc plus de fonction dans la communication (André-Larochebouvy, 1984 : 13).

L'émetteur, comme le récepteur, utilisent le canal auditif pour communiquer, ce canal est verbo-vocal. Le verbal correspond au matériel lexical et syntaxique, au « texte » de l'interaction, alors que le paraverbal « concerne les variations telles que les montées ou chutes intonatives, les modifications de l'intensité de la voix et du débit d'élocution » (Traverso, 1999 : 15).

2.Des interactions professionnelles

Les interactions professionnelles dont nous faisons ici l'analyse peuvent être décrites selon quatre critères, permettant de les distinguer d'autres interactions⁸⁴. Ces critères sont empruntés à Vion (1992), qui, dans son chapitre « Vers une typologie des interactions », présente un inventaire des grands types d'interactions qu'il oppose selon ces critères prédéfinis. A partir de ces critères, il distingue un type particulier d'interaction, la « transaction », qui fait partie des « interactions complémentaires », de la même façon que l'entretien, la consultation ou l'enquête. Les interactions de travail qui constituent nos corpus semblent être de ce type, bien qu'elles n'aient pas systématiquement pour enjeu une transaction. Nous allons donc revenir un peu plus en détail sur chacun de ces critères afin de déterminer les caractéristiques propres à ce type d'interactions.

2.1.Des interactions à finalité externe

La conversation et l'interaction professionnelle se distinguent par leur finalité différente. La conversation est définie comme une interaction non finalisée, c'est-à-dire qu'aucun thème, objectif ne sont exprimés, fixés à l'avance. Ceci ne signifie pas qu'elle n'a pas de finalité, au contraire. La conversation présente une finalité sociale interne, elle a en effet pour fonction d'« **affirmer et confirmer l'existence de liens sociaux privilégiés entre des individus** » (Vion, 1992 : 127).

L'interaction professionnelle du type commercial a une finalité externe à celle-ci, elle fait l'objet d'un véritable enjeu, à savoir l'achat/ la vente d'un bien ou d'un service, la demande d'information ou de service, la prise de décision, etc. L'existence même de l'interaction se justifie par l'échange matériel (vente de bien) ou immatériel (échange d'informations, etc.). C'est ce que Goffman explique en notant que :

Bien qu'on y observe fréquemment de véritables échanges rituels, c'est la transaction matérielle qui forme le contexte significatif en même temps que l'unité pertinente ; les paroles que peut prononcer l'un des participants ou les deux constituent une partie intégrante d'une entreprise mutuellement coordonnée, non d'une conversation (1987 : 151).

C'est l'échange de biens par téléphone et la transmission d'informations qui composent l'interaction, et ce sont les participants qui sont les porteurs de ce but. En effet, ce sont eux qui décident d'entrer en interaction, de s'engager dans un échange commercial. Dans les interactions entreprise-clients de nos corpus, tous les appelants-clients appellent pour demander un renseignement, un service, pour faire une réclamation, etc. Le site détermine donc aussi le type d'interaction, puisque l'entreprise a une finalité propre. La différence toutefois entre un lieu de commerce du type petit commerce et une entreprise est que l'entreprise est à la fois un lieu de production (de fabrication) et un lieu de commerce et qu'elle ne produit pas pour de la vente immédiate (comme c'est le cas pour

⁸⁴ Nous utilisons ici le terme d'« interaction » dans un sens large, englobant tout type d'interactions, comme la conversation. La conversation est donc ici un sous-genre (Genre 2) de l'interaction (Genre 1). Voir l'article de Kerbrat-Orecchioni et Traverso, 2003 : « Types d'interactions et genres de l'oral »,

une boulangerie par exemple). Toutefois, les interactions de travail peuvent laisser place à quelques « écarts ». Il arrive par exemple qu'au cours de l'interaction, se développe un module conversationnel entre la secrétaire et son ou sa client-e, mais aucun des deux n'oublie que l'interaction a lieu en raison d'un objectif à atteindre. Il peut arriver aussi que l'appelant a un but non commercial, c'est-à-dire hors script. C'est le cas des appels personnels sur le lieu de travail par exemple. Il m'a été rapporté lors d'un colloque une anecdote amusante par un chercheur anglais⁸⁵ travaillant sur la requête : un homme travaillant dans une banque répond au téléphone en annonçant : « Bonjour, Agent x, que puis-je faire pour vous ? », et la personne au bout du fil lui rétorque « Bonjour, peux-tu prendre le pain en rentrant ? ». Il s'agissait en fait de sa femme, et l'agent est resté quelques secondes interloqué, ne sachant quoi répondre n'ayant pas « recadré » cette intervention dans son contexte, ici non plus professionnel mais personnel. Le site détermine le type d'interaction, mais ce sont donc les participants qui sont porteurs du but de l'interaction : Le but de l'interaction se localise quelque part entre le site (qui a une destination propre) et les participants (qui ont leurs propres objectifs) (Kerbrat-Orecchioni, 1996 : 79).

2.2.Des rapports de place complémentaires

Une interaction symétrique se caractérise donc par l'égalité et la minimisation de la différence, tandis qu'une interaction complémentaire se fonde sur la maximalisation de la différence. Dans une relation complémentaire, il y a deux positions différentes possibles. L'un des partenaires occupe une position qui a été désignée comme supérieure, première ou « haute » (one-up), et l'autre la position correspondante dite inférieure, seconde ou « basse » (one-down) (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1972 : 66-67).

Cette définition des interactions complémentaires est contestable, en ce sens que toutes les interactions complémentaires ne sont pas hiérarchiques, loin de là. Dans le cadre des interactions de travail dans l'entreprise, nous pouvons distinguer trois types d'interactions :

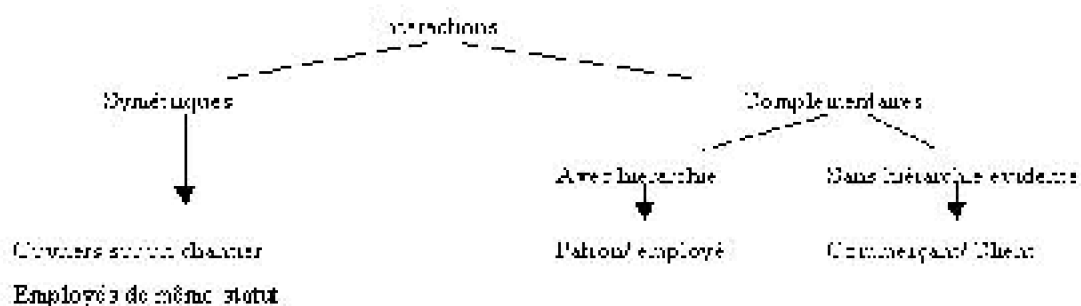


Figure 5 : Types d'interactions dans l'entreprise

Si, dans une conversation familière, nous pouvons noter une certaine égalité, du moins une symétrie des places des participants, ce n'est pas le cas dans une interaction

⁸⁵ Geoffrey Raymond, Université de York, Grande-Bretagne.

de travail. En effet, dans la conversation, il n'y a pas de différence de positionnement des partenaires sur l'axe vertical. Les interactants ne se situent pas selon une position basse et une position haute, il n'y a ni position haute, ni position basse. Par contre, dans les interactions de travail, telles que celles ayant lieu entre la secrétaire d'une entreprise et un client (ou client éventuel), les places sont plus ou moins prédéterminées dans le contexte socio-institutionnel. Ce rapport de places est donc prédéterminé par le type d'interaction. Le rapport de places est aussi lié aux caractéristiques particulières des participants et de la situation, et lié au déroulement lui-même de l'interaction. Les places sont donc aussi établies en fonction notamment de la compétence des interactants, leurs rôles et statuts, leur sexe, etc. La relation est par nature complémentaire **« dans la mesure où chacun des protagonistes y participe à travers un rôle spécialisé (client, administré, service ou professionnel) »** (Vion, 1992 : 133). La complémentarité se fonde donc sur la relation établie par les rôles des participants. Dans les interactions de travail dans l'entreprise, chaque participant assume un rôle selon son statut. La secrétaire, de par ce statut, a le rôle de vendre des biens, fournir des renseignements, etc., alors que le client a le rôle d'acheteur, de demandeur d'informations, etc.

Certaines interactions complémentaires sont aussi hiérarchiques, telles que les interactions médecin-patient, professeur-élève ou encore patron-secrétaire. Mais comme nous l'avons précisé, toutes ne le sont pas : **« C'est avec la transaction que la complémentarité des places peut le moins facilement s'exprimer en termes de rapports haut/ bas »** (Vion, 1992 : 134). Même si l'on dit souvent dans le commerce que « le client est roi », car le client a pour lui le « vouloir » (il peut refuser de se laisser conduire, partir sans rien acheter, etc.) et bien sûr les moyens financiers, le vendeur détient tout de même le savoir, une compétence supérieure sur l'objet de la transaction. Il détient donc un certain pouvoir. **« Chacun des participants a donc une tâche prédéfinie, complémentaire de celle de son partenaire »** (Traverso, 1999 : 90). Dans les très petites, petites et moyennes entreprises, telles que celles de nos corpus, les relations entretenues entre clients et secrétaires sont donc bien des relations complémentaires : le client téléphone pour une demande de service, de renseignement, ou de bien, et l'entreprise, par le biais de la secrétaire (au moins lors de son premier contact), détient l'accès aux informations qu'il demande (délai, prix, etc.), donc une certaine forme de pouvoir. **« C'est lui qui détient le bien à pourvoir (objet ou information) »** (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 118). Toutefois, une même interaction peut mettre en œuvre plusieurs rapports de place :

Ainsi, telle interaction donnée pourra, par exemple, fonctionner sur la complémentarité au niveau de son cadre interactif –comme la consultation médicale- et, de manière subordonnée, sur la symétrie. Cette symétrie correspondra (...) à des moments « conversationnels », (...) à la nécessité de coopérer, ou à la mise en œuvre de stratégies de communication (Vion, 1992 : 124-125).

Pour conclure, nous pouvons souligner le fait que les entreprises étudiées ici, comme les autres entreprises, ont *besoin* des clients pour vivre, ce qui donne aux clients un certain pouvoir (dont celui de négocier des prix ou des délais). La relation commerçant – client est donc basée sur une dissymétrie des rôles, chacun possédant un certain pouvoir (à un niveau différent). Pour toutes ces raisons, le rapport de places, dans ce type d'interaction,

est difficilement définissable du point de vue haut/ bas, et ces rapports se redéfinissent à chaque interaction.

2.3.Des relations coopératives

La plupart des interactions se déroulent selon un principe de coopération, c'est-à-dire qu'elles se déroulent « **dans une situation de caractère contractuel qui voit chacun des acteurs donner des marques de déférence, de bonne volonté et d'entraide dans le cadre d'une tâche à effectuer** » (Vion, 1992 : 125). Dans nos interactions, des transactions de service se déroulent entre les participants, la situation de communication peut donc être décrite en termes de relation de service entre clients et employés. Mais il semble difficile de déterminer la nature même de la relation, à savoir si la relation est au cœur même du contenu de l'activité, ou si elle est un simple élément du contexte. En effet, la relation peut être simplement un moyen, pour le client, d'accomplir une activité finalisée (entretenir la relation pour voir son dossier être traité plus rapidement, avoir un prix avantageux, etc.). Nous verrons dans notre analyse de l'argumentation et des négociations dans les interactions qu'effectivement, entretenir la relation de service, pour le client, comme pour l'employé, peut être utilisé comme une stratégie argumentative.

De nombreuses études ont porté sur la relation action–relation entre les interactants. En effet,

l'organisation d'un cours d'action est toujours plus qu'une actualisation de structures, car les agents ont à traiter une situation et à s'accorder pour pouvoir agir ensemble. Il leur faut articuler leurs définitions de la situation et coordonner leurs interventions dans et sur le monde » (Quéré, 1991 : 261).

Les interactants d'interactions de travail telles que celles de nos corpus sont en relation par le biais du travail, de la demande de service. Chaque locuteur connaît plus ou moins la situation de l'interaction, mais tout n'est pas fixé à l'avance.

Ce que les partenaires vont faire ensemble dans une interaction n'est jamais complètement déterminé à l'avance, quelle que soit la précision de leurs intentions respectives ou de leurs programmes d'action » (ibid. : 255).

La mise en place et la préservation de la relation ne peut se faire qu'au cours de l'interaction, guidées par l'activité qui s'y déroule. Si le consensus est recherché à tout prix, les interactants activeront différents procédés pour le trouver, au fil de l'interaction.

Un cadre d'interaction se constitue par l'introduction d'un schéma d'activité comme structure d'ordre, c'est-à-dire par la manifestation d'une projection de ce qui doit se passer (ibid. : 275).

C'est dans ce cadre d'interaction que le consensus sera recherché par les deux interactants, chacun étant bien conscient que de bonnes relations entre eux ne peuvent que favoriser le cours de l'interaction et de l'activité qui s'y déroule.

2.4.Des interactions à caractère formel

La conversation est typiquement, selon Vion (1992 : 128), une interaction informelle, non programmée. Ainsi, les interactants ont la possibilité d'aborder un grand nombre de sujets au cours de la conversation, sujets non définis à l'avance par le contrat de parole. La

« transaction » quant à elle est définie comme « formelle » quand elle se déroule dans un cadre institutionnalisé. Il donne l'exemple de la transaction entre un garçon de café et un client, dans lequel le cadre est institutionnalisé.

Le contrat de parole (Charaudeau, 1983), c'est-à-dire la nature des contenus attendus, est tout-à-fait limité. Il est possible d'établir une liste très fermée des éléments de signification qu'un « client » peut échanger avec un garçon de café (1992 : 133).

Dans les interactions de travail telles que celles de nos corpus, la durée des interactions est limitée, et plus ou moins implicitement prédéfinie (la preuve en est l'excuse de la cliente madame W. à la fin de l'interaction 2, corpus Artisans 97, excuse pour la durée « hors-norme » de l'interaction). Le fait que ce soient, en plus, des interactions se déroulant au téléphone pousse les interactants à faire court. Ceci fait partie des règles de savoir-vivre : « **On sait le vaillant combat que mènent les manuels pour persuader leurs lecteurs d'utiliser le téléphone de façon discrète, de ne pas en abuser, de ne pas occuper les lignes pendant des heures...** » (Weil, 1983 : 100), « **Soyez bref. Le téléphone a une fonction bien précise : il sert à demander ou donner un renseignement, fixer un rendez-vous, apprendre une nouvelle importante** » (Andreani, 1991 : 132-133). Le thème de l'interaction est fixé à l'avance par le client puisque c'est celui-ci qui le met en relation avec l'entreprise, la secrétaire, elle, ne sait pas à l'avance quel sera le thème de l'interaction. Elle reçoit la plupart du temps des appels professionnels de clients ou clients potentiels, mais peut aussi recevoir des appels de collègues concurrents, de salariés de l'entreprise, de représentants, et même des appels personnels.

Quant aux participants, leurs statuts participatifs sont asymétriques puisque seul l'un des participants est en situation professionnelle. Par contre, ce participant (ici il s'agit de la secrétaire, éventuellement du patron), contrairement au commerçant dans les interactions dans les commerces, est un représentant d'une « Institution »⁸⁶. Dans le cadre de notre analyse, il s'agit de l'Entreprise⁸⁶.

3.Des activités de vente

Le *Petit Robert* définit l'activité de commerce comme « **une opération, une activité d'achat et de revente d'un produit, d'une valeur** ». Il s'agit donc de la vente de produits matériels, telle que la vente dans une boulangerie, une boucherie, etc. L'activité de service se définit par l'action de servir. C'est une « **activité ayant pour objet de fournir des biens immatériels contre paiement (prestation de service)** » (*Petit Robert*). Il peut s'agir d'une activité d'utilité publique comme la mairie, la poste. Ainsi, vendre des timbres ou faire un certificat de naissance relève du service et non du commerce.

Dans nos entreprises, même si le but des appels n'est pas systématiquement d'aboutir à une transaction commerciale (il y a de nombreux appels passés pour des demandes de renseignements), ces entreprises vivent bien du commerce, c'est-à-dire de

⁸⁶ Nous avons vu dans notre première partie que Thuderoz définissait l'Entreprise comme une Institution.

la vente de biens matériels. Dans l'entreprise Artisans, le but des appels est en règle générale une demande de renseignement, de prix ou de rendez-vous, ou encore une demande de devis, et plus rarement, une commande par téléphone. Dans l'entreprise Fournisseurs, artisans eux aussi, mais à plus grande échelle, les clients, par téléphone, demandent avant tout des renseignements, mais commandent aussi des produits. Dans l'entreprise Transporteurs, la secrétaire vend les transports par téléphone (les clients ne se déplacent pas, puisqu'ils sont la plupart du temps à l'autre bout de la France ou à l'étranger). Elle donne aussi beaucoup d'informations par téléphone. Enfin, les conseillères du cabinet Assureurs passent une partie de leur temps à donner des renseignements par téléphone (les éventuels clients font marcher la concurrence). Elles vendent éventuellement des contrats par téléphone. Peut-on parler de bien matériel quand on parle de contrat d'assurance ? Dans un sens, le contrat d'assurance a un caractère immatériel puisque ce document assure le client bénéficiaire de certains dommages qui *pourraient* lui arriver et celui-ci ne sait jamais vraiment à l'avance comment il sera assuré. Toutefois, le bénéficiaire paie pour ce contrat, toutes les assurances ne sont pas les mêmes et ne pratiquent pas les mêmes prix, il s'agit donc bien de commerce. Dans chacune de ces entreprises, nous retrouvons certaines caractéristiques communes. Mis à part la complémentarité des places, ainsi que leur finalité externe, dont nous avons déjà parlé, le script dans les interactions commerciales est à peu près identique :

L'interaction dans les commerces se déroule de façon répétitive, ce qui permet d'en dégager un script précis, c'est-à-dire, une séquence d'actions qui s'enchaînent de façon pré-déterminée, dans une situation bien connue (Traverso, 1999 : 87).

Ce script est connu par les deux participants, mais de façon inégale (le vendeur est l'expert), ce qui entraîne parfois des zones de flottement en ouverture de l'interaction⁸⁷. Malgré ces zones de flottement, l'existence et la connaissance du script permettent avant tout une économie de temps et de discours. Le client et le vendeur savent tous deux pourquoi ils sont là. De plus, dans chacune de ces entreprises, nous pouvons remarquer que l'accent est mis sur ce que nous pouvons appeler « l'orientation-client », terme emprunté à Benghozi (1998)⁸⁸. Que ces clients soient des entreprises ou des particuliers, que ce soient des clients potentiels (qui n'appellent en général, à ce stade, que pour avoir des informations), ou de véritables clients (qui ont des échanges commerciaux avec l'entreprise), les entreprises donnent une grande importance à leur relation avec le client. En effet, la relation unissant les protagonistes n'est plus seulement une relation commerciale, de type transactionnel. Leur relation ne se limite pas à l'échange d'un bien, mais elle s'est transformée, au fil du temps et des évolutions technologiques, en une relation de service : information, maintenance, accueil, service après-vente, etc. Il est probable que cette évolution des relations entre clients et entreprises (surtout dans le bâtiment) soit notamment due au développement des grandes

⁸⁷ Nous en parlerons précisément dans la partie suivante.

⁸⁸ L'orientation-client « traduit ensuite une évolution des transactions qui ne se réduisent plus à l'échange d'un bien mais se transforment en relation de service : information, maintenance, accueil, adaptation ou service après-vente font désormais partie intégrante de ces transactions », Benghozi, 1998 : 16.

surfaces spécialisées dans le bricolage et à l'explosion des ventes de matériaux du bâtiment dans ces magasins. Le client trouve de plus en plus facilement dans ces grandes surfaces des biens et services que les petites entreprises du bâtiment vendent aussi (verres, miroirs, stores, etc.). Mais il trouve en plus, dans ces grandes surfaces, un interlocuteur très présent : service après-vente et dépannage 24 heures sur 24, ouvert, donc présent, le samedi et certains jours fériés, des avantages financiers (crédits, promotions, etc.)... Le client de la société actuelle est donc aujourd'hui habitué à trouver rapidement et facilement un bien, un service, ce qui pousse les TPE et PME à s'adapter, bien que le problème des délais (toujours trop longs pour les clients) reste difficile à résoudre pour ces entreprises qui n'ont que très peu de stocks.

Ainsi, dans l'extrait suivant, issu du corpus Artisans (Interaction 8, 1999), une cliente potentielle appelle pour une requête un peu spéciale, étant donné qu'elle a acheté la matière dans une grande surface et qu'elle veut des renseignements concernant l'installation.

32C et euh . j'voulais savoir si vous nous le poseriez .. si on s'procure en fait le Plexiglas si vous nous l'poseriez

(...)

35S hein c'est pas pour juste juste vous l'poser oui euh oui faut il faudrait évaluer la pose (...) pa'ce que l'Plexiglas vous vous l'procuriez autrement ↑

(...)

38C =oui c'est ça oui pa'ce nous c'est vrai qu'on s'y connaît pas trop en en plexi savoir comment c'est posé quoi

(...)

54C oui pa'ce qu'au départ on voulait l'faire nous-mêmes mais disons que (soupir) vu qu'on s'y connaît pas trop ç'aurait été un peu du n'importe quoi

La cliente explique donc ici qu'elle s'est fournie elle-même le matériel nécessaire, probablement à un prix plus bas que dans la petite entreprise, mais ne sachant pas l'installer toute seule, et n'ayant pas les compétences nécessaires (« on s'y connaît pas trop »), elle doit faire appel à un spécialiste. Son comportement est un acte « menaçant » pour la secrétaire et l'entreprise, puisque cela signifie que leurs produits sont forcément plus chers qu'en grande surface mais que leur savoir-faire est nécessaire au client. Les artisans ne peuvent qu'accepter ce type de requête puisqu'il est de plus en plus courant.

Nous allons maintenant voir comment se déroule une interaction entre client et secrétaire, et entre secrétaire et autre employé de l'entreprise. Nous décrivons chaque étape de l'interaction, de l'ouverture du canal aux salutations finales, la formulation de la requête sera toutefois décrite et analysée dans notre quatrième partie (chapitre 10).

Chapitre 5 : Le script des interactions

1. Script des interactions externes

Les interactions téléphoniques dans les entreprises de nos corpus se déroulent de façon plus ou moins répétitive (avec quelques variations), ce qui permet d'en dégager un script, c'est-à-dire « **une séquence d'actions qui s'enchaînent de façon pré-déterminée, dans une situation bien connue** » (Traverso, 1999 : 87).

Dans les interactions institutionnelles, certains paramètres sont plus ou moins précontraints, tels que le thème, le temps de l'interaction, la structuration générale de l'interaction, ce qui permet de distinguer ces interactions des interactions conversationnelles. La nature professionnelle de ces interactions oriente entièrement l'interaction (Requête – Réalisation de la requête, recherche de l'accord). Widmer cite l'exemple des interactions administratives qui ressemblent aux interactions professionnelles de nos corpus, du moins pour cette caractéristique :

Les interactions administratives ne sont pas guidées par le plaisir d'être ensemble, du moins dans ce qui les rend précisément administratives. Ces interactions sont produites en tant qu'activités dans un système autonome et non comme activités dans des relations seulement. (1991 : 41-42).

L'interaction est encadrée par deux séquences démarcatives, à fonction d'ouverture et de clôture, mais « **ces séquences liminaires ne sont pas toujours réalisées, et il arrive que l'échange communicatif démarre in medias res, ou qu'il s'achève ex abrupto** » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 216). Le schéma global de la plupart des interactions est le suivant :

- Séquence d'ouverture
- Corps de l'interaction (comportant un certain nombre de séquences)
- Séquence de clôture

Les deux séquences encadrantes sont fortement ritualisées, ce qui signifie que leur structure est fortement stéréotypée (en plus d'avoir une fonction principalement relationnelle), contrairement à la structure du corps de l'interaction. Toutefois, dans des interactions de travail, le corps de l'interaction se déroule lui aussi selon une structure plutôt stable d'une interaction à l'autre, ce qui va nous permettre d'établir le script de l'interaction.

1.1. Séquence d'ouverture

L'une des fonctions de la séquence d'ouverture est de rendre possible l'échange, de l'amorcer, et plus précisément « d'assurer l'ouverture du canal, établir le contact physique et psychologique, faire connaissance avec l'autre ou manifester sa reconnaissance de l'autre, "donner le ton" (...) » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 221). Le bon déroulement de cette séquence est fondamental pour la suite de l'interaction, d'autant plus que l'interaction téléphonique reste avant tout une intrusion territoriale, même dans le cadre d'interactions de travail⁸⁹. C'est pourquoi l'appelant

s'efforcera dès l'ouverture de la rencontre de manifester une certaine

"réparation" qui, selon la réplique de l'interlocuteur, lui permettra soit de poursuivre ou de s'engager longuement (...), soit d'être bref (...) » (De Salins, 1988 : 101).

Nous pouvons faire ici le parallèle entre l'appel téléphonique (professionnel) et la visite. En effet, tout comme dans le cas d'une visite non improvisée, un accord préalable a été passé entre les interactants dans l'appel téléphonique professionnel. Mais des menaces pèsent toutefois, liées à « **la tension inhérente à l'arrivée sur le territoire d'autrui (...), conduisant le visiteur à émettre quelques interventions d'apaisement** » (Traverso, 1996 : 53). Le fait que l'un des interactants pénètre sur le territoire de l'autre va le pousser à développer des stratégies visant à minimiser les éventuelles menaces (formulation d'actes minimisateurs comme l'excuse, la justification, etc. et l'évitement d'actes menaçants), et ce, même si les deux participants sont liés par un accord préalable.

1.1.1.L'ouverture du canal

L'ouverture du canal se fait, dans les conversations familières, par un simple « allô », et dans les interactions de travail, par l'annonce de l'identité de l'entreprise. Cette intervention est la réponse à la sonnerie de téléphone, sonnerie et réponse constituent la première paire adjacente de la séquence d'ouverture.

Dans nos différents corpus, la plupart des secrétaires répondent à la sommation que constitue la sonnerie de téléphone en donnant l'identité de l'entreprise, ces formules d'identification ritualisées faisant fonction de signal d'ouverture du canal (le « allô » est alors supprimé).

Transporteurs : « Transports B. bonjour ↑ »

Assureurs : « Cabinet B. T. bonjour ↑ »

Fournisseurs : T. Lyon bonjour ↑ »

Une des secrétaires (entreprise Artisans) répond toutefois à cette sommation par « allô », comme dans les conversations familières. Sa décision de ne pas s'identifier automatiquement a des conséquences interactionnelles. En effet, l'appelé n'est pas orienté vers un cadre institutionnel quand il répond à la sonnerie, c'est l'appelant qui s'oriente alors vers un cadre interactionnel, en proposant une identité pour l'entreprise appelée.

Interaction 6, corpus Artisans (99)

1S allô

2C oui [bonjour madame

3S [bonjour madame

4C je suis bien chez P. ↑

5S oui c'est ça bonjour madame

Interaction 10, corpus Fournisseurs

⁸⁹ La secrétaire a d'autres fonctions au sein de l'entreprise, et le client sait qu'il peut la « déranger » au cours de son travail. Nous aurons l'occasion d'en reparler au cours de ce travail.

1L T. Lyon bonjour

2C oui bonjour c'est XY

Dans les ouvertures des interactions du corpus Artisans, l'appelant, même s'il reconnaît la voix de la secrétaire, va en général vérifier qu'il s'agit bien de l'entreprise demandée, et non d'un individu lambda.

Interaction 4 (corpus 97)

1S allô

2C allô ↑

3S [oui

4C [oui

5S oui bonjour monsieur entreprise P.

6C .. ah bon excusez-moi j'me suis trompé

Dans cette interaction, l'appelant s'est trompé de numéro de téléphone, l'ouverture du canal par la secrétaire l'induit en erreur, et il ne s'en rend pas compte immédiatement, ce qui aurait été évité si la secrétaire s'était identifiée la première. Cette première intervention de la secrétaire est primordiale dans les interactions professionnelles de commerce. C'est cette intervention qui va montrer à l'appelant que l'appelé est prêt à l'écouter, et à prendre en compte sa requête.

1.1.2. Identification / Reconnaissance des locuteurs

En face à face, l'identification et/ ou la reconnaissance par le locuteur de son interlocuteur est accomplie par la vision de l'autre. Au téléphone, la reconnaissance est une condition pour le début de l'interaction, mais ne peut être accomplie visuellement. Cette séquence d'identification, de reconnaissance se déroule après la paire adjacente « appel – réponse » (sonnerie – ouverture du canal), et dans la même intervention que les salutations, ou bien, après celles-ci :

Dans les séquences d'ouverture au téléphone, l'échange de salutations se coordonne avec les procédures de reconnaissance des locuteurs (présentation adresse et requête d'interlocuteur) (Conein, 1987 : 146).

La reconnaissance peut se dérouler sous différentes formes :

- La reconnaissance se fait par des salutations (*greetings terms*), c'est-à-dire que les interactants se reconnaissent lors de l'échange des salutations, soit par la voix, soit par leur façon de saluer ;
- La reconnaissance de l'appelé se fait par adresse de l'appelant sous la forme d'un terme d'adresse (un nom, un surnom), terme d'adresse prenant une forme interrogative : « madame P. ? », une forme assertive ou exclamative ;
- La reconnaissance se fait par l'auto-identification par l'appelé, qui renvoie ainsi une identification à l'appelant (« je suis l'entreprise X » - « donc vous êtes client »), etc.

L'identification de l'appelant, ici du client, n'est pas obligatoire dans les interactions de

travail, alors que celle de l'appelé, ici le professionnel (secrétaire, patron, autre employé) est fortement conseillée, si ce n'est obligatoire. En effet, il est courant que le professionnel **affiche d'emblée son appartenance institutionnelle (« CAF Touraine bonjour... »), l'utilisateur expose son problème le plus souvent de manière anonyme, mobilisant un « je » qui a moins fonction d'assurer une réelle identification que d'engager de manière neutre ce qui va suivre et de minimiser la requête (« j'aurais voulu un sim euh un simple renseignement... », « j'avais une p'tite chose à vous demander... ») (Weller, 1997 : 136).**

En fait, tout dépend de la nature de la requête qui va suivre. Certaines requêtes vont nécessiter l'identification de l'appelant, alors que d'autres pourront être réalisées sans identification préalable de l'appelant (celle de l'appelé suffit). Et chacun des locuteurs peut décider de la nécessité de l'identification. C'est-à-dire que le client ou client potentiel qui appelle l'entreprise commence par décider lui-même s'il est nécessaire qu'il se présente. S'il décide de se présenter, il commence ainsi par situer son

motif dans un passé, souvent un passé connu des deux (participants). Ils font donc appel explicitement à la mémoire de l'appelé. Le motif de l'appel est ainsi ancré dans une relation personnelle (Widmer, 1991 : 48).

C'est donc bien, entre autre, la nature de la requête qui va faire que l'appelant se présente ou pas. Il n'estimera pas nécessaire de s'identifier pour différentes raisons :

a) La secrétaire peut reconnaître la voix de son interlocuteur si c'est une personne qui appelle régulièrement. L'appelant le sait, et suppose donc qu'il sera reconnu sans qu'il ait à se présenter. Ce type de reconnaissance est un acte valorisant pour la face positive de l'appelant. En effet, être reconnu par la secrétaire ou tout commerçant (ceci est aussi valable pour tout type de commerce) indique que la secrétaire/ le commerçant se souvient de nous, et c'est encore plus valorisant en l'absence du canal visuel puisque la reconnaissance se fait alors uniquement par le biais de la voix. Par contre, on peut imaginer réciproquement combien la non reconnaissance par la voix peut être un acte menaçant quand l'appelant s'attend à être reconnu(e)...

Interaction 12 (Fournisseurs)

1L T. Lyon bonjour

2C oui salut Lisbeth

3C oui bonjour Laurence

Il y a donc bien reconnaissance mutuelle par la voix, reconnaissance perceptuelle, qui montre une certaine familiarité de la relation, et qui les exempte d'auto-identifications.

b) L'appelant appelle pour la première fois⁹⁰, mais son identité n'est pas pertinente pour la réalisation de la requête (demande d'un renseignement tel qu'un prix), il ne se présente donc pas.

Interaction 12, corpus Artisans (99)

1S allô

⁹⁰ Voir Palisse, 1997 : 53-56, 1998 : 14-18.

2C c'est la maison P. ↑

3S oui bonjour madame

4C bonjour madame . je voudrais avoir un devis s'il vous plaît

Interaction 3 (Artisans, 2000)

1S allô

2C oui bonjour madame

3S oui bonjour entreprise P oui

4C .. oui . j'aurais aimé savoir si vous faisiez des découpes de Plexiglas

Dans ces deux exemples, la requête du client est une demande d'information, ni lui, ni la secrétaire n'estiment nécessaire l'identification du client. Par contre, l'identification de l'appelant, client ou client potentiel, est nécessaire dans d'autres situations, et peut être verbalisée de différentes façons.

Schegloff nomme le premier type de modalité pour se reconnaître verbalement « présentation », ou « auto-identification ». Cette présentation de l'appelant se fait en règle générale sous la forme : « C'est + Prénom et/ ou Nom », qui peut être modifiée, dans les interactions de travail en l'annonce suivante : « Prénom et/ ou Nom et/ ou Lieu » (lieu ou se situe l'entreprise, lieu de vie du client) ou un autre élément permettant de le situer vis à vis de l'entreprise qu'il appelle. En effet, la présentation se fait ici dans un cadre institutionnel, elle sera donc la plus pertinente possible, compte tenu de la situation.

Interaction 5, corpus Artisans (99)

1S allô ↑

2C c'est madame P. ↑

3S oui bonjour madame

4C bonjour c'est Béatrice (inaudible), Béatrice X. de B.

5S oui bonjour

Interaction 35, corpus Fournisseurs

1M T. Lyon bonjour ↑

2C oui bonjour MVS x. ↑

3M oui

4C j'aurais besoin d'un développé

5M .. j'veais voir ça . voilà j'vous écoute

Interaction 10 2C oui bonjour c'est L. Villefranche

Interaction 23 2C oui bonjour Jean-Paul P. à Toulouse

Interaction 33 2C . bonjour euh D. en Côte d'Or

La secrétaire appelée peut, elle aussi, estimer qu'il est nécessaire que l'appelé se présente alors qu'il ne l'a pas fait. Schegloff parle alors d'identification par l'appelé de

l'appelant, sous forme interrogative (« Prénom/ Nom ? ») ou sous forme déclarative (« Prénom Nom ! »). L'appelé, dans notre cas, la secrétaire, peut aussi demander explicitement à son interlocuteur de se présenter (« de la part de qui ? »). Elle le fera dans des situations précises :

Quand la requête de l'appelant est de parler au patron de l'entreprise, la secrétaire active son rôle de filtrage des appels. Comme nous le verrons dans notre partie sur les négociations, la secrétaire ne peut passer un appel à son supérieur sans savoir, d'abord, qui veut lui parler.

Interaction 5, Corpus Fournisseurs

1L T. Lyon bonjour ↑

2C oui↑ bonjour j'pourrais avoir monsieur M. s'il vous plaît↑

3L oui c'est de la part ↑

Interaction 7, corpus Assureurs

1S cabinet B. T. bonjour ↑

2C bonjour pourrais-je avoir monsieur T. Bernard s'il vous plaît

3S oui qui dois-je annoncer monsieur

Quand l'identification de l'appelant est nécessaire pour la suite de l'interaction, précisément pour la réalisation de la requête.

Interaction 6 (Fournisseurs)

2C oui bonjour j'vous appelle à propos d'une commande là euh . que j'ai passé hier j'voulais savoir si c'était dispo

3L oui vous êtes [quelle société ↑

L'absence de présentation de la part de l'appelant quand celle-ci est nécessaire est tout de même assez rare. Le nom de la personne n'est pas forcément pertinent, mais la plupart du temps, c'est ce à quoi ce nom renvoie, son « dossier », qui sera utile pour la secrétaire. La présentation du client peut donc être minimale (il ne peut que donner son statut, son numéro de dossier, etc.) ou maximale (il peut donner en plus de ces informations son nom et d'autres informations éventuellement pertinentes).

Interaction 8 (Artisans, 99)

3S bonjour madame entreprise P. oui

4C oui j'appelle à propos d'un d'un devis (inaudible) dernièrement

5S oui

6C pour des:: des vérandas enfin fermetures de loggias

7S oui vous pouvez m'donner l'numéro du devis

(...) 13S vous êtes madame↑ ... vous pouvez m'rapp'ler votre nom s'il vous plaît

Pour résumer, en ce qui concerne l'identification de l'appelant (la secrétaire se présentant de façon systématique dans trois corpus), il y a donc trois possibilités

actualisées dans nos interactions :

(1) Le client ne se présente pas, estimant que ce n'est pas utile, soit parce qu'il sera reconnu par la voix, soit parce qu'il estime que ce n'est pas pertinent pour la suite de l'interaction (et la secrétaire ne lui demande pas pour la même raison) ;

(2) Le client ne se présente pas, mais la secrétaire lui demande de s'identifier, pour pouvoir poursuivre l'interaction ;

(3) Le client se présente par son nom, voire par d'autres indices potentiellement pertinents dans ce contexte.

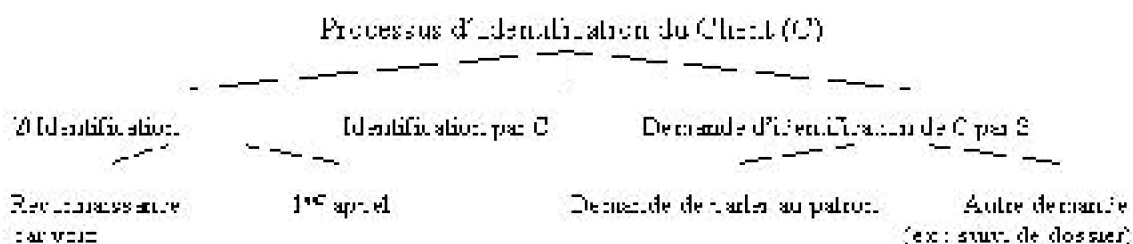


Figure 6 : Processus d'identification du client

Nous avons choisi de distinguer clairement identification spontanée de la part du client et identification du client sur demande de la secrétaire, étant donné qu'elles ne se situent pas dans le même échange. Nous représenterons le type d'identification pour chaque corpus sous forme de tableau afin d'avoir un point de vue global sur ce phénomène.

(1) Corpus Fournisseurs (PME)

Figure 7 : Identification du client dans l'entreprise Fournisseurs

Figure 7 : Identification du client dans l'entreprise Fournisseurs		Auto-identification de C	Demande d'identification de C par S
Ø Identification du Client			
Reconnaissance par Voix	Ø Identification		
2,38 %	0 %	92,86 %	4,76 %

Nous pouvons remarquer que, dans ce corpus, les reconnaissances par la voix sont très rares (une occurrence sur 42⁹¹) alors que l'auto-identification est quasi systématique.

(2) Corpus Transporteurs (PME)

Figure 8 : Identification du client dans l'entreprise Transporteurs

Figure 8 : Identification du client dans l'entreprise Transporteurs	Présentation de C	Demande d'identification de C par S

⁹¹ Nous n'avons toutefois pas tenu compte des appels internes.

Ø Identification du Client			
Reconnaissance par Voix	Ø Identification		
6,52 %	13,04 %	80,44 %	0 %

Nous remarquons que, dans ce corpus, le nombre d'auto-identifications a augmenté par rapport à l'autre corpus, et tout comme le nombre de reconnaissance par la voix (pourcentage à relativiser toutefois, étant donné qu'il correspond à trois occurrences sur 46 interactions, ce qui reste donc encore peu, même si ceci peut être un signe d'une certaine proximité, sur l'axe horizontal, des locuteurs).

(3) Corpus Artisans (TPE)

Figure 9 : Identification du client dans l'entreprise Artisans

Figure 9 : Identification du client dans l'entreprise Artisans		Présentation de C	Demande d'identification de C par S
Ø Identification du Client			
Reconnaissance par Voix	Ø Identification		
3,85 %	26,92 %	69,23 %	0 %

C'est le corpus où nous avons relevé le plus d'absence d'identification de la part de l'appelant, ceci étant lié au fait que, dans ce corpus, un nombre important d'appelants sont des clients éventuels, qui appellent dans le but de demander un renseignement (prix, délai, etc.).

(4) Corpus Assureurs

Figure 10 : Identification du client dans le cabinet Assureurs

Figure 10 : Identification du client dans le cabinet Assureurs		Présentation de C	Demande d'identification de C par S
Ø Identification du Client			
Reconnaissance par Voix	Ø Identification		
0 %	4,35 %	78,26 %	17,39 %

Pour finir, le corpus Assureurs est le corpus qui comporte le plus de demandes d'identification de la part de la secrétaire, toutes répondant à une demande de parler au patron de la part du client.

Pour conclure, nous pouvons donc dire que les clients qui appellent régulièrement l'entreprise semblent connaître assez bien le déroulement d'une interaction dans cette entreprise. Les présentations sont alors nécessaires puisque les locuteurs ne peuvent se servir du canal visuel, ce qui « rend plus complexe l'activité de reconnaissance des conversants » (Conein, 1987 : 153). Elles sont donc très courantes dans les situations où le client a déjà appelé (et même si elles ne sont pas forcément nécessaires) et les cas

d'absence de présentation sont des cas souvent particuliers (reconnaissance perceptuelle de la voix grâce à un degré de familiarité plus important entre les locuteurs).

1.1.3. Salutations d'ouverture

Nous avons vu avec les exemples cités précédemment que les procédures de reconnaissance des locuteurs se combinent la plupart du temps avec l'échange de salutations.

L'échange des noms ou des identités en début de conversation entretient des rapports étroits avec la salutation, et la reconnaissance mutuelle des locuteurs par l'échange des prénoms ou des noms semble parfois se confondre avec l'acte même de salutation (Conein, 1987 : 146).

La majorité des séquences d'ouverture se déroule selon le schéma suivant :

Secrétaire - Présentation – Salutation

Client - Salutation – Présentation

Dans le corpus Fournisseurs par exemple, ce schéma est actualisé dans 61% des interactions :

Interaction 3 1L T. Lyon bonjour ↑

2C oui bonjour société . Concept à l'appareil

Interaction 9 1L T. Lyon bonjour ↑

2C bonjour entreprise X

(1) C'est ce que Schegloff (1986) appelle un format avec entrelacement (*interlocking organization*), dans lequel « les séquences n'ont plus de fonction spécialisée puisque un tour de parole peut accomplir plusieurs tâches à la fois (la salutation se combine avec l'échange des noms) » (Conein, 1987 : 150) : salutation + présentation, ou salutation + adresse identificatrice. La présentation ou l'adresse identificatrice est en quelque sorte insérée dans la séquence de salutation, ce qui implique le renvoi de la salutation.

- Auto-identification (présentation)

Interaction 16-1L T. Lyon bonjour ↑

2C oui c'est Lisbeth ↑

3L oui

4C oui **c'est monsieur D.**

- Adresse identificatrice

Interaction 12-1L T. Lyon bonjour ↑

2C oui salut Lisbeth

3L oui bonjour Laurence

Ainsi, deux tâches sont accomplies dans le même tour de parole, la salutation et la présentation, la salutation ne suffisant pas, dans ce contexte professionnel, à la reconnaissance mutuelle.

(2) L'ouverture peut se dérouler dans un ordre différent, avec un autre placement des salutations. C'est ce que Schegloff définit comme un format *sériel*, dans lequel « chaque tâche spécifique à l'ouverture est accomplie séparément selon un ordre séquentiel (la salutation est précédée par les présentations) » (Conein, 1987 : 150).

Interaction 17 (Fournisseurs)

1L T. Lyon bonjour ↑

2C Lisbeth ↑

3L oui

4C bonjou:r c'est Benoît

Interaction 20

1M T. bonjour ↑

2C . oui Martine ↑

3M oui

4C oui c'est Jean-Luc F. là bonjour

5M oui rebonjour

Conein fait remarquer que la présentation précède la salutation, ce qui n'est pas toujours le cas dans les interactions de nos entreprises, et qui, pourtant, peut paraître plus poli (on salue même si ce n'est pas la personne à laquelle on veut parler).

Interaction 4

1L T. Lyon bonjour ↑

2C bonjour c'est Martine ↑

3L non c'est Lisbeth

4C euh:: . c'est Martine X (rire)

Dans les deux cas, après cet échange de salutations et de présentations, il peut y avoir une réitération de la salutation, qui a pour fonction de manifester le fait que la reconnaissance mutuelle est achevée : « je vous ai bien reconnu » accompagné d'une salutation plus personnelle que rituelle. Dans ce cas, la salutation 2 retrouve une véritable valeur de salutation.

Interaction 32 (Fournisseurs)

1M T. bonjour ↑

2C oui: bonjour Jean-Pierre X

3M oui bonjour

Interaction 5 (Artisans, 99)

1S allô ↑

2C c'est madame P. ↑

3S **oui bonjour** madame

4C bonjour c'est ...

5S **oui bonjour**

Interaction 6

1S allô ↑

2C oui [**bonjour** madame

3S [**bonjour** madame

4C je suis bien chez P. ↑

5S oui c'est ça **bonjour** madame

6C **bonjour** madame ...

Ces échanges de salutations restent toutefois assez rares et sont attestés principalement dans le corpus Artisans, dans lequel, nous l'avons vu, la séquence d'ouverture est tronquée, puisqu'il manque la présentation de l'entreprise par la secrétaire (ceci décale en quelque sorte les interventions suivantes). Dans les autres corpus, cette redondance des salutations est plutôt rare. De la même façon, les salutations complémentaires sont peu utilisées par les interactants de nos entreprises. Ainsi, contrairement aux interactions familières dans lesquelles « les salutations complémentaires sont systématiquement présentes » (Traverso, 1996 : 73), elles sont quasi absentes des interactions professionnelles, excepté la question sur la santé, aussi appelée « question-de-salutation », « ça va ? ».

Interaction 16 (Fournisseurs)

4C oui c'est monsieur D.

5S oui

6C ça va ↑

7S oui

Interaction 29

6C =Martine oui

7S oui ça va ↑

8C ça va dis-moi ...

Mais nous n'en parlerons pas plus ici puisque nous décrivons en détail l'utilisation de cette question-de-salutation dans notre partie sur les identités sexuelles (avec les différences entre hommes et femmes dans l'utilisation de cette formule rituelle).

Nous schématiserons les différents scripts possibles dans l'ouverture de l'interaction des deux façons suivantes :

Format avec entrelacement, principalement quand le client souhaite parler à une personne en particulier :

- Présentation – Salutation
- Identification

- Réponse

- Présentation – Salutation

(+ Salutation complémentaire)

Format sériel, quand il ne désire pas parler à une personne en particulier :

- Présentation – Salutation

- Salutation – Présentation (+ Requête)

1.2. Corps de l'interaction

Après la séquence d'ouverture consacrée à l'ouverture du canal et la reconnaissance mutuelle, les interactants vont entrer dans le vif du sujet, c'est-à-dire que l'appelant va formuler sa requête.

Le thème ne s'introduit ni d'un seul coup ni une fois pour toutes dans le discours. Les interlocuteurs arrivent habituellement à la "anchor position" (Schegloff, 1986) conjointement et après avoir ratifié réciproquement leur statut d'interactants selon différentes modalités possibles (Berthoud & Mondada, 1995 : 282).

Cet échange est un échange « charnière », marquant le passage de la reconnaissance mutuelle à l'interaction proprement dite. En effet, la requête de l'appelant, qui peut être de différents types, peut donc être plus ou moins menaçante. Une demande de prix sera moins menaçante qu'une réclamation, le client adaptera donc la formulation de sa requête à la nature de celle-ci. Il adoucira plus ou moins sa requête par des minimisateurs, alors que de son côté, l'appelé est celui qui, devant parer à toutes les éventualités, devra avoir réponse à tout. La secrétaire a, elle aussi, un travail de face à produire (*face work*), afin de ne pas avoir un comportement menaçant vis à vis du client (ne pas montrer que l'appel la dérange, que le patron ne veut pas parler à ce client, etc.). Le travail de la secrétaire se rapproche ici de celui de l'agent d'accueil : « ***Quand le client entre, l'agent est toujours tourné vers lui, dans une attitude ouverte qui ne laisse aucun doute sur sa disponibilité*** » (Lacoste, 1995 : 12), d'autant plus que « ***l'agent d'accueil est celui sur qui retombent les erreurs, les incohérences, les contradictions que connaît toute l'organisation*** » (ibid. : 19). Même si l'un des rôles de la secrétaire est de répondre au téléphone et aux requêtes des clients, celle-ci est sans cesse en situation de stress éventuel, ou tout simplement, investie dans une autre tâche, au moment où le client l'appelle pour une autre requête. C'est pour ces raisons que ce passage de la séquence d'ouverture à celui du corps de l'interaction (la réalisation de la requête) est un échange charnière, délicat, lors duquel chaque interactant va utiliser les ressources de la politesse linguistique à sa disposition pour ménager les faces de l'autre, et protéger les siennes.

C'est ce que nous décrivons dans notre dernière partie (Partie 4), consacrée à l'analyse de la requête (et des négociations).

1.3. Séquence de clôture

La séquence de clôture est une séquence délicate car « elle marque le passage de la communauté à l'isolement » (Traverso, 1996 : 75). Les interactants tentent de « quitter »

l'interaction sans offenser l'autre, ni perdre soi-même la face. De plus, la séquence est en quelque sorte, dans les interactions de travail, la dernière « image » que le client gardera de l'interaction. Si la séquence de clôture est bâclée, le client ne gardera pas forcément un bon souvenir de l'entreprise et ne rappellera pas : son enjeu est « ici la poursuite, non plus de l'interaction (puisqu'elle est entrain de s'achever), mais de l'histoire conversationnelle » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 222).

Dans les conversations familières, les interactants ont une vision plutôt négative de la clôture, ce qui les amène à prolonger cette séquence par différents actes, comme la relance de certains thèmes abordés durant la conversation, ou de nouveaux thèmes, ou encore comme la présentation de souhaits, de remerciements, etc.⁹². En effet, « clore une conversation, c'est admettre la rupture même provisoire d'une relation puisque c'est le langage, la conversation qui constitue l'assise des relations sociales » (André-Larochebouvy, 1984 : 106). Dans les interactions de travail, les choses sont un peu différentes puisque ces interactions ont lieu dans un but externe à celles-ci, la formulation (et la réalisation) d'une requête. C'est ce but qui a permis de mettre en relation les deux interactants, et une fois celui-ci réalisé, il n'y a aucune raison pour qu'ils poursuivent l'interaction. Toutefois, la plupart des interactions de travail ne sont pas des interactions « uniques ». Les clients sont, en règle générale, en contact avec la secrétaire plusieurs fois, même dans le cas de la formulation et la réalisation d'une seule requête (par exemple, dans l'entreprise Artisans : demande de renseignements, puis demande de devis, passage de la commande, prise de rendez-vous pour la pose, et éventuellement ensuite, « service après-vente »). La relation professionnelle tissée au fil des appels doit donc être préservée par chacun des participants, ce qui leur demande un minimum de *face work*. En effet, « une clôture trop rondement menée laisse supposer que l'on a hâte de partir, que l'on s'ennuie : elle est donc menaçante » (Traverso, 1996 : 81). La clôture, c'est-à-dire la suspension du système des tours de parole, ne se fait donc pas (sauf cas exceptionnel) de façon brutale. Schegloff et Sacks (1973), pour expliquer comment, à un certain moment, l'alternance des tours de parole s'interrompt, permettant la clôture, ont mis en évidence l'utilisation de « pré-clôtures » (*pre-closings*) « qui permettent aux interlocuteurs d'indiquer qu'ils s'orientent vers la clôture » (Traverso, 1999 : 32). Ces pré-clôtures sont constituées, selon les situations, de vœux (« bon week-end »), de remerciements, de projets (« à bientôt ») et sont suivies d'actes de clôture, les salutations finales. C'est ce que nous allons voir maintenant.

1.3.1. Les pré-clôtures

Ces pré-clôtures peuvent être de différentes sortes :

- Il peut s'agir d'un marqueur, tel que « bon », « bien », « d'accord », pouvant être réitéré, combiné à d'autres marqueurs, quand l'un des interactants a vraiment envie de clore alors que l'autre n'y prête pas attention (à moins qu'il ne veuille pas clore) :

The kind of pre-closing we have in mind takes one of the following forms, « well... », « OK... », « So-oo », etc. –with downward intonation contours-

⁹² Voir Traverso, 1996 : 75-88.

these forms constituting the entire utterance (Schegloff & Sacks, 1973 : 303).

- Une justification montrant la nécessité de clore (« j'ai un rendez-vous », « j'ai un deuxième appel », etc.).
- Une reformulation d'un thème abordé au cours de l'interaction, une récapitulation, synthèse de ce qui s'est dit d'essentiel et que les locuteurs ne doivent pas oublier. L'aboutissement à un accord nécessite la reformulation, afin d'être sûr que chaque locuteur retient la même information. La récapitulation des informations est même recommandée par les manuels de formation, à chaque étape importante de l'interaction, et surtout en clôture (« après avoir présenté une information dense ») :

La préoccupation de communiquer une information exhaustive à son interlocuteur impose, en cours d'entretien téléphonique, la contrainte de la reformulation : hors de la présence physique de celui à qui l'on parle, on est amené, après avoir présenté une information dense, à la synthétiser, parfois même à la formuler autrement (Module de formation Assureurs, voir annexe 3).

Les pré-clôtures sont en général initiées par la secrétaire, surtout quand les appelants sont des particuliers. Ceux-ci ont en effet tendance à s'attarder sur des détails non pertinents pour la secrétaire, à répéter plusieurs fois la même chose, etc. La secrétaire, par ces marqueurs de pré-clôture, indique ainsi au client que la requête est réalisée, qu'elle a bien compris le message à faire passer, et que l'interaction peut ainsi se terminer. Elles sont formulées, pour être efficaces, à des points de transition, après des signaux de fin de tour, qui peuvent être de nature verbale (morphèmes connotant la clôture, comme « bon », « d'accord », « voilà », etc., expressions phatiques comme « hein », « non ? », etc.), ou de nature phonétique et prosodique (ralentissement de débit, pauses, etc.). Les pauses posent toutefois certains problèmes d'interprétation, étant donné que l'on peut rencontrer des pauses à l'intérieur des tours et qu'elles peuvent être interprétées, involontairement ou au contraire, volontairement, comme des moments de transition : « Ainsi, les pauses internes au tour (...) risquent-elles d'être traitées par L 2, de bonne ou de mauvaise foi, comme des places transitionnelles » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 166).

Il n'y a, en général, pas de « raté » dans la clôture, c'est-à-dire de séquence de clôture dans laquelle l'un des locuteurs tente à tout prix de clore alors que l'autre relance, ignorant ces signaux. Et si c'est le cas, la secrétaire ne peut qu'attendre l'accord de son client pour clore l'interaction, et ce, pour paraître le moins menaçante possible (même si une autre ligne sonne simultanément, un client patiente dans son bureau, etc.). Ainsi, dans l'interaction 1 du corpus Fournisseurs, malgré de nombreux marqueurs de pré-clôture de la part de la secrétaire, et son désir de conclure, le client relance sur de nouveaux thèmes.

Interaction 1 34C bon d'accord vous débloquent aussi=

35L =d'accord

36C . euh: . **voilà**

37L **bon**=

38C =**bon** d'autre part ...

A l'annonce de la relance d'un nouveau thème par le client, la secrétaire fait la grimace⁹³, pensant qu'après ces signaux de clôture (« voilà », « bon »), l'interaction allait se terminer.

57L **voilà bon très bien** j'rajoute ça alors

58C **voilà** . euh d'autre part ...

Enfin, en 72, le client amorce lui-même la clôture :

70C donc lundi au plus tard ici

71L moui à peu près ouais

72C **d'accord bien** merci=

73L =**voilà** bonne journée

En ce qui concerne le temps écoulé entre le premier *pre-closing* et les salutations finales, il est variable selon le type d'interaction et la relation entre les locuteurs. Dans les conversations familiales, les échanges peuvent encore être longs entre le premier marqueur de clôture et la clôture proprement dite, contrairement aux interactions de travail, dans lesquelles cette séquence est en général beaucoup plus brève une fois la requête réalisée. Toutefois, elle peut être rallongée dans deux situations : si les locuteurs se connaissent, ils peuvent alors échanger, de façon plus personnelle, des vœux, des projets, ou relancer sur un thème. Ces thèmes plus personnels sont tout de même, en règle générale, plutôt abordés en séquence d'ouverture. Ensuite, si l'un des locuteurs refuse de clore, lorsque le moment proposé par l'autre ne lui convient pas :

Un nouveau thème de conversation peut être introduit après quasiment chacune des phases de la séquence : après la pré-clôture (auquel cas, pour fermer réellement la communication, il faut réitérer la pré-clôture jusqu'à ce qu'elle soit acceptée comme telle), et même après les salutations finales (Traverso, 1996 : 76).

C'est ce qui se passe dans l'interaction 2 du corpus Artisans 97, dans laquelle la cliente, madame W., ignore les marqueurs de pré-clôture formulés par la secrétaire, assez tôt dans l'interaction, parce que le moment ne lui convient pas (elle n'a pas dit tout ce qu'elle avait à dire)⁹⁴.

Dans l'entreprise Fournisseurs, les requêtes formulées par les clients sont souvent très précises : des demandes d'information sur les délais de leurs commandes, des demandes pour parler à un autre employé ou au patron, etc. Quand les clients veulent savoir ou en sont leur(s) commande(s), il leur suffit de donner le numéro de la ou des commandes en question, la secrétaire donne l'information, fait des modifications, etc. et le client peut conclure. La séquence de clôture se déroule donc très vite. Sur 49 interactions enregistrées, 38% n'ont pas été prises en compte car ce sont, soit des interactions sans clôture (l'appel a été passé à un autre employé, dans un autre bureau), soit des appels internes (nous les traiterons dans la partie suivante, mais nous pouvons déjà remarquer

⁹³ Relevée lors de l'enregistrement auquel j'assistais.

⁹⁴ Voir notre analyse de cette interaction dans notre partie sur les négociations.

que les séquences de clôture dans les appels externes sont similaires à celles des appels internes). Sur les 30 interactions restantes, environ 90% des interactions sont clôturées de façon quasi immédiate (de un à trois échanges entre l'accord final et la clôture).

Séquence de Clôture abrégée	Séquence de clôture avec relance ou récapitulation
90 %	10 %

Demande de parler à un autre employé : extrait de l'Interaction 7

10C ben: j'appellerai demain matin pa'ce que (inaudible)

11L ah bon d'accord et ben très bien

12C OK [bonne journée

13L [merci

14C au [r'voir

15L [au r'voir

Une fois la réponse donnée et l'accord établi, les interactants clôturent l'interaction en deux échanges : E 1 - Souhait – Remerciement

E 2 - Salutation finale – Salutation finale

Résolution d'un problème : extrait de l'Interaction 13

80C donc j'attends qu'vous me rappeliez

81L oui oui je vous rappelle

82C allez au r'voir

83L au r'voir

Requête concernant une commande : Interaction 30

64M j'vais le repasser en commande y a pas d'[problème

65C [d'accord

66M d'accord

67C merci

68M bah c'est noté=

69C =au r'voir

70M au r'voir

Interaction 35

21M .. 0224

22C d'accord merci beaucoup

23M j'vous en prie

24C [au r'voir

25M [au r'voir

Dans ces trois extraits d'interactions, les échanges ont une organisation linéaire à deux interventions, construits sur le modèle suivant :

- L 1 Verbalisation/ Rappel de l'accord
- L 2 Acceptation
- L 1 Remerciement
- L 2 Réponse (remerciement, ou minimisation du service)
- L 1 Salutation finale
- L 2 Renvoi de la salutation

L'échange des remerciements n'est pas systématique, nous pouvons voir qu'il peut soit être inexistant (I 13), soit être inséré dans une autre intervention (avec la verbalisation de l'accord, I 35).

Dans l'entreprise Transporteurs, la séquence de clôture se déroule encore plus vite. De nombreux appels sont aussi des demandes précises : des demandes de prix, des demandes de service (« avez-vous un camion pour tel pays ? »), ou pour parler au patron. La secrétaire détient une grande partie des informations, elle peut donc répondre rapidement à la demande du client, et la clôture se fait aussi très rapidement, que les locuteurs se connaissent (chauffeur et secrétaire par exemple), ou qu'ils ne se connaissent pas (client potentiel).

Séquence de Clôture abrégée (2 échanges)	Séquence de clôture avec relance ou récapitulation
97 %	3 %

Requête concernant un service : exemple issu de l'Interaction 5 (98)

75C oui et il faut que ça s'en va avant parce que (inaudible)

76S [oui bien sûr bien sûr

77C [OK ↑

78S [OK

79C d'accord [au r'voir merci au r'voir

80S [merci

Demande de parler au supérieur : Interaction 6

9S he's on telephon

10C OK [he telephon me it's important

11S OK

12C OK ↑

13S bye

14C bye bye

Requête pour un transport : Interaction 21

4C vous auriez un véhicule demain sur Anvers

5S sur . Anvers . non personne

6C OK merci

7S merci au [r'voir

8C [au r'voir

Nous retrouvons ici aussi plusieurs types d'échanges :

1) Dans l'interaction 6, un exemple type de l'échange formé de deux interventions (la première est initiative, la seconde, réactive) à organisation linéaire :

- L 1 OK a - L 2 OK a'

- L 1 bye b - L 2 bye b'

2) Dans l'interaction 21, nous avons un échange à deux interventions aussi, mais cette fois avec une organisation différente. L'échange est aussi un échange linéaire, mais avec une troncation, puisque, dans la même intervention, la secrétaire remercie le client pour l'appel et le salue, alors que le client ne répond qu'à la salutation.

L 1 Remerciement + Salutation a -----b

L 2 Salutation -b

Dans l'entreprise Artisans, les séquences de clôture ne se déroulent pas tout à fait de la même façon, ceci étant dû notamment au type de requête formulé par les clients. En effet, parmi les différentes requêtes que nous pouvons retrouver, il y en a de nombreuses qui concernent une visite du patron ou d'un employé chez le client (pour faire ensuite un devis), ou des demandes de service particulières. De plus, la secrétaire a l'habitude de récapituler l'accord qui a été passé entre son client et elle (le lieu, le jour, l'heure du rendez-vous, ou même le message qu'elle doit faire passer au patron (« dès qu'il revient, je lui dirais »). En effet, si la requête du client consistait à vouloir parler au patron, elle ne peut que promettre qu'elle le fera. Les chiffres sont donc moins tranchés que dans les séquences de clôture des autres entreprises, et nous allons voir que nous n'y trouvons pas les mêmes actes de clôture.

Séquence de Clôture abrégée (2 échanges)	Séquence de clôture avec relance ou récapitulation
54 %	46 %

Prise de rendez-vous avec le patron : Interaction 1 (corpus Artisans, 99)

45S **voilà et bien** écoutez c'est noté pour donc le mardi 23 16 heures

46C merci

47S de rien au r'voir [madame

48C [au r'voir

Interaction 6 119S **voilà et bien** on le marque pour 8 heures euh mer[credi 31

120C [mercredi bon ben très bien madame

121S au r'voir madame

122C merci au r'voir

Demande de service : Interaction 8

73S =**d'accord** bah écoutez je vais lui dire hein et pi euh::: i'verra ça avec vous alors hein

74C **d'accord**

75S **très bien**

76C j'vous remercie=

77S =au r'voir madame

78C au r'voir

Dans ce corpus, de nombreux échanges de clôture se déroulent comme le premier extrait (Interaction 1), c'est-à-dire en trois interventions, mais pas du type interventions initiative, réactive et évaluative. Le client remercie la secrétaire après qu'elle a récapitulé l'accord passé entre eux au cours de l'interaction. Celle-ci répond par une salutation finale, qui n'est pas forcément accompagnée d'une réponse au remerciement. Le client renvoie ensuite la salutation.

L 1 Remerciement L 1 a

L 2 (Réponse au remerciement) – Salutation L 2 (a') --- - b

L 1 Salutation L 1 - b'

S'il y a réponse au remerciement avant la salutation, les échanges sont linéaires mais avec une imbrication. C'est-à-dire qu'il y a bien deux échanges complets (Remerciements, Salutations), « mais les quatre unités fonctionnelles (dans le cas où ils sont tous deux binaires) sont réalisées par trois unités formelles seulement, l'unité médiane étant fonctionnellement bivalente » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 244). Si la secrétaire ne répond pas au remerciement (par un minimisateur du type « de rien », « je vous en prie »), l'échange est linéaire mais tronqué.

1.3.2. Relance et récapitulation

La relance sur un nouveau thème est plutôt rare dans les interactions de travail, contrairement aux conversations familiales dans lesquelles cette relance est attestée (voir Traverso, 1996 : 81-84). Il arrive que le client relance sur un nouveau thème dans des situations particulières, comme l'oubli d'un point à traiter, auquel le client pense au moment de la clôture :

Interaction 13

64C d'accord ben moi j'vais appeler le client pour voir un peu: (...)

65L d'accord

66C voilà

67L d'accord

68C merci [au r'voir

69L [ça marche à plus tard

70C euh ↑

71L oui

72C non i'me fallait Franck M. aussi

Mais ce type d'échange est tout de même assez rare, et laisse plutôt la place à des reprises de thèmes anciens. Ces thèmes anciens « relèvent pour la plupart d'une requête ou d'un accord établi au cours de la conversation », « Il est extrêmement fréquent (...) que ce qui a fait l'objet d'un accord soit confirmé une ultime fois dans la clôture » (Traverso, 1996 : 81). Cette remarque, qui concerne les conversations familiales, est aussi valable pour les interactions professionnelles, puisque leur existence même est due au fait que l'appelant est demandeur de renseignement, de rendez-vous ou de service, que le but de son appel est la plupart du temps une requête, qui fera l'objet d'un accord ou non.

Dans des interactions assez longues, dans lesquelles des négociations ont eu lieu (un prix, un délai), ou simplement une recherche d'accord (une date pour un rendez-vous), la récapitulation de l'accord passé est nécessaire. Les secrétaires font alors le bilan de l'interaction en verbalisant l'accord passé, en synthétisant un thème abordé durant l'interaction, ce qui leur permet aussi de signaler à leur interlocuteur que la fin de l'interaction approche. Nous trouvons de telles reprises dans des entreprises qui ont des interactions de ce type : entreprise Fournisseurs, Artisans, et chez les Assureurs, dont les conseillères sont d'ailleurs formées à la récapitulation (dans leur manuel de formation aux techniques de communication orale) : « La préoccupation de communiquer une information exhaustive à son interlocuteur impose (...) la contrainte de la reformulation ».

Corpus Assureurs

Interaction 1 34S donc je lui transmets l'message [et puis on fait l'nécessaire

35C [d'accord oui m-

(...)

42S je vous remercie [beaucoup d'votre appel

43C [voilà madame au r-

44S -et le lui transmets [au r'voir

45C [d'accord au'rvoir madame

Interaction 5 51S (...) je prends vot'numéro de téléphone et puis j'vous rappelle pour vous donner les renseignements ↑

(...)

57S (...) bon bah c'que j'vais faire- j'vais noter vot'numéro d'[téléphone

58C [mm

59S et pi je vous rappellerai pour vous donner le tarif hein

(...)

65S . d'accord bah écoutez c'est noté et pi j'vous rappelle dès- pour vous donner l'tarif

En récapitulant l'accord passé, ou simplement en verbalisant l'acte qu'elle a réalisé ou qu'elle va réaliser (« c'est noté », « je lui laisse le message »), elle rassure son client, qui ne peut vérifier si la requête a été réalisée.

Très Petite entreprise familiale, du type Corpus Artisans

Interaction 2 (1997)

27S d'accord ben j'veis l'voir à midi moi i'va rentrer manger tout d'façon [donc euh j'veis lui dire

(...)

31S d'accord . bon ben écoutez j'veis lui dire j'pense qu'il f'ra un tour n je j'veis l'voir à midi j'veis lui dire hein

(...)

71S . alors . bon ben tous c- toutes tout **toutes ces p'tites choses** là **j'veis les lui en parler** tout à l'heure donc hein

(...)

77S c'est tout noté

Interaction 1 (99)

45S voilà et bien écoutez **c'est noté pour donc** le mardi 23 à 16h

46C merci

47S de rien au r'voir [madame

Interaction 3 29S voilà d'accord . **d'accord bon ben écoutez** vous verrez avec lui hein il essayera d'faire au plus vite hein

30C d'accord

Interaction 4 36C vous pouvez lui demander qu'i'm'rappelle pour me tenir au courant=

37S =**d'accord bah écoutez** j'lui dis qu'i'vous rappelle [hein

38C [c'est ça

Interaction 6 118C bon bah ça marche [alors

119S [**voilà et bien on le marque** pour 8 heures euh mer[credi 31

120C [mercredi bon ben très bien madame

Nous pouvons donc remarquer que la secrétaire récapitule quasi systématiquement ce qui a été dit d'essentiel au cours de l'interaction, en fin d'interaction, ce qui lui permet de rassurer le client, sur le fait qu'elle passera bien le message au supérieur, ou que le

rendez-vous est bien noté, et d'initier la clôture de l'échange. En effet,

The « possible pre-closing » token does not automatically initiate a « closing section », but rather invites the coparticipant to « move into » it. This is so since the « possible pre-closing » is an indication that the utterer has nothing more to add on the preceding topic (Firth, 1995 : 216).

Ces *pré* signifient donc que le locuteur n'a rien à ajouter au thème précédent.

Entreprise nationale de taille moyenne, du type Corpus Fournisseurs

Compte tenu de la nature des requêtes (ce sont des requêtes d'un faire, alors que dans les corpus cités précédemment, ce sont plutôt des demandes concernant un message à faire passer, un rendez-vous à prendre), la secrétaire peut initier la clôture en verbalisant l'acte de requête réalisé, sans avoir le besoin de récapituler. Nous trouverons donc plus couramment, dans ces séquences de clôture, des récapitulations d'actes.

Interaction 30 64M j'avais le repasser en commande y a pas d'[problème

65C [d'accord

66M d'accord

67C merci

68M **bah c'est noté=**

Interaction 40 14C elles y sont donc tout y est ↑

15M bah oui

(...)

19M **c'est tout bon**

20C merci

Interaction 19 13M d'accord OK **c'est noté**

Les séquences de clôture sont donc, dans ce corpus, beaucoup plus brèves que dans les deux autres corpus, mais elles le sont moins que dans l'entreprise Transporteurs, dans laquelle les relances et récapitulations sont assez rares voire inexistantes.

Petite Entreprise familiale, du type Corpus Transporteurs

Interaction 6 (97)

25S bah non c'est 5 heures

(...)

27S donc ce s'ra bon

28C ce sera tout juste hein oui

(...)

37S ouais bon et ben voilà

38C et [allez ça va

39S [vers 5 heures voilà

Interaction 11 11S non rien pour l'instant mais j'veais prendre vot'numéro de téléphone et si j'ai quelque chose j'vous rappelle

(...)

15S d'accord OK ben si on a quelque chose on vous rappelle

Mis à part quelques interactions, dans lesquelles la secrétaire récapitule l'accord passé, dans le but de rassurer son interlocuteur et d'initier la clôture, la séquence de clôture se déroule en règle générale, de manière assez rapide, même quand un objet, tel qu'un prix, a longuement été négocié (voir l'interaction 10, corpus 97).

Nous en venons maintenant aux autres actes attestés en clôture d'interaction professionnelle.

1.3.3. Actes attestés en clôture

Les actes dont nous allons parler ici se situent juste avant les salutations finales, ou entremêlés avec celles-ci. Il s'agit des remerciements, des « projets »⁹⁵ et des souhaits.

1.3.3.1. Les remerciements

Les remerciements sont évidemment très fréquents dans ce type d'interactions, même s'ils le sont moins que dans des petits commerces, comme dans une boulangerie par exemple⁹⁶. Chaque locuteur (principalement le client, nous allons le voir dans nos corpus), afin de faire un bilan positif de l'interaction, va formuler des remerciements, qui est un acte anti-menaçant pour les faces de l'autre. Le remerciement fait suite à une action bénéfique pour celui qui remercie. Le client remercie pour le service rendu ou le renseignement donné, la secrétaire remercie pour l'appel (pour faire travailler l'entreprise, lui faire confiance, etc.). De plus, le remerciement a une valeur conclusive, une fonction clôturante, il a une valeur de bilan, il peut aller jusqu'à signifier « C'est fini ». Que ce soit au téléphone ou en face à face d'ailleurs (lors des visites par exemple), le remerciement a une fonction clôturante⁹⁷.

Ainsi, nous pouvons comptabiliser, dans le corpus Assureurs, sur 15 interactions avec clôture (sur 24 au total), 17 remerciements, dont 13 formulés par l'appelant, et 4 par l'appelée.

Remerciements venant de l'appelant (Client)	Remerciements venant de l'appelé (Secrétaire)
76,5 %	23,5 %

⁹⁵ Terme emprunté à V. Traverso, 1996.

⁹⁶ Voir Sitbon, 1997, qui a travaillé sur les interactions verbales dans les boulangeries, et notamment sur la fréquence du remerciement dans ce type d'interactions.

⁹⁷ Voir Marandi, 1987.

Dans deux interactions seulement, les remerciements forment un échange symétrique :

Interaction 16 83S j'vous remercie [d'votre appel madame

84C [merci au r'voir madame

Interaction 10 35S merci [madame

36C [merci au r'voir

La secrétaire produit un acte performatif : « Je vous remercie ». Le remerciement fait précisément partie des « comportatifs », car il inclut « l'idée d'une réaction à la conduite (...) d'autrui, idées d'attitudes et de manifestations d'attitudes à l'égard de la conduite antérieure ou imminente de quelqu'un » (Austin, 1970 : 161).

1) Lorsque l'appelée, ici la secrétaire, émet un remerciement, c'est principalement pour signifier notamment qu'elle désire clore. Le remerciement de la secrétaire peut être suivi de diverses réactions de la part du client :

- Remerciements sans réaction du client :

Interaction 1 42S je vous remercie beaucoup d'votre appel

43 C

Le remerciement est ici hyperbolisé : « beaucoup » conformément à ce qu'énonce Leech (1983 : 146): « *There will be a preference for overstating polite beliefs, and for understating impolite ones* ».

Interaction 19 42C ... je vous y fais parvenir

43S je vous r'mercie madame

44C d'accord

Son remerciement a une double valeur. En effet, d'une part elle remercie son interlocutrice pour lui envoyer des documents, d'autre part, dans le même temps, elle émet une conclusion à l'interaction, il s'agit alors d'un remerciement final. L'appelante le comprend d'ailleurs bien car elle n'enchaîne pas sur un autre thème, mais accepte que ce soit la fin de la communication.

- Remerciement avec réponse du client. La réaction au remerciement n'est d'ailleurs pas systématique.

La plupart du temps, le client qui appelle utilisera des formes rituelles comme « Je vous en prie », qui signifie que c'est un cadeau (ou un service rendu) de bon cœur.

La réponse possible peut être le renvoi du remerciement. Il n'est pas attesté dans ce corpus.

La secrétaire peut aussi opérer « la minimisation de ce qui suscite le remerciement ("de rien"...)" » (Traverso, 1996 : 85).

2) L'appelant, ici le client, a aussi de bonnes raisons de remercier, et le sens ici du remerciement se rapprochera plus de sa valeur véritable que de sa fonction clôturante.

- Il semble qu'en général, la secrétaire ne répond pas au remerciement quand

l'appelant émet dans la même intervention: son remerciement ET sa salutation finale. La secrétaire doit estimer qu'il n'y a aucun intérêt à répondre au remerciement si l'autre a déjà salué. De plus, étant donné que le rythme s'accélère en fin d'interaction, il arrive souvent que les salutations soient émises « anarchiquement », c'est-à-dire en même temps que l'interlocuteur, ou quand l'un a déjà presque raccroché sans que l'autre ait eu le temps de saluer. De cette façon, la secrétaire est sûre de conclure l'échange.

Interaction 2 55C voilà merci [au r'voir

56S [au r'voir

Interaction 9 133C merci au r'voir

134S à tout à l'heure

Interaction 1237S voilà merci [beaucoup

38C [au r'voir

- La secrétaire a aussi la possibilité de répondre au remerciement de son interlocuteur quand il lui en laisse la possibilité, c'est-à-dire quand il émet dans son intervention un seul acte, le remerciement, notamment en minimisant l'acte qui est l'objet du remerciement (« Merci », « pas de problème »)

Dans le corpus Artisans, sur 24 interactions avec clôture (28 au total), nous avons compté 23 remerciements, tous émis par le client appelant. La secrétaire ne renvoie pas le remerciement, elle l'ignore.

Remerciements venant de l'appelant (Client)	Remerciements venant de l'appelé (Secrétaire)
100 %	0 %

I 2 (97) 52C j'vous remercie

53S voilà

Interaction 6 10C bon ben écoutez je vous remercie

11S voilà

Dans l'entreprise Transporteurs, le schéma est différent. En effet, sur 42 interactions avec clôture, nous comptons 49 remerciements, 55 % émis par l'appelant, et 45 % par l'appelé.

Remerciements venant de l'appelant (Client)	Remerciements venant de l'appelé (Secrétaire)
55 %	45 %

Mais le plus intéressant dans cette entreprise, c'est que la plupart de ces remerciements sont réciproques : sur les 27 remerciements émis par l'appelant, 66 % sont suivis d'un renvoi du remerciement par la secrétaire, et sur les 22 remerciements de la secrétaire, 82 % sont des remerciements réactifs à ceux du client (ou plus rarement des remerciements « initiatifs »).

I 2 (98) 8C ben j'vous remercie
9S merci
Interaction 4 19C d'accord merci
20S merci au r'voir
Interaction 5 79C d'accord [au r'voir
80S [merci
81C merci au r'voir
Interaction 14 54C OK [merci
55S [d'accord merci
Interaction 16 140C [d'accord
141S [OK
142C mer[ci
143S [merci
144C au r'v[oir
145S [au r'voir

Dans l'entreprise Fournisseurs enfin, nous avons repéré, dans 30 interactions, 23 remerciements formulés par l'appelant et 8 par l'appelé.

Remerciements venant de l'appelant (Client)	Remerciements venant de l'appelé (Secrétaire)
74 %	16 %

Dans cette entreprise, deux secrétaires ont été enregistrées, et les deux n'ont pas le même comportement langagier surtout au moment de la clôture de l'interaction. Martine apparaît comme très polie, notamment parce qu'elle remercie plus facilement son client pour l'appel⁹⁸.

Interaction 20 21M Jean-Luc L. d'accord c'est noté
22C OK
23M bah **je vous remercie**

Dans la plupart des interactions, quand la secrétaire ne remercie pas, c'est le client qui remercie. Elle ne renvoie alors pas le remerciement, par contre elle minimise l'acte pour lequel le client remercie.

Interaction 19 14C merci
15M **j'vous en prie** au r'voir
Interaction 35 22C d'accord merci beaucoup

⁹⁸ Ce qui lui vaut une remarque, lors d'un enregistrement : « Pourquoi tu remercies ? ».

23M j'vous en prie

Interaction 36 46C voilà . merci

47M mais j'vous en prie

Interaction 38 92C merci au r'voir

93S avec plaisir au r'voir

Chaque secrétaire a donc ses habitudes quant à la clôture de l'interaction, certaines choisissent de renvoyer le remerciement, d'autres initient le remerciement, le minimisent, ou encore l'ignorent (une façon de minimiser l'acte réalisé).

1.3.3.2. « Projets » et souhaits

Les projets sont émis en clôture par les interactants qui ont « à gérer le fait qu'ils ne se verront plus durant un temps plus ou moins long » (Traverso, 1996 : 75). Ils permettent d'exprimer le fait qu'une prochaine rencontre aura lieu, mais peuvent aussi exprimer ce qui est prévu lors de cette prochaine rencontre. Dans les interactions de travail, les projets se confondent avec les récapitulatifs. En effet, lorsqu'il y a eu un accord débouchant sur un rendez-vous, la secrétaire le récapitule en clôture, et projette ainsi les interactants dans l'avenir.

Corpus Assureurs, Interaction 6

14S j'vous dirai ça euh quand j'vous rappellerai

Corpus Transporteurs, Interaction 2 (97)

9S on s'tient au courant dans les 30 minutes

(...)

21S on fera le point dans les 30-45 minutes

Corpus Fournisseurs, Interaction 13

81L oui oui je vous rappelle

Nous trouvons d'autres formules, plus rarement, qui font office aussi de projet, comme « à tout de suite », « à bientôt », « à plus tard », qui montrent que les locuteurs ne savent pas, dans ce contexte, quand ils doivent à nouveau être en contact (s'ils doivent l'être un jour). Ceci explique la rareté des projets dans les interactions de travail, contrairement aux conversations familiales⁹⁹.

Les souhaits, s'ils sont courants dans les interactions de commerce en face-à-face, sont très rares dans les interactions de nos corpus, alors qu'ils consistent pourtant « ***pour l'émetteur à exprimer son désir que quelque chose de positif arrive au récepteur dans l'avenir*** » (Traverso, 1996 : 86), c'est-à-dire à rendre la séparation moins menaçante. Nous en avons repéré quelques-uns dans le corpus Fournisseurs, mais ce sont avant tout des rituels de politesse, puisque dans ce type d'interaction, les relations sont, pour la grande majorité, strictement professionnelles. Les clients ont pour objectif

⁹⁹ Pour une description et une analyse plus détaillée, voir Palisse, 1997 : 74-78, 91-93, 1998 : 30-32.

l'achat de biens ou de services, la demande d'informations, et la secrétaire a pour but de répondre aux besoins du client. Le seul souhait attesté est la forme « bonne journée », formule neutre, qui peut donc s'adapter à tout type de contexte, et de relation interpersonnelle.

Interaction 1 73L =voilà **bonne journée**

Interaction 7 12C OK [**bonne journée**

Interaction 9 27L je vous en prie **bonne j]ournée**

Pour conclure, avant de passer aux salutations finales, nous pouvons remarquer que ces différents actes sont entremêlés dans la séquence de clôture, et souvent, dans le même tour de parole :

Interaction 17 123L d'accord [allez bye

124C [merci salut Lisbeth

Interaction 21 8C euh: bah j'veais essayer d'appeler OK merci à vous au r'voir

Récapitulation - Accord - Remerciement Salutation

9M bah j'veous en prie au r'voir

Réponse au remerciement – Salutation

Mais s'ils sont entremêlés dans la séquence de clôture, et s'ils sont tous des « rituels de politesse », certains actes ont aussi un rôle à jouer par rapport à la transaction ayant eu lieu durant l'interaction. Le remerciement est directement lié au service rendu / vendu durant l'interaction (vente de produit, de service, transmission d'informations, etc.), il est systématique dans un grand nombre de commerces¹⁰⁰ alors que les souhaits ou les « projets » ont un rôle plus relationnel, ils ne sont pas liés directement à la transaction. Ces actes projettent les interactants dans l'avenir, alors qu'ils ne savent souvent pas s'ils vont à nouveau être en contact, et si c'est le cas, ils ne savent souvent pas quand et pourquoi.

1.3.4. Salutations finales

Les salutations finales sont le dernier échange de l'interaction, après la récapitulation, la verbalisation de l'accord, les remerciements, éventuellement les projets et souhaits. Les salutations finales sont systématiquement présentes dans nos corpus. « Elles sont les routines fondamentales des ouvertures et des clôtures de conversations » (Traverso, 1996 : 67), une interaction sans clôture serait donc « marquée ». Malgré la facilité avec laquelle un locuteur peut mettre fin à l'interaction téléphonique, en raccrochant au nez de son interlocuteur (le téléphone « protège de l'anonymat. Il donne un sentiment de liberté : à tout moment je peux raccrocher, couper la communication » Bizouard, 1980 : 101), les interactants respectent leur contrat, et en cas de désaccord, essayeront d'y remédier,

¹⁰⁰ Voir les différentes études issues du projet « Commerces » lancé par le laboratoire ICAR, ayant porté sur des commerces de types différents : boulangerie, pharmacie, boucherie, tabac-presse, etc., et qui montre l'utilisation en grand nombre du remerciement par le client.

plutôt que de le fuir.

Les salutations finales constituent donc la dernière intervention, et forment à chaque fois, un échange symétrique :

- Salutation finale initiative
- Salutation finale réactive

Nous pouvons citer quelques exemples extraits du corpus Fournisseurs :

I 3 33L voilà I 7 12C OK [bonne journée

34C merci 13L [merci

35L au r'voir 14C au [r'voir

36C au r'voir 15L [au r'voir

I 16 32C . merci I 39 46C voilà . merci

33L allez 47L mais j'vous en prie

34C [au r'voir 48C au r'voir

35L [au r'voir 49L au r'voir

Nous pouvons remarquer que, d'une part, les salutations finales ne sont que rarement réitérées, puisque le téléphone autorise ou oblige les interactants à clore de façon directe, c'est-à-dire « en une seule fois ». Les salutations finales sont le signe que la clôture peut avoir lieu à ce moment précis. D'autre part, les autres actes attestés en clôture, comme le remerciement et le projet, peuvent se mêler aux salutations finales dans une même intervention, ou du moins un même échange.

Interaction 2 (Assureurs)

55C voilà merci au r'voir

Interaction 4 13C et ben j'vous remercie . au r'voir [madame

14S [j'vous en prie au r'voir madame

Enfin, concernant la nature même de ces salutations finales, la forme la plus couramment utilisée est la formule neutre « au revoir », adaptée à ce type d'interactions. Nous avons relevé toutefois quelques occurrences de formes plus familières, comme « bye », « tchao », « salut », utilisées soit entre secrétaire et client se connaissant bien, soit dans les appels internes (entre employés), ce dont nous allons parler dans la partie suivante¹⁰¹.

Nous allons passer à un point de vue plus global, et représenter la séquence de clôture dans sa globalité. Nous schématiserons son script de la façon suivante (nous ne tenons pas compte des unités fonctionnelles différentes imbriquées dans un même échange) :

Script 1

¹⁰¹ Nous renvoyons, pour une analyse détaillée des échanges de salutations finales dans les autres corpus, à mon mémoire de maîtrise, p. 78-81, p.93-96.

- Accord du client
- Récapitulation de l'accord par la secrétaire

- Remerciement de la part du client
- Retour de remerciement (ou annulation de celui-ci) par la secrétaire

- Salutation finale du client
- Salutation finale de la secrétaire

Figure 11 : Premier type de script de l'interaction de travail

Exemples : Interaction 1 (Artisans, 99)

45S voilà et bien c'est noté donc pour mardi 23 16 heures

46C merci

47S de rien au r'voir [madame

48C [au r'voir

Interaction 10 (Fournisseurs)

100C bon

101L bon (rire)

102C merci

103L de rien

104C au [r'voir

105L [au r'voir

Interaction 6

30C j'espère aussi pa'ce que le 28 août ça fait euh tardif

31L mm . d'accord . bon bah j'vous tiens au courant

32C . merci

33L allez

34C au [r'voir

35L [au r'voir

Script 2

- Récapitulation par la secrétaire
- Accord du client + Remerciement

- Salutation finale de la part de la secrétaire
- Salutation finale du client

Figure 12 : Deuxième type de script de l'interaction de travail

Exemples : Interaction 3 (Artisans, 99)

29S voilà d'accord . d'accord bon ben écoutez vous verrez avec lui hein il essayera d'faire au plus vite hein

30C d'accord

31S très bien

32C j'vous remercie

33S au r'voir

Interaction 6

119S voilà et bien on le marque pour 8 heures euh mer[credi 31

120C [mercredi bon ben très bien madame

121S . au r'voir madame

122C merci au r'voir

Interaction 13

41S j'vais lui mettre un papier d'accord

42C j'vous remercie . [au r'voir

43S [au r'voir monsieur

Script général de l'interaction de travail au téléphone

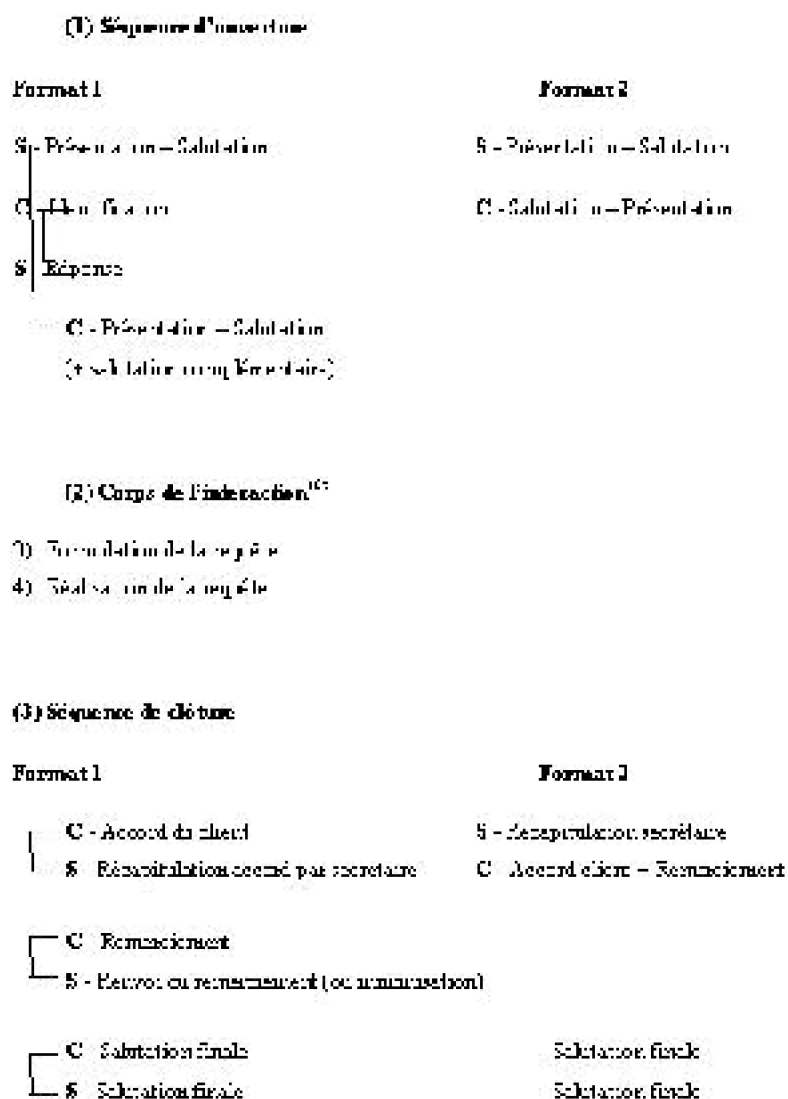


Figure 13 : Script général de l'interaction de travail

2. Spécificités des appels internes

L'entreprise Fournisseurs est, comme nous l'avons déjà décrite, un grand fournisseur d'aluminium pour les artisans des entreprises du bâtiment. Elle fournit toute la France, ayant des agences dans différents départements, ce qui demande une organisation particulière et une communication facilitée entre les différents employés (dans les bureaux : des secrétaires, des techniciens spécialisés, un directeur, dans les ateliers : des ouvriers chargés des commandes). Ainsi, les ateliers et les bureaux, en plus d'être reliés par téléphone, le sont aussi par informatique, ce qui permet aux secrétaires et techniciens d'être au courant en temps réel de ce qui se passe dans les entrepôts concernant les livraisons.

Ainsi, lors du recueil des données dans cette entreprise, nous avons enregistré non seulement les interactions entre clients et secrétaires, mais aussi un certain nombre

d'interactions entre employés et secrétaires. Nous nous devons donc de les décrire. La comparaison avec les interactions clients-secrétaires peut nous permettre de décrire de façon plus pertinente ces appels externes, puisque mettre à jour les points communs et les différences entre ces deux types d'interactions permet de décrire les caractéristiques propres à chaque type d'interactions. La comparaison va permettre de voir, par exemple, si le comportement interactionnel de la secrétaire est propre à elle (son éducation, son expérience, etc.) ou propre au type d'interaction à laquelle elle participe.

Nous sommes, dans le cadre des appels internes, dans un autre type de parole au travail. Dans le cadre des appels internes à l'entreprise comme dans les appels externes, l'activité verbale est en elle-même l'essentiel de la tâche, du travail, il s'agit d'une « parole comme travail » (Boutet, 1995). Mais dans les appels internes, la parole a une deuxième fonction. En effet, entre collègues, on parle du travail pour le commenter, l'évaluer ; la parole permet d'établir une certaine complicité entre eux, de partager son expérience, etc. Il s'agit donc ici d'une « parole dans et sur le travail ». Ainsi dans notre corpus Fournisseurs, nous trouvons deux types d'interactions verbales entre employés. D'un côté, certaines interactions consistent à passer une commande, négocier un délai, etc. Dans ces interactions, la parole fait partie de l'activité de travail.

Interaction 2 5L . euh tu peux me faire une modification un rajout sur une commande s'il te plaît

6T vas-y

7L 43 47 69 ...

(...)

13L et 31 51 en AS deux .. tu m'remets euh tu me mets tout ça en route s't'plaît

Interaction 8 7L tu peux mettre en E la 435 552 s'il te plaît

8T .. c'est fait voilà

Interaction 18 2L euh:: i'faut que tu me reverses à Lyon la 430

3T oui

4L 581 sur 4

5T (5') allez c'est fait

6L voilà et puis i'faut que tu me supprimes sur la 435 394 .

Dans ces interactions, la secrétaire a reçu des consignes de la part de clients. Les clients font confiance à la secrétaire puisqu'elle ne peut que leur promettre que leur requête sera réalisée. D'une certaine façon, la requête est réalisée dès que la secrétaire leur confirme que ce sera fait. Elle réalise ensuite effectivement leur requête en appelant le service de livraison qui va réaliser la requête sur informatique. Il y a donc une véritable coopération entre ces deux employés, et c'est cette coopération qui leur permettra d'agir : **« Les tâches sont souvent exécutées à deux ou à plusieurs, que ce soit simultanément ou successivement, dans des rapports égaux ou hiérarchisés, avec ou sans spécialisation fonctionnelle »** (Lacoste, 2001 : 25). Cette coopération entre secrétaires et employés situés dans des locaux différents illustre bien le fait que

la productivité actuelle ne se limite plus au travail direct mais découle de la coopération des individus dans l'action, obtenue notamment grâce à leur activité de communication dans un monde composé d'événements (Zarifian, 1990) (Moatty, 2001 : 131).

D'un autre côté, la parole permet aux employés de parler du travail et de partager ainsi leurs compétences et leur expérience. Cette parole dans le travail, sur le travail, est une parole plus sociale, sans finalité externe précise, bien que, tout de même, fonctionnelle. Dans l'extrait suivant (Interaction 25), l'employé qui appelle est une comptable de l'entreprise. Elle s'entretient avec le directeur d'agence à propos des finances d'une entreprise avec laquelle il pense travailler et à laquelle il pensait accorder des facilités de paiement.

8T ouais donc je n'ai que le bilan euh: à fin décembre 96:

9JP qui est pourri

10T i' c'est archi pourri bon notamment 95 sur un chiffre d'affaire de 6 millions 7

(...)

18T ben euh écoute si j't'appelle aussi rapidement c'est que j'veux pas du tout qu'tu t'engages quoi ...

(...)

66T hein [d'accord

67JP [bon ben j'vais la rappeler merci: Cat=

68T =voilà [bisous salut

Dans l'extrait suivant, un technicien appelle cette même employée de l'entreprise, Catherine. L'interaction mélange parole comme travail et parole sur le travail :

6P tu vas bien

7T oui très bien

8P ça va . euh: tu peux m'débloquer le compte de R. s'il te plaît (inaudible)

9T (14') t'as vu c'est très mauvais hein

10P ouais je sais je sais

(...)

15T (...) OK [je fais l'nécessaire

La comptable profite de l'appel du technicien pour lui donner des informations sur le client dont ils parlent : il s'agit donc d'un échange d'informations entre deux employés, au cours de la réalisation d'une requête.

En ce qui concerne les différences de comportements langagiers des locuteurs lors d'appels entre clients et entreprise et entre deux salariés, nous décrivons les deux différences qui nous semblent les plus flagrantes : le vocabulaire spécifique utilisé dans les interactions internes et les variations dans le script de ces interactions.

1- Les employés d'une même entreprise appartiennent à une même communauté

discursive, ce qui leur permet d'être reconnus par les autres employés. Pour entrer dans cette communauté discursive, les employés doivent acquérir et utiliser une langue professionnelle, que Bourguignon définit comme une langue « ***imposée par le monde professionnel à des fins presque exclusivement fonctionnelles pour permettre la communication entre ses pairs*** » (1998 : 13). La langue professionnelle est puisée dans l'appareil linguistique général de la langue première, mais elle possède certaines caractéristiques particulières, dont celle d'avoir un lexique spécialisé.

Cette langue professionnelle est une langue qui tend vers la non-ambiguïté des messages qu'elle permet de véhiculer. Elle se doit d'être comprise rapidement, et d'être claire. « ***Nous nous trouvons dans le cas d'une langue à fonction dénotative où la dimension référentielle l'emporte sur la dimension implicite*** » (Bourguignon, 1998 : 117.). Le message transmis ne doit pas être ambigu, afin d'éviter tout malentendu, qui ferait perdre du temps aux salariés. Mais ceci n'est valable que pour les membres de cette communauté, puisque cette langue sera probablement incompréhensible pour les non-initiés.

Interaction 2 - 5L (...) un rajout sur une commande s'il te plaît

(...)

7L 434769 sur 1

(...)

9L 3157 **en brut** 8

(...)

34L bon et la 434870 en même temps si tu pouvais **m'la mettre en E** ça m'évitera d'le faire

Interaction 18-2L euh:: i'faut que **tu me reverses** à Lyon **la 430**

(...)

24L bye **tu m'as mise en E** tu m'as mise en E

Interaction 22-17T (...) ah bah c'est la commande où j'ai relancé pour pratiquement **toutes les barres** toutes les barres **on relance**

Interaction 25-10T i' c'est archi pourri bon notamment 95 sur un chiffre d'affaire de 6 millions 7

(...)

12T y a eu une perte d'1 million 4

(...)

14T donc t'as **un fond d'roulement** qu'est négatif d'1 million 4

(...)

18T (...) sur euh si tu veux sur des **capitaux propres négatifs** de 920.000 balles

(...)

20T t'as 550 euh mille francs donc en positif qui partent sur le: **fonds commercial**

(...)

24T tu comprends↑ c'est-à-dire qu'les **fonds propres sont surévalués** . par la valorisation (inaudible) d'un fond d'commerce quoi

(...)

46T l'entreprise réalise 4 millions 100 d'CA les fournisseurs (inaudible) fournisseurs 2 millions 4 hein

47JP oui

48T 50% du chiffre d'affaire euh sont financés par les fournisseurs c'est ça qu'ça veut dire hein

49JP d'accord

L'appelante utilise, tout au long de l'interaction, un lexique spécifique, qui est compris immédiatement par le directeur d'agence, car ce lexique, partagé par les deux locuteurs, ne peut être chargé d'implicites, qui rendraient le discours obscur. Toutefois, il semble qu'en 48T, l'appelante doute que son interlocuteur ait vraiment compris ce qu'elle voulait lui dire lors de son intervention précédente (il faut préciser ici qu'elle parle avec un débit plutôt rapide), puisqu'elle reformule son intervention de façon plus claire, reformulation qui est acceptée par le patron (« d'accord », qui est un signe de compréhension plus fort que le phatique « oui »).

Nous pouvons noter d'autre part que la secrétaire peut aussi avoir recours à un vocabulaire spécialisé dans des interactions « externes », c'est-à-dire avec des clients non spécialisés dans le domaine professionnel, mais elle le fera au risque de n'être pas comprise par son interlocuteur, et même de le mettre mal à l'aise :

Corpus Artisans (99), Interaction 1

10C et nous voulons poser des vitres (3') ouvrantes pa'ce qu'en fait c'est fermé

11S ah oui d'accord vous [voudriez remplacer par des châssis ouvrants

12C [voilà **bon possible** excusez-moi j'y connais rien (rire)

2- Concernant le script de l'interaction, certaines séquences comme la séquence d'ouverture ou la séquence de requête sont différentes dans les interactions entre employés.

En règle générale, la séquence d'ouverture (comme celle de clôture) est abrégée dans les appels internes, principalement lorsque le but de l'appel est une requête directe. En effet, la parole, dans ces interactions, est une parole fonctionnelle, finalisée (comme nous l'avons vu avec les extraits d'interactions 2, 8, 18), et l'appelant va alors droit au but. Mais la raison principale est liée au caractère « endémique » de ces interactions. En effet, il arrive très souvent que secrétaire et employé des ateliers se contactent plusieurs fois dans la même journée, ils se saluent donc lors de la première interaction (et encore, pas de façon systématique), puis ne renouvellent pas les salutations. La séquence de salutations laisse donc la place dans ce type d'appels à l'acte de reconnaissance/ d'identification des locuteurs.

Interaction 2

Ouverture Clôture

1L allô 37T d'accord (rire) et ben bonne journée

2T oui 38L c'est bon ↑

3L c'est moi 39T allez [c'est fait

4T oui 40L [merci tchao

41T tchao

Interaction 8 (même interlocuteur)

1L (inaudible) 10T avec plaisir

2T oui ma chérie 11L à plus=

3L est-ce que tu peux me [mettre ... 12T =bisous tchao

Dans ces deux extraits, les séquences d'ouverture et de clôture sont très brèves. La séquence d'ouverture se résume à une séquence de reconnaissance mutuelle, qui ne consiste pas en un échange des noms mais en une formulation bien plus elliptique, Lisbeth se désignant par un déictique : « c'est moi », ce qui présuppose que l'interlocuteur doit savoir de qui il s'agit. Ce cas se situe entre la reconnaissance par la voix et la reconnaissance par le nom, c'est-à-dire que l'appelé reconnaît son interlocutrice non seulement par le biais de la voix, mais aussi par sa façon de se présenter. La formulation « c'est moi » laisse supposer que tous les interlocuteurs de l'appelé ne se présentent pas de cette manière, et qu'il saura donc reconnaître son interlocutrice par cette présentation particulière. Ceci montre que les locuteurs se connaissent plutôt bien, ce qui leur évite de « perdre » du temps en rituels, l'échange de salutations ayant été défini par Goffman comme « le prototype de l'échange rituel-cérémoniel » (Conein, 1989 : 197), comme une « procédure d'accès requise pour communiquer, une technique de commencement, d'ouverture des canaux » (ibid. : 200). D'autres marqueurs de place montrent que les deux locuteurs sont proches, comme le tutoiement, les appellatifs (« ma chérie »...), les plaisanteries, etc.

Le fait que la proximité relationnelle des locuteurs favorise l'absence de rituels de salutations peut paraître contradictoire. En effet, on pourrait penser qu'au contraire, la séquence d'ouverture serait prolongée par des questions sur la santé. Nous pouvons donc supposer que cette proximité, au contraire, excuse les comportements qui pourraient paraître, au premier abord, impolis. Les locuteurs estiment que le fait de se connaître et de s'appeler régulièrement (dans le cadre du travail) les dispense de rituels ayant pour fonction de préserver la relation. De plus, étant souvent en contact, ils ne se demandent pas systématiquement des nouvelles sur la santé. Ils se permettent toutefois quelques libertés, qui viennent « compenser » cette absence de salutations. Il s'agit des surnoms affectifs, ne pouvant être formulés que dans des interactions entre locuteurs suffisamment proches, et de sexe différent : « chérie » dans l'interaction 2, « ma chérie » dans l'interaction 8 entre un employé homme et la secrétaire femme¹⁰², « mon chou » dans

¹⁰² Dans laquelle d'ailleurs, suit un commentaire métalinguistique sur l'utilisation de ce terme dans ce contexte : 2T oui ma chérie 3L est-ce que tu peux me [mettre 4T j'suis sur haut-parleur 5L non mais ça fait rien tu peux dire chérie quand même= 6T =non mais c'est pour ça (rire)

l'interaction 25.

Par contre, la séquence de clôture est, elle aussi, particulière dans les appels internes, puisqu'elle est beaucoup plus familière. On retrouve dans cette séquence des actes différents de ceux formulés dans les appels externes. Concernant les salutations en elles-mêmes, nous avons relevé « tchao », « salut », concernant les actes accompagnant ces salutations, nous trouvons le vœu : « bonne journée », mais encore d'autres rituels réservés normalement aux conversations familières : « bisous ».

Dans l'extrait suivant au contraire, la secrétaire prend plus de « pincettes », ce qui prolonge la séquence d'ouverture, d'une part parce qu'elle ne reconnaît pas son interlocuteur, d'autre part, parce qu'elle appelle pour une requête particulière qui peut être refusée (négociation d'un délai pour un client pressé). Précisons ici que l'appel est bien un appel interne, ayant lieu entre deux employés de la même entreprise, mais travaillant dans des agences situées dans deux villes différentes (cf. 8L : « c'est Lisbeth à Lyon »).

Interaction 15

Ouverture Clôture

1T allô ↑ 37T d'accord

2L oui bonjour 38S (inaudible) 07

3T bonjour 39T d'accord OK=

4L c'est Isaak↑ 40L =voilà

5T non 41T ouais

6L non c'est [X] ↑ 42L merci

7T tout à fait 43T OK

8L voilà c'est Lisbeth à Lyon 44L bye

9T . ouais

10L ça va ↑

11T ça va ouais

(...)

15T qu'est-ce qui t'arrive

16L et ben i'm'arrive que j'ai un souci sur un délai d'commande ...

La secrétaire commence par saluer son interlocuteur, mais ne se présente pas dans le même échange. L'interlocuteur répond donc à la salutation, mais ne se présente pas, ce qui rallonge la séquence d'ouverture. Ceci illustre bien le propos de Sacks concernant l'enchaînement des salutations (voir Conein, 1989 : 200-204) : ce qui coordonne une action seconde, ici le retour de salutation, à une action précédente, c'est-à-dire l'initiation du salut, est l'effet d'une règle d'enchaînement des actions (plutôt que celui d'une norme sociale). C'est-à-dire que la norme sociale voudrait que la secrétaire se présente, ce qui entraînerait alors, de la part de l'appelé, une présentation de son identité. Or, dans cette séquence d'ouverture, ni la secrétaire ni l'autre salarié ne combinent dans leur intervention salutation et identification, ce qui est pourtant souvent le cas. C'est donc la

secrétaire, après le renvoi de la salutation, qui vérifie l'identité de son interlocuteur, identité qu'il rejette, mais chose étrange, il n'en propose pas d'autre. La secrétaire propose donc une autre identité que son interlocuteur accepte (« tout à fait »). Elle se présente ensuite, puis formule une salutation complémentaire, qui semble être une façon de « tâter le terrain » avant de formuler sa requête (sur invitation à parler de son interlocuteur). Nous pouvons schématiser cette séquence de façon à montrer clairement que chaque acte de langage a son intervention propre, sans aucun chevauchement :

Salutation

Salutation

Identification

Rejet de l'identité proposée

Nouvelle identification

Ratification

Présentation

Ratification

Si la séquence d'ouverture a été prolongée parce que les locuteurs se connaissent peu, ce qui a poussé la secrétaire à formuler plus de rituels, la séquence de clôture quant à elle, a été moins familière et plus brève que dans les autres appels internes.

Ceci nous amène à notre dernière remarque sur les séquences d'ouverture et de clôture dans les appels internes. Elle concerne les préliminaires à certains actes de langage. En effet, les préliminaires, que ce soit ceux qui précèdent une requête pour l'adoucir, ou ceux qui précèdent la clôture, pour la signaler, sont quasi inexistantes.

	Ouverture		Clôture
Interaction 2			
3L	c'est moi	39T	allez j'est fait
4T	oui	40L	[merci tchao
5L	est-ce que tu peux me faire une modification un rajout sur une commune s'il te plaît	41T	tchao
Interaction 8			
1L	(inaudible)	10T	avec plaisir
2T	oui ma chérie	11L	à plus=
3L	est-ce que tu peux me [mettre ... (..) s'il te plaît	12T	=bisous tchao
Interaction 18			
1T	(inaudible)	29T	ouais d'accord c'est fait
2L	eh... il faut que tu me rechanges à Lyon la 430	30L	mere
8L	il faut que tu me supprimes les 2437	31T	[voilà
12L	et que tu me rejointes	32L	[bye
		33L	bye
Interaction 25			
2L	eh Jean-Paul	65JP	ouais
3JP	oui Catherine↑	66T	hein [d'accord
4T	ouais bon ton truc c'est pourri hein	67JP	[bon ben j'vais la rappeler mere : Cat-
		68T	= voilà [bisous salut

Nous pouvons voir dans ces extraits que l'appelante formule plus ou moins directement le but de son appel, que ce soit pour formuler une requête (2, 8 et 19), ou pour donner des informations (25). La requête peut être formulée de façon directe ou indirecte, avec des variations selon la nature de la requête, la secrétaire, et les relations qu'elle entretient avec son interlocuteur. Nous verrons de façon plus précise comme se déroule l'acte de requête dans les appels internes, dans notre quatrième partie.

En ce qui concerne la séquence de clôture dans les appels internes, nous avons noté l'absence quasi systématique de pré-clôtures et de relances. En effet, une fois la requête réalisé, le problème résolu ou le service rendu, les interactants n'ont rien d'autre à ajouter. Et surtout, ils n'ont pas à gérer d'éventuelles menaces pour la face de l'autre, dues à une clôture trop sèche ou expéditive. Chacun des locuteurs sait qu'il a d'autres tâches qui l'attendent et qu'il en va de même pour son interlocuteur. Le premier signe d'accord, comme « voilà », « OK », « c'est fait », signe de clôture possible, est le bon, et les interactants tombent immédiatement d'accord pour clôturer l'interaction. Toutefois, si les participants clôturent plus rapidement que dans une interaction secrétaire-client, ils

formulent tout de même des remerciements pour le service rendu, service pouvant être minimisé par l'interlocuteur (I 8, I 22 : Merci – Avec plaisir), ou non (I 15, I 18 : Merci – OK). De plus, comme nous l'avons déjà souligné, le paradigme des salutations finales est plus étendu que celui des appels externes. Dans ces derniers, la forme la plus attestée est « au revoir », alors que dans les appels internes, nous n'en trouvons aucun. Par contre, les formes relevées sont : *tchao*, *bye*, *salut*, formes que nous trouvons en général dans des interactions plus familières.

Les appels internes sont donc intermédiaires entre des appels téléphoniques familiers et des appels professionnels externes. En effet, d'un côté, ils possèdent certaines caractéristiques des appels familiers, notamment en ce qui concerne la diversité et la familiarité des salutations finales, alors qu'ils ne possèdent pas d'autres caractéristiques de ces mêmes séquences de clôture, comme la formulation de vœux (« bonne journée », etc.), ou de projets (« à bientôt », etc.). D'un autre côté, ces appels se définissent par des caractéristiques typiquement professionnelles, comme la formulation d'une requête, la recherche du consensus et l'aboutissement à un accord, alors qu'ils n'en possèdent pas d'autres, comme l'utilisation systématique de préliminaires à la requête à l'ouverture, ou la formulation de relances thématiques en clôture. Voici les scripts possibles des interactions entre salariés dans l'entreprise Fournisseurs.

Script 1

Ouverture du canal par l'employé appelé

Présentation de soi par la secrétaire

Ratification de l'identité

Requête formulée par la secrétaire

Réalisation de la requête

Salutation de clôture de la part de la secrétaire

Salutation de l'employé

Script 2

<p>(14X)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ouverture du canal - Reconnaissance de l'interlocuteur <p>+ Présentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ratification (+ Salutation) 	<p>(14Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ouverture du canal - Salutation + reconnaissance <p>de l'autre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation - Ratification (+ salutation)
<ul style="list-style-type: none"> - Question-de-salutation de la part de la secrétaire - Réponse de l'employé - Requête formulée par la secrétaire - Réaction - (Remerciement +) Salutation de clôture - Salutation 	

Figure 14 : Script général des interactions internes

Récapitulation

Nous avons présenté dans cette première partie les caractéristiques générales des interactions de nos corpus, ainsi que le script des interactions de travail au téléphone entre secrétaire et client, en décrivant de façon détaillée les deux séquences encadrantes que sont la séquence d'ouverture (de l'ouverture du canal à l'entrée dans le vif du sujet) et la séquence de clôture. Nous avons pu, grâce à la comparaison de différents corpus, relever des variations dans le script, variations liées à des éléments de nature diverse : relation client – secrétaire, type de requête (nous développerons de point dans notre quatrième partie), rôles et pouvoir de la secrétaire, etc. Nous avons aussi proposé un schéma général du déroulement de ces interactions, repris sous forme de tableau pour plus de clarté à la page suivante, schéma mis en parallèle avec un deuxième schéma, celui des « appels internes ». Nous avons en effet souligné par ailleurs les variations dues cette fois au statut de l'interlocuteur de la secrétaire. L'un de nos corpus (Fournisseurs) nous a effectivement permis de proposer un deuxième type de script, celui des appels entre la secrétaire et un autre employé de la même entreprise.

Dans cette première partie, nous avons notamment souligné l'importance de la séquence d'ouverture dans les interactions de travail à distance, importance liée à l'absence du canal visuel. L'une de nos hypothèses de départ, hypothèse qui avait pris

naissance à l'écoute des corpus, était que la secrétaire véhicule, dès les premiers échanges avec son interlocuteur (principalement quand il n'est pas encore client), une image de l'entreprise¹⁰³. Ainsi, le client (qui ne l'est pas encore lors de son premier appel, et qui ne le sera peut-être jamais) va se construire une image de l'entreprise, et cette image renvoyée par la secrétaire va plus ou moins influencer le comportement voco-verbal du client.

La fonction de la séquence d'ouverture est phatique. Elle doit rendre possible l'échange, donner le ton, définir la situation et les négociations explicites ou implicites en ce qui concerne les identités, la relation, le but de la rencontre, son type et son style, son existence (Thomsen, 2000 : 32).

C'est pour cette raison que les manuels de politesse tout comme ceux de formation (qui se fondent probablement sur les premiers) insistent sur l'ouverture des interactions.

C'est dans le monde des affaires qu'on trouve le plus gros volume de communication verbale entre personnes qui ne se sont jamais vues (...). Dans le monde des affaires, les compagnies considèrent qu'il est très important d'éduquer les secrétaires, de sorte qu'elles connaissent les bonnes manières et le protocole de la communication téléphonique (...). Le ton et la cordialité d'une secrétaire ou d'une téléphoniste ont une influence évidente sur le contact téléphonique initial (Gras, Joerges, Scardigli, 1992 :261-262).

Pour en revenir aux scripts des interactions de travail, le tableau suivant permet de souligner la variation la plus importante entre les deux types d'interactions, variation se situant au niveau de la clôture de l'interaction. La séquence de clôture est en effet bien plus brève dans les interactions entre employés, et se limite souvent à un simple échange de salutations, les remerciements n'étant pas systématiques. Ceci est principalement dû au fait que les interactions entre employés sont des interactions symétriques, les deux participants sont dans un cadre de travail, chacun a des tâches bien définies, le but de l'appel est strictement professionnel. Dans le cadre des appels internes, si l'appel est motivé par une requête, le ménagement des faces lié à la formulation de la requête se fait, non par le biais de formulation indirecte de la requête, mais par le biais de la reconnaissance (signe que les locuteurs se connaissent bien), par les termes d'adresse plus familiers, etc. En ce qui concerne la requête, nous verrons plus précisément dans la partie 4 de quel type elles peuvent être dans les interactions professionnelles. Auparavant, nous ferons la description et l'analyse des différents rôles de la secrétaire au sein de son entreprise, des relations qu'elle peut entretenir avec son entourage, et nous aborderons la question du *gender* dans les interactions professionnelles, compte tenu du fait que les interactions de ce type sont souvent mixtes, et peuvent apporter quelques éléments de réponse concernant les différences de comportements langagiers entre les hommes et les femmes au travail.

Figure 15 : Tableau récapitulatif des scripts des interactions verbales téléphoniques au travail.

¹⁰³ Cette question a donné naissance à un poster, que j'ai présenté lors d'un colloque Euresco (2000).

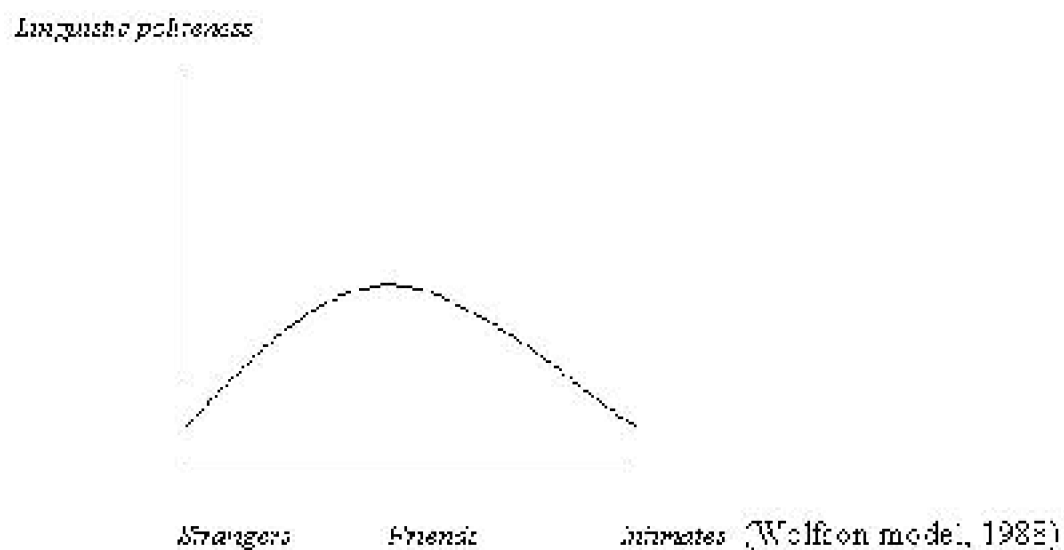
Deuxième Partie : Caractéristiques générales et script des interactions de travail au téléphone

	Script des interactions entre Client et Secrétaire (Appels Externes)	Script des interactions entre S Internes)
Séquence d'ouverture	S – Présentation – Salutation (C – Identification S – Réponse (accusé de réception)) C – Présentation - Salutation (+ Salutations complémentaires)	E – Ouverture du canal par a S – Présentation E – Ratification de l'identité S – Re de l'int Présen Ratifica Salutat S – Qu
Corps de l'interaction	C – Formulation de la requête S – Réalisation de la requête	S – Formulation de la requête
Séquence de clôture	C – Accord du client S – Récapitulation accord C – Remerciement S – Renvoi du remerciement (ou minimisation)	S – Récapitulation par S C – Accord C + Remerciement
	C – Remerciement S – Renvoi du remerciement (ou minimisation) C/ S – Salutations finales	S – (Remerciement +) Saluta

Pour conclure, nous pouvons souligner à nouveau le fait que dans les interactions entre des locuteurs se connaissant plus ou moins bien, les séquences de clôture sont bien plus courtes que celles se déroulant entre locuteurs ne se connaissant pas. Cette séquence se limite en effet à des salutations et éventuellement des remerciements lorsque les locuteurs se connaissent plutôt bien, ceci venant confirmer ce qu'avait observé Wolfson (1988). Elle avait en effet remarqué, comme le rapporte Holmes (1995 : 13) que

Speech behaviour tends to be most frequent and most elaborated between those who are acquaintances and casual friends, rather than between intimates or strangers.

Elle schématise l'utilisation de la politesse linguistique selon le degré de connaissance des interactants de la façon suivante :



Mais venons-en aux relations tissées au sein de l'entreprise entre les différents interactants, aux rôles affichés par la secrétaire dans l'entreprise, et à la question du genre dans les interactions de travail.

Troisième Partie : Les identités dans l'entreprise

Nous avons commencé à décrire dans notre partie précédente les différents rôles et statuts que peut activer une secrétaire au sein de son entreprise, et les types de relations entretenues avec son supérieur. Nous allons voir plus en détail dans cette partie comment sont actualisés ces rôles, quelles identités sont véhiculées par les locuteurs au cours de l'interaction, et quelles sont celles pouvant modifier justement le déroulement de l'interaction et les relations entretenues par les locuteurs. En effet, l'une de nos hypothèses de départ est que le sexe des participants peut modifier leur comportement langagier, et qu'il existe des différences entre les hommes et les femmes. Il nous a donc semblé essentiel de décrire et analyser des identités sexuelles, les différences de comportements langagiers entre les hommes et les femmes (Chapitre 8), et d'observer ensuite comment ces identités s'actualisent dans une situation de travail (Chapitre 9). Mais avant de traiter ces deux points, nous commencerons par définir la notion d'identité, du point de vue de la psychologie et de la sociologie, puis du point de vue interactionniste (Chapitre 7, 1.Le mot « identité », 2.Les identités, 3.Du point de vue de l'interaction). Nous définirons aussi les notions de statut et de rôle, notions qui sont en lien direct avec celle d'identité. Ces définitions nous permettront de répondre à certaines questions, notamment celles que nous pouvons nous poser face à l'imprévisibilité apparente de certains des comportements de nos secrétaires.

Cette partie de notre travail est largement inspirée par la psychologie sociale, définie

comme discipline se centrant « sur l'étude des relations réelles ou imaginées de personne à personne dans un contexte social donné, en tant qu'elles affectent les personnes impliquées dans cette situation » (Allport, 1924 in Cazals-Ferré et Rossi, 1998 : 9). Il s'agira pour nous de traiter, dans cette partie, des identités, rôles et statuts activés par les locuteurs dans les différents contextes d'analyse, afin de mettre à jour « **les relations interpersonnelles qui se tissent entre l'individu et les groupes ou au sein des groupes entre eux, dans un contexte social déterminé** » (Cazals-Ferré et Rossi, 1998 : 8).

Lors de premières approches de situations de travail, telles que celles que nous observons ici, certains facteurs comme le sexe des interactants n'avaient jamais été pris en compte. Pourtant, l'une des particularités des entreprises étudiées ici, est que l'appelé est presque toujours de sexe féminin (la secrétaire, comptable, standardiste...), et l'appelant de sexe masculin. Nous traiterons dans cette partie de la question du *genre*, plutôt que du sexe, étant donné que

It is now widely accepted that « gender » is the appropriate term for the socially constructed categories which define appropriate feminine and masculine behaviour, while « sexe » refers to biologically based distinctions (...). In this book gender is therefore the appropriate term for describing differences in linguistic behaviour along the feminine-masculine dimension (Holmes, 1995 : 29).

Si le monde des secrétaires est un milieu féminin (une étude récente a montré qu'en France, 99% des secrétaires sont des femmes¹⁰⁴), le milieu dans lequel elles évoluent est très souvent masculin¹⁰⁵. Et même si ce milieu ne l'est pas particulièrement (comme dans le milieu des assurances, où il y a beaucoup de femmes non-secrétaires dans les bureaux), il y aura, tout de même, très souvent, un supérieur homme. De nombreuses études montrent cette évolution dans la répartition des tâches, notamment Crozier¹⁰⁶ ou Messant-Laurent :

Nous savons aussi que le monde des bureaux est aujourd'hui un monde féminin, en termes quantitatifs du moins, étant entendu que les directions, l'encadrement, le contrôle de gestion sont majoritairement masculins (1990 : 11)¹⁰⁷.

La notion d'autorité est d'ailleurs souvent associée à la masculinité. Ceci est notamment dû à l'apparence, notamment par la taille (une personne plus grande paraîtra plus imposante), et par la voix (une voix plus grave semblera plus efficace, plus imposante), mais cette association entre autorité et masculinité est aussi due à des éléments linguistiques : Tannen (1996) oppose ainsi, à partir d'analyses linguistiques, la « politesse

¹⁰⁴ Voir Alonzo, 1996. Mais déjà, en 1984, les statistiques françaises indiquaient que la catégorie des employés était à 72% féminine (voir Gollac et Seys, « Les professions et catégories socioprofessionnelles : premiers croquis », Economie et Statistiques, n°171-172, p. 79-134).

¹⁰⁵ Entreprises du bâtiment, de transports...

¹⁰⁶ Voir 1965 : 15-26.

¹⁰⁷ ***Toujours dans Economies et Statistiques, les statistiques montrent que la catégorie des « professions intermédiaires » est féminine à 40% et celle des « cadres et professions intellectuelles supérieures » l'est à 25%.***

féminine » à « l'autorité masculine ». Il est évident que les conclusions issues des recherches sur le *gender* sont à prendre « avec des pincettes ». Dans nos corpus par exemple, nous n'avons pas de secrétaire masculin, ce qui nous oblige à nuancer nos résultats. En effet, il est difficile, dans certains cas, de démêler ce qui tient au sexe des participants et ce qui tient au rôle. Le comportement est donc très probablement lié au contexte, nous le verrons au cours de notre analyse : « ***It may well be that certain features of " women's speech " considered to be markers of sex are in fact markers of these sex-role-stereotyped activities*** » (Scherer et Giles, 1979 : 55). Mais nous allons en reparler en faisant le point sur les travaux portant sur la question du *gender* et voir comment ces identités se manifestent dans une situation de travail. Commençons par décrire la notion d'identité.

Chapitre 6 : Les notions d'identité, de rôle et de statut

1. Le mot « identité »

La notion d'identité se trouve au carrefour de plusieurs champs théoriques : l'anthropologie, la philosophie, et surtout ¹⁰⁸ la psychologie et la sociologie. L'identité est donc une notion transdisciplinaire. Le mot « identité » est lui-même polysémique, il est chargé d'une double définition (Lipiansky parle à ce sujet de « paradoxe sémantique », 1992 : 8). D'une part, le terme « identité » renvoie à la notion d'identique (être semblable à l'autre). D'autre part, « identité » renvoie à ce qu'il y a d'unique en une personne, ce qui la distingue des autres personnes. Les identités sont instables et dynamiques : elles sont « ***relatives au contexte socio-historique, aux circonstances particulières, aux rôles sociaux, aux relations liées par les différents sujets*** » (Baugnet, 1998 : 8), d'où la nécessité de prendre en compte le contexte de l'interaction, les rôles et statuts de ses participants, etc. L'identité se construit, s'étudie dans le rapport à l'autre, indissociable de la relation à l'environnement.

2. Les identités personnelle et sociale

Deux identités sont en interaction étroite : l'identité pour soi (ce que l'on pense de soi, l'appréciation personnelle) et l'identité pour autrui (la comparaison sociale). Nous voyons bien ici que la notion d'identité appartient à deux champs théoriques proches, la sociologie et la psychologie, la psychologie sociale ne constituant alors pas un sous-produit de celles-ci mais un champ scientifique à part entière. D'un point de vue psychologique, l'identité se définit comme un fait de conscience, un fait individuel, et d'un point de vue sociologique, l'identité se définit dans l'interaction (l'individu dans son rapport à l'autre). Ces deux identités sont aussi nommées « identité personnelle » et « identité

¹⁰⁸ Du moins ce qui nous intéressera ici.

sociale ».

L'identité personnelle correspond à la conscience de soi, à la façon dont le sujet se perçoit lui-même, l'identité intime. L'identité personnelle correspond à l'individu avec ses marques distinctives telles que le nom, elle est constituée d'attributs qui permettent de définir ce que le sujet a d'unique en tant qu'être humain. C'est l'ensemble organisé des sentiments, des représentations, des expériences qui se rapportent à soi. L'identité personnelle est en interaction avec l'identité sociale, sur laquelle nous nous attarderons plus longuement.

L'identité sociale n'est donc pas séparée de l'identité personnelle. L'identité de l'individu se définit en effet par les relations entretenues entre la définition extérieure de soi (le social) et la perspective intérieure (le personnel). L'identité sociale d'un individu est constituée de « ***l'ensemble des caractéristiques pertinentes définissant un sujet et permettant de l'identifier de " l'extérieur "*** » (Camilleri et al., 1990 : 173). C'est l'appartenance de l'individu à des catégories telles que le sexe, l'âge, à des groupes socioculturels (profession, ethnie), à l'assomption de statuts sociaux (familles, institutions), etc. Ces attributs sont les statuts que l'individu partage avec d'autres membres d'un groupe social. Ainsi, contrairement à l'identité personnelle, qui relève de l'intime, l'identité sociale renvoie au paraître de l'individu (l'apparence, les comportements corporels ¹⁰⁹, les comportements langagiers, notamment dans l'interaction). C'est

ce qui est présenté lors de la présentation de soi en mettant en avant l'appartenance à des catégories sociales (catégories socioprofessionnelles, ethniques, statut de minorité) et en développant un système de conduite lié au statut (Goffman, 1963 : 78).

L'individu sait qu'il va être jugé par autrui, par le biais de cette « façade », de l'aspect extérieur. L'identité n'existe que dans un rapport d'un sujet à un autre et vis à vis d'un objet (réel ou imaginaire, physique ou social). Nous reprendrons, pour finir, la définition de l'identité proposée par Codol et Tap ¹¹⁰ :

L'identité est un système structuré, différencié, à la fois ancré dans une temporalité passée (les racines, la permanence), dans une coordination des conduites actuelles et dans une perspective légitimée (projets, idéaux, valeurs et styles). Elle coordonne des identités multiples associées à la personne (identité corporelle, identité caractérielle, spécificités personnelles...) ou au groupe (rôles, statuts...) (in Lipiansky, 1992 : 45).

Nous verrons dans la suite de ce travail, qu'il n'est pas aisé de distinguer les comportements discursifs qui appartiennent de façon propre au locuteur, ce qui tient de son identité personnelle, des comportements discursifs découlant de la situation d'interaction, ce qui tiendrait donc plutôt de l'identité sociale. Ainsi, certains comportements langagiers de la secrétaire trouveront leur justification dans le caractère propre de celle-ci, son éducation, son expérience personnelle (ce qui ne nous intéressera pas ici), alors que d'autres pourront être décrits grâce à l'analyse des interactions

¹⁰⁹ Voir les études de kinésique et proxémique, notamment celles de E. Hall, *La dimension cachée*, 1978, Paris : Seuil.

¹¹⁰ *Revue internationale de psychologie sociale*, 1989, n°2.

auxquelles elle participe. C'est donc grâce à la description et la comparaison d'un grand nombre d'interactions se déroulant entre des locuteurs dans différentes situations que nous pouvons relever les phénomènes qui seront pertinents pour une analyse linguistique des interactions de travail.

Nous en venons alors à l'approche interactionniste de cette notion d'identité.

3. Du point de vue de l'interaction

La façon dont nous nous percevons nous-mêmes et nous percevons autrui dépend des autres. C'est donc dans l'interaction que chacun prend conscience de soi et d'autrui, à travers l'exécution de rôles. Cette approche interactionniste de l'identité, si elle a largement été développée par G. H. Mead dans les années trente¹¹¹, avait été décrite bien plus tôt, en 1890, par William James dans ses *Principes de psychologie*. Dans le chapitre « La conscience de soi », il souligne le fait qu'autrui joue un rôle essentiel dans la conscience de soi, et qu'une personne « **a autant de soi qu'il existe d'individus qui la reconnaissent** » (James in Lipiansky, 1992 : 47). L'individu s'imagine dans le regard d'autrui (le « soi reflété dans un miroir »¹¹²), et va anticiper les jugements que les autres peuvent porter sur lui. Notre travail ayant pour objet d'étude l'interaction professionnelle, il sera donc nécessaire de considérer les identités dans une perspective interactionniste¹¹³.

3.1. G.H. Mead

Mead rejoint d'autres sociologues et psychologues qui eux aussi se rattachent à l'interactionnisme symbolique¹¹⁴. L'interactionnisme symbolique s'attache en effet à « **l'analyse des relations entre l'individu et la société, en développant l'idée selon laquelle la formation du soi s'élabore dans l'interaction avec autrui à partir de la prise de rôles** » (Baugnet, 1998 : 49), à l'analyse des conduites, des pratiques symboliques (le langage, grâce auquel il y a représentation symbolique de l'autre, et le jeu¹¹⁵). C'est donc avec G.H. Mead (et l'école de Chicago) notamment que le Soi commença à être abordé comme une « structure sociale, et naît dans l'expérience sociale » (Mead, 1963 : 119), c'est-à-dire résultant des interactions. Ainsi, le Soi n'est plus alors présenté comme « substance singulière » mais comme le produit de relations entre individus. C'est

¹¹¹ *Mind, Self and Society*, 1934, traduit en français *L'Esprit, le Soi, la Société*, en 1963, est un recueil posthum de ses cours donnés à l'université de Chicago.

¹¹² *The looking-glass self*.

¹¹³ « Les identités s'actualisent dans un processus d'échanges socialement situé », Lipiansky, Camilleri et al., 1990.

¹¹⁴ Terme créé en 1969 par Blumer, successeur de Mead à l'université de Chicago.

¹¹⁵ Notamment l'enfant, qui, par le jeu, « essaie » de nouveaux rôles. C'est par l'exercice des rôles que les individus vont construire activement leur identité.

dans sa théorie des rôles sociaux que Mead explique :

L'interaction sociale est le lieu à partir duquel se construisent leurs représentations d'autrui et d'eux-mêmes, représentations servant à organiser les conduites durant les rapports extérieurs avec les partenaires sociaux (Vinsonneau, 1997 : 64).

Ainsi, en entrant en interaction avec autrui, l'individu va s'imaginer dans le regard d'autrui, et la communication peut alors modifier, entre autre, la perception que l'individu a de lui (la conscience individuelle).

Notre analyse des interactions de travail n'est donc pas séparée de celle des identités et rôles de la secrétaire. L'analyse des interactions entre secrétaire et clients et secrétaire et patron nous a poussée à nous poser certaines questions concernant la place de la secrétaire au sein de l'entreprise, les identités revendiquées par celle-ci ainsi que les rôles activés. Mais cette analyse des identités ne peut se faire, du point de vue de l'interactionnisme symbolique, sans une analyse, en parallèle, des interactions :

Le traitement interactionniste de l'identité suppose une thèse commune : aucune analyse pertinente du soi ne saurait être produite séparément d'une analyse des interactions avec les partenaires (Queiroz et Ziolkowski, 1995 : 45).

Cette notion du Soi définie par Mead rejoint celles de « face » et de « rôle », puisque la conscience de soi s'élabore à partir de la prise de rôle, que la communication avec autrui ne peut se faire qu'en remplissant un rôle, et

ce que l'on met en jeu dans l'accomplissement d'un rôle n'est autre que sa face, cette fraction du soi, qui, dans la mesure où elle est en partie sous la dépendance de l'autre, devient une partie objectale du moi (Vion, 1992 : 35).

C'est ce que nous allons définir maintenant.

3.2. La notion de face chez Goffman

Les travaux de Goffman, notamment *La présentation de soi* (1973), se trouvent dans la continuité de ceux de Mead ou de Park (1950), puisqu'il y reprend l'idée selon laquelle les individus ne peuvent se manifester qu'à travers des rôles. L'interaction est présentée comme un lieu semblable à une scène de théâtre¹¹⁶, scène sur laquelle se jouent, entre autre, des « drames ». Les participants à l'interaction se définissent alors comme des acteurs, véhiculent une image d'eux-mêmes, leur face, et tentent de la valoriser à travers leurs actes. La face est ce que Goffman définit comme l'image qu'un sujet met en jeu dans une interaction donnée. On peut définir le terme de face comme étant

la valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement à travers la ligne d'action que les autres supposent qu'elle a adoptée au cours d'un contact particulier (Goffman, 1974b : 9).

Il y a, selon Goffman, une véritable quête de reconnaissance, un besoin de valorisation chez chaque acteur, qui va l'amener à mettre en avant les aspects de son identité les plus aptes à attirer la sympathie, l'admiration, l'estime, et à cacher les aspects qui peuvent être interprétés comme des défauts ou des faiblesses. L'apparence (le « masque ») serait

¹¹⁶ Des métaphores employées par Goffman, beaucoup sont empruntées au théâtre, qui permettent de souligner le côté dramaturgique de la communication.

donc plus importance que la réalité, d'autant plus que l'autre n'aurait finalement à disposition que ces éléments pour se faire une idée de l'identité de son interlocuteur. Cette image n'est jamais acquise pour toutes les interactions auxquelles va participer le sujet. Chaque individu l'actualise à l'intérieur d'un système de places, système par lequel chacun élabore une image de l'autre. En actualisant un rôle dans une interaction, il convoque alors l'autre dans un rôle complémentaire (vendeur – client, professeur – étudiant, médecin – patient, etc.). Chaque acteur fait de la « figuration », c'est-à-dire qu'il véhicule une image de lui-même, telle que les autres l'attendent plus ou moins de lui, et si ces autres estiment qu'il « ne s'en montre pas digne, elle lui sera retirée » (Goffman, 1974b : 13).

La face peut donc être remise en cause à chaque interaction (en cas de mauvaise prestation par exemple). Le sujet a donc intérêt à tout faire pour préserver sa face quand elle sera menacée, et à ne pas la perdre. Pour l'aider dans cette tâche, il existe, selon Goffman, différents types de stratégies de valorisation, qui permettront donc à l'acteur de faire « bonne figure » et ne pas perdre la face dans l'interaction. C'est ce que Goffman appelle les « contraintes rituelles » : ce sont des procédures qui visent à sauvegarder les images de chacun dans l'interaction. Ces règles vont permettre à chacun de ne pas faire perdre la face à l'autre (règles de considération), et de faire bonne figure (règles d'amour-propre). Il s'agit d'un véritable travail de « figuration" (*face work*). Les échanges réparateurs sont des moyens parmi d'autres des processus de figuration. En effet, les échanges réparateurs, contrairement aux échanges confirmatifs comme les salutations (les deux locuteurs effectuent des actions de même nature), sont menaçants, du fait de leur origine, qui a elle-même un caractère menaçant, comme peut l'être une requête. Nous le verrons lors de l'analyse de l'acte de requête, mais nous pouvons déjà remarquer que le locuteur formulant sa requête, atténue la menace par des processus de figuration, tels que des préliminaires (« ce serait pour une petite question », « excusez-moi de vous déranger », etc.), des formulations d'actes indirects (« pourriez-vous me dire... »), etc.

Nous verrons dans notre partie sur les identités sexuelles (chapitre 8) que les jeux de séduction pouvant se dérouler entre clients et secrétaire, repérés dans nos différents corpus, sont dus très probablement à ce besoin de valorisation. Cette attitude serait, d'après Lipiansky, plus narcissique que sexualisée.

Vouloir être séduisant apparaît comme un moyen d'être plus facilement accepté, approuvé et reconnu. Le besoin de séduction peut comporter aussi une demande d'amour qui, dans ce cas, est moins l'expression d'un désir de nature sexuelle que la traduction d'un besoin de reconnaissance frustré(1992 : 152).

Cette notion de face fut reprise un peu plus tard, en 1978, par Brown et Levinson, qui décrivent, pour chaque individu, deux faces, dans le cadre de l'analyse de la politesse linguistique :

- Une face positive : Il s'agit des différentes images de soi, la partie narcissique de chaque acteur (la face positive correspond à la notion de face chez Goffman).
- Une face négative : Il s'agit du territoire (corporel, matériel, spatial, affectif, etc.) de chacun, le domaine de l'intime. L'irruption dans cet espace personnel peut être perçue comme une agression.

Ainsi, au cours de l'interaction, chaque participant devra faire de son mieux pour protéger ses propres faces (l'image de soi et le territoire) et ménager celles des autres. Au quotidien, ce principe interactionnel est loin d'être évident à respecter, le compliment en est un bon exemple : en valorisant la face positive du partenaire, le compliment est aussi une menace pour la face négative (c'est une « incursion territoriale »). Différentes stratégies peuvent être mises en œuvre pour protéger ses propres faces et celles du partenaire. Il s'agira de ce qu'on appelle la politesse négative (« L'individu évite de commettre des actes menaçants et/ou s'efforce d'atténuer ceux qu'il a commis », Traverso, 1999 : 52) :

- Sauvegarder sa face (positive) consiste en la protection de son image (empêcher les dégradations, etc.).
- Sauvegarder son territoire, c'est se protéger des comportements trop familiers, trop envahissants, des rapports trop étroits, etc.
- Sauvegarder la face du partenaire consiste en l'évitement de paroles trop dures, de reproches, etc.
- Et le territoire de celui-ci sera sauvegardé en évitant les comportements trop proches, les incursions brutales, etc.

Brown et Levinson ont envisagé la notion de FTAs, mais n'ont pas envisagé celle d'*anti-FTAs* (actes « anti-menaçants », dont parle Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 171), qui ont un effet cette fois positif pour les faces. La politesse positive consistera en la production d'actes flatteurs (*anti-FTAs*), c'est-à-dire d'actes ayant un effet positif sur la face (tels que la louange, le compliment) et/ou le territoire (augmentation du territoire grâce au cadeau par exemple) de l'un ou de l'autre voire les deux partenaires de l'interaction.

Nous avons décrit la face comme étant le lieu de la mise en scène, par un sujet, d'un rôle particulier, convoquant alors l'autre dans un rôle corrélatif. Nous allons donc définir maintenant les notions de rôle et de statut.

4. Les notions de rôle et de statut

Pour l'interactionnisme symbolique, l'individu ne peut se constituer de façon individuelle qu'en se socialisant, cette socialisation se réalisant par l'adoption de rôle, « au moyen d'interactions médiatisées par le langage » (Habermas, 1987 : 442). Et, selon Vion,

Jouer un rôle implique donc la gestion de deux positions, symétriques ou complémentaires, constitutives d'un rapport de places. Nous sommes ainsi conduit à actualiser notre face, notre soi, à l'intérieur d'un système de places par lequel nous construisons également une image de l'autre (1992 : 35).

Chaque individu vit dans un environnement social, il appartient à un groupe. Il lui est attribué une certaine position au sein des groupes auxquels il est affilié (nous verrons qu'un même individu peut évoluer dans plusieurs groupes, et avoir donc plusieurs statuts), ainsi que des tâches et des fonctions particulières, liées au(x) statut(s) occupé(s). L'identité intègre donc « ***les statuts et les rôles de chaque individu en réponse aux statuts et rôles des autres constituant son environnement social*** » (Baugnet, 1998 :

14).

Les interactions de nos corpus sont, nous l'avons vu dans notre deuxième partie, complémentaires. La complémentarité est une notion qui se fonde sur la relation établie par les rôles des participants à l'interaction, qui sont, dans les entreprises de nos corpus, la secrétaire et le client. Ainsi, l'activité d'échange dans laquelle se trouvent les participants leur assigne des rôles de secrétaire et de client, l'équivalent dans les interactions de commerce étant les rôles de vendeur et d'acheteur ou demandeur d'informations. En fonction de leur statut, chaque participant s'engage dans un rôle particulier, afin de mener à bien l'activité dans laquelle il est engagé, c'est-à-dire une activité de commerce. Nous avons vu avec Goffman que le rôle interactionnel était comparable à celui d'un acteur de théâtre, mais nous allons définir ces notions de façon plus générale.

4.1. Le statut

Le statut désigne

la position objective occupée en fonction du niveau social ; il englobe un ensemble de caractéristiques objectives qui déterminent la place d'un individu sur une échelle sociale (Fischer, 1997, in Cazals-Ferré et Rossi, 1998 : 30).

Précisément, les statuts sont

Des ensembles d'attributs et d'attitudes, de qualités ou de caractères, qui peuvent être imposés ou assignés (ascription), acquis ou conquis (achievement), selon qu'ils sont liés à un « destin social » (exemple : position dans un espace familial) ou enjeux d'un « projet social » (exemple : poste dans une hiérarchie professionnelle). Les statuts ne sont pas seulement des étiquettes assignées à l'acteur, qu'il reprendrait à son compte par intériorisation : ce sont aussi des ressources utilisées par l'acteur dans l'exercice de ses rôles, dont il se sert pour maintenir une place qui lui est accessible dans le monde social, et des sanctions accordées par ses partenaires et ses contemporains pour la façon dont il s'acquitte de ses rôles, dans un mixte de conformité et d'innovation, de reproduction et de distinction (Cefai, 1998 : 233).

Il s'agit de l'état, du rang social de chaque individu, et des dispositions fixant notamment les droits et devoirs d'une profession (ou d'un autre type de statut). Par exemple, être père est un statut, et celui-ci implique une autorité sur l'enfant et un droit de protection (les rôles). Nous pouvons distinguer deux types de statuts, les statuts assignés et les statuts acquis. Les statuts assignés le sont en général dès la naissance, ils ne sont donc pas choisis par le sujet. C'est le cas notamment du sexe biologique. Les statuts acquis sont au contraire issus d'un choix de la part de l'individu, de ses initiatives ou encore de son travail. Il s'agit notamment du statut lié à une profession, du statut familial, etc. Une même personne peut donc posséder plusieurs statuts, c'est ce que nous verrons avec nos secrétaires qui sont à la fois femme, secrétaire, épouse. Toutefois, le statut de secrétaire (ou de commerçant dans les interactions de commerce de façon générale) peut être plus ou moins stabilisé socialement, si elle est reconnue comme telle en dehors de l'interaction commerciale. Par contre, le statut de client ne s'actualise que dans l'activité de commerce. Le statut de secrétaire (ou plus précisément les composantes pertinentes de

son statut dans l'interaction) est plus complexe que celui de client. Elle est en effet la personne qui détient les informations et d'une certaine façon le bien désiré par le client puisqu'elle est souvent son unique lien avec l'entreprise et qu'elle représente l'entreprise. De plus, la secrétaire est socialement et légalement reconnue comme telle, elle possède le droit de revêtir le rôle consistant en la vente de biens et de services et la transmission d'informations.

Il faut préciser ici qu'il y a un lien de dépendance entre les statuts acquis et les statuts assignés, puisque, par exemple, il sera plus facile pour un homme d'accéder au statut de cadre supérieur. Nous pouvons nous demander s'il sera alors plus facile pour une femme d'accéder au statut de secrétaire. D'après Messant-Laurent, ce n'est pas un hasard si les femmes sont nombreuses dans les bureaux. Pour elle, l'existence et la permanence des secrétaires autour des patrons ne s'expliquent pas seulement par des raisons économiques et sociales, mais aussi par le fait que

Ceux qui décident – une minorité d'hommes – ceux qui contrôlent, ceux qui ont la parole se réservent l'accès privilégié aux femmes, à la possibilité de rencontrer des femmes, sur leur lieu de travail. Autrement dit, les cadres supérieurs – ceux qui ont un mot à dire sur l'organisation de l'entreprise – apprécient et s'assurent la présence sur le lieu de travail d'une femme « en particulier », leur secrétaire (« private secretary ») (1990 : 187).

Pour finir, le(s) statut(s) de chaque individu lui permet(tent) d'anticiper sur les comportements des autres individus avec lesquels il entre en interaction. En effet, au statut d'un individu sont associés des pratiques, des manières de faire, des rôles, qui induisent des attentes vis à vis de l'autre.

Chacun à la suite d'une action attend en réponse un certain comportement d'autrui. Chacun aussi en fonction de sa position attend des attitudes, des actions d'autrui et, en miroir, autrui attend du sujet, du fait de sa position, des attitudes et des actions (Chappuis et Thomas, 1995 : 3).

4.2.Le rôle

Les notions de statut et de rôle sont liées, compte tenu du fait qu'à chaque statut, correspondent des rôles, que c'est le statut de chaque individu, c'est-à-dire sa position au sein d'un groupe, qui détermine un ensemble de conduites conformes à son statut. A l'origine, ce mot est lié au monde du théâtre : des acteurs jouent des rôles face à un public, ils donnent une représentation. L'analogie avec la vie quotidienne peut alors être faite. En effet, tout comme l'acteur de théâtre, l'acteur social, s'il dispose d'une certaine liberté, ne peut s'écarter véritablement de son rôle (de ce qu'il doit dire et faire). Pour reprendre la définition de Goffman, le rôle est un « **modèle d'action préétabli que l'on développe durant une représentation et que l'on peut présenter ou utiliser en d'autres occasions** » (1973 : 23). D'une part, le rôle, comme « modèle d'action », fournit à l'acteur social des conduites, des pratiques et manières qui lui permettent de se situer, d'entrer en interaction avec autrui. D'autre part, le rôle permet à chacun d'avoir des attentes envers autrui, concernant des attitudes et des actions. Ainsi, les rôles, s'ils sont respectés, entraînent « une certaine harmonie et une cohésion sociale » (Baugnet, 1998 : 49).

Les interactions de nos corpus sont des interactions complémentaires, c'est-à-dire que chaque participant intègre un rôle spécialisé au cours de l'interaction. Les rôles ne peuvent être tenus par une même personne, étant donné que « **ce sont les statuts opposés (et complémentaires) de possesseur/ non-possesseur qui fondent les rôles de vendeur/ client** » (Hmed, 2003 : 40). Ils se définissent de la façon suivante :

Les rôles sont pour leur part des ensembles de contraintes et d'obligations, d'autorisations et de prohibitions qui sont appris par l'acteur, et qui paraissent engendrer ce qu'il doit dire et faire dans telles ou telles circonstances. Les prescriptions des rôles présentent toujours une indétermination qui assure à l'acteur une marge de manœuvre, lui permet de montrer des stratégies et de risquer des tactiques, qui le laisse improviser certains scénarios en situation, et qui lui ménage un écart réflexif par rapport à ses manifestations intra-mondaines. (...) Ils s'organisent en jeux de rôles (role-sets) et en jeux de statuts (status-sets), toujours articulés dans des contextes d'interactions typiques, et s'accompagnent d'attentes (expectations) typiques de rôles et de statuts, partagées et sanctionnées par les interactants (Cefai, 1998 : 233).

La multitude de rôles impliqués dans une interaction laisse envisager la possibilité de conflits entre les rôles : conflits, chez une même personne, entre les différents rôles qu'elle remplit (conflits « intrapsychiques »), mais aussi conflits avec les rôles d'une autre personne (conflits interpersonnels). Dans le premier cas, l'individu doit remplir plusieurs rôles, qui ne sont pas forcément compatibles entre eux, voire totalement incompatibles, ce qui le place évidemment dans une situation difficile à gérer (nous en parlerons dans la partie suivante à propos des secrétaires d'entreprise).

Dans le deuxième cas, les conflits interpersonnels peuvent être dus aux évolutions de la société qui rendent les rôles potentiellement instables, et qui rendent incompatibles des rôles traditionnels et des rôles nouveaux. Il sera donc intéressant d'observer la prise de rôles (selon leur statut) des locuteurs participant aux interactions de nos corpus, étant donné que les rôles ne sont pas stables : ils peuvent s'étendre ou rétrécir, selon la situation d'interaction, et les interactants.

Dans l'entreprise, les cadres, les ouvriers, possèdent des statuts particuliers, mais les rôles qu'ils accomplissent dépendent dans une plus large mesure de leurs initiatives personnelles (Chappuis et Thomas, 1995 : 34).

C'est ce que nous allons voir précisément dans la prochaine partie, puisque la liberté accordée notamment aux secrétaires varie d'une entreprise à l'autre, leurs rôles sont donc plus ou moins limités. S'ils le sont trop, les initiatives personnelles sont quasi inexistantes, mais s'ils ne le sont pas assez, cette (trop) grande liberté peut devenir rapidement ingérable pour le supérieur.

Chapitre 7 : La secrétaire

1. La secrétaire : l'image vivante de l'entreprise

Nous avons repris, dans notre définition de l'entreprise, celle de Mucchielli, qui considère que l'organisation n'appartient pas à un monde matériel, puisque nous ne pouvons pas la voir, la toucher. Elle appartient à « l'univers des objets imaginés »¹¹⁷. Le client peut n'avoir que des contacts à distance, par le biais du téléphone (ou du fax, des e-mails), il n'a alors aucune représentation concrète, matérielle, ni de l'entreprise, ni des personnes qui travaillent au sein de cette entreprise. Le téléphone donne cette vision de l'entreprise « immatérielle ». Nous pouvons donc nous demander comment un objet non matériel, comme une entreprise, peut véhiculer une identité propre.

1.1. Une communication purement auditive

Le canal sonore est le seul canal utilisé dans ce type d'interactions¹¹⁸, la voix et l'interprétation qui en est faite par le client sont essentielles dans nos interactions de travail. En effet, la voix est l'unique lien que le client peut avoir avec l'entreprise. C'est donc par la secrétaire, plus précisément par sa voix que l'image de l'entreprise est véhiculée. C'est à partir de la voix et du discours tenu par son interlocuteur (ce qu'elle dit, et la manière dont elle le dit) que l'appelant/ client (potentiel) peut se construire une image de cette dernière. La secrétaire, étant en principe la première personne avec laquelle le client entre en contact, a donc un rôle primordial dans l'interaction (et pour les prochaines interactions, donc l'histoire conversationnelle). En effet, le client (qui ne l'est pas encore forcément lors de son premier appel) va se construire une image de l'entreprise, notamment lors de ce premier appel. Nous distinguons ici trois sortes d'interactions que la secrétaire peut avoir avec des clients : celles avec des clients qu'elle connaît bien (qu'elle a déjà rencontrés), avec des clients qui ont déjà appelé, mais qu'elle ne connaît pas de *visu*, et enfin, avec des gens qui appellent pour la première fois, qui sont donc des clients potentiels.

La secrétaire peut entrer en interaction avec un client qui a déjà appelé. Il y a déjà une histoire conversationnelle plus ou moins développée entre eux. Ils se sont peut-être même déjà rencontrés. Le premier contact, donc la première image que le client se fait de l'entreprise est passée, et la secrétaire peut alors prendre plus de libertés.

Interaction 1 (corpus Transporteurs, 98)

1S Transports B. bonjour ↑

2C oui bonjour P. B.

3S oui bonjour m'sieur P.

4C dites moi est-ce que vot'chef est là ↑

5S mon chef ↑

6C ouais

¹¹⁷ « L'organisation n'appartient pas au monde matériel puisque ce n'est pas un objet que nous pouvons voir, toucher, flairer, goûter ou, d'une manière générale, percevoir par les sens », J.R. Taylor, 1993 : 52, in Mucchielli, 1998 : 9.

¹¹⁸ La communication client – entreprise peut être purement auditive, d'autant plus que nous n'avons pas de visioconférences dans nos corpus.

7S euh j'sais pas je: sais pas j'vais essayer d'vous l'passer quittez pas

Dans cet extrait, nous pouvons voir que le client comme la secrétaire se permettent plus de « libertés » dans leur comportement langagier (« ouais », « j'sais pas », etc.), ce qui est possible parce qu'ils se connaissent déjà.

La secrétaire peut aussi interagir pour la première fois avec un client potentiel. Son premier contact est celui qui va lui permettre de se construire une première image de l'entreprise, par le biais de la secrétaire et de certains de ses attributs (la voix, le langage). Ce premier contact est donc essentiel, d'où l'importance que lui donnent par exemple les sociétés de téléprospection, qui n'ont en général que des contacts uniques avec les clients (d'où l'importance du premier contact qui est le seul). Nous retrouvons ainsi dans certains manuels¹¹⁹ une liste de nombreux principes à respecter, comme « Je donne une meilleure image de ma société », et les moyens d'y arriver (être souriant, placer le client en situation d'accord, soigner la conclusion, etc.).

Interaction 6 (corpus Artisans, 99)

1S allô

2C oui [bonjour madame

3S [bonjour madame

4C je suis bien chez P. ↑

5S oui c'est ça bonjour madame

6C bonjour madame je suis madame L. .. voilà j'aurais aimé installer ...

(...)

13S y a::: oui y a possibilité ce c'est du c'était du vitrage isolant ...

Nous pouvons faire ici un autre rapprochement, entre le *télémarketing* et la relation de service par téléphone. Dans les deux cas en effet, la voix est la seule chose dont dispose l'appelant (dans le cas de l'entreprise) ou l'appelé (dans le cas du démarchage par téléphone). C'est la voix qui véhicule l'identité de l'entreprise. Il semblerait, d'après certaines études dont l'une faite sur le *télémarketing* au Brésil¹²⁰, que les femmes seraient plus appropriées pour ce travail à cause de leur voix, qui, selon certains clichés, serait plus douce, plus convaincante, etc. Les femmes auraient de plus grandes capacités à obtenir du client des accords (accompagnement vers un accord), à adopter le même style (accompagnement du langage), à savoir écouter (accompagnement sur le fond), etc. Nous y reviendrons dans notre prochaine partie portant sur les identités sexuelles.

Les enregistrements d'interactions téléphoniques posent des problèmes de deux sortes quant à leur traitement. D'une part, la voix est modifiée une fois qu'elle passe par le canal téléphonique. L'analyse de la voix peut donc être faussée si l'on essaie de l'analyser grâce à un logiciel de traitement de voix. D'autre part, la voix est difficilement analysable du fait de la mauvaise qualité des enregistrements. Ceci est dû à la situation

¹¹⁹ « L'analyse du fait de la mauvaise qualité des enregistrements. Ceci est dû à la situation

¹²⁰ Voir Cahiers du genre n°28, L'Harmattan.

de communication : les enregistrements ont eu lieu avec un magnétophone, qui enregistrerait l'appelant par le biais du haut-parleur du téléphone. L'appelé(e) n'avait pas de micro-cravate. C'est principalement pour cette raison qu'une étude approfondie de la voix n'a pas été faite. Toutefois, les interactants

paraissent très sensibles à l'effet qu'elle provoque sur eux, et à ce qu'elle leur indique comme attitude de la part d'autrui (on parle de ton péremptoire, autoritaire, condescendant, de voix charmeuse) (Grosjean, 1993 : 86).

La voix transmet des indices sur l'état physique et émotionnel de l'émetteur ¹²¹, que le récepteur perçoit. Ainsi, si l'on dit souvent que le sourire du parleur s'entend au téléphone, son état de stress ou de colère s'entendra aussi...

1.2.La secrétaire : de la formation à l'interaction

Comme nous l'avons dit précédemment, la secrétaire porte la responsabilité de représenter l'entreprise, puisqu'elle est souvent le premier contact qu'a l'appelant avec elle. Et c'est ce premier contact, en général téléphonique, qui va permettre au client de construire l'image qu'il se fait de l'organisation. Certains éléments vont orienter plus que d'autres cette image :

- La façon dont il est accueilli par téléphone (l'ouverture de l'interaction). Nous supposons (nous le verrons lors de notre analyse de la séquence d'ouverture) que le comportement voco-verbal de la secrétaire peut modifier le cours de l'interaction dès son premier contact avec le client ;
- La façon dont son interlocutrice prend en considération ses problèmes ;
- Le temps mis pour régler ses problèmes ;
- Le contact avec la secrétaire (plaisanteries, intimité / distance).

La gestion du temps est une dimension du travail lourde à gérer, et primordiale pour l'entreprise, vis à vis du client. La notion de temps dans l'entreprise est probablement différente d'une entreprise à l'autre ¹²², et d'un client à l'autre. Cela peut influencer sur le cours des interactions, notamment celles concernant des délais de livraison, de commande, etc. Un délai peut sembler court pour la secrétaire, et long pour le client. Nous trouvons ainsi souvent ces problèmes autour du temps, dans les entreprises du bâtiment, entre le client qui se plaint d'un délai et la secrétaire qui est complètement débordée de travail (nous pensons au corpus artisans ¹²³).

Dans l'entreprise, le chronomètre a été, et reste encore, la principale mesure du travail. Les délais, les cadences, les horaires, les jours ouvrés et les jours chômés, les temps d'activité et de retraite : autant de notions qui font se correspondre la question du temps et l'univers du travail (Cardia-Vonèche,

¹²¹ Certains psychologues se sont ainsi intéressés aux relations entre la voix et les émotions. Voir Léon, 1976, Fonagy, 1983.

¹²² On entend souvent les employés se plaindre de « manque de temps ».

¹²³ Les petites entreprises dans lesquelles un(e) même employé(e) aura différentes fonctions à gérer.

Bastard et Gonik, 1999 : 38).

La secrétaire apprend-elle à gérer les éléments cités plus haut, est-elle formée à l'accueil téléphonique ?

Nous avons pu constater que toutes les entreprises ne donnent pas la même importance à ce point. L'image véhiculée par l'appelé(e) est donc étudiée à travers une comparaison de plusieurs entreprises. Certaines entreprises, comme les entreprises familiales¹²⁴, ne se font pas une priorité de former leur secrétaire à l'accueil téléphonique. Ces entreprises, qui sont dans nos corpus des entreprises d'artisans, existent depuis plusieurs décennies, et font confiance aux membres de leur famille qui les entourent. Elles donnent aussi peut-être moins d'importance à l'image qu'elles véhiculent, du fait de leur pérennité : elles n'ont pas besoin de se soucier de leur image pour rassurer ou fidéliser le client. Au contraire, dans d'autres types de sociétés, où d'autres types de services sont rendus (cabinet d'assurances par exemple), l'image véhiculée par le biais de la secrétaire est essentielle, et nous voyons ainsi se développer des formations internes à l'accueil téléphonique. Dans ces guides de formation, nous retrouvons des marques de politesse linguistique adaptées à la situation de communication particulière à chaque entreprise. L'accent est mis sur la spécificité de la majorité des interactions clients – secrétaires, c'est-à-dire leur caractère purement auditif. Des conseils sont donnés :

- pour le contenu : il est conseillé d'être bref et clair dans son discours, d'utiliser la reformulation¹²⁵, mais d'éviter d'être trop brusque. Ainsi, certaines expressions telles que « *c'est de la part de qui ?* », « *c'est de quelle part ?* » sont bannies, apparaissant pour l'interlocuteur comme indiscrettes, désinvoltes, etc.
- pour l'expression, la forme : la voix (l'intensité, le débit, le ton) véhicule des informations. Nombreux sont les conseils sur la voix, car la voix de la secrétaire renseigne son interlocuteur notamment sur l'état émotionnel de celle-ci.

Par exemple, l'intensité de la voix apportera des informations sur l'aisance du locuteur, sur ce qui se passe aux alentours. « La voix renseigne également sur la tonicité ambiante : elle traduit un comportement gestuel : on entend, par exemple au bout du fil, la décontraction (...). Elle témoigne de l'humeur » (« Techniques de communication professionnelle orale »). Odin définit ces informations comme des « connotations énonciatives » : ce sont

***les connotations qui nous renseignent sur l'émetteur, sur le récepteur, et sur le contenu du message. Ainsi, telle structure intonative, nous fait-elle comprendre que celui qui parle est du Midi ou bien du Nord (...), qu'il s'adresse à un supérieur ou à un inférieur (...)* (Odin, 1990 : 122).**

Il est ainsi conseillé de sourire au téléphone. Nous allons voir qu'effectivement, la voix de la secrétaire peut venir perturber le client, modifier son comportement, donc modifier le cours de l'interaction. Dans nos corpus, nous avons notamment observé des différences dans l'accueil téléphonique entre les différentes entreprises.

¹²⁴ Corpus Artisans et Transporteurs. Chez l'entreprise Fournisseurs (exemples 1) et les Assureurs (exemples 2), la

¹²⁵ secrétaire donne une impression d'écoute (elle ne semble pas faire autre chose en même « La préoccupation de communiquer une information exhaustive à son interlocuteur impose la contrainte de la reformulation », Manuel de formation (voir Annexe 3).

temps, point essentiel dans de nombreux manuels ¹²⁶), elle parle clairement, le ton est plutôt gai (du moins, il n'est pas morose, ce qui freinerait la communication). Nous retrouverons des formules du type « C'est à quel sujet », « Qui dois-je annoncer ».

Exemples 1 (Fournisseurs) :

Interaction 5 1L T. Lyon bonjour ↑

2C oui ↑ bonjour j'pourrais avoir monsieur M. s'il vous plaît ↑

3L oui c'est de la part ↑

4C monsieur X.

5L oui quittez pas

Interaction 7 1L T. Lyon bonjour

2C allô bonjour est-ce que j'pourrais avoir monsieur K.

3L monsieur K. sera là . en début d'après-midi

(...)

5L à 13h30 je peux lui laisser un message

Exemples 2 (Assureurs)

Interaction 5 1S cabinet B.-T. bonjour

2C oui bonjour madame ce s'rait pour un renseignement s'il vous plaît

(...)

7S vous avez déjà des contrats-garanties chez nous madame

8C non [c'est à titre: d'information [oui

9S [non du tout [oui oui d'un renseignement vous d'mandez un renseignement j'vous demande de patienter un p'tit instant j'vais vous passer la personne qui va s'occuper de vous: faire une tarification ne quittez pas

Chez les Transporteurs (exemples 1) et les Artisans (exemple 2), l'une parle vite, n'articule pas, émet de nombreux soupirs, des plaisanteries, l'autre ne salue pas (ne présente pas la société), d'où une impression de dérangement ressenti par l'appelant (il émettra donc plus d'excuses). La secrétaire a tendance à utiliser des formules plus directes, du type « C'est pour quoi ».

Exemple 1 (Transporteurs, 98)

Interaction 4 6C je peux avoir l'affrètement ↑

7S oui c'est pour quoi ↑

Interaction 29 2C oui bonjour c'est Sandrine j'peux avoir m'sieur B.

3S ou:ais quittez pas

¹²⁶ « Éviter quand on décroche le téléphone qu'il y ait un bruit de fond désagréable », ce qui laisserait penser que la secrétaire fait plusieurs choses en même temps, qu'elle n'écoute que « d'une oreille »...

Exemple 2 (Artisans, 99)

Interaction 2 1S allô

2C oui ↑ bonjour [madame

3S [bonjour madame

4C madame F. du groupe C. je souhaite parler à la direction s'il vous plaît ↑

5S elle vient juste de partir

6C ah bon bah tant pis

7S voi[là

8C [je pourrais p't-être la: joindre éventuellement cette après-midi ou pas

9S peut-être en début d'après-midi pa'ce qu'après il est pas mal chargé hein=

Nous remarquons que, dans cet extrait, la secrétaire ne tente pas de savoir le but de l'appel de son interlocutrice, et elle ne propose ni de prendre un message, ni de rappeler à un autre moment, ce qui fait pourtant partie de ses fonctions.

Dans le Corpus Assureurs, nous avons pu noter de nombreuses fois que la secrétaire enregistrée a souvent tendance à s'auto-corriger, reformuler ses propres interventions (se reprendre pour mieux formuler ses énoncés). Nous pouvons donner un exemple d'auto-correction évidente, avec un extrait de l'interaction 19, dans lequel la secrétaire s'auto-corrige explicitement :

17S ah oui d'accord **c'est pas** les ass- **ce n'sont pas** les assurances personnelles

Nous décrivons ce phénomène dans la partie suivante portant notamment sur les identités sexuelles, plus précisément sur les différences de comportements langagiers entre hommes et femmes, dont l'auto-reformulation fait partie. Mais venons-en d'abord aux différents rôles tenus par la secrétaire dans la petite et moyenne entreprise.

2. Les différents rôles associés au statut de secrétaire

Chaque individu actualise des identités différentes selon la situation, selon le groupe dans lequel il se trouve, et ces identités impliquent des statuts et des rôles à jouer différents.

Chaque individu (et chaque groupe) peut disposer, successivement ou même simultanément, de plusieurs identités dont la matérialisation dépend du contexte historique, social et culturel (Camilleri et al., 1990 : 18).

Il en va de même pour la personne employée comme secrétaire. Le statut de secrétaire implique certains rôles, comme celui de standardiste, rôle que la plupart des secrétaires partagent¹²⁷. Mais certains rôles ne sont pas partagés par toutes les secrétaires, comme celui de prendre des décisions, de négocier avec le client, etc. De plus, toutes les secrétaires ont au moins un autre statut, du fait de leur appartenance à un autre groupe. Une même personne peut ainsi avoir le statut de secrétaire, celui de mère, de trésorière d'une association, de capitaine de son équipe de sport..., chacun de ces statuts

¹²⁷ Sauf s'il y a une standardiste à part entière (une personne au statut de standardiste).

impliquant des conduites, des règles à respecter (les rôles). Pour Crozier, ***Statut social hors de l'entreprise et statut dans l'entreprise, ou à travers l'entreprise, se répondent et s'influencent de façon complémentaire et contradictoire (1965 : 165).***

2.1. Les différents statuts d'une secrétaire

Si nous prenons l'exemple de l'entreprise Artisans, la secrétaire dispose de plusieurs statuts en même temps, impliquant chacun différents rôles, ce qui peut entraîner ce que Goffman nomme « un conflit de rôle ». En effet, une personne peut ressentir un conflit entre différents rôles qu'elle doit remplir, à cause de ses différents statuts, et ceci va l'obliger à hiérarchiser les rôles ou les séparer dans le temps. Dans le cas de la secrétaire Artisans, tout en étant secrétaire de direction, elle est aussi la femme du gérant de l'entreprise. Ces deux identités ont d'autant plus de chances de s'actualiser en même temps, que l'entreprise et l'appartement privé partagent les mêmes locaux. Nous trouvons dans le corpus Artisans, un bel exemple d'interaction dans laquelle la cliente, qui est une habituée, utilise ses connaissances sur le statut d'épouse de la secrétaire pour négocier un service. En voici un extrait :

Interaction 2 (corpus Artisans, 97)

7S ça va j'vous remercie [et vous

8C [j'vous appelle pa'ce que donc euh: y a quelques petites choses sur la porte

(...)

10C vot'mari n'est pas là □

11S non il est pas là pour l'ins[tant

(...)

27S d'accord ben j'vais l'voir à midi moi i'va rentrer manger d'toute façon donc [euh
j'vais lui dire

Dans cet extrait, la secrétaire ouvre le canal et l'interaction comme elle le fait la plupart du temps, c'est-à-dire en présentant l'entreprise. Elle décroche donc le téléphone en tant que secrétaire. La cliente, elle, adresse sa requête à la femme du patron et non à la secrétaire (« vot'mari n'est pas là »), et cette dernière répond alors sur ce même rôle de femme que son interlocutrice vient de lui « attribuer » (« j'vais l'voir à midi i'va rentrer manger »). La cliente, par la formulation de sa requête, montre qu'elle connaît le double statut de son interlocutrice ¹²⁸, et qu'elle espère être considérée comme une cliente « particulière ». De plus, en occupant cette place de « non-anonyme », elle assigne à l'autre une place correspondante (la secrétaire répond bien d'après son rôle de femme).

2.2. Les rôles de la secrétaire

La secrétaire détient beaucoup d'informations, et détenir l'information implique un certain pouvoir. La secrétaire se trouve au carrefour des informations et des décisions, ce qui

¹²⁸ Leurs filles étaient ensemble à l'école primaire.

peut la conduire à jouer le rôle de négociateur, à intervenir dans la prise de décision. Les rôles (on peut aussi parler de fonctions) que la secrétaire remplit lui sont attribués par le contrat la liant à l'entreprise. Mais ils peuvent varier selon la place que la secrétaire se donne au sein de l'équipe, et celle que lui donne aussi le client. Ces rôles ne sont pas forcément explicites, aussi la secrétaire peut-elle en profiter et activer l'un ou l'autre de ses rôles. En fait, ces rôles sont redéfinissables selon les deux partenaires. Selon le statut du client dans l'entreprise (« habitué » ou client ponctuel), il sait ou non quel est son pouvoir dans l'entreprise, quels sont les rôles et statuts de son interlocutrice dans l'entreprise, notamment le statut d'épouse du supérieur. Il peut attribuer à la secrétaire moins de fonctions qu'elle n'en a vraiment (par exemple, ne la prendre que pour une standardiste), mais il peut aussi lui en donner plus qu'elle n'en a (en supposant par exemple qu'il peut négocier un prix avec elle).

Dans l'entreprise, selon sa taille et son organisation, la secrétaire peut remplir des rôles tout à fait différents. La fonction de chaque personne employée dans l'entreprise dépend notamment de la taille de celle-ci. Plus l'entreprise est grande, moins les employés ont de rôles à remplir. Inversement, plus l'entreprise est petite, plus les employés ont de fonctions. Dans une grande entreprise par exemple, la secrétaire a rarement le rôle de standardiste. Celui-ci sera attribué à un employé spécifique, qui aura uniquement pour fonction de répondre aux appels téléphoniques, et d'accueillir les clients. Par contre, dans une entreprise plus petite, différents rôles peuvent alors être joués par une même personne : standardiste, assistante de direction, avec éventuellement un pouvoir de décision, etc. Ainsi, les entreprises de nos corpus sont de petites entreprises, différentes fonctions sont alors remplies par une même personne : la personne ayant le statut de secrétaire (en règle générale, une femme) remplira donc différents rôles au sein de l'entreprise. La secrétaire est chargée, entre autre, du relationnel : relations entre les autres salariés et le patron, et bien sûr les relations entre l'entreprise et les clients (sans oublier entreprise et fournisseurs). Pourtant, dans de nombreuses entreprises, la pression fait que les salariés, principalement la secrétaire, oublie le relationnel, submergés par leurs tâches et les différents rôles à assurer au sein de l'entreprise. Les rôles de la secrétaire varient d'une entreprise à l'autre : en fonction de son contrat qui la lie à l'entreprise, de ses relations avec le patron (conjointe, etc.), mais aussi en fonction de sa place dans l'entreprise, et de la place qu'elle se donne au sein de l'équipe, et celle que lui donne aussi le client. Ces rôles ne sont pas forcément explicites, elle peut donc en jouer en fonction des partenaires, activer l'un ou l'autre de ses rôles selon la situation d'interaction.

L'un des rôles stables et communs à toutes nos secrétaires est notamment celui de « portier », de « gardien » (*gate keeper*), c'est-à-dire qu'elle a pour fonction de filtrer les appels. Nous pouvons faire ici un parallèle avec le rôle d'animateur de radio, qui, comme le souligne Muller, a aussi un rôle de gardien en ce sens qu'il peut « ouvrir ou fermer aux appelants l'entrée de la sphère publique » (1995 : 202). Ce simple rôle de « barrage » lui donne un pouvoir important. Tout comme un portier dans un hôtel, la secrétaire garde l'accès de l'entreprise. Le client sait qu'il devra d'abord convaincre la secrétaire s'il veut avoir accès au patron, et ce, même s'il veut négocier un service particulier.

On peut schématiser l'influence de chacun des participants sur les autres dans

l'interaction de la façon suivante :



Figure 16 : Schéma d'influence des participants

Le client peut ou non, selon les procédés utilisés, modifier, influencer le comportement de la secrétaire, afin que celle-ci intervienne auprès du patron. L'accès au patron est donc négociable par le client, c'est un des types de négociations rencontrés dans ce type d'interaction, bien que la négociation pour l'accès au patron soit en générale évitée ou refusée par la secrétaire. En effet, si la secrétaire ne veut pas déranger son supérieur ou si celui-ci ne veut pas être dérangé, le client n'aura aucune influence sur elle pour influencer le patron (ce qui explique la barre oblique que j'ai disposée après « Secrétaire » sur le schéma : l'influence du client s'arrête en général là où celle de la secrétaire commence). De plus, comme nous l'avons déjà dit, le client n'a que très peu de chances de « passer le barrage en force », c'est-à-dire demander à parler directement au patron, sans donner le but de son appel, et surtout sans se présenter. Voici quelques exemples qui permettront d'illustrer cette remarque :

Interaction 17 (corpus assureurs)

1S cabinet BT bonjour

2C oui bonjour madame monsieur M. . monsieur T. est là□

3S monsieur T. n'est pas là pour l'instant monsieur ... ah un petit instant on me dit qu'il est arrivé□ je vais vous le:□ passer monsieur M. ne quittez pas

P j'ai rien d'intéressant à lui dire alors tu lui dis que le courrier part aujourd'hui

(...)

6S oui monsieur T. est très occupé là pour l'instant: il me laisse ...

Interaction 22 (corpus Transporteurs, 98)

1S transports B bonjour

2C transports D bonjou:r

3S oui

5C j'peux parler à Michel s'il vous plaît

6S ... c'est pour quoi

7C pour voir si vous cherchez un chargeur en Belgique

(...)

11S quittez pas hein

Dans le premier extrait, la secrétaire ne filtre pas l'appel, elle ne remplit donc pas son rôle. Ceci la place dans une situation délicate, l'obligeant en quelque sorte à faire « machine arrière », et ce, sans avoir pu auparavant essayer de négocier avec son supérieur. Dans le deuxième extrait, au contraire, la secrétaire joue son rôle de

« portier », bien qu'elle le fasse à sa façon, c'est-à-dire de façon directe¹²⁹. Elle ne va pas passer la communication à son supérieur, mais simplement lui demander si « vous avez un camion en Belgique pour D. demain ou après-demain ↑ ». Elle ne lui passe que les appels les plus importants, ou ceux pour lesquels elle n'a pas de réponse, de solution.

Comme le soulignent Chappuis et Thomas (1995 : 35), « **le rôle peut évoluer en étendue ou se rétrécir suivant la nature du rapport de dépendance qui lie l'inférieur au supérieur** », dans notre étude, la secrétaire au patron. Effectivement, nous avons pu constater que le rôle de la secrétaire avait notamment tendance à grandir avec l'absence du patron (avec son accord tacite). La secrétaire va seconder, voire remplacer le patron, entre autre dans le domaine du relationnel : les relations entre les autres salariés et le patron, et bien sûr les relations entre l'entreprise et les clients (sans oublier entre l'entreprise et les fournisseurs). Cela rejoint l'idée que l'on peut se faire de la bonne secrétaire : « **celle qui seconde efficacement le chef, celle qui maintient un juste équilibre avec lui, celle qui partage, ou mieux celle qui a appris à partager son point de vue (...) celle qui respecte et approuve ce qu'il fait.** » (Messant-Laurent, 1990 : 33).

Plus le patron est absent (ce qui arrive assez souvent dans le transport et le bâtiment), plus la secrétaire a un pouvoir grandissant dans la prise de décision. Toutefois, même si dans les faits, la secrétaire peut avoir un pouvoir relativement important, elle peut vouloir donner l'impression au client que la décision finale ne lui appartient pas, qu'elle n'a pas les connaissances nécessaires pour résoudre le problème... Cette « décharge » de pouvoir peut se faire dans deux cas : soit c'est une façon de « sauver la face » du supérieur, c'est-à-dire de respecter la logique de la hiérarchie, soit c'est une façon de se déresponsabiliser (et d'éviter les problèmes ou les conflits). Par exemple, dans le corpus Artisans, il arrive régulièrement que la secrétaire, qui a pourtant de multiples fonctions au sein de l'entreprise (elle gère le planning du patron, s'occupe de la gestion, des factures, de l'accueil des clients et clients potentiels, etc.), refuse en quelque sorte de s'impliquer :

Interaction 18 37S (...) faudrait qu'j'demande à m'sieur P. mais: bon...

(...)

41S .. oui j'pense que ça doit être possible mais bon: faudrait l'demander à monsieur P.

Ou bien, elle avoue son incompétence dans le domaine dont il est question, et par là, explicite le ou les rôles qu'elle *n'a pas* dans l'entreprise : calcul et/ ou négociation d'un prix, informations techniques, etc. C'est le cas dans l'interaction 14 notamment :

12C vous vous n'pouvez pas du tout m'donner-

13S -non non mais j'suis pas du tout technicien et: je sais pas du tout hein

Le pouvoir de la secrétaire grandit donc aussi avec la quantité d'informations qu'elle détient. Se trouvant au carrefour des informations et des décisions, elle a en effet le rôle de médiatrice, de « tampon », et c'est ce qui lui donne un certain pouvoir.

¹²⁹ La formule « c'est pour quoi » est d'ailleurs interdite dans les manuels (notamment professionnels) du « savoir bien parler au téléphone ».

Chapitre 8 : Les identités sexuelles : les différences entre les « genres »

Même si « *l'identité sexuelle est continuellement présente pendant les rencontres humaines* » (Quéré, 2000 : 12), cette question des genres ne nous a interpellée que tardivement. Pourtant, nos corpus se prêtent à une analyse de ce « genre ». En effet, si, sur le terrain, nous retrouvons beaucoup d'hommes, dans les bureaux au contraire, le milieu est plus féminin. Cette situation donne ainsi des relations, des interactions mixtes. Les contacts entre les deux milieux sont la plupart du temps des contacts téléphoniques (et non en face à face). Il est rare en effet que les professionnels du bâtiment entrent en contact avec les secrétaires dans les bureaux, réunions ou repas d'affaires, dans lesquels les femmes sont très rarement conviées¹³⁰.

Comme nous l'avons dit précédemment, la secrétaire est dans la majorité des cas une femme¹³¹. Dans nos corpus, en ce qui concerne les relations internes, toutes les secrétaires sont des femmes, et les patrons/ gérants/ directeurs d'agence sont des hommes. Les relations externes (secrétaire - client) sont, elles aussi, majoritairement mixtes. Dans le corpus Transporteurs, tout comme dans le corpus Fournisseurs, les deux tiers des appelants sont en effet des hommes (clients et autres employés confondus). La diversité de nos interactions nous permet la comparaison de différents types d'interactions (femme - femme, homme - femme). Le point de départ de notre travail sera l'observation dans nos corpus des « *effects of speaker's sex on quality and quantity of linguistic production, on content memory and personal interaction quality* » (Baroni et Nicolini, 1995 : 407). L'hypothèse générale est donc la suivante : le sexe du locuteur a des effets sur la qualité et la quantité des productions linguistiques, sur la qualité de l'interaction. La question du genre sexuel peut être étudiée, en sciences du langage, selon deux perspectives différentes, la langue et le discours. Nous ne nous intéresserons donc pas à la question du « genre sexuel » dans la perspective de la « langue » mais bien dans celle du « discours » puisque notre recherche porte sur l'analyse des interactions. Certains chercheurs se sont intéressés plus particulièrement à la langue, et se sont posés différents types de questions auxquelles ils ont apporté un certain nombre de réponses : dans quelle mesure les hommes et les femmes parlent la même langue, c'est-à-dire s'ils disposent des mêmes ressources (phonologiques, morpho-syntaxiques, lexicales) pour s'exprimer ? La réponse est oui, les hommes et les femmes parlent la même langue, mais ils n'ont pas les mêmes préférences quant à leur façon d'utiliser le système linguistique. La langue est-elle sexiste ? Effectivement, une certaine « domination » masculine a été révélée, notamment par le simple fait que « le masculin l'emporte sur le féminin » (il s'agit des règles d'accord), et que le genre masculin fonctionne comme la catégorie générique.

¹³⁰ Il semblerait que ces pratiques commencent à changer.

¹³¹ Elles ont depuis une dizaine d'années leur propre fête : la « fête des secrétaires ».

Mais revenons-en à nos corpus.

Cette hypothèse va nous permettre de formuler quelques questions spécifiques à ce travail : L'identité sexuelle influe-t-elle le cours de l'interaction ? ¹³² Peut-on établir des hypothèses plus générales quant au comportement des femmes et des hommes au téléphone, à partir de nos corpus ? Pour répondre à ces questions, nous allons nous référer à différents auteurs qui ont étudié la question des genres. Deux types d'analyses peuvent être faits sur le discours des femmes : d'une part, on peut faire une analyse de la façon dont on parle des femmes ¹³³, c'est-à-dire que dans le cadre de cette approche, les femmes sont des *objets de discours* et l'analyse portera alors sur les représentations des femmes proposées dans le discours, qu'il soit ordinaire ou médiatique, dans la publicité ¹³⁴, dans les manuels scolaires, les catalogues de jouets, etc. D'autre part, on peut faire une analyse du parler des femmes. Elles ne sont plus alors des *objets de discours* mais elles sont *productrices* de discours. Nous adopterons pour l'analyse de nos corpus cette perspective, sachant que le parler des femmes est sujet à de nombreux travaux, dont *Language and Woman's place* de Robin Lakoff, publié en 1975 et qui est suivi par d'abondantes études et publications dès la fin des années 70 dans les pays anglo-saxons.

Nous allons voir, dans nos corpus, comment parlent les femmes, comment les hommes parlent aux femmes, et plus particulièrement, quels sont les points qui permettent de distinguer les hommes et les femmes concernant leurs comportements langagiers dans l'interaction. Pour ce faire, nous allons suivre le script de l'interaction : l'ouverture, le corps et la clôture de l'interaction. Nous nous intéresserons donc aux aspects précis que sont les aspects conversationnels (tours de parole, interruptions, etc.), mais nous allons commencer avant toute chose par un état des lieux des autres aspects du parler féminin afin de voir où en sont les différentes études.

1. Les débuts de la recherche sur le parler féminin

Un certain nombre d'études ont porté sur les différences entre parlars masculins et parlars féminins dans de nombreuses communautés linguistiques, études dont les auteurs ont été d'abord des explorateurs et des missionnaires, suivis ensuite par des ethnologues, des anthropologues et des linguistes. Ces différences entre parlars ont été observées sur chaque continent : en Afrique, en Australie, en Amérique et en Asie. Déjà en 1582 (voir Key, 1975), des différences dans la prononciation étaient décrites entre les hommes (on

¹³² Pour les ethnométhodologues, c'est uniquement par l'observation des situations, que nous pourrions voir si l'identité sexuelle est effectivement dotée de pertinence pour les agents.

¹³³ Voir pour le discours sur les femmes dans les médias, Tuchman & al. Eds, *Hearth and home : Images of women in the mass media*, 1978, New York : Oxford University Press, dans la publicité, Goffman, « La ritualisation de la féminité », in Winkin (éd.), 1988, Paris : Seuil/ Minuit (p. 150-185).

¹³⁴ Plusieurs associations ou « groupes militants » comme les « chiennes de garde » se sont créés dans le but de faire modifier le discours tenu par les publicitaires sur les femmes, ainsi que l'image d'elles qu'ils véhiculent.

qualifia leur langage de « raffiné ») et les femmes (langage « vulgaire »). Des différences ont été ensuite observées à tous les niveaux de la structure linguistique (phonologique, syntaxique, lexicale ou sémantique). Ainsi, Troubetzkoy (1970), linguiste appartenant au Cercle linguistique de Prague, a observé des différences entre les deux sexes, dans la prononciation, dans certaines communautés linguistiques. Comme de nombreux chercheurs à l'époque, il ne peut s'empêcher « **de considérer que la bonne façon de parler est celle de l'homme** » (Aebischer, 1985 : 25). Levi-Strauss fait remarquer pour sa part (1955 : 245), concernant son étude de la prononciation dans une tribu indienne¹³⁵, que le parler féminin est moins naturel, plus maniéré que celui des hommes :

Les femmes se plaisent à souligner ce caractère et déforment certains mots (...); articulantes du bout des lèvres, elles affectent une sorte de bredouillement qui évoque la prononciation infantine. Leur émission témoigne ainsi d'un maniérisme et d'une préciosité dont elles ont parfaitement conscience : quand je ne les comprends pas et les prie de répéter, elles exagèrent malicieusement le style qui leur est propre.

De nombreuses études¹³⁶ se sont aussi intéressées aux différences, non plus phonologiques, mais grammaticales, ou encore lexicales. Ainsi, Kassai (1975) a montré, à travers son étude du parler féminin aux Caraïbes, combien les noms et les mots pouvaient avoir de force, de pouvoir. En effet, aux Caraïbes, les hommes utilisent des expressions qui leur sont propres, les femmes les comprennent mais n'ont pas le droit de les employer. Par contre, les hommes n'emploient jamais les mots et les phrases réservés aux femmes, leur utilisation par les hommes les couvrirait de ridicule. « **Il est interdit à une femme de prononcer le nom du mari ou celui des membres mâles de la famille** » (Kassai, 1975 : 77). Aebischer souligne (1985 : 28) que ces différences entre hommes et femmes ne se retrouvent pas seulement dans les langues plus ou moins « exotiques », mais aussi dans les langues occidentales, comme le français. Les femmes auraient en effet tendance à modifier la prononciation. Nous ne nous attarderons pas plus longuement sur ce point, celui-ci n'étant pas le sujet de cette partie, mais il nous a semblé intéressant de montrer l'étendue des études portant sur le parler féminin.

Les linguistes ne sont pas les seuls à s'être intéressés à ces différences entre parler masculin et parler féminin, des chercheurs à orientation anthropologique se sont aussi penchés sur la question. Pour les anthropologues se situant dans le courant structuraliste, le parler féminin n'est rien d'autre « qu'une simple dérivation d'une forme linguistique première et fondamentale – et masculine – et ainsi une déviation d'une façon « normale » de parler » (Aebischer, 1985 :29). C'est ainsi que Sapir (1929) décrit les formes masculines des Yana en Californie du Nord : des « formes pleines » dont les formes féminines dérivent et dévient. Linguistes, anthropologues et ethnologues ont longtemps traité les différences du parler féminin comme une curiosité. Ils se sont simplement contentés de faire l'inventaire de ces « bizarreries », c'est-à-dire des occurrences verbales féminines, sans expliquer pour autant ces phénomènes. Pour eux, ces différences étaient uniquement dues au sexe des femmes. Cette attitude consiste à traiter

¹³⁵ Les Nambikwara est une tribu indienne au nord du Brésil.

¹³⁶ Voir Aebischer qui fait le point sur ces études, 1985 : 23-32.

les femmes uniquement comme une entité biologique. L'optique « biologisante » n'est pas la seule optique, l'autre étant plutôt « sociologisante »¹³⁷. Pour les linguistes se situant dans cette optique, il existe une grande différence entre la langue considérée comme un système et sa pratique sociale. Ils établissent une relation entre ce qui est du côté de la langue, c'est-à-dire les variables linguistiques, et ce qui est du côté du social, c'est-à-dire les variables sociologiques (âge, sexe, etc.). De nombreuses recherches se sont ainsi portées sur la relation entre variation linguistique et sexe, et au rôle social lié au sexe du locuteur. Lakoff est l'un des auteurs les plus influents dans ce domaine. Elle a en effet fait une étude du parler féminin américain en essayant de repérer les caractéristiques typiques de ce parler.

2. Le parler féminin

Robin Lakoff a dégagé, lors de son analyse du *woman's language* (analyse qui n'est d'ailleurs pas fondée sur des données empiriques mais sur l'observation de son propre discours et de celui de son entourage) dix « façons de parler » qui seraient spécifiques aux femmes, ces « façons de parler » constituant une sorte de portrait de locutrices, du moins de locutrices prototypiques (les femmes réelles ne se conforment pas à tous les traits décrits par Lakoff) :

- Les femmes utilise une palette plus différenciée de noms de couleur,
- elles évitent autant que possible les jurons,
- elles utilisent plus d'adjectifs « vides » ou hyperboliques (*lovely, sweet, divine, etc.*)
- elles utilisent plus d'adverbes intensifs, tels que *so, such*,
- elles formulent plus de questions inversées, c'est-à-dire de *tag questions*,
- elles ont plus tendance à avoir des intonations montantes dans leur discours,
- elles utilisent plus de *hedges* comme *kind of*,
- elles ont une préférence pour une grammaire hypercorrecte et des formes superpolies,
- elles évitent de faire des blagues,
- elles parlent souvent « en italique ».

De nombreuses études ont repris ensuite les résultats obtenus par Lakoff et sont venues contredire ces résultats, mais nous en parlerons au long de ce chapitre.

Revenons aux particularités de ce « parler féminin » mais en les abordant selon leur nature (non verbale, paraverbale, verbale). Les particularités du comportement féminin non verbal ne sont pas vraiment pertinentes pour l'analyse de nos interactions mais, malgré tout, nous les reprendrons rapidement afin d'avoir une idée générale du comportement féminin dans l'interaction.

Parmi les particularités concernant le comportement non verbal des femmes, il a été

¹³⁷ Termes empruntés à Aebischer, 1985 : 31.

remarqué par les spécialistes de kinésique et de proxémique¹³⁸ que les femmes donnaient plus d'importance que les hommes aux canaux visuel et tactile. Concernant la proxémique, les femmes ont entre elles un comportement plus « proche » que les hommes entre eux, elles produisent plus de gestes de contacts, échangent aussi plus de regards : d'une part, les contacts oculaires entre elles sont encore plus nombreux en situation amicale, d'autre part, elles regardent plus que les hommes quand elles sont en situation d'écoute (plus que quand elles sont locutrices). Concernant la mimo-gestualité, certains comportements, que ce soient des gestes, des mimiques ou des postures, sont typiquement féminins (alors que d'autres sont typiquement masculins), c'est-à-dire qu'ils sont plus fréquemment produits chez les femmes, tels que le sourire, ou encore la flexion latérale de la tête¹³⁹.

En ce qui concerne les particularités féminines du matériel paraverbal (vocalité et prosodie), nous pouvons d'abord souligner le fait que la voix féminine est « haut perchée », la hauteur étant une donnée « naturelle », liée à des facteurs anatomiques et physiologiques. Cette hauteur de voix porte de nombreuses connotations, comme celle enfantine ou affective. De plus, les femmes ont moins de puissance vocale que les hommes, ce qui peut les handicaper dans les situations de parole publique, puisque ce manque de puissance les oblige à forcer leur voix, et à la faire monter dans les aigus. Enfin, les femmes ont un débit de parole plus rapide que les hommes¹⁴⁰, ce qui peut d'ailleurs être interprété de diverses façons : facilité de parole, précipitation due à la peur de se faire prendre la parole, etc.

Nous en venons maintenant aux caractéristiques verbales du style féminin qui peuvent affecter les niveaux sémantiques, rhétoriques et pragmatiques.

2.1.Aspects sémantiques et rhétoriques

Concernant les aspects sémantiques, des études ont porté sur les différences se situant d'une part au niveau du vocabulaire, d'autre part, au niveau du choix des thèmes. A propos du vocabulaire, Lakoff ainsi que d'autres chercheurs ont observé que les seules différences repérables portaient sur l'utilisation des termes de couleur, dont, nous l'avons dit plus haut, la palette est plus restreinte chez les hommes. Concernant le choix des thèmes, il est évident que les femmes et les hommes ne parlent pas des mêmes choses. Ainsi, les hommes ont beaucoup moins de facilités que les femmes à parler de questions « intimes ». Lakoff l'a d'ailleurs remarqué (1975 : 82-83), la parole féminine est *person-oriented* alors que la parole masculine est plutôt *object-oriented*.

Concernant les aspects stylistiques et rhétoriques, Lakoff avait signalé la production

¹³⁸ Voir les travaux de Vrugt et Kerkestra, 1984.

¹³⁹ Voir les travaux menés par Frey et ses collaborateurs en 1984 : A partir de peintures, de photographies et d'interactions filmées, ils ont pu remarquer que chez les femmes, les inclinaisons latérales de la tête étaient deux fois plus nombreuses que chez les hommes, sauf semble-t-il dans les situations où le personnage féminin évoque le pouvoir. Ceci rejoint alors les résultats d'autres chercheurs pour lesquels « le parler féminin est d'abord et avant tout un parler "powerless" » (Kerbrat-Orecchioni, à paraître : 6).

¹⁴⁰ Voir l'étude de Maury-Rouan, 1995.

par les femmes de nombreux évaluatifs positifs, auxquels elles ont tendance à donner en plus une forme superlative (*lovely, I love it, etc.*). Mis à part ces caractéristiques, les diverses études ont aussi montré que

- « le parler féminin est émotionnel, et réciproquement, la parole émotionnelle est plus ou moins le monopole des femmes » (Kerbrat-Orecchioni, à paraître : 8). Elles sont donc plus « douées » que les hommes pour exprimer et interpréter les manifestations émotionnelles. De plus, ces manifestations ont une fonction de solidarité emphatique.
- Les femmes ont une préférence pour un niveau de langue « correct », voire « hypercorrect ». En effet, comme Labov a pu le souligner, les femmes surveillent leur langage, évitent les jurons, etc. Ces caractéristiques connaissent diverses interprétations. Cette préférence pour un niveau de langue « correct » peut être interprétée comme un moyen pour la femme de se revaloriser, face au sentiment d'infériorité intériorisé par la plupart des femmes (voir Trudgill, 1972 et 1998). Mais elle peut aussi s'expliquer par les activités professionnelles de la femme. En effet, la femme est très présente dans le secteur tertiaire, où les activités sont des activités les mettant en contact avec le public. Dans ce cas là, le niveau de langue plus élevé tient non seulement au sexe, mais aussi au rôle (voire plus au rôle qu'au sexe), encore qu'il semble que le registre des clientes soit plus relevé que celui des clients. Nous verrons comment cela se passe dans nos interactions dans le prochain chapitre. Mais nous allons étudier maintenant les différences entre femmes et hommes se situant au niveau pragmatique, précisément au niveau des actes de langage et de la politesse.

2.2.Aspects pragmatiques (actes de langage et politesse)

L'une des différences relevées par de nombreux auteurs ¹⁴¹ concerne les actes de langage, notamment la question. Les femmes formulent plus de questions (quand elles sont des demandes d'information, elles sont alors des aveux d'ignorance) que les hommes, les hommes ayant une certaine répugnance à avouer leur ignorance (demander leur route par exemple) ¹⁴². Les principales différences ont été relevées dans l'utilisation de la politesse, et sont en rapport avec le caractère « menaçant » ou « valorisant » des actes de langage, pour la face d'autrui. Le sexe de l'interlocuteur entre donc en relation avec le fonctionnement des actes de langage, dont certains ont été sujets à d'études particulières, tels que le remerciement, le compliment, l'excuse, ou encore les *tag questions*.

D'après Janet Holmes, les femmes sont plus polies que les hommes. En effet, les femmes remercient plus que les hommes. Elles font et reçoivent plus de compliments que les hommes, et les nombreuses études ¹⁴³ ont montré que c'était dans les interactions Femme – Femme que les compliments étaient les plus abondants (voir Holmes, 1988 :

¹⁴¹ Voir notamment Fishman (1983) qui, dans son étude de dialogues conjugaux, a relevé que la question, quand elle est une véritable demande d'information, est plus fréquente chez les femmes (la proportion allant du simple au triple), ou encore Tannen (1993 : 57-60, 1996 : 26-27).

¹⁴² Voir Tannen, 1993, 1996.

449). De plus, le compliment porte sur des contenus différents (chez les femmes, il porte sur l'apparence physique, chez les hommes, sur les possessions). Enfin, la formulation du compliment varie selon le sexe de celle ou celui qui le formule, tout comme la réaction au compliment admet des variations selon le sexe : les hommes ont tendance à éviter le compliment, les femmes à le rabaisser.

En ce qui concerne l'excuse, là aussi les études ont montré que les femmes formulaient beaucoup plus d'excuses que les hommes : « *The language of apology belongs predominantly to the female. Women are always being sorry or asking pardon for something* » (Adler, 1978 : 32). L'excuse pourrait être interprétée comme une attitude de soumission et un sentiment de culpabilité, alors qu'elle relève de la politesse négative puisque c'est un réparateur rituel.

Les *tag questions* ont été l'objet de nombreuses études, dont les résultats ont été eux-mêmes l'objet de controverses. Lakoff avait affirmé que les femmes utilisaient plus de *tag questions* que les hommes, résultat contesté par la suite par Dubois et Crouch (1975), qui, grâce à l'analyse de leur propre corpus, affirmaient que les *tag questions* étaient au contraire principalement produites par les hommes ; mais ce résultat fut aussi contesté par Cameron (1992), qui mit en évidence le fait que les *tag questions* pouvaient aussi servir à exprimer le pouvoir (et non l'insécurité), lorsqu'elles sont utilisées dans les tribunaux afin de contrôler la parole d'autrui. La *tag question* donne donc moins d'indications relatives au sexe que relatives au statut social. Nous verrons dans le chapitre consacré aux différences se situant dans le corps de l'interaction (4. Au cours de l'interaction) que les *tag questions* peuvent avoir différentes valeurs, cela dépendant non seulement du sexe du locuteur mais surtout du rôle du locuteur.

2.3.Aspects conversationnels

Parmi les différents aspects conversationnels, certains ont attiré plus particulièrement l'attention des chercheurs, comme la quantité de parole ou les interruptions.

Concernant la quantité de parole, les diverses analyses de corpus (voir Aebischer, 1985, 1992) ont montré que la femme décrite comme très bavarde était une caricature. Tout dépend en fait de certains éléments comme le statut du locuteur/ de la locutrice, de son tempérament (on peut être plus ou moins bavard ou taciturne), mais aussi du type de situation discursive. En effet, d'après certaines études, les hommes parlent plus facilement et plus longtemps en situation institutionnelle (voir Holmes, 1992). Si les hommes « dominant » lors d'interactions comportant de longues interventions, les femmes quant à elles se retrouvent à égalité avec eux dans les échanges de « mêlée générale », c'est-à-dire constitués d'interventions courtes.

Les études qui ont porté sur les interruptions sont nombreuses, et ont abouti à des résultats très divers, voire opposés. Nous en parlerons de façon plus précise dans un développement qui leur sera consacré (4.3. Chevauchements de parole), mais nous pouvons dresser ici un premier bilan de ce qui a été déjà publié en la matière. Les interruptions ont été l'objet de nombreuses études dont la célèbre étude de Zimmerman et

¹⁴³ Voir notamment Holmes, 1988, Wolfson, 1983, 1984.

West (1975) qui a porté sur un corpus constitué d'une trentaine de conversations, enregistrées dans un campus universitaire américain. Leurs résultats montrent que les hommes sont le plus souvent responsables des interruptions dans les dyades mixtes, résultats confirmés par d'autres analyses (West et Zimmerman, 1985, West, 1992). Pourtant, certaines études ont ensuite abouti à des résultats différents, voire inverses, notamment en prenant en compte d'autres éléments du contexte, qui n'auraient pas été pris en compte lors de l'analyse de Zimmerman et West, tels que la valeur fonctionnelle de l'interruption (voir Talbot, 1992), le statut de la personne qui parle (d'après Beattie, 1983, le comportement interruptif dépend plus du statut que du sexe).

Aucune conclusion sérieuse n'est possible sur cette question si l'on ne prend pas la peine de regarder de très près qui interrompt qui, dans quelle situation, de quelle manière, avec quelle intention et quels effets... (Kerbrat-Orecchioni, à paraître : 15).

Nous verrons donc lors de l'analyse des interruptions dans les interactions de nos corpus que les interruptions posent des problèmes descriptifs et interprétatifs, d'autant plus que sont liées au phénomène de l'interruption les questions de la « dominance » et du « pouvoir »...

3. Les différences à l'ouverture de l'interaction

Parmi les différences de comportements langagiers que l'on peut relever entre les hommes et les femmes, certaines se situent dans l'ouverture de l'interaction. Ces différences seront intéressantes à relever car, comme nous l'avons déjà dit, la façon dont va se dérouler l'ouverture de l'interaction va « donner le ton » pour la suite. C'est pendant l'ouverture que les interlocuteurs indiquent la nature de leur disponibilité l'un pour l'autre. Les différences de style doivent donc le moins possible engendrer de troubles dans l'interaction, principalement à l'ouverture qui est un passage délicat. Ce passage délicat est d'autant moins évident à gérer que ce serait pendant les ouvertures que l'on détecte la différence la plus marquée entre les comportements masculins et les comportements féminins (la politesse est sacrifiée au bénéfice de la raison de l'appel). De plus, une grande partie des interactions est mixte, ce serait donc dans cette séquence qu'il y aurait le plus de différences de comportement langagier.

3.1. Bilan des précédents travaux

Certaines récurrences dans les styles conversationnels féminins et masculins ont été relevées, notamment par Akers-Porrini (2000), dans son étude portant sur des conversations téléphoniques familiales entre hommes et femmes¹⁴⁴. Tout d'abord, les hommes auraient tendance à prolonger les séquences d'ouverture, alors que les femmes auraient tendance à les écourter. Ensuite, ils ne formuleraient pas de la même façon les questions sur la santé, les échanges de nouvelles (quand il y en a). En effet, d'après elle, les femmes utiliseraient la question-de-salutation « ça va » plus comme un rituel

¹⁴⁴ Le corpus utilisé pour l'article est constitué de conversations enregistrées par des ménages pendant un mois, corpus rassemblé dans les années 80 par Conein, de Fornel, Pharo et Quéré.

d'ouverture qu'une véritable question sur la santé. Avant de voir précisément comment les femmes et les hommes utilisent le « ça va », nous allons définir rapidement en quoi cette *greeting question* a un statut intermédiaire et ses deux utilisations. Le « (comment) ça va ? » est utilisé dans la séquence d'ouverture de l'interaction, séquence qui est, tout comme la séquence de clôture, très ritualisée. Kerbrat-Orecchioni définit les rituels comme

ayant précisément pour fonction d'offrir aux interactants des réponses toutes faites, et des solutions immédiatement disponibles, aux problèmes communicatifs qu'ils risquent de rencontrer à tout instant de leur vie quotidienne (2001 : 111).

Le « ça va ? » est considéré comme une salutation complémentaire, accompagnant les salutations proprement dites, et se définit comme un énoncé « hybride », puisqu'il se situe entre la question (sur la santé), de par sa forme interrogative, et la salutation, qui, dans son étymologie, porte ce double sens :

Elle (« comment allez-vous ? ») semble être l'accompagnement naturel du salut si l'on considère l'étymologie de ce mot. « Salut » vient en effet du latin *salus*, qui signifie « santé » et, par extension, l'action de souhaiter la bonne santé (Weil, 1983 : 10).

Selon la situation de communication, cette « question-de-salutation » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 111) peut être interprétée comme une salutation (lors de rencontres furtives, dans la rue par exemple) ou comme une véritable question (Kerbrat-Orecchioni cite l'exemple limite de la visite au cabinet médical¹⁴⁵). Quant à l'intervention réactive, d'un côté, même si « ça va ? » possède les caractéristiques formelles d'une question (forme interrogative), selon le contexte, selon les participants (leur connaissance de la vie de l'autre, etc.), il n'attend pas systématiquement de réponse : « ***Aussi discrète soit-elle, la valeur de question est toujours prête à resurgir : il suffit d'un rien pour la réactiver*** » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 114). D'un autre côté, ce n'est pas non plus vraiment une salutation, puisque l'interlocuteur peut enchaîner par une réponse, qui est généralement positive (dans le script, c'est la réponse préférée, non marquée, même conseillée¹⁴⁶). L'échange est donc un échange complémentaire, l'intervention réactive étant une réponse à la question. Cette réponse peut être accompagnée d'un remerciement et/ ou d'un renvoi de la question. Le remerciement permet au destinataire de remercier son interlocuteur de l'intérêt qu'il lui porte. Le renvoi de la question devrait se faire systématiquement, il est fortement conseillé dans les manuels de savoir-vivre :

A la question « Comment allez-vous » ou son équivalent plus familier « Comment ça va ? », la réponse sera « (Très) bien, merci, et vous-même ? », sauf dans le cas où l'on ne peut cacher qu'on ne va pas bien du tout (...). A moins d'être un ami intime, une amie très proche, la personne qui vous pose cette question n'éprouve aucune curiosité sur l'état de votre vésicule biliaire ou la bronchite que vous avez

¹⁴⁵ La distinction entre la question sur la santé « ça va » et le rituel de politesse fonctionnant comme salutation a notamment été décrite par Kerbrat-Orecchioni dans *Les interactions verbales* T.3, 1998 : 51-54, par Traverso dans *L'analyse des conversations*, 1999 : 67-68.

¹⁴⁶ Voir les manuels de savoir-vivre, comme *Trésors de la politesse française*, Weil, 1983.

eue l'hiver passé (Weil, 1983 : 11).

Toutefois, il est rare, dans nos corpus, de trouver dans la même intervention remerciement et renvoi de la question. Nous allons donc voir comment les secrétaires réagissent à ces *greeting questions*. Nous essayerons de trouver des récurrences, des régularités dans le comportement des secrétaires en général, face aux « ça va ? » de leurs interlocuteurs, sans oublier qu'il peut y avoir de grandes variations d'une entreprise à l'autre (donc d'une secrétaire à l'autre), et d'un client à l'autre (puisque la question sur la santé est formulée en règle générale, dans le cadre professionnel, quand il y a une reconnaissance mutuelle des locuteurs).

D'après Akers-Porrini, les hommes vont plus souvent formuler des « ça va ? », suivis du prénom et/ou du nom, ce qui, en quelque sorte, « personnalise » l'énoncé, lui redonnant une valeur de question. Le « ça va ? » est aussi formulé avec une voix « chantante ». Il n'y a alors aucune indication d'empressement, et l'homme va donner la priorité à la prise de nouvelles de leur interlocutrice. Le « ça va ? » est donc utilisé, dans ce cas là, dans son sens littéral. Chez les femmes, au contraire, la voix est plutôt impersonnelle et le « ça va ? » formulé est de nature rituelle. De plus, elles sont plus directes. Elles vont plus rapidement au but, vers la raison de l'appel. Les femmes formulent donc des ouvertures plus économiques, alors que les hommes s'écartent du chemin direct. A partir de ces remarques, nous pouvons supposer que les ouvertures initiées par des hommes (interactions homme - femme) vont sembler plus conviviales que les ouvertures initiées par des femmes (interactions femme - homme et femme-femme) qui seront plutôt neutres.

Cela irait à l'encontre des nombreuses études qui ont montré que les femmes accordaient plus d'importance à la relation « horizontale » qu'à la relation « verticale », c'est-à-dire que leur parole est plus « orientée » vers l'autre, plus « collaborative » alors que la parole masculine est plus orientée vers le référent. On retrouve d'ailleurs ici l'opposition établie par l'école de Palo Alto entre « relation » et « contenu », et reprise par Tannen sous la forme de *report talk* et *rapport talk*. Plusieurs explications pourront être apportées pour tenter d'expliquer pourquoi les ouvertures d'interactions homme – femme seraient plus conviviales que celles femme – homme. Ceci pourrait s'expliquer en termes de Pouvoir et de Statut. Dans le cadre des interactions Homme – Femme, si l'homme se sent en position dominante, il peut s'autoriser à dévier du script général pour prendre des nouvelles de son interlocutrice. Ceci pourrait aussi s'expliquer en termes de rôles et d'activités. Les femmes de nos interactions étant des secrétaires, les clients hommes qui appellent sont en situation de demandeurs, et utiliseraient alors les questions sur la santé comme rituels de politesse afin de ménager les faces des secrétaires avant la formulation de leur requête. Nous pouvons émettre l'hypothèse que les locuteurs se connaissant suffisamment pour formuler des questions sur la santé (se connaître nous semble être une condition nécessaire pour formuler une question sur la santé), l'appelant n'a pas à formuler un grand nombre de préliminaires à sa requête. S'ils se connaissent suffisamment, le client peut aller rapidement au but sans menacer les faces de son interlocutrice. Dans ce cas, les questions sur la santé seraient alors des écarts de scripts autorisés parce qu'initiés par l'appelant. Nous allons voir si cela se confirme dans nos corpus et nous reparlerons de l'interprétation des résultats en fin de chapitre. Commençons donc par

observer nos corpus.

3.2. Résultats de l'analyse de nos corpus

Il nous faut d'abord préciser que les entreprises de nos corpus n'ayant que des secrétaires femmes, la seule comparaison que nous avons pu faire se situe entre les interactions entre clients hommes et secrétaire femme, et les interactions entre clients femmes et secrétaire. N'ayant pas dans nos corpus de secrétaires hommes, nous n'avons pas pu comparer nos interactions avec des interactions entre clients hommes et femmes et secrétaire homme. La présence, dans le corpus Fournisseurs, en petit nombre d'interactions entre des clients (hommes et femmes) et un technicien homme nous a simplement permis d'émettre quelques hypothèses sur les différences de comportements entre hommes et femmes, sans pouvoir pour autant les généraliser, du fait de leur trop petit nombre.

En observant les séquences d'ouverture de nos corpus, nous pouvons voir notamment que ce sont les hommes qui formulent le plus souvent des questions sur la santé. La secrétaire y répond, mais ne renvoie pas la question-de-salutation. Cette différence de comportement langagier pourrait aussi être liée au rôle, étant donné que la secrétaire est l'hôte, celle qui reçoit, à qui l'appelant rend en quelque sorte visite. C'est donc plutôt à lui de prendre des nouvelles, d'autant plus qu'en tant qu'intrus sur le territoire de son hôte, il se doit de minimiser son intrusion, pouvant être perçue comme une menace pour la face négative (c'est un *Face Threatening Act*). Pourtant, en comparant les interactions strictement féminines à celles mixtes, nous pouvons voir que les appelantes - femmes ne formulent que très rarement des questions sur la santé, et ce, même si elles se connaissent bien. Ceci montre bien ce qu'Akers-Porrini avait remarqué, c'est-à-dire que les hommes formuleraient de véritables questions sur la santé alors que pour les femmes, le « ça va » serait purement rituel (n'attendant pas forcément de réponse). Ainsi, tous corpus confondus, il arrive que l'appelante – femme ne formule pas de questions sur la santé, alors qu'elle connaît bien son interlocutrice. Elle va droit au but de son appel. C'est le cas dans l'interaction 9 du corpus Transporteurs (98) :

3C oui bonjour: j'peux avoir m'sieur B.

(...)

6S c'est pour un enlèvement (*avec un accent*)

7C non

8S (rires)

(...)

16S on pensait on on: a on a parlé d'vous tout à l'heure c'est pour ça qu'vous téléphonez on disait que vous aviez eu mauvais temps

(...)

23C non non mais ça y est c'est fini maintenant

(...)

25C c'est moi qui l'ai eu à vot'place

(...)

28S et ben c'est très bien (rire)

La cliente et la secrétaire se connaissent bien puisque dans la suite de l'interaction, elles parlent de leur week-end en plaisantant. Pourtant, l'appelante, à l'ouverture de l'interaction, ne s'est pas présentée, ne s'est donc pas fait reconnaître par son interlocutrice (qui a tout de même reconnu sa voix), et a formulé sa requête directement, sans préliminaires.

Nous en avons aussi des exemples dans d'autres corpus, comme celui des Assureurs.

Ce corpus est particulier puisque sur les 24 interactions téléphoniques enregistrées, aucune question-de-salutation n'a été formulée. Le corpus est constitué de 75 % d'interactions Femme – Femme et de seulement 25 % d'interactions mixtes. Il semble difficile ici d'interpréter l'absence de questions-de-salutation, compte tenu du fait que c'est seulement dans 8 interactions sur 24 (soit 33,3 %) que les interactants se « connaissent ». De plus, ils ne se connaissent que très peu, il n'y a finalement qu'une simple reconnaissance mutuelle, ce qui nous permet de dire que l'appelant a déjà appelé. Nous pouvons remarquer que dans ce corpus Assureurs, les interactions sont plutôt « impersonnelles », ce caractère impersonnel étant dû d'une part à l'absence de questions sur la santé, mais aussi de termes d'adresse, signes d'une histoire conversationnelle déjà établie (même minime) entre les participants. Ceci est peut-être dû au *type* d'interactions dont il s'agit, à savoir le conseil et la vente de contrats d'assurance, ce qui peut être perçu comme un « service »¹⁴⁷. Nous pouvons illustrer cette remarque en citant deux extraits d'interactions, issus de ce corpus, qui montrent bien le caractère fonctionnel des interactions.

Dans l'interaction 9, la cliente qui appelle est une assurée du cabinet, elle connaît bien le fonctionnement de celui-ci puisqu'elle sait précisément qui traite son dossier, donc à qui s'adresser. Pourtant, dans l'ouverture de l'interaction, elle prend à peine le temps de se présenter et va droit au but, ne formulant aucune salutation complémentaire :

7S allô

8C allô Nicole J. ↑

9S oui bonjour madame

10C bonjour madame x vous savez pas la nouvelle là ↑

11S qu'est-ce qui vous arrive ↑

Dans l'interaction 8, les deux femmes se connaissent bien personnellement (d'ailleurs la cliente l'appelle par son prénom), mais la cliente formule directement sa requête sans se présenter, et de la même façon que dans l'extrait d'interaction précédent, la secrétaire la reconnaît à la voix. Cette situation peut être, semble-t-il, gênante puisque l'appelante

¹⁴⁷ I. Dumas a d'ailleurs remarqué dans sa thèse (2003) que les interactions de commerce étaient plus « axées » sur le relationnel alors que les interactions de service étaient plus « axées » sur le fonctionnel.

est, en quelque sorte, prise en « flagrant délit » d'impolitesse (c'est d'ailleurs probablement pour cette raison qu'elle essaie de se justifier, en mettant en avant le fait qu'elle n'était pas sûre que son interlocutrice soit Paola...).

1S cabinet B. T. bonjour

2C monsieur T. s'il vous plaît

3S monsieur T. est déjà occupé madame V.

4C ah c'est Paola

5S oui

6C ah i'm'semblait bon bah ça fait rien

Dans le corpus Artisans, nous avons observé de nombreuses ouvertures d'interactions entre client et secrétaire qui se connaissent :

Sur 28 interactions téléphoniques, il y en a 17 dans lesquelles les interactants ne se connaissent pas, du moins, dans lesquelles il n'y a pas de reconnaissance mutuelle. Sur les 11 autres interactions (39,3 % du total), il y en a six (soit 54,5 %, donc un peu plus de la moitié) dans lesquelles l'appelant ne formule pas sa requête directement après la salutation : il y a salutation complémentaire de la part de l'appelant, 4 hommes et 2 femmes (une commerciale cherchant à vendre un produit et une cliente de longue date, dont nous reparlerons). La secrétaire ne renvoie jamais la question sur la santé. Pour récapituler,

Tableau 1a

Figure 17 : Pourcentage de questions sur la santé dans l'entreprise Artisans

Formulation du « ça va »	Nombre en % de <i>greeting questions</i>
D'un client femme vers la secrétaire : F → F	33 %
D'un client homme vers la secrétaire : H → F	67 %

Il faut toutefois nuancer ces remarques, étant donné que la plupart des appels téléphoniques, dans ce type de corpus, sont mixtes. Il y a beaucoup plus d'hommes que de femmes qui appellent. Nous allons donc récapituler la proportion de questions sur la santé, mais cette fois, uniquement lors d'appels strictement féminins. Sur 7 appels féminins, plus de 70 % des séquences de clôture de contiennent pas de questions sur la santé (1b) et plus de 40 % ne contiennent pas de présentation de la part de l'appelant (1c) alors que cela serait nécessaire dans le type d'appel concerné :

Tableau 1b

Figure 18 : Pourcentage de questions sur la santé dans les appels féminins (Artisans)

Formulation d'un « ça va »	Absence de « ça va »
28,57 %	71,43 %

Tableau 1c

Figure 19 : Pourcentage de présentation de la part du client dans les appels féminins

Présentation	Absence de présentation ¹⁴⁸
57,14 %	42,86 %

Nous pouvons donc voir, grâce à ces trois tableaux, qu'effectivement, les séquences d'ouverture des femmes sont plus courtes que celles des hommes, dans la même situation professionnelle. Si leur degré de proximité avec la secrétaire n'est pas assez grand pour qu'elles formulent une question sur la santé, la situation nécessiterait au moins qu'elles se présentent...

Voici quelques exemples d'interactions :

Interaction 4 (99)

6C [**vous allez bien** ↑

7S oui oui très bien **j'vous remercie**

8C monsieur P. est dans l'coin ↑

Interaction 5 4C bonjour c'est Béatrice (inaudible) Béatrice X. de B.

5S oui bonjour □

6C bonjour **vous allez bien**: □

7S oui **ça va** j'vous r'mercie

8C (inaudible) j'vous appelle d'abord pa'ce que certains d'mes ...

Interaction 9 4C bonjour Gérard B.

5S oui bonjour (sourire)

6C **ça va** □

7S **ça va** j'vous remercie

8C ça va

9S [oui

10C [bon j'appelais pa'ce que::: mon chantier est prêt ...

Interaction 13 4C oui bonjour c'est monsieur C. à l'appareil-

5S -oui bonjour monsieur □

6C **ça va** □

7S **ça va** j'vous remercie [oui

8C [bon dites je sais pas...

¹⁴⁸ J'ai rajouté cette entrée parce qu'il m'a semblé pertinent ici de souligner cette absence de présentation, alors que l'appelante est connue de son interlocutrice, et devra à un moment ou un autre le faire (dans le cas d'une demande de parler au supérieur par exemple). Cette absence de présentation rend la séquence d'ouverture encore plus directe, et menaçante pour les faces (positive et négative) de la secrétaire.

Dans toutes ces ouvertures d'interactions, la secrétaire répond de façon positive et remercie son interlocuteur : même si elle vient de se faire « sermonner » par un client juste avant, elle répondra que tout va bien. Le client enchaîne sur sa requête, précédée ou non d'un échange confirmatif (bon, ça va) qui permet au client de montrer à la secrétaire qu'il a bien entendu sa réponse.

Tableau 1d

Figure 20 : Réaction à la question sur la santé dans l'entreprise Artisans

Réponse à la question + Remerciement	Réponse + Remerciement +Renvoi
83 %	17 %

Concernant les interactions Femme – Femme, nous avons une interaction (5), dans laquelle l'appelante formulant sa question sur la santé est une représentante, et une interaction enregistrée deux ans auparavant (Interaction 2, 1997), qui illustre le fait que le « ça va » formulé par l'appelante n'attend finalement pas de réponse dans le sens où elle lui coupe la parole (elle n'attend pas la fin de l'intervention de la secrétaire) et enchaîne sur le but de son appel.

Interaction 5 4C bonjour c'est Béatrice (inaudible) Béatrice X. de B.

5S oui bonjour

6C bonjour **vous allez bien**: □

7S oui **ça va** j'veous r'mercie

8C (inaudible) j'veous appelle d'abord pa'ce que certains d'mes clients...

Interaction 2 1S allô

2C P. □

3S oui bonjour madame

4C bonjour c'est madame W.

5S ah oui bonjour ma[dame

6C [ça va □

7S ça va j'veous reme[rcie

8C [bon j'veous appelle pa'ce que donc euh: ...

Ici, la cliente formule un « ça va » qui chevauche la fin d'intervention de la secrétaire (une salutation) et que celle-ci interprète comme une question sur la santé (elles se connaissent en effet depuis plusieurs années ¹⁴⁹). Elle répond donc et commence à remercier la cliente, mais est interrompue par la cliente, dont l'intervention chevauche à nouveau celle de son interlocutrice. La cliente formule bien une question-de-salutation mais la rapidité d'enchaînement des interventions, due aux chevauchements de parole de sa part montre bien que, pour elle, c'était un simple rituel de salutation, que la réponse a finalement peu d'importance et qu'elle souhaite aller le plus vite possible au but de son

¹⁴⁹ Nous en avons déjà parlé, elles habitent dans le même quartier et leurs filles ont été à l'école primaire ensemble.

appel (ce que nous avons aussi observé dans certaines interactions du corpus Assureurs).

Les exemples suivants sont issus du corpus Fournisseurs. Cette entreprise est l'un des premiers fournisseurs français du bâtiment, fournisseur des plus petites entreprises.

En règle générale, ce sont des entreprises déjà clientes qui appellent ce fournisseur, afin de passer une commande, ou bien afin de savoir ou en est leur dernière commande. Dans la majorité des interactions, les participants se connaissent donc déjà. Il est toutefois difficile de vraiment généraliser, dans le sens où il n'est pas évident d'établir le type de relation liant les interactants : il y a les interactions entre employés de la même entreprise¹⁵⁰, les relations purement professionnelles entre clients et employés, les relations un peu plus intimes. C'est dans ces situations là, le plus souvent, qu'il y a reconnaissance mutuelle et que les séquences d'ouverture peuvent être rallongées par des salutations complémentaires ou questions sur la santé. Sur un total de 49 interactions, il y en a 16 dans lesquelles il y a réellement reconnaissance mutuelle (il y a aussi un certain nombre de clients qui ont déjà appelé, qui sont déjà clients, mais qui ne se font pas, ou qui ne sont pas reconnus par la secrétaire), soit 32,6% du total, et 8 appels internes, soit 16,3%.

Concernant les appels externes, l'appelant formule une *greeting question* lors de 8 appels (donc 50% des appels avec reconnaissance), et sur ces 8 « ça va ? », deux proviennent de femmes et six d'hommes.

Tableau 2a

Figure 21 : Pourcentage de questions sur la santé dans l'entreprise Fournisseurs

Formulation du « ça va »	Nombre en % de <i>greeting questions</i>
D'un client femme vers la secrétaire : F → F	25 %
D'un client homme vers la secrétaire : H → F	75 %

Hormis des interactions mixtes comme celles que nous venons de citer, où l'appelant est un homme et l'appelé, une femme, il y a aussi dans ces corpus en entreprise, des interactions entre locuteurs de même sexe (non mixtes). Et il semblerait que les femmes vont effectivement plus rapidement au but de l'appel. Par exemple dans l'interaction 3 de ce même corpus Fournisseurs, il s'agit d'une interaction femme - femme, dans laquelle des signes de reconnaissance mutuelle sont formulés, mais il n'y a pas de salutations complémentaires :

4C est-ce qui s'rait possible d'avoir L. s'il vous [plaît

5S [c'est moi

6C c'est vous même [bonjour

7S [oui

8C [c'est madame A.

¹⁵⁰ Appels internes.

9S [bonjour

10C moi j'vous appelle...

Concernant ces appels strictement féminins, avec reconnaissance mutuelle des deux participantes, nous avons 50 % d'appels externes et autant d'appels internes. Il nous a semblé pertinent de les regrouper ici étant donné que la plupart des appels internes sont donnés par la secrétaire, donc une femme.

Tableau 2b

Figure 22 : Pourcentage des questions sur la santé dans les appels féminins (corpus Fournisseurs)

Formulation d'un « ça va »	Absence de « ça va »
30 %	70 %

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, les séquences d'ouverture d'appels internes ne contiennent pas beaucoup plus de questions sur la santé que les appels externes (2 sur 5 contre 1 sur 5)¹⁵¹. Mais nous décrivons en détail ces interactions dans notre troisième partie.

En règle générale, la secrétaire répond (de façon positive), et remercie son interlocuteur, mais ne retourne pas la question sauf dans deux cas particuliers (les locuteurs se tutoient). C'est le cas dans l'interaction 12 et l'interaction 17 :

Interaction 12 2C oui salut Lily

3L oui bonjour Laurence

4C ça va ↑

5L et toi ↑

6C ouais ouais

Interaction 17 4C bonjou:r [c'est Benoît

5L [bonjour Benoît

6C tu vas bien □

7C ouais et toi ↑

8L ça va

Tableau 2c

Figure 23 : Réaction à la question sur la santé dans l'entreprise Fournisseurs

Réponse seule	Réponse à la question + Remerciement	Réponse + Renvoi
25 %	37,5 %	25 %

Après la réponse positive de la secrétaire (et son remerciement qui clôture cet échange), l'appelant pourra ainsi formuler sa requête dans l'intervention suivante, cette

¹⁵¹ Nous renvoyons au chapitre 2. Spécificités des appels internes de notre deuxième partie, consacrée aux appels internes.

question-de-salutation ayant servi de préliminaire à sa requête, en minimisant sa valeur menaçante.

Interaction 16 Interaction 32

4C oui c'est monsieur D. 3S oui bonjour

5S oui 4C ça va □

6C **ça va** □ 5S **ouais ça va** très bien merci

7S **oui** (rire)¹⁵² 6C est-ce que vous avez...

8C bon j'ai regardé sur mon dossier...

Interaction 27 Interaction 41

2C ouais salut c'est Lionel **tu vas bien** □ 2C allô bonjour . **ça va** □

3S **oui ça va** mer[ci 3S **oui ça va** merci

4C [dis moi Martine 4C . j'ai eu ...

L'interaction 25 est une interaction entre le directeur de l'agence (JP) et une employée d'un autre service (la comptabilité). Ils se connaissent semble-t-il bien (« non non mon chou », I44C). Pourtant, la femme va directement au but de l'appel, sans émettre de questions sur la santé ou de salutation complémentaire :

1JP oui X Lyon bonjour

2C euh Jean-Paul

3JP oui Catherine

4C ouais bon ton truc c'est pourri hein

5JP (rire)

Le corpus Transporteurs est particulier aussi en ce qui concerne ce point, les séquences d'ouvertures étant quasi inexistantes (les rituels de politesse dans ce domaine sont donc vraiment particuliers !). Hormis de rares exceptions, il n'y a pas de longues séquences d'ouverture : les appelants masculins qui connaissent déjà la secrétaire (nous pouvons le voir dans leur façon de se parler) formulent leur requête sans préliminaires, ni salutations complémentaires.

Toutefois, sur 48 interactions, nous avons pu en comptabiliser 29, soit 60 %, qui ont lieu entre secrétaire et client se connaissant, et se reconnaissant. Sur ces 29 interactions, seulement 5 contiennent des salutations complémentaires sous la forme de questions sur la santé, soit 17,25 %. Enfin, ces questions sur la santé proviennent de 3 hommes et une femme. Pour résumer :

Tableau 3a

Figure 24 : Pourcentage de questions sur la santé dans l'entreprise Transporteurs

¹⁵² Il a déjà appelé quelques minutes auparavant.

« ça va »	Nombre en % de <i>greeting questions</i>
D'un client femme vers la secrétaire : F → F	40 %
D'un client homme vers la secrétaire : H → F	60 %

Un des rares exemples de séquence d'ouverture constituée de questions sur la santé est la I14 du corpus 98 (l'ouverture de la I19 est aussi constituée d'un « ça va », entre les mêmes locutrices le lendemain, mais formulé cette fois par la secrétaire), et elle a lieu avec une secrétaire d'une entreprise cliente :

Interaction 142C allô bonjour c'est Annie

3S bonjour

4C ça va ↑

5S et vous ↑

Interaction 19 2C allô bonjour c'est Annie

3S bonjour Annie vous allez bien ↑

4C je vais bien et vous ↑

5S bah:: ouais ouais

Si nous ne gardons que les appels Femme – Femme avec reconnaissance mutuelle, nous trouvons une majorité de séquences d'ouverture *sans* question sur la santé, donc une séquence d'ouverture écourtée, et une requête qui est ainsi formulée très vite après le début de l'interaction.

Tableau 3b

Figure 25 : Pourcentage de questions sur la santé dans les appels féminins (corpus Transporteurs)

Formulation d'un « ça va »	Absence de « ça va »
25 %	75 %

Concernant l'intervention réactive de l'interlocuteur, nous sommes ici aussi dans une situation particulière, du moins, différente des autres entreprises, puisque, ici, la secrétaire renvoie la question sur la santé quasiment systématiquement (dans 80% des interactions).

Interaction 12 (97)

2C [xxx] [ça va ↑

3S [oui bonjour- euh et vous même ↑

4C ça va ↑

5S oui. avec le beau temps ↑

Interaction 23 (98)

4C Monique . ça va ↑

5S et: ça va bien et vous ↑

6C oh ça va aussi hein (rire)

La question-de-salutation permet en règle générale « d'assurer le passage en douceur de la séquence d'ouverture (à fonction phatique) au cœur de la conversation » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 119). Lors de l'ouverture de l'interaction, l'appelant-e peut ne formuler ni salutation complémentaire, ni présentation de soi, et formuler directement sa requête, sans aucun préliminaire. Ceci peut alors paraître menaçant, voire impoli, aux yeux de la secrétaire.

Pour conclure, nous pouvons dire que d'après l'analyse des séquences d'ouverture des interactions de travail au téléphone de nos corpus, il ressort qu'en effet, les femmes sont plus directes, et formulent moins de préliminaires avant leur requête. Elles ont tendance à aller droit au but (pas de question sur la santé, pas de présentation). Quand l'appelant(e) formule une *greeting question*, elles y répondent et remercient leur interlocuteur de cette « attention ». En règle générale, elles ne renvoient la question que rarement, et préfèrent remercier. Le remerciement ayant une fonction clôturante, les femmes ont donc tendance à écourter la séquence d'ouverture, mis à part des interactions particulières, dans lesquelles elles connaissent bien leur interlocuteur, et dont elles ont réellement envie d'avoir des nouvelles. Parmi toutes les appelantes – Femmes de nos corpus, une grande partie travaille dans le même milieu que la secrétaire avec laquelle elle est en interaction, et ce milieu est, comme nous l'avons déjà dit un milieu d'hommes (au moins dans les ateliers et bureaux de direction). Peut-être est-ce le moyen de s'affirmer dans ce milieu, d'avoir une certaine autorité, un certain pouvoir. Les secrétaires feraient alors comme les femmes gendarmes dont parle Mondada (1998) qui, dans leur travail, adoptent des comportements langagiers « masculins » (du moins, l'image qu'elles s'en font), un style conversationnel masculin, pour se « fondre » dans le milieu qui les entoure, c'est-à-dire que dans ce type de milieu, le « style masculin » existe bien, et qu'il est dans ce cas la norme.

Ainsi, sur la totalité des appels avec reconnaissance mutuelle des participants, 32 % des « ça va » sont formulés par des femmes et 68 % par des hommes.

Figure 26 : Pourcentage de questions sur la santé dans les interactions de travail

« ça va »	Nombre en % de <i>greeting questions</i>
D'un client femme vers la secrétaire : F → F	32 %
D'un client homme vers la secrétaire : H → F	68 %

Dans les interactions purement féminines (toujours celles dans lesquelles il y a reconnaissance mutuelle des deux participantes), 28 % seulement d'entre elles formulent des questions sur la santé :

Figure 27 : Pourcentage de questions sur la santé dans les appels féminins dans les interactions de travail

Formulation d'un «ça va »	Absence de « ça va »
28 %	72 %

Les séquences d'ouverture d'interactions de travail au téléphone sont donc des

séquences dans lesquelles le genre joue un rôle prédominant. Le déroulement de ces séquences fluctue donc notamment selon le genre de chacun des participants, mais aussi bien sûr selon le rôle des interactants. Mais le genre n'a toutefois pas forcément de rôle à jouer dans les autres séquences (notamment la clôture), nous le verrons dans les chapitres suivants.

Par le biais du téléphone, donc par la voix (ce qu'elle dit et la manière dont elle le dit), la secrétaire véhicule l'image, l'identité de l'entreprise, mais elle véhicule aussi sa propre identité : en tant que personne ayant une fonction dans l'entreprise et en tant que femme. Lors du déroulement d'une interaction, la secrétaire peut ainsi actualiser différentes identités : elle peut parler en tant que secrétaire (il s'agit donc de son statut au sein de l'entreprise), en tant que femme du patron ou tout simplement en tant que femme. Ceci peut expliquer certains « dérapages » pouvant se dérouler notamment lors de l'ouverture de l'interaction (mais pas seulement). Par « dérapage », nous entendons « sortie du script », c'est-à-dire quand un des participants s'écarte du comportement que l'autre attend de lui, de la façon dont devrait se dérouler une interaction de travail. C'est le cas par exemple lorsqu'un client entre dans une sorte de rapport de séduction avec la secrétaire (qu'il voit alors comme une femme avant de la voir comme une professionnelle ayant des fonctions déterminées), comme le montre l'exemple suivant, extrait de l'interaction 10 du Corpus Transporteurs (97) :

- 1S Transports B. bonjour
2C X [ça va □
3S [oui bonjou- euh et vous-même ↑
4C ça va
5S oui . avec le beau temps
6C et oui vous avez l'soleil ↑
7S non il est parti
(...)
11S et vous il est parti [aussi ↑
12C [oh oui il commence à- il a plu c'matin un peu
(...)
18C vous avez eu trop beau temps dimanche
(...)
20C vous avez bronzé □

Nous pouvons souligner ici le commentaire sur le temps, qui illustre le fait que le « ça va ? » est souvent relatif au temps qu'il fait, mais surtout qu'il fonctionne comme une « passerelle pour franchir le seuil permettant l'entrée en conversation » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 119). Cette remarque est dans le même temps une évocation du corps de la jeune femme. Peut-être est-ce une conclusion rapide de parler de séduction et peut-on parler simplement de galanterie ? En effet, même dans ces interactions de travail, qui ont donc une finalité externe à l'interaction, les interlocuteurs

aussi « se visitent », ils entretiennent le relationnel, c'est-à-dire qu'ils vont formuler des questions sur la santé, des commentaires sur le temps, etc., ce qui allonge la durée des interactions, et principalement si les interactants se connaissent (même si ce n'est qu'une histoire conversationnelle de travail et téléphonique). De plus, certaines croyances rituelles font que l'on associe certaines caractéristiques distinctives à certains participants, comme la galanterie, définie par le *Petit Robert* comme « la courtoisie que l'on témoigne aux femmes par des égards, des attentions » (1996), peut être associée à l'homme. Et si la courtoisie d'un homme envers une femme apparaît comme étant de la galanterie, la sollicitude d'une femme envers un homme risque de passer pour de la séduction mal placée, voire du racolage. Les acteurs peuvent utiliser ces croyances pour organiser la rencontre, et agir alors comme on l'attendrait d'eux au cours de l'interaction.

Ces remarques vont donc à l'encontre de ce qui a été décrit comme étant les caractéristiques prototypiques du « sexolecte » qu'est le style communicatif féminin. En effet, la parole des femmes est décrite comme étant « plus chargée que celle des hommes de marqueurs d'affects et de subjectivité » (Kerbrat-Orecchioni, à paraître : 17), et comme une parole plus orientée vers l'autre. Toutefois, si, dans les interactions de travail comme celles de nos corpus, c'est-à-dire des interactions à dominance masculine, les femmes vont plus rapidement au but, cela ne signifie pas pour autant qu'elles n'accordent pas d'importance à la relation « horizontale ». D'après certaines études, dont celles de Tannen, les femmes accordent en effet plus d'importance à la relation « horizontale » qu'à la relation « verticale » :

Lors d'une conversation, les hommes ont souvent tendance à analyser leur statut : "l'autre tente-t-il de se placer en position dominante en me faisant faire ce qu'il veut ?" Les femmes, elles, perçoivent plus souvent la négociation des rapports : "Est-ce que l'autre tente de se rapprocher ou de prendre ses distances ?" » (Tannen, 1993 : 34).

Toutefois, nous pouvons souligner ici que la corrélation que Lakoff a établie ***entre un langage indirect, poli et évitant toute confrontation directe, d'une part, et le « rôle sexuel » féminin, qui consiste à être dépendante et à manquer d'assurance, d'autre part, se trouve invalidée par une étude faite par Keenan (1974) en 1963, donc vient avant que Lakoff ait établi ses hypothèses (Aebischer, 1985 : 39).***

En effet, Keenan, dans son étude sur le parler masculin et le parler féminin chez les Namoizamanga (communauté malgache), montre que la politesse n'est pas une caractéristique universellement féminine, contrairement à l'idée généralement acceptée, et d'ailleurs prouvée par le biais d'études issues de l'observation d'autres communautés linguistiques. En effet, d'après l'auteur, dans cette communauté, ce sont les hommes qui utilisent le langage de politesse, c'est-à-dire indirect et évitant toute confrontation avec autrui. Les demandes formulées par les hommes sont atténuées par des formules non explicites. A l'inverse, le comportement des femmes est direct et franc : ***« Ce sont elles qui marchandent sur les marchés – et en particulier avec les européens – car leurs maris se perdent dans des détails peu productifs »*** (Aebischer, 1985 : 39).

Il est donc clair que ce n'est qu'avec une collecte et une étude précise de toutes les situations de communication possibles, c'est-à-dire d'échanges mixtes (Femme –

Homme) et non mixtes (Femme – Femme et Homme – Homme) que les résultats pourraient vraiment apparaître comme illustrant la réalité des interactions de travail. Nous nous trouvons donc dans une sorte d'impasse, ce problème ne pouvant se résoudre qu'avec la collecte de nouveaux corpus proposant d'autres situations d'interactions que celles de nos corpus.

4. Au cours de l'interaction

4.1. Dangers de l'analyse

L'analyse des différences de styles conversationnels dues aux genres est des plus délicates. Beaucoup de choses ont été écrites et ont ensuite été sujets à controverses. Il nous a donc été parfois difficile de distinguer les travaux fondés sur des observations « sauvages », ou bien à tendance sexiste, ou même, selon Aebischer, *raciste*¹⁵³, qui reprennent des conclusions antérieures en les généralisant à toutes les femmes, ou encore les travaux analysant le parler féminin en le comparant systématiquement au parler masculin¹⁵⁴, de ceux fondés sur des enregistrements en quantité suffisante, travaux plus récents qui tentent de trouver une explication « neutre » à ces différences de comportements langagiers¹⁵⁵. En effet, il peut être tentant de décrire précisément ce que serait le style particulier féminin, comme a pu le faire Robin Lakoff (1975). Ainsi, comme l'explique Aebischer,

Il est sans doute fort pratique d'imputer toute différence – réelle ou imaginaire – à une quelconque appartenance sexuelle : ce sont des catégories exhaustives, car du fait de son anatomie, pratiquement tout individu dans notre société peut être inséré dans l'une ou dans l'autre (1985 : 53).

Certaines approches n'ont notamment fait que reproduire des stéréotypes, ancrés dans le sens commun, et la majorité des écrits sur la langue et le sexe, écrits issus de ces approches, sont liés aux stéréotypes portant sur la « nature » féminine et masculine, c'est-à-dire des stéréotypes montrant l'homme comme étant objectif mais bruyant, et la femme comme émotionnelle et volubile.

¹⁵³ Voir Aebischer, 1992 : 193-208. A propos du bavardage, *Le bavardage est localisé en la femme. Et en reconnaissant la femme à son bavardage, l'observateur cherche à lui conférer une réalité biologique, physique, sentimentale ou psychologique. Cette attitude qui consiste à tenir des caractéristiques d'un groupe humain donné (...) pour des conséquences de ses caractéristiques physiques ou biologiques est raciste. (...) Elle puise dans un flot de préjugés qui déprécient la femme ou, au contraire, la mettent sur un piédestal tout aussi emprisonnant, bien au-delà de son parler (199-200).*

¹⁵⁴ Et ils sont nombreux : les nombreuses études sur le parler féminin et les rares études sur le parler masculin nous montrent que le parler féminin est marqué, par rapport à celui masculin, qui « irait de soi » : « Il est intéressant de constater que, quelles que soient les méthodes employées, simple observation (...), c'est le langage des hommes qui a été pris pour norme, celui des femmes figurant du même coup comme déviance ou comme défaut », Aebischer et Forel, 1992 : 12.

¹⁵⁵ Voir entre autre l'article de L. Mondada, 1998.

En identifiant les traits pertinents visant à caractériser le style féminin, et ce dans une démarche comparative, on se risque à « **traiter les spécificités attribuées aux femmes comme un écart de la norme, représentée par le parler masculin, qui reste ainsi le point de référence valorisé** » (Mondada, 1998 : 258), et donc à les interpréter négativement. La prise en charge du contexte est donc primordiale dans l'analyse (les formes linguistiques acquièrent leur fonctionnalité en contexte). Ainsi, pour répondre à des questions du type « Qui interrompt qui ? », il ne suffit pas de s'intéresser au sexe des locuteurs, mais aussi à leur âge, leur origine ethnique, leur localisation géographique, etc. Haas (1978) a observé le parler féminin et masculin chez des enfants, et a remarqué que le langage change selon que les enfants sont en interaction avec des enfants du même sexe ou de sexe opposé. Le choix des sujets de conversation et la façon de s'y référer sont liés au sexe des locuteurs (sport pour les garçons, école pour les filles), par contre l'utilisation du langage par les filles et les garçons dépendrait de la situation d'énonciation : des variations ont été relevées, selon qu'il s'agit d'interactions mixtes (garçon – fille et l'inverse) ou d'interactions non mixtes. Nous pouvons citer un autre exemple montrant l'importance de la prise en compte du contexte dans l'étude du parler féminin et masculin. D'après l'étude de Zimmerman et West (1975), les hommes, quand ils conversent avec les femmes, exercent un certain pouvoir et une forme de domination, qui prennent la forme d'interruptions et de silences. Dans les interactions mixtes Homme – Femme, la majorité des interruptions sont à l'initiative des hommes, alors que les femmes ne protestent pas. Nous en reparlerons de façon plus détaillée dans notre chapitre consacré aux interruptions et aux chevauchements, mais nous pouvons déjà souligner que le postulat de base de Zimmerman et West, pour qui toute interruption est une marque de domination de la part du locuteur, a été contesté par Aleguire (1978). Pour Aleguire, les conditions d'énonciation modifient complètement l'interprétation des interruptions, ne les caractérisant plus comme des intrusions mais comme des manifestations d'intérêt.

Pour en revenir à nos corpus, chaque entreprise, avec ses employés et ses clients, a ses spécificités. Chaque entreprise a son identité propre, son style conversationnel partagé par les salariés, et ceci rendra certaines de nos remarques difficilement généralisables à toutes les entreprises.

4.2.La relation et le pouvoir

La recherche de reconnaissance est une des motivations essentielles des interactions. Chacun a besoin de « se sentir exister aux yeux des autres » (Camilleri et al., 1990 : 180) (ce qui peut prendre notamment la forme d'un désir de séduction). Chacun a besoin d'avoir sa place, a besoin de valorisation (garder la face, présenter une image positive) et d'individuation, c'est-à-dire « **être reconnu dans son identité propre, sa singularité et sa différence** » (ibid. : 183). La comparaison sociale peut alors pousser à vouloir se sentir supérieur. Ceci peut expliquer certaines différences de comportements langagiers entre les hommes et les femmes. Pour Tannen, la notion de domination entre les hommes et les femmes est très présente dans l'interaction, mais elle n'est pas forcément voulue :

No one could deny that men as a class dominate women in our society, and that many individual men seek to dominate women in their lives. (...) It not sufficient

to account for everything that happens to women and men in conversations – especially conversations in which both are genuinely trying to relate to each other with attention and respect. The effect of dominance is not always the result of an intention to dominate (1990 : 18).

Nous retrouvons ici l'influence de Robin Lakoff, dont Deborah Tannen fut l'une des étudiantes. Lakoff éveilla l'intérêt de Tannen pour le « *communicative style* » que Tannen renomma plus tard « *conversational style* ». Nous verrons à nouveau dans la suite de ce travail que Lakoff, tout comme Tannen et d'autres chercheurs ont une vision négative du style féminin. D'après eux, les caractéristiques du parler féminin reflètent un sentiment d'insécurité, d'infériorité envers les hommes (« *That men dominate women is not in question* », Tannen, 1990 : 21). Ce sentiment d'infériorité commencerait avec les jeux d'enfants et se poursuivrait dans le monde du travail (voir Tannen, 1996).

Revenons-en à la recherche de reconnaissance. Selon le groupe dans lequel les femmes se situent, elles ne vont pas se comporter de la même façon. Dans un groupe à dominance masculine (situation de travail, groupe politique), les femmes adoptent une stratégie particulière pour s'assimiler au groupe dominant :

They will try to gain equality with and will adopt the values of the superior (majority) group ; this strategy is called assimilation (Coates, 1986 : 8). In terms of language, it is clear that certain groups of women (e.g. those in the professions or in politics) have adopted this strategy (ibid. : 10).

Elles auraient tendance à adapter leur style à la situation, en utilisant par exemple une voix plus grave, en empruntant les caractéristiques prosodiques typiques des hommes, en parlant en public de sujets traditionnellement masculins : politique, sports... C'est ce qu'avait d'ailleurs observé Haas dans l'étude que nous avons citée précédemment (1978) : dans les interactions mixtes, les filles parlent un peu plus de sport qu'entre filles mais elles en parlent toutefois moins que les garçons entre eux. Les garçons quant à eux peuvent parler d'école quand ils conversent avec les filles mais toujours moins que les filles entre elles.

Nous avons un exemple assez frappant dans le corpus Fournisseurs de cette adaptation du style à la situation. Il s'agit d'une interaction (Interaction 25) entre la comptable de l'entreprise et son directeur. La comptable l'appelle pour lui fournir des informations sur un client, et le fait de manière directe, en utilisant un style conversationnel plutôt masculin.

1JP oui T. Lyon bonjour

2C euh Jean-Paul ↑

3JP oui Catherine

4C ouais bon ton truc c'est pourri hein

5JP [(rire)]

6C [c'est la x. de Oullins]

7JP ouais

8C ouais donc je n'ai que le bilan euh: à fin décembre 96

9JP qui est pourri

10C i'c'est archi pourri

(...)

26C non non mais c'est déguelasse quoi ...

(...)

35JP pfff (soupir)

36C non mais c'est pourri déguelasse là normalement c'est zéro crédit hein
Jean-Paul

(...)

42C pourri archi pourri alors voyons c'que j'pourrais te dire de positif [pas grand
chose hein

43JP [(rire)

44C non non mon chou pas grand chose hein ...

(...)

56C et bah ouais c'est ça mon chou hein

(...)

62C alors comme j'veux pas qu't'es l'sentiment que j'te raconte des sotises j't'envoie
ça vite fait bien fait hein

63JP ma biche

(...)

66C hein [d'accord

67JP [bon ben j'vais la rappeler merci: Cat=

68C =voilà [bisous salut

69JP [bye

Nous pouvons noter d'abord que la séquence d'ouverture est réduite au strict minimum : les locuteurs n'échange pas de salutations (la première salutation est moins une salutation qu'un rituel pour ouvrir le canal), ils ne se présentent pas mais la reconnaissance se fait par la voix de l'autre, l'appelante ne formule pas de préliminaire, elle entre directement dans le vif du sujet, ce qui fait d'ailleurs rire son interlocuteur. Ensuite, le niveau de langue utilisé est familier voire très familier. C'est probablement aussi ce qui fait rire le directeur d'agence en 5JP : « ton truc c'est pourri » (4C), « archi pourri » (10C, 42C), « c'est déguelasse » (26C), « c'est pourri déguelasse » (36C, 40C). De plus, elle utilise des termes affectifs familiers, qui sont plutôt formulés en général par des hommes (nous avons vu dans le même corpus les « ma chérie », formulés par un technicien à la secrétaire). Le directeur d'agence va d'ailleurs finir par répondre à ses « mon chou » en fin d'interaction par un « ma biche », qui constitue une intervention à lui seul. Enfin, nous pouvons souligner pour finir le ton employé par la comptable. Elle va droit au but et se montre sûre d'elle dans ses affirmations :

18C si j't'appelle aussi rapidement c'est que j'veux **pas du tout** qu'tu t'engages quoi (...)
c'est **dangereux**

(...)

38C ah non non mais c'est **pas possible** hein . à moins que tu souhaites vraiment te prendre un carton dans les 6 mois euh

(...)

59JP tu mettrais pas des sous personnellement dans cette entreprise ↑

60C **absolument pas non non pas du tout** j'veais te dire alors là pas un flèche

Il est difficile il est vrai de dissocier ce qui est propre au style communicatif « naturel » de Catherine de ce qui dû à une adaptation au style dominant dans une entreprise du bâtiment. Nous ne pouvons donc que supposer qu'elle a adopté un style plus direct, qui se soucie peu des formules de politesse, pour rendre le contenu de son discours plus fort, plus sur.

La situation de communication va donc influencer les styles utilisés par les locuteurs, et comme l'explique Tannen (1996), si les hommes sont en situation de pouvoir, alors leur style conversationnel est déjà établi comme la norme, et de ce fait, les femmes sont, d'une certaine manière, désavantagées. Certaines choisiront donc de modifier leur style pour s'adapter au contexte. C'est la situation dans laquelle se trouvent toutes les secrétaires de nos corpus, puisque dans chacun des quatre sites (trois entreprises et un cabinet d'assurances), leur supérieur hiérarchique est un homme ainsi que la majorité de leurs collègues de travail.

Une part importante des différences de styles conversationnels entre ces deux groupes tourne autour de deux axes : la relation et le pouvoir. Que ce soit dans des interactions familiales ou professionnelles, les mêmes comportements sont répétés, et sont dus à l'importance relative que chacun donne à la relation et au pouvoir. Si les hommes se focalisent plus sur la relation verticale (ils ont tendance à analyser leur statut et celui de leurs interlocuteurs : qui est en position haute, qui est en position basse), les femmes, elles, se focalisent plutôt sur la relation horizontale. Robin Lakoff, pour expliquer ce phénomène, se réfère à la mise en pratique de différents types de règles : les règles de politesse agissant au niveau de la relation et les maximes de Grice agissant au niveau du contenu. Grice a établi quatre maximes conversationnelles : la maxime de quantité (« Ne pas parler plus qu'il ne faut, ne pas parler moins qu'il ne faut », De Salins, 1992 : 187), la maxime de qualité (« Ne répondez que si vous savez... », ibid. : 188), la maxime de modalité (être clair, éviter d'être obscur, ambigu, etc.), et la maxime de relation (conversation sémantiquement cohérente). Selon Lakoff, pour les femmes, les règles de politesse (être poli-e) sont plus importantes que les maximes de Grice (être clair-e). Elles auront donc tendance à avoir des comportements du type : ne pas s'imposer, faire que son interlocuteur se sente bien dans l'interaction, ne pas couper la parole, etc. La relation passe avant l'information.

According to Lakoff, while men tend to apply Grice's maxims more frequently, women tend to apply the rule of politeness, subordinating the communication content of their speech to the social value of interaction (Baroni et Nicolini, 1995 :

408).

Les femmes appliqueraient donc les règles de politesse, alors que les hommes appliqueraient les maximes de Grice, ce qui vient confirmer ce que Tannen avait remarqué : le parler féminin serait orienté plutôt vers la relation, le parler masculin vers le contenu. Ceci peut sembler caricatural et paradoxal, d'autant plus que nous avons vu dans les séquences d'ouverture que c'étaient les hommes qui « entretenaient » le plus la relation avec la secrétaire (ils formulent notamment plus de questions sur la santé que les femmes). Nous allons donc voir comment cela se passe au cours de l'interaction, et si cette dichotomie relation vs contenu peut expliquer, dans nos corpus, un certain nombre de comportements langagiers, comme les chevauchements, les interruptions, l'utilisation de la flatterie, la taquinerie.

4.3. Chevauchements de parole et interruptions

Compte tenu des nombreuses et plus ou moins célèbres analyses¹⁵⁶ qui ont montré une certaine dissymétrie de la répartition des silences et interruptions entre locuteurs dans les conversations non mixtes, il nous a semblé nécessaire d'en parler ici, d'autant plus que les interactions étudiées sont des interactions à distance (donc les interactants n'ont pas de recours possible au canal visuel), purement orales. Toutefois, nous devons préciser aussi que certaines études ont été sujettes à controverses, pour plusieurs raisons : tout d'abord, les interruptions sont difficilement quantifiables et analysables, surtout si on ne prend pas en compte certaines informations, comme le rôle et le statut de celui ou celle qui interrompt, la manière dont il le fait, pour quelles raisons, dans quelle situation, etc. L'analyse des interruptions et des intrusions nécessite donc une analyse précise de la situation. Ensuite, il en découle que cette analyse nécessite un nombre suffisant d'interactions (qui permettraient ainsi de cadrer toutes les situations possibles), et cette condition n'a pas toujours été respectée dans les différentes études concernant les interruptions. Il a été ainsi reproché à Zimmerman et West leur manque de rigueur, voire leur malhonnêteté intellectuelle (ils auraient, selon Murray et Covelli¹⁵⁷, effectué des coupures dans leur corpus afin de le conformer à leurs hypothèses de départ). De plus, il leur a été reproché de ne pas prendre suffisamment en compte la situation de communication, et de simplifier la notion d'interruption. Pourtant, les travaux de West et Zimmerman n'ont pas été les seuls à conclure que les hommes interrompraient leur interlocuteur plus que les femmes ne le feraient¹⁵⁸.

En règle générale, dans toute interaction, les tours de parole se succèdent sans problème, chaque participant ayant notamment pour tâche d'éviter les silences gênants (ceci signifie que chacun se doit de prendre la parole dès que l'autre a terminé son tour¹⁵⁹), mais il peut y avoir bien sûr des variations selon le type d'interaction (les interruptions

¹⁵⁶ Voir notamment West et Zimmerman, 1975.

¹⁵⁷ 1988.

¹⁵⁸ Voir Tannen, 1990 : 55.

¹⁵⁹ Cf. Sacks, Schegloff et Jefferson, 1978.

sont ainsi très fréquentes dans les conversations familières françaises). L'alternance des tours de parole est négociée par les partenaires de l'interaction, et « leur statut de dominant ou de dominé va en grande partie dépendre de leur maîtrise des techniques du "turn system", et de leur capacité à prendre et à garder la parole » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 87). Pour éviter les « blancs », les participants anticipent la fin du tour grâce à des indices syntaxiques, sémantiques, et surtout prosodiques. Pour résumer, reprenons les principes énumérés par Sacks et al. : une seule personne parle à la fois (« *The system allocates single turns to single speakers* », 1978 : 15), et il y a toujours une personne qui parle. Ces deux principes sont résumés par Sacks et al. Sous la formule « *minimization of gap and overlap* ».

Il arrive pourtant que des dysfonctionnements affectent le système des tours, ces « ratés » étant soit involontaires, c'est-à-dire que les indices de fin de tour sont suffisamment flous pour donner lieu à une méprise, soit volontaires, c'est-à-dire que les locuteurs ne se soumettent pas aux règles d'alternance et violent alors les règles. Les « ratés » peuvent se situer au moment de l'alternance des tours de parole, ou lors de la sélection du successeur à la parole.

Au moment de l'alternance, le successeur peut prendre la parole trop tard (ce qui entraîne un silence, un « gap » trop long), ou trop tôt, on parle alors d'interruptions. Il y a interruption « chaque fois qu'un L2 prend la parole alors que L1 n'a pas fini son tour » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 173). Elle peut être accompagnée ou non d'un chevauchement, qui peut être de plusieurs types :

- L2 peut s'emparer de la parole alors que L1 n'avait émis aucun signal de fin tour, l'interruption est donc intentionnelle. On peut alors parler de violation territoriale ;
- Le plus souvent, le chevauchement a lieu au contraire juste avant la fin de tour de L1, ceci étant du au fait que les derniers mots d'un tour sont en général peu informatifs. On parle alors d'anticipation.
- Enfin, le chevauchement peut être dû au fait que L1 émet bien des signaux de fin de tour, ou quelque chose qui y ressemble, L2 prend son tour de parole mais L1 n'a pas terminé et enchaîne aussi.

Pour en revenir à l'interruption, elle se caractérise onc par le fait que L2 s'empare de la parole sans que L1 ait terminé son tour, il commet donc une sorte de violation territoriale. Les interruptions verbales sont, selon West et Zimmerman (1983), des signes de comportement de dominance de la part de celui qui interrompt, puisqu'il « vole » le tour de parole de son interlocuteur : l'interruption est « *a device for exercising power and control in conversation* » et « *violations of speakers' turns at talk* » (103). De plus, les interruptions verbales sont perçues, toujours selon West et Zimmerman, par celui qui est interrompu, soit comme marqueur de la dominance déjà établie de son émetteur, soit comme marqueur ayant pour fonction d'établir un statut dominant.

Les interruptions, surtout lorsqu'elles s'accompagnent d'un chevauchement, ont pour tendance taxémique générale d'exprimer une position haute, ou une tentative de l'accaparer (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 88).

Cette interprétation de l'interruption doit toutefois être nuancée, l'interruption n'est pas une

preuve systématique de dominance, elle n'est pas toujours « violative », mais elle peut être au contraire « coopérative ». En effet,

Simultaneous speech can be « cooperative overlapping » - that is, supportive rather than obstructive, evidence not of domination but of participation, not power, but the paradoxically related dimension, solidarity (Tannen, 1990 : 62).

Il y a donc deux grands types d'interruptions¹⁶⁰ : les interruptions « violentes », utilisées pour notamment s'imposer dans la conversation. Ces interruptions sont « intrusives », leurs caractéristiques sont d'être assez longues, ou elles peuvent être hors sujet (ce sont alors de véritables violations de tours de parole) ; et les interruptions « coopératives », « affiliatives »¹⁶¹, qui sont orientées vers la relation, dans le sens où elles ont pour fonction de veiller à la bonne marche, au bon déroulement de l'interaction. Elles vont plutôt exprimer la coopération, l'intérêt enthousiaste, l'implication active dans le discours.

La nature du successeur au tour de parole peut être à l'origine de certains rôles. Si aucun locuteur ne se présente pour le tour suivant, nous aurons là aussi un « gap » trop long. Si plusieurs locuteurs reprennent la parole ensemble, il y aura un chevauchement de paroles. Si un seul locuteur prend la parole après L1, mais que ce n'est pas le bon, on parlera alors d'intrusion. Il y a différents types d'intrusion que nous ferons qu'énumérer, n'ayant pas analysé de trilogues issus de nos corpus.

- L2 prend la parole sans autorisation, parce que L1 ne l'avait pas sélectionné comme successeur. L'intrusion est alors « l'indice d'une domination, réelle ou prétendue, du responsable de l'intrusion sur celui qui devrait, normalement, prendre la parole » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 88).
- L2 prend la parole alors qu'il est en principe interdit de parole (témoin de l'échange par exemple). L'intrusion est alors « une manifestation d'insolence » (ibid.).

D'après certaines études, les hommes seraient donc plus « intrusifs », plus autoritaires, dominants, la valeur « violative » serait donc plutôt caractéristique des interruptions masculines, alors que les femmes seraient plus sociales, la valeur « coopérative » serait donc caractéristique des interruptions féminines. De grandes différences ont donc été repérées dans ces études, études qui furent ensuite controversées, entre des conversations entre deux locuteurs de même sexe et des conversations entre des locuteurs de sexe différent. Selon West et Zimmerman¹⁶², dans les conversations non mixtes, la répartition, entre les locuteurs, des chevauchements et des interruptions serait à peu près symétrique, alors que dans les interactions mixtes, de fortes dissymétries apparaîtraient. Les hommes interrompraient plus que les femmes ne le font. D'autres études, dont celle de Jane Gilbert (1990), ont permis de relativiser voire contredire ces

¹⁶⁰ Certains auteurs, comme Bargiela-Chiappini et Harris, ont décrit dix sortes d'interruptions. Voir *Managing language. The discourse of corporate meetings*, 1977, J. Benjamins : Amsterdam/Philadelphia.

¹⁶¹ Termes empruntés à N. Murard, 2003, Thèse en préparation portant sur l'influence des différences sexuelles et de statut sur les interruptions verbales.

¹⁶² Voir l'étude de West et Zimmerman, 1975 :115-116, qui montre que dans 96% des cas, c'est l'homme qui interrompt la femme.

résultats. Gilbert a étudié les interactions dans un petit groupe d'adolescents étudiants dans une école en Nouvelle-Zélande. L'étude a porté sur des interactions ayant eu lieu dans des petits groupes comportant des interactants de même sexe et de sexe différent. Les garçons interrompent en effet plus que les filles, mais dans les conversations non mixtes, ils interrompent beaucoup et facilement leurs interlocuteurs garçons : « **The boys in single-sex groups interrupted each other considerably more often than students in any other group** » (Holmes, 1995 : 53). Gilbert en conclut donc que ce qui est perçu par les femmes comme intrusif, impoli, etc. semblera acceptable et normal pour les hommes.

Concernant leurs réactions respectives, elles peuvent être diversement interprétées, selon qu'on a une vision positive ou négative du parler féminin. Quand la femme est interrompue par un homme, elle renonce à poursuivre (le chevauchement ne se prolonge pas), et laisse ainsi finir son interlocuteur. Elle formulerait alors éventuellement des régulateurs, montrant ainsi qu'elle écoute activement, mais il semblerait que, souvent, l'intervention de l'homme soit suivie d'un silence de la part de la femme. C'est ce silence qui peut poser problème quant à l'interprétation que l'on peut en donner. Certains auteurs y ont vu, une fois encore, la « soumission » féminine face aux parades masculines de « dominance ». D'autres auteurs ont décrit ce silence comme une protestation silencieuse, ou bien même, comme un encouragement des femmes à être interrompue¹⁶³. Il est donc très difficile d'interpréter les interventions réactives, et ce, même en interviewant ensuite les participants sur leurs émotions face aux interruptions qu'ils ont émises ou subies : certains émetteurs d'interruptions ne les trouveront pas systématiquement violatives, et ceux qui en ont « fait les frais » ne les perçoivent pas toujours comme des marqueurs de dominance (même si elles en ont toutes les caractéristiques).

Les premières analyses qui ont porté sur les interruptions et qui ont à l'époque servi de référence en la matière ont été rapidement controversées, nous en avons déjà parlé. Des conclusions sur ce phénomène ont été trop rapidement tirées, alors que cela n'est possible que si l'on observe de très près qui interrompt qui, dans quelle situation, de quelle manière, avec quelle intention et quels effets, etc. Aleguire (1978) a ainsi observé, après l'analyse d'un corpus constitué de conversations informelles entre des couples Hommes- Femmes, corpus qu'il leur a fait réécouter, que les interruptions étaient moins souvent vécues comme des violations de règles de conversation (sur 60 interruptions, 4 seulement ont été ressenties comme une intrusion ou comme une violation) que comme :

- une expression d'assentiment enthousiaste de ce qui vient d'être énoncé par le locuteur,
- une manifestation d'intérêt de la part de l'interrupteur, souhaitant intervenir sur le sujet de la conversation, donc un désir d'avancer le sujet,
- une réflexion ajoutée par le locuteur après coup,
- une indication que le locuteur veut parler,

¹⁶³ La comparaison a été faite avec le viol (« elle l'a bien cherché ») : « On insinue parfois que, si les femmes se voient traitées de manière discriminatoire, voire brutale, par les hommes, c'est que, d'une certaine façon, elles le "cherchent" » (West, 1992 : 178).

- le fait que « l'interrupteur » suppose que le locuteur a fini son intervention, il y a alors chevauchement durant quelques instants,
- une interruption, les deux locuteurs parlant simultanément sans qu'aucun des deux ne proteste.

Des études plus récentes ont tenté de montrer, à partir d'un grand nombre d'interactions (authentiques ou en laboratoire), que les hommes interrompaient toujours plus que les femmes (même s'il y a certaines variations culturelles). Maury-Rouan¹⁶⁴, dans son étude d'un débat dans un groupe de six étudiants (trois filles et trois garçons), a ainsi différencié une « parole dominante », exercée principalement par les garçons (véritables interruptions, nombreuses initiatives, parole audible), et une « parole dominée », féminine, définie comme une parole furtive, de faible intensité, se greffant sur la parole dominante. En effet, les garçons parlent trois fois plus, produisent les trois quarts des interruptions et sont responsables de la plupart des initiatives. L'étude des profils conversationnels des locuteurs peut toujours être affinée, compte tenu du fait qu'ils dépendent non seulement du sexe des participants, mais aussi du milieu familial, du thème traité ou encore de leur personnalité, et compte tenu du fait que ces profils peuvent évoluer et se modifier au cours de l'interaction. Nadine Murard a quant à elle montré dans sa thèse¹⁶⁵, que non seulement le genre avait une influence sur le type d'interruptions et leur fréquence au cours de l'interaction, mais que le statut, combiné au genre, avait aussi une influence sur la fréquence et le type d'interruptions verbales. Deux théories permettraient d'expliquer la relation entre genre, statut et interruptions : la théorie des rôles sociaux et la théorie de subordination. Pour la théorie des rôles sociaux, les différences de comportements sont expliquées par le biais des rôles sexuels dans la société : hommes et femmes endossent les traits qui leur sont typiques, la femme ayant en elle le statut de mère (un statut qui fait qu'elle est centrée sur la relation avec autrui), l'homme étant orienté vers l'action, et chacun se comporte selon ces traits, selon ces attentes.

La théorie de la subordination fait intervenir dans l'analyse des interruptions verbales le statut des participants. Le statut permet aussi d'expliquer, combiné au genre, pourquoi l'homme interrompt plus que la femme. Il y a un lien entre dominance et interruptions verbales : le locuteur placé en position haute, ayant un statut plus élevé, interrompt plus facilement le locuteur qui se trouve en position basse. Ainsi, dans une interaction Médecin – Patient, le médecin interrompt plus souvent le patient que l'inverse (c'est lui qui est en position d'expert), sauf quand le médecin est une femme : bien qu'elle ait un statut supérieur, et qu'elle détienne le savoir et la compétence, elle sera interrompue plus fréquemment que si elle était un homme.

Après ces quelques remarques générales, nous allons tenter de voir comment cela se passe dans les entreprises de nos corpus. Dans nos entreprises, nous avons distingué deux sortes d'interruptions les plus récurrentes, les interruptions ayant lieu juste avant la fin de tour prévue, ce sont des anticipations et les interruptions volontaires. Les anticipations que nous décrivons sont des interruptions de nature coopérative, qui ont

¹⁶⁴ 1995 : 369-385.

¹⁶⁵ Thèse en cours de rédaction.

pour fonction de terminer l'intervention de l'autre locuteur. Elles sont les marques d'une certaine dominance, finir le tour de parole de l'autre étant un moyen de s'introduire sur son territoire (F.T.A. pour sa face négative), de montrer ses connaissances (F.T.A. pour sa face positive), mais aussi de montrer que l'on est pressé¹⁶⁶, ce qui peut être utile et utilisé pour essayer de négocier un délai par exemple. Les autres interruptions que nous allons décrire sont des intrusions non coopératives, voire violatives. Elles sont caractérisées par le fait que L2 prend la parole alors que ce n'est pas son tour, pour diverses raisons, notamment lorsque L2 a affaire à un locuteur très bavard, l'interruption est le seul moyen pour lui de placer son mot. L'interruption est alors plutôt un indice de domination du responsable de celle-ci sur celui qui avait la parole, bien que tout dépende de la raison de l'interruption. Les interruptions du deuxième type que nous allons décrire sont des interruptions caractérisées, au niveau sémantique, par le fait qu'elles permettent à son émetteur d'introduire un nouveau sous-thème.

4.3.1. Nature des interruptions

La première remarque que nous pouvons faire concerne les interactions entre la secrétaire et le/la cliente, qui sont des interactions complémentaires, non hiérarchiques. Les participants ont des statuts différents : la secrétaire est la personne qui détient les informations, et possède un certain pouvoir (relatif à chaque entreprise), alors que le client a le pouvoir d'achat.

Dans l'entreprise Fournisseurs, la majorité des interactions se passe entre une des deux secrétaires et un client, lui-même professionnel du bâtiment (puisque l'entreprise les fournit en matériel). Le contexte est donc quelque peu modifié puisque la secrétaire se trouve ici face à un interlocuteur qui partage avec elle un certain nombre d'informations (sur les caractéristiques des produits par exemple), mais pas toutes (les délais de livraison, les prix négociables ou non, etc.). Toutefois, dans la majorité des interactions non mixtes entre la secrétaire et un client, celui-ci formule un nombre important d'interruptions avec chevauchements, qui ont pour la plupart la fonction d'anticipation.

Interaction 1 (Fournisseurs)

27L voilà le restant est disponible donc vous m'dites si: [si faut débloquer ou pas

28C [oh bah oui oui faut envoyer l'reste oui

L'interruption se situe avant la fin de la question, le client n'attend pas la fin de l'intervention de la secrétaire pour répondre, il donne par-là l'impression que la réponse est évidente.

Interaction 6 3L oui vous êtes [quelle société

4C [la société X à St Genis Laval

Interaction 13 43L bah écoutez j'veis voir j'veis les appeler j'veis voir [avec (inaudible)

44C [ouais pa'ce que reg- regardez le le délai initial là-d'ssus

45L et ouais

¹⁶⁶ La gestion du temps, le manque de temps est d'ailleurs un souci permanent dans le bâtiment.

L'interruption du client a pour but de conseiller, d'une certaine façon, la secrétaire sur ce qu'elle doit faire (ce qui est menaçant pour sa face positive).

Interaction 17

47L il manquait des 32 [55

48C [32 55 tout à fait

(...)

57L mouais i'te manque [2891 2640 et 1034

58C [les accessoires

(...)

96C (...) OK bah c'est tout dans les: délais donc euh:: maintenant euh si pi y a Maison F.

97L ... maison [F.

98C [maison alors ça doit être la référence F.

(...)

119L je te passe Martine [alors

120C [tu m'passes Martine

Le client reprend la plupart du temps ce que vient de dire son interlocutrice, ce qui tend à montrer que lui aussi, partage ces connaissances, ce qui « rehausse » en quelque sorte son statut. Par contre, dans l'interaction 41, les interruptions du client sont plutôt de nature « violative », puisque plusieurs de ses interruptions ont pour but d'essayer d'introduire un nouveau sous-thème :

15M ouais d'accord ouais . [bah je peux regarder

16C [i' i'm'dit

17M mais ça m'étonnerait hein

18C mais je sais bien ça doit être fabriqué (...)

(...)

21M c'est lancé oh bah elle est [étoilée

22C [cette semaine quoi on pensait

(...)

37M ah ouais .. ah non mais là franchement [je peux rien y faire

38C [il il il non mais ça je comprends bien mais bon on verra bien après

Nous venons de voir comment sont utilisées les interruptions par les clients, dans des interactions dans lesquelles les savoirs sont partagés (chacun des locuteurs est spécialiste dans son domaine, contrairement aux appelants qui sont simplement des clients), et les statuts de chaque participant sont connus. Les interruptions peuvent aussi être utilisées par un locuteur pour établir un statut, elles vont lui permettre d'acquérir un

statut qu'il n'a pas encore. Murard parle alors de « lutte pour le statut », pour décrire cette négociation entre les participants, des statuts, négociation qui se fait notamment par le biais des interruptions et des chevauchements¹⁶⁷. Nous en avons trouvé des exemples assez frappants dans chacun des corpus, mais nous ne parlerons dans cette partie que de deux interactions, l'une mixte et l'autre strictement féminine : la première interaction a lieu entre la secrétaire de l'entreprise Transporteurs et un client avec lequel elle travaille régulièrement, auprès duquel elle va formuler une réclamation concernant un service rendu. Pendant la première partie de l'interaction, le client expose sa version des faits, la secrétaire acquiesce (« ouais », « mm »), ne formule aucun désaccord sur ce que dit son interlocuteur. Dans la deuxième partie de l'interaction, elle (re)prend la situation en main, et va commencer à réagir à tous les arguments de son client par des contre-arguments, et ce, en lui coupant sans cesse la parole. De cette façon, elle se place immédiatement en position haute, et place, de ce fait, son interlocuteur en position basse. Dans la dernière partie de l'interaction, une fois que le client se rallie à la secrétaire, le nombre d'interruptions venant de la secrétaire diminue sensiblement, et s'équilibre avec celui du client.

Interaction 16 (corpus Transporteurs, 98)

2^{ème} séquence

36S pa'ce que moi j'vais les appeler pour euh mettre ça au clair

(...)

41C bon attendez j'vais quand [même regar-

42S [qui a signé hein

43C j'vais rechercher vite fait vot' GPR que j'vous dise pas de bêtise pa'ce qu'il y a des fois y'a ce [genre de chose (rire)

44S [ouais mais

(...)

53C alors là par contre j'ai ouais moi j'ai des bons L. devant les yeux (...)

il a été marqué rendu 15 palettes mais à priori c'est le: destinataire qui l'a marqué (...) sur le talon des [(inaudible)

54S [euh c'est absolument pas l' destinataire pa'ce que c'est l'écriture du chauff- du chauffeur

(...)

67C c'est tout c'que [j]'peux:

68S [bah ça c'est facile hein

69C bah oui oui non mais [c'est

70S [ouais

¹⁶⁷ Voir Kerbrat-Orecchioni, 1984 : p. 226, les négociations sur les « territoires conversationnels », p. 232-235, les négociations de la structuration de l'interaction et des rapports de place, 2000 : 65-74.

3^{ème} séquence

76S (...) mais on passe assez souvent euh [chez L. donc euh:

77C [chez (inaudible) oui

78S éventuellement on peut faire aussi comme [ça régler

79C [bien sûr

(...)

92S (...) de toute façon c'est l'écriture du chau[ffeur

93C [ah oui (inaudible) oui oui

La deuxième interaction a lieu entre la secrétaire de l'entreprise Artisans et une cliente habituée, qui appelle pour une requête bien particulière. Cette fois-ci, c'est la cliente et non la secrétaire qui va tenter d'imposer son point de vue en ayant recours à divers procédés afin de convaincre la secrétaire de lui prendre le service qu'elle demande (une visite du patron chez elle). La cliente va ainsi prendre son tour de parole, presque systématiquement, avant que la secrétaire n'ait fini le sien, ce qui donne un caractère impoli, menaçant, à chacune de ses interventions.

Interaction 2 (corpus Artisans, 97)

5S ah oui bonjour [madame

6C [ça va ↑

7S ça va j'vous remercie [et vous

8C [j'vous appelle pa'ce...

(...)

27S (...) tout d'façon [donc euh j'vais lui dire

28C [et puis pour la boîte à::

(...)

47S alors y aurait pas d'raison qu'en [y ait là

48C [vot'mari m'a rassurée...

Pour conclure sur les interactions mixtes secrétaire – client, nous avons pu voir qu'il était difficile de généraliser nos remarques sur les interruptions. S'il semble, d'après nos enregistrements, qu'un client masculin interrompt plus la secrétaire qu'une cliente, il le fait en règle générale pour rétablir un statut symétrique à celui de la secrétaire, au niveau des savoirs partagés. Ses interruptions n'ont pas forcément pour fonction de le placer en position plus haute que la secrétaire, mais comme ils ont tendance à finir les interventions de la secrétaire très tôt dans leur tour de parole, elles peuvent tout de même être considérées comme des marqueurs de dominance. Ces interruptions verbales ne sont pas de simples anticipations, mais restent des actes menaçants, à caractère intrusif. Mais ces observations restent à ce stade des pistes, ces résultats ne peuvent être confirmés ou infirmés qu'avec d'autres corpus d'interactions du même type.

Du côté des interactions non mixtes, précisément entre deux femmes, nous n'avons

pas trouvé plus d'interruptions d'un côté ou d'un autre, ce qui rejoint l'hypothèse selon laquelle c'est la combinaison du genre et du statut qui influence la fréquence des interruptions verbales (et pas seulement le genre ou le statut).

4.3.2. Réactions à l'interruption

Concernant la réaction des secrétaires aux interruptions verbales, chacune d'elles réagit différemment selon l'importance qu'elle donne à cette intrusion, selon le type d'intrusion, et selon la personne qui en est l'auteur évidemment.

1- L'une des réactions possibles à l'intrusion de l'interlocuteur sur son tour de parole est la résolution de ce chevauchement, de cette simultanéité des deux voix, par deux moyens opposés. Les chevauchements entravant l'audition, la compréhension mutuelle, il peut être difficile de savoir, pour les participants, sur quel énoncé enchaîner le tour suivant.

La femme peut alors choisir, après que l'homme l'a interrompue, de s'arrêter de parler. Se retirer de la conversation fait partie de l'ensemble des méthodes pour ramener le discours au schéma préférentiel d'une « personne à la fois »¹⁶⁸. La secrétaire de l'entreprise Transporteurs adopte cette réaction assez souvent, principalement quand c'est son patron qui l'interrompt (ils sont pourtant assez « décontractés » l'un envers l'autre).

Interaction 1 (98) Interaction 5 (98)

16S alors □ j'lui dis quoi □ 11S oui j'ai madame O (...) j'sais [pas quoi

17M euh: [bah 12M [oui bah

18S [vous av- vous lui dites (...)

19M -les deux colis sont là

La secrétaire peut aussi préférer terminer son discours, en même temps que son interlocuteur masculin parle. Elle va

persévérer dans sa volonté de s'exprimer, éventuellement jusqu'à ce que son ou ses interlocuteurs se retirent. Ou bien, l'interrompant ou l'interrompu peut défendre son terrain, en parlant de plus en plus fort, jusqu'à couvrir le discours de l'interlocuteur (West, 1992 : 180).

C'est le cas par exemple dans les interactions quelque peu conflictuelles, où il y a désaccord entre les locuteurs.

Interaction 16 (Transporteurs, 98))

41C bon attendez j'vais quand [mêmeregar-

42S [qui a signé hein

(...)

53C (...) c'est le destinataire qui l'a marqué (...) sur le talon des

[(inaudible)

¹⁶⁸ Voir Jefferson et Schegloff, 1975.

54S [euh c'est absolument pas l' destinataire

Dans nos différents corpus, nous retrouvons de nombreuses interactions non mixtes femme – femme, dans lesquelles les paroles se chevauchent et chacune d'elle continue à parler. Il semblerait donc qu'il y ait, dans ce type d'interactions aussi, des « luttes pour le statut », du même type que celles qui ont été décrites par Murard, mais entre hommes ¹⁶⁹

Interaction 1 (Assureurs ; Les clientes sont des femmes)

17S alors euh: . oui [c'est ça

18C [oui c'est ça donc euh [il a refusé de régler cette échéance

19S [(inaudible)

Interaction 10

12C y a pas de nom dessus hein [c'est la facture de madame Z.

13S [y a pas y a pas d'initiales y a pas d'initiales

Nous observons d'ailleurs ici que, pendant la parole simultanée, il arrive souvent que le locuteur modifie son énoncé (il bégaie, répète le même syntagme), probablement pour être sûr d'être entendu et compris. Il revient à une prononciation normale une fois le chevauchement passé.

2- La deuxième réaction possible du locuteur face à une intrusion de la part de l'interlocuteur est la récupération, par le locuteur, des énoncés simultanés (le sien ou celui de l'autre). La femme peut en effet choisir, lorsqu'elle reprend la parole, de récupérer son propre énoncé (reprendre ce qu'elle avait commencé à dire) ou l'énoncé de son interlocuteur (ce qui montre qu'elle a tenu compte du contenu de l'intrusion).

Interaction 1 (Fournisseurs)

27L donc vous m'dites si: [si faut débloquent ou pas

28C [oh bah oui oui faut envoyer l'reste oui

29S j'débloquent [d'accord

Interaction 6 3L oui vous êtes [quelle société

4C [la société X à St Genis laval

5L X (8') passée hier vous m'dites

Interaction 13 36C du laqué [blanc T.

37L [ah ben ah blanc T. □

Dans ces exemples, nous pouvons remarquer que la secrétaire prend en compte quasi systématiquement ce qu'a dit le client en même temps qu'elle.

Nous avons donc pu observer tout au long de cette partie, que, tout comme les comportements langagiers à l'ouverture de l'interaction, certains autres comportements,

¹⁶⁹ Elle a pu observer qu'il y avait plus d'interruptions entre participants quand l'interaction se passe entre deux hommes, que dans les interactions mixtes.

comme les interruptions et les chevauchements, seraient, eux aussi, influençables par le genre et le statut des locuteurs. Il nous faut toutefois préciser à nouveau que les remarques concernant les réactions aux interruptions, comme celles concernant les interruptions proprement dites, ne peuvent être généralisées à toutes les interactions mixtes. D'une part, nos corpus ne présentent pas un nombre suffisant d'interactions ayant les mêmes caractéristiques contextuelles qui permettrait de procéder à des généralisations. Nous avons un certain nombre d'interactions mixtes, mais ces interactions ont lieu soit entre locuteurs se connaissant, ou ne se connaissant pas, soit entre des professionnels (secrétaire et client), ou encore entre un professionnel (secrétaire, patron ou technicien) et un non professionnel (client). Cette diversité dans les statuts des participants brouille les pistes et empêche une généralisation des remarques. D'autre part, le facteur du sexe des participants et celui du statut sont systématiquement présents et simultanément pertinents dans toutes les interactions, il est donc difficile de dissocier le rôle de chacun de ces facteurs dans les interactions secrétaire - client. En effet, dans nos interactions, la secrétaire est toujours une femme et a forcément un statut inférieur à celui du patron, qui est systématiquement un homme. Concernant les contacts téléphoniques avec l'extérieur, la plupart sont avec des hommes, mais ceux-ci peuvent avoir des statuts très divers : salarié de la même entreprise (technicien, chauffeur, ouvrier, etc.), client habitué, nouveau client, représentant, fournisseur, collègue concurrent, etc. L'interprétation de phénomènes tels que les interruptions est donc délicate, l'enjeu étant de taille : « c'est la question de la "dominance" et du "pouvoir" qui s'y trouve directement engagée » (Kerbrat-Orecchioni, à paraître : 15).

4.4.Tag questions et régulateurs

D'après de certains auteurs comme Holmes (1993 : 98), les femmes privilégient la relation, et utilise pour ce faire des procédés tels que la *tag question*, procédé conversationnel visant à faciliter l'échange, et à laisser une place à l'interlocuteur.

Les *tag questions* ont été l'objet de nombreuses études, dont certaines furent largement contestées. Selon Robin Lakoff, les femmes utiliseraient plus de *tag questions* que les hommes. La question indique que le locuteur cherche à s'informer (« *Is John here ?* ») alors qu'avec la *tag question*, le locuteur semble affirmer, selon Lakoff, quelque chose dont il n'est pas tout à fait convaincu (« *John is here, isn't he ?* »). Le locuteur cherche donc une confirmation de la part de son interlocuteur.

Mais cette affirmation fut très rapidement mise à mal par d'autres chercheurs dont Dubois et Crouch (1976), ou plus récemment Cameron (1992) qui, dans leurs travaux, ont observé que les *tag questions* étaient très fréquemment produites par des hommes, et pas seulement dans le but d'exprimer de l'insécurité. Cameron a notamment relevé que les magistrats utilisaient massivement les *tag questions* qui sont alors mises au service du pouvoir car elles servent à contrôler la parole d'autrui. Dubois et Crouch quant à eux ont non seulement critiqué le fait que Lakoff généralise la fonction de l'inversion : l'inversion peut avoir une valeur de demande, mais ils ont aussi remis en cause l'hypothèse elle-même. En effet, à partir d'un corpus constitué à l'occasion d'une rencontre professionnelle entre hommes et femmes en milieu académique, ils vont jusqu'à affirmer que les inversions répertoriées sont prononcées exclusivement par des hommes.

Pour Holmes, il ne faut pas oublier que les *tag questions* sont des formes polyvalentes et pouvant avoir plusieurs fonctions qui doivent être distinguées pour pouvoir comparer leur utilisation par les femmes et par les hommes : « ***In comparing their distribution in the speech of women and men, it is crucial to pay attention to their function in context*** » (Holmes, 1995 : 80). Elle distingue (1993, 1985) deux valeurs principales de la *tag question* : une *tag question* modale qui exprime une certaine incertitude de la part de son énonciateur, vis-à-vis de son énoncé. « ***They focus on the accuracy of the information asserted in the proposition, rather than on the feelings of the addressee*** » (ibid.). Cette *tag question* attend une confirmation éventuelle de l'interlocuteur ; et une *tag question* affective, qui vise à faciliter l'échange, et exprime l'attitude du locuteur envers le destinataire. « ***They are examples of hedges which serve as positive politeness devices. They invite the addressee to contribute to the discourse*** » (ibid. : 81). Les hommes utiliseraient plutôt le premier type de *tag*, c'est-à-dire qu'ils privilégieraient plus le contenu, « ***requesting reassurance or confirmation of the validity of their propositions*** » (ibid. : 82-83), alors que les femmes privilégieraient la relation : leurs *tags* sont pour la plupart du deuxième type.

N'ayant pas repéré dans nos corpus des cas de *tag questions* en français, nous ne nous attarderons pas plus longtemps sur cette question, mais nous pouvons trouver en français d'autres types de marqueurs qui peuvent avoir eux aussi, comme l'est la *tag question* affective, pour but de faciliter l'échange, donc de privilégier la relation. Ce sont ce que l'on peut appeler les régulateurs ou les signaux d'écoute, que les femmes produiraient en grand nombre, elles en produiraient même plus que les hommes (Tannen, 1993 : 142-143, Holmes, 1993 : 96). L'autre différence entre hommes et femmes est non seulement quantitative mais aussi qualitative : si ces régulateurs (*mm, oui, d'accord*) seraient, pour elles, plus des signaux d'écoute, signifiant alors « je vous écoute », ces mêmes régulateurs seraient pour les hommes¹⁷⁰ plutôt des signaux d'accord.

Dans le corpus Artisans, la secrétaire utilise régulièrement « hein » ponctuant souvent ses interventions dans la séquence de pré-clôture, lors des récapitulations et reformulations. Nous allons voir quelle peut être la valeur de ce « hein », valeur pouvant le rapprocher, dans certains contextes, de la *tag question*. En effet, bien que ce ne soit pas une vraie question, le « hein » utilisé par cette secrétaire a pour fonction de privilégier la relation, en laissant une place à l'interlocuteur. Nous verrons ensuite les dysfonctionnements qu'il peut entraîner dans la pré-clôture et la clôture de l'interaction.

Interaction 3 21S (...) mais i'va vous l'faire dans les: dans les 48 heures hein □

22C euh: pa'ce que moi c'est-à-dire (...) ce s'rait pas aujourd'hui

(...)

29S (...) d'accord bon ben écoutez vous verrez avec lui hein il essayera d'faire au plus vite hein □

30C d'accord

¹⁷⁰ Ce serait pour certains chercheurs (voir Tannen, 1986 : 145) une des principales sources de malentendus dans la communication entre hommes et femmes.

Interaction 4 29S d'accord ben écoutez dès qu'i revient j'vais lui dire hein □

30C par contre lui m'a parlé d'un: . d'un problème (...)

(...)

37S =d'accord bah écoutez j'lui dis qu'i vous rappelle [hein □

38C [c'est ça

Dans certaines situations, l'intervention de la secrétaire suivie de son « hein » attend une réponse de confirmation (l. 21S de l'interaction 3) : la secrétaire donne une information à la cliente que celle-ci ne connaît pas. Dans d'autres circonstances, le « hein » en fin d'énoncé peut être là simplement pour ponctuer l'intervention, et n'attend pas de réponse. En effet, la secrétaire peut l'utiliser plusieurs fois alors qu'un accord a déjà été trouvé entre les locuteurs, comme dans l'interaction 4, ce qui tend à montrer qu'elle préserve la relation, l'entretient grâce à ces marqueurs.

Sometimes we find a tag question used in cases in which the speaker knows as well as the addressee what the answer must be, and doesn't need confirmation. (Lakoff, 1975 : 16).

Le problème est que, l'assertion étant rendue moins « forte »¹⁷¹, le client ne voit pas l'intervention de la secrétaire comme une tentative de clôture suite à un accord trouvé, mais comme une autre demande de confirmation, voire comme une possibilité de relance. Ainsi, dans son interaction avec madame W (interaction 2 corpus 97), la secrétaire a beaucoup de mal à clore l'interaction car son interlocutrice relance systématiquement après ses interventions :

31S d'accord . bon ben écoutez j'vais lui dire j'pense qu'il f'ra un tour dans l'après-midi voir hein □ je j'vais l'voir à midi j'vais lui dire **hein** □

32C voilà euh et puis donc . vous comprenez (...)

(...)

71S alors . bon ben tous c- toutes tout toutes ces p'tites choses là j'vais les lui- en parler tout à l'heure donc **hein** □

72C voilà faudrait qu'il passe (...)

Venons-en maintenant à la séquence de clôture de l'interaction et aux différences repérables entre le parler féminin et le parler masculin dans cette séquence.

5. En clôture de l'interaction

Si l'observation des styles conversationnels masculin et féminin nous a semblé pertinente dans l'étude de la séquence d'ouverture et le cœur de l'interaction, il semble plus difficile de trouver des régularités du même type dans la séquence de clôture. Les interactions de travail ayant une finalité interne, une fois le but de l'appel formulé et le problème résolu ou l'information donnée, les locuteurs n'ont plus de raison de rester en contact. C'est pour

¹⁷¹ Lakoff dit des *tag questions* qu'elles sont « *midway between an outright statement and a yes-no question : it is less assertive than the former, but more confident than the latter* » (1975 : 15).

cette raison que dans la très grande majorité de nos corpus, les interactions se clôturent très vite une fois la requête formulée et la réponse donnée (que ce soit un acte ou une information). Les interventions se chevauchent, ce qui donne un caractère encore plus « expéditif » à la fin de l'interaction. Ainsi, il semblerait donc que si le genre joue un rôle en début et au cours de l'interaction, il semble s'effacer en fin d'interaction¹⁷² :

Le sexe n'est pas dans la situation de conversation une « variable de fond » pertinente de la même façon en permanence. (...) Il semble bien en effet que le sexe puisse connaître une saillance particulière dans le feu de la conversation et, inversement, perdre sa visibilité initiale pour se fondre dans le décor (Hakulinen, 1998 : 140).

Tannen, ou encore Holmes, ont toutefois remarqué que les femmes clôturent en règle générale certaines de leurs conversations par un remerciement, qui serait une sorte de rituel de clôture¹⁷³, et remercient plus que les hommes¹⁷⁴. Tannen a ainsi remarqué, lors de son analyse d'interactions de travail au téléphone que les femmes, même lorsqu'elles ont un statut élevé dans la hiérarchie, utilisent très fréquemment le remerciement en clôture d'interaction :

Since Charlene was the boss setting up necessary meetings with subordinates, she obviously did not say « thanks » because she felt grateful for a favor they had done her ; rather, it seems to be a ritualized way for her to bring a conversation to a close. (...) Evelyn, the manager (..) did frequently thank people. For her too, « thanks » seemed to be a ritual conversational closer, like « okay » (Tannen, 1996 : 55).

Nous avons observé nos différents corpus afin d'essayer de retrouver cette caractéristique « féminine ». En fait, comme nous l'avons déjà dit, le comportement des femmes (tout comme le comportement masculin) change selon le rôle conversationnel qu'elles occupent, c'est-à-dire selon qu'elles sont appelantes ou appelées. Comme l'expliquent Smoreda et Licoppe (2000 : 119), les variations de comportements langagiers sont non seulement liées au sexe des participants mais aussi à leurs rôles interactionnels. Une femme ne se comportera pas de la même façon quand elle appelle (un homme ou une femme) et quand elle est appelée. De plus, l'appelant va ajuster son comportement, suivant l'identité de genre de son interlocuteur.

Ainsi, dans le corpus Assureurs, tout comme dans les corpus Fournisseurs et Artisans, la secrétaire ne remercie pas quand elle est l'appelée ; par contre elle minimise le remerciement que lui fait le client appelant (« je vous en prie », « pas de problème », « allez »¹⁷⁵ ...), et formule un remerciement quand elle est elle-même l'appelante. Toutefois, ce comportement n'est pas systématique, l'une des deux secrétaires

¹⁷² Goffman parle de *gender display* (« mise en valeur du sexe », 1987 : 1-4).

¹⁷³ Tannen, 1996 : 54.

¹⁷⁴ Voir l'étude de Becker et Smenner, 1986, portant sur le comportement des jeunes enfants à l'égard des remerciements.

¹⁷⁵ Qui signifie en quelque sorte « J'accepte les remerciements, nous pouvons clore l'interaction ». C'est un moyen aussi de minimiser l'importance du service rendu (l'équivalent de « de rien »).

enregistrées dans l'entreprise Fournisseurs (Martine) utilisant facilement le remerciement en clôture d'interaction, qui prend alors la signification de « merci d'avoir appelé ». Ceci lui a d'ailleurs valu un commentaire métalinguistique de la part de sa collègue après une interaction avec un client à la fin de laquelle Martine a remercié le client alors qu'elle lui avait rendu un service : « mais pourquoi tu remercies ? ».

Par contre, il est vrai que dans le corpus Transporteurs, la secrétaire formule un nombre assez important de remerciements en séquence de clôture, et parmi ces remerciements, il y en a autant qui sont initiés par la secrétaire (que le client retourne), que de remerciements initiés par le client (renvoyés par la secrétaire). Et pourtant, quand la secrétaire est à l'origine des remerciements, ceux-ci sont purement rituels, puisqu'elle ne remercie rien en particulier (si ce n'est d'avoir appelé). Etant donné que c'est elle qui a rendu un service ou transmis une information, c'est au client que devrait uniquement revenir la tâche de remercier. Pourtant, comme l'a remarqué Tannen, même en position haute, les femmes ont tendance à protéger les faces de leurs interlocuteurs :

Part of the reason that many women in positions of authority speak in ways that downplay rather than emphasize the power of their position is simply an expression of the ethics characteristic of many women's conversational rituals (...) : the desire to restore balance to a conversation and take into account the effect of one's words on the other person (Tannen, 1996 : 179).

Pour chacun des extraits suivants (corpus 98), nous resituons, avant la clôture, le but de l'appel (la requête) afin de voir quelle est sa nature, et si le remerciement est vraiment nécessaire (remercier pour un service rendu ou une information transmise) ou purement rituel. Dans les interactions 20 et 22, la secrétaire est l'initiatrice de l'échange de remerciements, alors que c'est le client qui a formulé une requête (demande d'information) :

Client - Requête

Secrétaire - Réponse à la requête

Client - Intervention réactive (« OK »...)

Secrétaire - Remerciement

Client - Remerciement – Salutation

Interaction 20 6C j'avais voulu savoir si vous aviez un camion sur Mulhouse (...)

(...)

9S .. euh non pas pou- pas: pas prévu

10C d'accord

11S **merci**

12C merci au revoir

Interaction 22 6C pour voir si vous cherchez un chargeur en Belgique (...)

(...)

16C bon OK

17S merci

18C merci au r'voir

Le remerciement a alors une valeur de clôture de l'échange (« je ne peux plus rien faire pour vous, merci d'avoir appelé »). Dans les exemples suivants, le client remercie la secrétaire suite à la réponse donnée à sa requête, et la secrétaire, dans la même intervention, renvoie le remerciement et salue son interlocuteur :

Client - Requête

Secrétaire - Réponse à la requête

Client - Intervention réactive : Remerciement

Secrétaire - Remerciement – Salutation

Interaction 23 8C vous avez le camion aux Pays-Bas demain

9S .. non y'a personne là-haut

(...)

22C **merci**

23S merci au r'voir

Interaction 21 4C vous auriez un véhicule demain sur Anvers

5S sur . Anvers . non personne

6C OK merci

7S merci au r'voir

Il semble donc difficile, dans ce type d'interactions (interactions de travail au téléphone), de distinguer ce qui, dans la séquence de clôture, peut être caractéristique des styles conversationnels de l'appelé et de l'appelant, de la secrétaire et du client, et de la femme et de l'homme.

Nous venons de voir dans ce chapitre qu'il est difficile de distinguer ce qui est caractéristiques du genre de ce qui est caractéristique du rôle des locuteurs. Non seulement les corpus doivent assez diverses pour nous permettre de repérer ce qui est propre au genre et ce qui est propre au rôle, mais ils doivent être assez nombreux pour nous permettre de décrire un certain nombre de régularités, qui nous permettraient de distinguer véritablement des différences entre style conversationnel masculin et style conversationnel féminin. Nous allons voir maintenant comment se construisent, s'activent et s'affirment les identités des locuteurs au sein de leur travail dans l'entreprise.

Chapitre 9 : Les identités au travail

Sainsaulieu, en 1977 (p.60), soulignait déjà à quel point le langage et les mots pouvaient « **être chargés de significations affectives et ambiguës dans les rapports de travail** ». La parole au travail est reconnue comme le moyen de multiples phénomènes

d'influence et de rapprochements affectifs. C'est pourquoi nous verrons l'importance de la parole dans le travail, en la présentant d'abord comme « métaphore du sujet »¹⁷⁶, puis en définissant et décrivant quelques stratégies identitaires. Nous nous placerons, ici encore, du côté de la secrétaire, et nous verrons comment se déroulent les relations qu'elle entretient avec les clients, son patron, et les autres employés de l'entreprise.

1. La parole comme métaphore du sujet

Dans certains milieux professionnels, dans lesquels le contact avec le client est nécessaire, il est essentiel de « savoir parler ». C'est le cas des entreprises de nos corpus. Nous avons déjà eu l'occasion de traiter dans cette partie de la formation des secrétaires au téléphone, certaines recevant des formations orales et écrites, données par des professionnels¹⁷⁷, et de souligner l'importance que donnent certaines entreprises¹⁷⁸ à l'expression verbale. Nous retrouvons par exemple, dans ces guides du « savoir parler » au téléphone, des conseils tels que : parler au présent, sourire (le sourire « s'entend » au téléphone), demander régulièrement l'avis de son interlocuteur (« Dites-moi ce que vous en pensez »)... Ceci nous montre bien que la maîtrise de ce que nous allons dire renvoie à la maîtrise de soi, de l'image que nous allons donner à autrui, et reflète l'identification qui s'établit entre le locuteur et sa parole. La parole est en quelque sorte le prolongement de l'identité, puisque c'est elle qui représente le locuteur. Chaque locuteur est aussi touché par la parole de l'autre, et c'est en fonction de cette sensibilité qu'il va orienter son écoute, se sentir « visé » par certains propos.

La parole comme trace de l'identité du locuteur est donc un enjeu central dans la communication interpersonnelle et sociale. Chaque locuteur espère trouver, dans l'interaction, une confirmation de l'identité qu'il revendique, et va utiliser pour cela des stratégies identitaires, stratégies qui ont aussi pour fonction d'éviter au locuteur de voir son image dévalorisée, et de perdre la face. Parmi ces stratégies, un certain nombre de comportements sont particulièrement significatifs de l'identité que chacun manifeste dans l'interaction avec les autres : la place que chacun tend à occuper, les conduites d'affirmation ou de retrait, la prise de parole ou le silence, la recherche de similitude ou de différenciation, la recherche ou non de l'accord, de la reconnaissance, etc. C'est ce que nous allons voir maintenant.

2. Les stratégies identitaires

Une stratégie peut se définir, selon la définition du Petit Robert, comme étant un « ensemble d'actions coordonnées, de manœuvres en vue d'une victoire ». Les stratégies identitaires, selon un certain consensus, sont

¹⁷⁶ Expression empruntée à Lipiansky, 1992.

¹⁷⁷ Voir Palisse, 1997.

¹⁷⁸ Voir notamment les sociétés de téléprospection et leurs manuels de formation (Annexe 4).

des procédures mises en œuvre (de façon consciente ou inconsciente) par un acteur (individuel ou collectif) pour atteindre une, ou des, finalités (définies explicitement ou se situant au niveau de l'inconscient), procédures élaborées en fonction de la situation d'interaction, c'est-à-dire en fonction des différentes déterminations (socio-historiques, culturelles, psychologiques) de cette situation. (Camilleri et al, 1990 : 24).

Ainsi, mettre à jour les stratégies identitaires des locuteurs, c'est voir quelles finalités les acteurs poursuivent quand ils mettent en cause leur stratégie identitaire actuelle, quels comportements individuels ou collectifs sont mis en place pour atteindre ces victoires sur un adversaire (soi-même, les autres, le système social). Ces finalités se négocient, se renégocient au cours de l'interaction. Et l'un des enjeux de l'interaction, pour le locuteur, est d'être reconnu. En effet, « ***une part importante des échanges est faite des stratégies par lesquelles s'expriment la demande de reconnaissance et la négociation de la définition des places respectives*** » (ibid. : 175). C'est une des motivations essentielles de la communication et des interactions, et ce, même dans les interactions professionnelles.

D'une part, la secrétaire n'est pas seulement une secrétaire, dans le sens où, en plus des rôles strictement professionnels qu'elle doit remplir, elle est avant tout un individu, en relation avec d'autres individus (patron, employés, clients...) dans le cadre de son travail. Elle espère faire reconnaître ses compétences, ses capacités, son efficacité : pour elle-même, car elle a besoin de valorisation, et pour l'entreprise (en reconnaissant les compétences de la secrétaire, le client reconnaît aussi les compétences de l'entreprise). La secrétaire, comme tout(e) autre employé(e), préfère être considérée comme une personne essentielle à l'entreprise, nécessaire, ce qui la pousse parfois à percevoir les relations interpersonnelles comme des rapports de force, où elle peut être mise en infériorité. Elle va alors développer des stratégies identitaires afin de protéger ses faces. D'autre part, le client espère aussi de son côté être reconnu dans son identité propre, se sentir exister aux yeux de la secrétaire (elle est son premier et parfois seul contact avec l'entreprise), et de l'entreprise (il souhaite ne pas être un inconnu). Il développera des stratégies afin que sa requête ne soit pas banalisée, mais au contraire qu'elle soit traitée de façon personnelle. Il y a, dans cette recherche de reconnaissance, un désir de séduction de la part des deux participants à l'interaction, c'est-à-dire ici, la secrétaire et le client. Nous allons en voir quelques exemples.

2.1. Jeux de séduction et autres plaisanteries entre clients et secrétaire

Les possibles jeux de séduction entre clients et secrétaire ne constituent évidemment pas l'essentiel de nos interactions, mais ils sont assez présents dans certains corpus pour être mentionnés. Nous avons regroupé dans une même partie jeux de séduction et plaisanteries car, comme son nom l'indique, la séduction se manifeste, dans nos interactions, sur le mode du jeu. De plus, elle n'est possible, dans ce cadre là, que parce que la secrétaire est plutôt « décontractée », et qu'elle percevra ce jeu de séduction justement comme un jeu. Ainsi, plusieurs facteurs entrent en jeu dans le développement de possibles rapports de séduction entre la secrétaire et son client, notamment le contexte de l'interaction. Certains contextes sont plus propices que d'autres à développer

ces « jeux ». Les locuteurs doivent en effet se sentir en confiance : même s'ils ne se connaissent pas, c'est, semble-t-il, la complicité qui permet au client (en règle générale, c'est le client qui sort le premier du script) de s'aventurer sur ce terrain « hors script ». Ainsi, les entreprises Transporteurs ou Artisans sont des lieux favorables au développement de complicité entre les clients et les secrétaires, complicité probablement due à la simplicité et au naturel de celles-ci. Nous en avons plusieurs exemples dans le corpus Transporteurs, corpus dans lequel la secrétaire plaisante beaucoup, même si ce n'est pas toujours du goût de son interlocuteur.

Interaction 9 (corpus Transporteurs, 1998)

3C oui bonjour: j'peux avoir m'sieur B. □

4S oui euh: . c'est pour quoi

5C c'est [pour lui d'mander [c'est

6S [c'est [c'est pour un enlèvement (*accent sur la dernière syllabe*)

7C non

8S (rire)

9C non=

10S =non ↑

11C c'est pour lui demander si il avait un camion à Marseille

12S on pensait

13C pa'ce qu'après il m'dit i'm'dit toujours pourquoi vous m'avez pas dit:: ↑

14S ah ouais

15C [voilà

16S [on pensait on on: a on a parlé d'vous tout à l'heure c'est pour ça qu'vous téléphonez on disait que [vous aviez eu mauvais temps

Dans cet exemple, la secrétaire reconnaît, à la voix, dès la première intervention, son interlocutrice. Elle se permet donc de lui demander « sèchement » (« c'est pour quoi ? », à prendre au deuxième degré ici) la raison de son appel. L'appelante, quoique surprise, ne relève pas la plaisanterie et répond, du moins, elle tente de répondre puisque la secrétaire l'interrompt dès le début de son intervention, puis une deuxième fois dans la même intervention, pour plaisanter, mais ceci ne fait toujours pas rire son interlocutrice. On trouve en fait ici un « conflit », du moins une mésentente sur le thème même de l'interaction : la cliente appelle pour demander un renseignement (11C), mais la secrétaire préfère d'abord plaisanter avec son interlocutrice avant d'entrer dans le vif du sujet. C'est assez rare pour le noter, puisqu'en général, c'est « l'appelant qui impose en quelque sorte le thème de la conversation, qui est le but de son appel. On imagine mal le client qui appelle pour un renseignement, et l'appelé qui change de sujet » (Artisans, 1998 : 45-46). C'est pourtant exactement ce qu'il se passe ici. C'est un moyen pour celui ou celle qui impose le thème ou un « sous-thème » de l'interaction de se placer en position dominante : les initiatives « confèrent à leur responsable une certaine supériorité interactionnelle » (Kerbrat-Orecchioni, 1987 : 330-331).

Exemple extrait de l'interaction 10 du corpus Transporteurs (97)

18C vous avez eu trop beau temps dimanche

19S oui oui oui m-

20C **-vous avez bronzé**

21S . pfff (rires) un p'tit peu [entre-

22C [ma foi

23S oui oui oui

24C bon [(inaudible)

25S [(rires)

□ 26C bon. euh: moi j'voudrais un camion pour d'main

Dans cet exemple, c'est bien l'appelant qui impose son thème : il commence par aborder un sujet personnel, même très personnel puisqu'il concerne l'aspect physique de la secrétaire, puis décide, après avoir formulé un « bon » à valeur conclusive, quand repasser à une relation professionnelle.

Toujours dans le même corpus, nous avons d'autres exemples de plaisanteries entre participants, plaisanteries basées cette fois sur la séduction. Ce type de plaisanterie, sortant du script de l'interaction de travail, peut ainsi permettre au locuteur qui en a l'initiative de valoriser la face positive de son interlocutrice, de se faire remarquer et apprécier, d'établir une relation particulière, peut-être privilégiée avec elle. Il n'est alors plus un inconnu, même si ce « jeu de séduction » suppose que le client soit déjà relativement familier

Interaction 17 (Transporteurs, 97)

9C quelques p'tits trucs elle est genti::lle □

10S oui: (rires) .. euh [vous

11C [j'veus connais pas mais i'faudra qu'je vienne

12S .. pardon □

13C je vous connais pas mais i'faudra qu'je vienne

14S ah bon pourquoi □ (rires)

15C comme ça **je saurai qui j'ai en face de moi** (rires)

Les locuteurs rient beaucoup au cours de cette ouverture d'interaction (et durant toute l'interaction), ce qui donne un caractère de connivence, de proximité entre eux. D'ailleurs, la séquence d'ouverture est plus longue que la moyenne. Nous voyons ici que sans jamais se rencontrer, des relations de travail peuvent, tout en restant dans le cadre du travail, comporter une part de non professionnel, sans pour autant être du purement rituel. C'est-à-dire que les participants peuvent échanger des énoncés qui ne sont pas liés au travail, sans être des « banalités ». Nous avons dans les interactions de travail des modules de conversation : « vous avez bien bronzé ? », « vous êtes allée au ski ce week-end ? »... qui sont des traces d'histoires conversationnelles plus ou moins longues

entre un client et la secrétaire, et qui laissent supposer que chacun s'intéresse réellement à son interlocuteur. De plus, certaines des remarques non professionnelles sont des remarques portant sur le physique de la secrétaire. Dans l'extrait que nous venons de citer, le client émet une certaine curiosité envers le physique de son interlocutrice, curiosité due principalement à l'absence du canal visuel. En effet, la communication téléphonique peut sembler frustrante pour l'appelant, par rapport à une communication en face à face puisqu'il ne voit jamais, ou rarement, son interlocutrice. Nous trouvons aussi des modules conversationnels entre locuteurs de la même entreprise, mais en quantité moins importante (nous aurons l'occasion d'en reparler).

Nous trouvons aussi dans un certain nombre d'interactions l'utilisation entre les participants de termes affectifs : « j'vous ai tout fait ma chérie », « mon chou », « ma biche », « la belle Ariégeoise vous m'invitez chez elle pa'ce que c'est le pays de Barthez là-bas »¹⁷⁹, qui nous font penser à une sorte de marivaudage.

L'exemple suivant est tiré de l'interaction 8 (Fournisseurs). Il s'agit d'un appel interne entre un employé (T) et la secrétaire (L) :

2T oui ma chérie

3L est-ce que tu peux me [mettre

4T [j'suis pas sur haut-parleur

5L non mais ça fait rien tu peux dire ma chérie quand même=

6T =non mais c'est pour ça (rire)

(...)

9L . merci

10T avec plaisir

11L à plus=

12C =bisous tchao

Dans toute interaction, l'identité de genre se mêle aux autres identités pertinentes dans le contexte de l'interaction. Dans ce type de corpus, où la plupart des interactions sont mixtes, l'identité de genre se mêle aussi aux autres identités, mais peut passer au premier plan. En effet, quand, comme c'est le cas pour les interactions en entreprise de nos corpus,

le sexe permet de différencier les participants (rencontres mixtes), ou bien quand il est conventionnellement associé à l'activité des acteurs, l'identité de genre devient saillante et les représentations des sexes participent à la définition des identités situées. (Queré e& Smoreda, 2000 : 12-13).

L'identité de genre peut donc prendre le dessus, comme c'est le cas dans les exemples précédents. La secrétaire redevient alors simplement une femme aux yeux du client, et celui-ci tentera de la « séduire », soit par simple jeu, soit par besoin de reconnaissance (pour « l'amadouer » en quelque sorte). Il a d'ailleurs été remarqué par de nombreux auteurs, notamment G. Vinsonneau¹⁸⁰, que l'homme avait tendance à utiliser la

¹⁷⁹ Corpus Fournisseurs 1998, I2, I25, I38.

plaisanterie, la raillerie ainsi que la flatterie pour exprimer sa dominance. Pour illustrer ces remarques, elle cite l'exemple de l'étude faite par Buss (1981), portant sur « les effets de l'appartenance de sexe sur certaines représentations de la désirabilité sociale d'actes de dominance » (p.41). Les hommes préféreraient les actes caractérisés par une forme d'agressivité narcissique (blâme, flatterie, etc.), alors que les femmes auraient une préférence pour les actes favorisant l'harmonie dans la relation avec autrui.

Nous en venons aux stratégies identitaires, stratégies utilisées par les locuteurs, pour afficher une certaine identité. Parmi celles développées par les participants à une interaction de travail, nous allons en voir trois : les processus d'auto-évaluation et d'auto-reformulation, l'utilisation de ce que Labov a appelé « les formes de prestige », et nous verrons pour finir les réponses de chacun à une attaque.

2.2.« Auto-reformulations » et formes «de prestige »

Prendre en compte le processus d'auto-reformulation ou d'auto-correction est pertinent pour ce type d'analyse. La reformulation se définit comme « **une reprise avec modification(s) de propos antérieurement tenus** » (Vion, 1992 : 219). Des modifications par la reformulation peuvent être produites sur la forme, comme sur le contenu, et l'éventail de tous les types de modifications possibles est très large. La reformulation, précisément ici, la reformulation sur sa propre parole, permet en effet de souligner le souci de produire, à travers l'expression verbale et non-verbale, une image de soi, socialement valorisante, ou du moins « conforme ». Par contre, ce besoin de toujours vouloir produire une image de soi valorisante engendre le contrôle de ses paroles. Il **s'agit « d'un véritable contrôle de nature métalinguistique sur l'activité langagière »** (Vion, 1992 : 222). Et d'une certaine façon, ce contrôle freine la spontanéité du locuteur. L'utilisation de ce processus nous a paru frappante lors de l'écoute, puis l'analyse du corpus Assureurs. En effet, la secrétaire de ce cabinet (dans ce contexte, il s'agit plutôt d'une conseillère) est très soucieuse de l'image qu'elle renvoie au client par le biais du téléphone. L'image qu'elle cherche à donner « **visé certaines caractéristiques idéales comme l'unité, la maîtrise, la cohérence...** » (Camilleri et al., 1990 : 187).

Ceci est très probablement dû au fait qu'elle a suivi une formation sur le contact au téléphone, elle met donc en pratique ses connaissances. Mais c'est aussi dû à la nature même des relations qu'elle entretient avec les clients. Le cabinet d'assurances vend des services d'un type particulier, et ceci est possible grâce à l'image de confiance et de sérieux que l'assureur renvoie à son client. Il est plus difficile d'imaginer la réaction du client, face à une conseillère en assurances qui répondrait à ses questions par des « ouais », « quittez pas »¹⁸¹ ... C'est ce que Vion nomme « l'auto-régulation de la relation ». C'est-à-dire qu'il s'agit d'auto-corrections de la part du locuteur, lui permettant, par la reformulation, d'adapter ses propos à son interlocuteur, et de préserver ainsi la relation (en reformulant par exemple des énoncés moins menaçants pour les faces de l'interlocuteur : Je veux/ Je voudrais...).

¹⁸⁰ 1997 : 41-46.

¹⁸¹ Voir corpus Transporteurs.

Nous avons constaté que la conseillère, tout comme les autres conseillères et secrétaires, avait tendance, quand ce n'est pas leur interlocuteur qui le fait, à se corriger toute seule :

« mais ça va bien pa'ce que y a une y a un axe qui est quand même... »

« oui c'est- on a charg- j'ai chez A. Industrie... »

« bon ben tous c- toutes tout toutes ces p'tites choses là j'avais les lui- en parler tout à l'heure... »

Nous trouvons évidemment un certain nombre de différences entre chaque secrétaire, l'une de ces différences, relevée entre la conseillère en assurance et les autres secrétaires, étant que cette conseillère se corrige en se reprenant. Si elle estime avoir fait une faute de français, elle s'interrompt et se corrige. Elle le fait aussi pour montrer, envers son interlocuteur et les clients en général, une certaine forme de respect (respecter le caractère formel de l'interaction en se souciant de la « forme » nous semble être une marque de respect envers le client). Ces auto-corrrections rendent son discours à la fois plus ou moins « figé », du moins non spontané, mais elles sont en même temps des traces d'un discours dont la construction est dynamique, en perpétuel mouvement :

Interaction 19 17S ah oui d'accord c'est pas les ass- ce n'sont pas les assurances personnelles ce sont ce sont les assurances garantissant le personnel

(...)

20C j'me suis mal exprimée

Dans cet exemple, nous voyons bien que la secrétaire s'interrompt, se reprend, estimant que son intervention comporte une faute d'accord (qui n'aurait pas nui pourtant à la compréhension). Le caractère non spontané de son auto-corrrection est dû au fait qu'elle se corrige plutôt tard dans son intervention (elle ne dit pas « c'est pas- ce n'sont pas »). Ceci souligne son souci du « bien parler », ce qui semble faire culpabiliser la cliente sur sa propre façon de s'exprimer.

Dans l'interaction 8, la secrétaire profite d'un chevauchement de parole avec son interlocutrice pour reformuler et corriger son énoncé :

11S ah [p't-être elle saura mieux

12C [euh:: comment □

13S peut-être saura-t-elle mieux euh c'qu'il en est

Interaction 10 33S et il vous **laissera** tous les- il vous **donnera** toutes les directives

Interaction 21 21S donc c'est: le cam- pour ce qui: concerne le camion

Concernant l'utilisation de formes de prestige ou de formes standard, de nombreuses études portant sur l'utilisation de l'anglais par les femmes montrent que celles-ci produisent des formes linguistiques plus proches du langage standard ou plus prestigieuses que celles produites par les hommes¹⁸². Ce phénomène a longtemps été expliqué par le fait que les femmes, se sentant en « insécurité linguistique » (Mondada,

¹⁸² Labov, en sociolinguistique, fut l'un des premiers à en parler.

1998 : 257), avaient plus souvent recours aux *tag questions*, aux formes de politesse, etc. En effet, selon certains auteurs (dont Labov en sociolinguistique), les femmes attacheraient plus d'importance que les hommes au statut social, notamment parce que leur position sociale est moins sûre et qu'elles peuvent être plus facilement évaluées sur leur apparence. Elles auraient donc recours, pour y remédier, aux formes de « prestige », à la politesse linguistique, etc.

Il est possible aussi que les femmes utilisent des formes perçues comme plus « prestigieuses » comme une stratégie pour protéger leur propre face, lors d'interactions avec des locuteurs ayant plus de pouvoir, et ce, sans les attaquer. Effectivement, c'est une façon de se valoriser, face à un interlocuteur utilisant des formes non standard. Ceci semble se vérifier dans certains de nos corpus. Même s'il est difficile de repérer ce que sont des formes de « prestige » dans ce type de corpus, il semble que l'utilisation de termes techniques dans un contexte où se rencontrent expert et profane peut avoir la même fonction et peut venir menacer la face positive de l'interlocuteur. En effet, la secrétaire désirant valoriser ses compétences, son image peut utiliser des termes techniques. Elle se met, de cette façon, en position haute par rapport au client, qui ne connaît pas forcément ce vocabulaire (plus ou moins) spécialisé.

Nous en avons des exemples dans le corpus Artisans (Interaction 1, 97). Le client ne semble pas très sûr de lui au début de l'interaction (4C : « vous coupez bien les verres hein c'est bien ça ↑ », 6C : « je voudrais un renseignement si vous pouvez m'donner je sais pas »), et la secrétaire ne l'aide pas. En effet, elle reprend les informations que lui donne le client et les revoie explicitement à la hausse (en 13S, « il faut **bien** du 5 hein », en 21S, « **oh oui** là il faut **même** du 6 »). De plus, lorsque le client demande le prix de la vitre (en 16C et 24C), elle ne répond pas directement, mais demande d'autres précisions. Ceci remet en quelque sorte en doute les connaissances de son interlocuteur, du moins il se sent forcé d'admettre qu'il n'y connaît rien dans ce domaine : en 12C, « je sais pas », en 14C, « vous avez mieux l'habitude », en 20C, « j'ai pris un petit peu... » (pour dire qu'il n'a pas pris les mesures précisément).

8C euh j'ai une table: ovale

10C euh je voudrais mettre un verre dessus

11S oui

12C euh j'sais pas 4-5 millimètres à peu près

13S oh bah i'faut bien i'faut bien 5 hein

14C **enfin vous avez mieux l'habitu[de**

15S **[oui**

16C euh est-ce que vous pouvez m'dire à peu près un chiffre: de-

17S -bah i'faut m'donner le les mesures de vot' de votre table

18C euh 1750

19S elle est grande hein [1750

20C [par un mètre bah j'ai pris un p'tit peu le [(un p'tit peu)

- 21S [oh oui là i'faut même du 6 millimètres hein
22C 6 millimètres ↑
23S oh oui autrement ça va ça va pas être assez solide [hein
24C [et vous pouvez m'donner un ordre de prix . grosso modo hein
25S et les bords doivent être polis
26C comment
27S les bords doivent être polis
28C euh: ff: [oui
29S [pour pas qu'ça coupe pa'ce que-
(...)
37S euh j'vais vous dire hein en glace claire hein [pas fumée
38C [ah oui oui ah oui oui euh transpa- enfin: blanche
Interaction 1 (corpus Artisans, 99)
10C et nous voulons poser des vitres (3') ouvrantes pa'ce qu'en fait c'est fermé
11S ah oui d'accord vous [voudriez remplacer par des châssis ouvrants
12C [voilà bon possible **excusez-moi j'y connais rien** [(rires)
13S [voilà donc i'faudrait qu'on passe voir

Là aussi, la secrétaire joue parfaitement son rôle d'expert, ce qui pousse la cliente à avouer son incompetence en la matière (en 12C, « j'y connais rien »), le rire accompagnant cet aveu ayant pour fonction, soit de transcrire une certaine gêne vis-à-vis de son ignorance du terme spécialisé proposé par la secrétaire, soit d'atténuer le caractère menaçant de cet aveu, acte menaçant pour sa propre face positive (le rire signifiant alors que ce n'est « pas si grave »).

Venons-en maintenant aux stratégies utilisées par les participants pour répondre à une critique (voire une agression, mais cela reste très rare dans les interactions de commerce).

2.3. Les réponses de chacun à une critique

Lipiansky définit la réponse d'un participant à une « agression » comme la façon dont il va réagir à une impression de déstabilisation. Il va répondre soit par la fuite (envie de se protéger), soit par l'attaque (envie de rétablir un sentiment d'identité positif et stable). Dans nos corpus, nous ne pouvons pas vraiment parler d'« agression », le terme étant trop fort pour qualifier ce qui peut se passer dans les interactions décrites dans ce travail. Toutefois, les secrétaires, par le biais de leur rôle de « tampon » entre le client et l'entreprise (patron, autres employés, etc.), mais aussi les autres employés de l'entreprise, peuvent être sujets à certaines critiques, voire certaines attaques. Chacun des appelés, en l'occurrence ici, chaque secrétaire, ne répond pas de la même façon à une « attaque », une critique. Certaines se sentiront plus intimement touchées que

d'autres, certaines répondront par une attaque, d'autres préféreront fuir.

Il est évident que tout dépend d'abord du type d'entreprise : en effet, certaines situations sont plutôt favorables à l'accord, et rien ne justifierait alors un désaccord entre les participants. Par exemple, dans le corpus Fournisseurs, nous n'avons pas d'interactions conflictuelles. Il arrive que le client soit en colère, mais il sait pertinemment que la secrétaire ne peut (presque) rien faire : quand le délai donné ne lui convient pas, il ne peut pas s'en prendre directement à la secrétaire. Pourtant, ceci n'a pas empêché une ancienne secrétaire (remplacée par Martine) de démissionner. Ne pouvant supporter d'avoir à accepter les reproches ou colères de clients non satisfaits, ceci afin de préserver la relation, elle a préféré partir plutôt que de faire perdre des clients à son entreprise...

Exemple extrait de l'interaction 13

30C ça PART le 28 août

31L ouais

32C i'sont fous

(...)

43L bah écoutez (...) j'veais **les** appeler

(...)

48C (2') donc i: faut: i'faut **les** activer un peu

(...)

51S j'veais voir si i'peuvent vous il vous les faudrait pour quand donc

Nous pouvons remarquer, par l'utilisation du pronom de la troisième personne du pluriel, que la secrétaire n'est pas responsable des délais, du moins, ne se considère pas comme responsable. Même si elle peut ensuite essayer de négocier en interne directement, elle n'est pas liée directement à la question des délais de livraison.

Interaction 20 6C dites donc y a j'avais aussi des: un retour à faire (...)

(...)

9M oui donc c'est un p'tit peu normal pa'ce qu'i'z'ont du retard sur le planning des retours

(...)

11M donc je: 'fin j'peux le relancer mais ça **je vais pas pouvoir** vous donner de délai hein . **j'sais pas du tout** quand est-ce que

Par contre, dans d'autres corpus, comme le corpus Artisans ou Transporteurs, la secrétaire détient un certain pouvoir, une certaine responsabilité, ce qui fait qu'elle peut être mise en cause, « attaquée » par un client, et dans certaines situations, prendre l'attaque vraiment à cœur (si elle se sent personnellement remise en cause).

Dans le corpus Transporteurs, nous avons un exemple d'une interaction conflictuelle entre la secrétaire et un client, à propos de papiers que le chauffeur aurait, selon le client, mal remplis lors d'une livraison.

Pendant la première partie de l'interaction, l'appelé ¹⁸³ explique la situation selon son point de vue, la secrétaire ne fait qu'émettre des signaux à fonction phatique (« ouais », « mm »).

15C ouais c't'affaire là bah moi j'ai:: effectivement (...) c'était douteux vos: vos documents

16S [douteux (rire)]

17C [à savoir ouais vos GPR ou vos récépissés (...) i'semblait effectivement que des lettres avaient été changées

18S ouais mm

19C et puis sur les bons X (...) y avait pas l'échange alors moi dans le doute j'ai appelé X

20S ouais ouais mm

(...)

27C mais je j'ai j'ai appelé X pa'ce que j'vous dit y'avait:... y'avait un doute

28S (silence)

29C et je crois m'souvenir que sur vos lettres de voiture euh:: on r'trouvait bien les les échanges

30S ouais

31C mais par contre sur les bons X qui font foi chez eux bien entendu

32S ouais

33C euh:: y'avait zéro zéro

L'appelé semble de plus en plus déstabilisé : il énumère en quelque sorte ses arguments, les raisons qui l'ont poussé à agir, mais face à la secrétaire qui ne réagit pas (sauf pour souligner le « douteux »), celui-ci se sent de moins en moins à l'aise. Il commence à hésiter, à bégayer, son discours est de moins en moins assuré.

Ceci peut s'expliquer de deux façons complémentaires. D'une part, les régulateurs qu'émet la secrétaire sont ambigus. Selon les situations, et selon leur prosodie, ils fonctionnent « **comme des marques d'accord sur le contenu, mais aussi comme de simples régulateurs, ou des ponctuations conclusives** » (Kerbrat-Orecchioni, 1987 : 335-336). Ainsi, la secrétaire ne manifeste ici ni son accord, ni son désaccord face à son interlocuteur, ce qui est perturbant pour lui. D'autre part, si, en principe « **celui qui parle le plus et le plus longtemps (le plus « gros parleur ») a de grandes chances de s'assurer par-là même la maîtrise de la conversation** » (ibid. : 327), il arrive aussi que ce soit l'inverse, que le silence, et non la parole, devienne une marque de pouvoir. Celui qui parle le moins peut ainsi se placer en position haute. Et comme l'écrit Tannen (1996), le silence peut être le privilège de personnes de haut rang.

Revenons-en à notre interaction. Après avoir écouté les arguments de son

¹⁸³ C'est la secrétaire qui est à l'origine de l'appel.

interlocuteur, la secrétaire décide de résoudre elle-même le problème, en contactant directement l'entreprise X qui pourra lui répondre. Elle devient soudain active, elle réagit face à ce qui est mis en cause dans l'interaction (l'honnêteté du chauffeur, donc aussi de la secrétaire et de l'entreprise), et parle alors de façon plus directe :

34S vous avez le: numéro d'téléphone de Lactel

35C .. oui bien sûr

36S **pa'ce que moi** j'veais les appeler pour euh mettre ça au clair

En réponse, l'appelé va se « rabaisser », se placer en position basse puisqu'il avoue que l'erreur peut venir de lui (les comportements « auto-dégradants » comme les aveux, les auto-critiques, etc. sont des actes menaçants pour la face positive du producteur de l'acte en question) :

41C bon attendez j'veais quand [mêmeregar-

42S [qui a signé hein

43C j'veais rechercher vite fait vot'GPR que j'veous dise pas de bêtise pa'ce qu'il y a des fois y'a ce [genre de chose (rire)

44S [ouais ouais

45C je confonds p't-être avec aut'chose

Le rire de l'appelé en 43C montre bien que celui-ci est gêné par son aveu, et que la secrétaire l'a vraisemblablement déstabilisé.

La secrétaire va ensuite répondre aux attaques de son interlocuteur en prenant la défense de « son » chauffeur, et de l'entreprise, puisque celle-ci est attaquée indirectement par le biais du chauffeur :

54S c'est **absolument** pas l' destinataire pa'ce que ça c'est l'écriture du chauffeur

56S ouais ça c'est l'écriture du chauffeur et la signature qui a en d'ssous de: de: visa chauffeur c'est enfin c'est le chauffeur quoi

(...)

62S i'doit bien savoir lui s'il a échangé ou pas les palettes

63C ben vous savez ils en échantent pas mal à longueur d'journee hein (rire)

(...)

67C c'est tout c'que [j'peux:

68S [bah **ça c'est facile** hein

(...)

71C .. c'est malheureusement d'temps en temps ça arrive

(...)

92S ah ouais non mais euh vous voyez le l'écriture (...) des lettres de voiture de toute façon c'est l'écriture du chauffeur

(...)

99S .. oui bah i's'est p't-être trompé d'case mais toujours est-il que

(...)

109S d'toute façon quand on a rendu les palettes **quand on est sur** . euh **on veut pas s'laisser faire** hein

(...)

117S mais euh:: non non... là **on est sûr** d'les avoir échangées

Ainsi, nous pouvons voir que la secrétaire confirme ici la place importante qu'elle a au sein de l'entreprise. Elle prend la défense du chauffeur, et de l'entreprise, et paraît très sûre d'elle. Elle ne laisse pas passer l'attaque, et répond d'une façon très « dynamique », en parlant pour le chauffeur et l'entreprise : « *on* est sûr », « *on* ne se veut pas se laisser faire » montre qu'une attaque envers un employé de l'entreprise, c'est une attaque envers elle-même et son employeur.

Dans le corpus Artisans, nous pouvons une nouvelle fois prendre l'exemple de l'interaction 3 (corpus 97), avec la cliente Mme W.

La secrétaire tente à maintes reprises de clore l'interaction en formulant des conclusifs comme « d'accord », « voilà », en récapitulant à plusieurs reprises l'accord passé avec la cliente, ce qui lui évite ainsi de s'investir dans l'interaction. Toutefois, elle va répondre à une attaque de la cliente, relançant ainsi la conversation sur un nouveau thème (elle aurait pu ne pas relever le FTA que lui envoie la cliente en remettant en doute la solidité des verres installés par l'entreprise).

44C bah après **si elle se casse souvent** ou si [(inaudible)]

45S [oh bah elle va pas s'casser **pa'ce que** c'est les portes qu'on pose dans toutes les:: dans beaucoup d'immeubles hein donc on n'a jamais eu d'ennuis

46S alors y aurait pas de raison qu'en y ait là

Elle répond au FTA « vos matériaux ne sont peut-être pas de très bonne qualité, la porte peut se casser », en argumentant par le fait que ce type de porte a fait ses preuves dans d'autres immeubles.

La cliente contre-argumente en précisant que leur immeuble, lui, est fréquenté par des adolescents, source éventuelle d'ennuis. Pour elle, l'argument n'est donc pas valable.

50C j'me suis dit pa'ce qu'avec la bande d'ados qu'on a

52C qui sont forts- enfin costauds...

La secrétaire répond à ce contre-argument en montrant que les doutes de la cliente ne sont pas justifiés, et illustre son propos par des exemples plus pertinents :

63S oh oui mais i'faudrait qu'i'z'y balancent des gros cailloux

(...)

65S ou des choses comme ça pa'ce qu'on en pose dans les écoles on en pose dans les HLM et tout y a quand même des plus des des enfants plus durs que ça hein

A l'immeuble résidentiel s'opposent les HLM, et aux adolescents de cet immeuble,

s'opposent les enfants des banlieues. Une fois que les deux locutrices sont tombées d'accord sur le fait que les installations de l'entreprise sont solides et sûres, et ce, quelle que soit la situation, elles concluent alors l'interaction.

Pour finir, nous parlerons des rôles qui sont mis en avant explicitement par la secrétaire, leur servant de stratégie au cours de certaines interactions.

2.4. Les rôles explicités par la secrétaire

Pour en finir avec les stratégies identitaires, nous parlerons ici des identités qui sont mises en avant par les secrétaires, selon les situations. En effet, la secrétaire peut jouer sur plusieurs tableaux, compte tenu du « flou » qui entoure la notion de « secrétaire ».

La communication sera recherchée si le sujet pense y trouver une confirmation de l'identité qu'il revendique et s'il sent qu'il peut en garder la maîtrise ; elle sera au contraire évitée ou rejetée s'il redoute d'en perdre le contrôle, de voir dévaloriser ou « disconfirmer » son image, de « perdre la face » (Camilleri et al., 1992 : 187).

Ainsi, si la secrétaire ne veut pas prendre de risque en entrant dans une interaction dont le sujet lui poserait un problème, elle peut activer une autre identité, et refuser alors la communication (« ***je ne peux pas vous aider, je vais vous passer une personne qui aura le temps, la compétence, ou l'expérience pour vous aider*** »).

Dans nos corpus, nous avons des situations très différentes, dues notamment aux types d'organisations étudiées, mais aussi aux statuts des participants. En règle générale, la secrétaire ne dévoile pas toujours sa véritable identité (ce qui est facilité par le fait qu'elle est l'appelée, donc elle n'est pas dans l'obligation de se présenter), selon les situations, elle s'adapte. Régulièrement, elle se présente comme étant « simplement la secrétaire ». Cette stratégie est d'ailleurs très largement utilisée par toutes les secrétaires que j'ai pu rencontrer, même hors du cadre des entreprises enregistrées. Ayant conversé avec de nombreuses secrétaires, dont certaines ont le double statut secrétaire et épouse du patron, elles se sont toutes accordées pour dire que la meilleure façon de fuir un problème, que ce soit un désaccord avec un client, une négociation, ou le client lui-même, c'était de simplement se présenter comme « une simple secrétaire », sous-entendant, n'ayant aucun savoir technique et aucun pouvoir.

Dans l'interaction 8, la secrétaire refuse de s'impliquer, probablement parce que la requête de sa cliente est particulière et peu commerciale :

30C (...) y a une partie en fait qui va devoir être faite en en plexiglace ...

31S oui

32C et euh. j'avais voulu savoir si vous nous le poseriez.. si on s'procure en fait le plexiglace si vous nous l'poseriez

(...)

35S (...) oui ***faut i'faudrait*** évaluer la pose le temps d'pose c'est tout hein... (...) j'pense que ça doit pouvoir s'faire hein... pa'ce que l'plexiglace vous vous l'procurez autrement

(...)

37S (..) faudrait qu'j'demande à m'sieur P. mais: bon ...

(...)

41S .. oui j'pense que ça doit être possible mais bon: faudrait l'demander à monsieur P.

La cliente veut en fait se procurer elle-même les matériaux nécessaires par un autre moyen, qu'elle espère moins onéreux (probablement une grande surface), mais qu'ils soient installés par l'entreprise. Cette demande est plutôt gênante, menaçante même, et assez particulière pour que la secrétaire ne prenne pas de décision sans en parler d'abord avec le patron. D'ailleurs, l'utilisation de conditionnel par la secrétaire montre bien qu'elle ne peut prendre aucune décision (elle se corrige d'ailleurs au début de la 35S : elle passe du présent *il faut* au conditionnel *il faudrait*).

Dans l'interaction 14, la secrétaire active explicitement l'un de ses rôles en mettant à jour l'un de ceux qu'elle ne peut justement pas assumer.

4C je devais rappeler en fin de matinée pour avoir la: le patron au sujet: d'un profilage en alu pour-

5S -il est il est déjà reparti hein

(...)

8C bah j'ai pas pu en fin de matinée

9S voilà

10C euh::: bon

11S (murmure inaudible)

12C vous vous n'pouvez pas du tout m'donner-

13S -non non mais **j'suis pas du tout technicien** et: **je sais pas** du tout hein

Dans cet exemple, il semble que, dès le début de l'interaction, la secrétaire ne désire pas renseigner la cliente : elle ne relance pas, ne propose pas de nouveau rendez-vous téléphonique. Nous pouvons supposer que sa réaction est une sorte de réaction défensive face à sa cliente. En effet, celle-ci a déjà appelé et a souhaité s'entretenir avec le patron. Ceci laisse penser qu'elle a, à ce moment là, supposé que la secrétaire n'était « qu'une » secrétaire et qu'elle ne pourrait donc pas la renseigner. Il en découle que la secrétaire se cantonne à ce rôle qu'on lui a attribué. Ceci peut alors expliquer la suite de l'interaction, et sa réponse à la requête de la cliente.

14C d'accord . bon vous avez une idée de l'heure à laquelle je pourrais l'joindre

15S bah là i'ra là qu'en fin de journée ...

16C d'accord et donc i'repasse forcément en fin de journée

17S oui oui oui i'rentre au bureau oui

18C d'accord. donc euh c'est- vous fermez à quelle heure

19S à 18h...

Dans d'autres corpus, les secrétaires n'explicitent jamais ou rarement leur rôle précis dans l'entreprise, mis à part dans des situations particulières, comme celle-ci :

Interaction 7 (corpus Transporteurs, 97)

4C je vous appelle parce que vous nous en- vous nous envoyez une relance et j'aurais aimé avoir un p'tit peu plus d'explications

(...)

9S euh . écoutez c'est madame B. et madame B. s'est absentée mais alors attendez **j'vais essayer** d'trouver quelque chose Transports G. vous dites

Interaction 4 (corpus Transporteurs, 98)

6C je peux avoir l'affrètement □

7S oui c'est pour quoi □

8C j'ai des affrètements sur la Hollande et: l'Allemagne je cherche des camions

S vous avez des camions en Hollande ↑

M non

Dans cette entreprise, la secrétaire est chargée à la fois de l'import et l'export, et gère les transports à la fois en France et en Europe. Elle remplit tous les rôles, mais le client (ou client potentiel) ne le sait pas forcément. La secrétaire n'explicité pas ses rôles. Les exemples suivants illustrent ce fait, le premier est extrait de l'interaction 22 (corpus 98) :

4C j'peux parler à Michel s'il vous plaît

5S ... c'est pour quoi

6C pour voir si vous cherchez un chargeur en Belgique...

(...)

11S quittez pas (*elle demande au patron mais ne lui passe pas la communication*)

(...)

13S personne

Interaction 4 (Corpus Transporteurs, 97)

2C oui bonjour j'pourrais l'affrètement Italie □

3S ... oui c'est pour quoi

4C vous n'avez pas d'export □

5S d'export non

Interaction 9

4C je peux parler l'affrètement France – Belgique

5S oui c'est pour quoi □

6C euh c'est pour le lot St Pierre de Chandieu

7S c'est parti

Par la réponse de la secrétaire, le client peut deviner que la secrétaire a plusieurs fonctions et qu'il n'y a donc pas différents services dans l'entreprise. Mais ceci n'est jamais explicité (« c'est moi qui m'occupe de l'export »...).

Récapitulation

Nous allons revenir dans cette récapitulation sur deux points essentiels qui ont suscité notre intérêt et que nous avons traité au cours de cette partie : d'une part, la complexité du rôle de secrétaire dans l'entreprise, d'autre part, les différences de comportements langagiers entre homme et femme, au cours des différentes séquences de l'interaction.

Les rôles que la secrétaire peut actualiser au cours des interactions avec les clients et clients potentiels sont de différentes natures, et connaissent des variations selon son contrat de travail bien sûr (la qualification notifiée), selon aussi le type d'entreprise dans laquelle elle travaille, et selon le type de relation qu'elle entretient avec son supérieur. Nous avons vu que la fonction de chaque personne employée dans l'entreprise dépend entre autres de la taille de celle-ci. Plus l'entreprise est grande, moins les employés ont de rôles à remplir. Inversement, plus l'entreprise est petite, plus les employés ont de fonctions. Dans une grande entreprise, nous trouvons toujours une standardiste, dont le rôle exclusif est de répondre aux appels téléphoniques. Dans les entreprises étudiées ici, les secrétaires ont d'office cette fonction de standardiste. Une personne ayant le statut de secrétaire remplira donc différents rôles au sein de l'entreprise. La secrétaire est chargée, entre autres, du relationnel : relations entre les autres salariés et le patron et bien sûr entre l'entreprise et les clients (sans oublier l'entreprise et les fournisseurs). Ce rôle croît avec l'absence du patron, c'est-à-dire que plus le patron est absent souvent, plus le pouvoir de la secrétaire grandit dans la prise de décision.

La secrétaire, bien qu'elle soit le premier contact qu'a le client avec l'entreprise, est aussi la « gardienne » de l'accès à l'entreprise et au patron, elle aura pour fonction de filtrer les appels. Ce simple rôle de barrage lui donne un pouvoir important. Tout comme un portier dans un hôtel, la secrétaire garde l'accès de l'entreprise. Le client sait qu'il devra d'abord convaincre la secrétaire s'il veut avoir accès au patron. Le client peut ou non, selon les procédés utilisés, modifier, influencer le comportement de la secrétaire, afin que celle-ci intervienne auprès du patron. L'accès au patron est d'ailleurs négociable par le client, nous en parlerons dans notre partie suivante. Si la secrétaire ne veut pas déranger son supérieur ou si celui-ci ne veut pas être dérangé, le client n'aura aucune influence. De plus, le client n'a que très peu de chances de passer le barrage en force, c'est-à-dire demander à parler directement au patron, sans donner le but de son appel et surtout sans se présenter. La secrétaire a donc aussi un rôle de médiatrice, de tampon.

Elle se situe ainsi entre le client et le patron de l'entreprise (qui est, dans les très petites et petites entreprises, la « concrétisation » de l'Entreprise, entité abstraite). Les rôles des secrétaires, rôles que l'on peut associer à des fonctions, sont donc plus ou moins étendus, pouvant aller du rôle de standardiste à celui d'assistante de direction, sans que cela ne soit vraiment clair. D'une part, la secrétaire peut afficher des rôles, différents à chaque interaction, mais peut aussi afficher des rôles différents au cours d'une même interaction. Elle peut ainsi afficher le rôle d'épouse du patron (quand elle

répond notamment à une cliente que son mari va rentrer manger, voir l'interaction 2 du corpus Artisans, 97), et celui de secrétaire, en prenant rendez-vous pour le client, en lui donnant les informations demandées, etc. D'autre part, du côté du client, l'idée que le client se fait des fonctions de la secrétaire varie d'un client à l'autre. En effet, comme nous l'avons déjà dit, le client, sauf si c'est un « habitué », ne sait pas à l'avance quels sont les rôles et statuts de son interlocutrice dans l'entreprise, notamment le statut d'épouse du supérieur. Il peut attribuer à la secrétaire moins de fonctions qu'elle n'en a vraiment (par exemple, la prendre pour une simple standardiste), mais il peut aussi lui en donner plus qu'elle n'en a (en supposant par exemple qu'il peut négocier un prix avec elle).

Nous avons vu dans un deuxième temps les différences de comportements langagiers entre les hommes (clients, autres employés) et les femmes (secrétaires) au cours des interactions de travail ayant lieu dans l'entreprise. Nous avons fait le point sur un certain nombre de recherches ayant porté sur les différences de comportements langagiers entre hommes et femmes, qui ont observé pour la plupart, que les hommes avaient tendance à formuler des actes les plaçant en position haute par rapport à leurs interlocutrices femmes. D'après Holmes,

men tend to dominate interactions in public settings. They generally talk more than women, ask more questions, interrupt more often, and when they get the floor they are more likely than a woman to challenge and disagree with the speaker. In a variety of contexts, women tend to provide more supportive and encouraging feed-back that men, to agree rather than disagree... (1995 : 67).

Nous avons toutefois remarqué certaines variations repérables au cours de l'interaction, notamment à l'ouverture de l'interaction. En effet, dans les entreprises de nos corpus, les hommes ont tendance à utiliser plus de formules de politesse, principalement des questions sur la santé, et ont même tendance à « courtiser » les secrétaires. Holmes a d'ailleurs remarqué que ce comportement se retrouvait dans le cadre d'interactions familiales d'ordre privé. En effet, elle a observé que, lors d'interactions téléphoniques entre jeunes,

Certain features of the verbal behaviour of some young men more closely resemble the female politeness norms outlined in this book than the male norms (1995 : 228).

Les garçons formuleraient « *lots of encouraging and agreeing responses* » (ibid.), ils encourageraient les jeunes filles à parler, leur feraient des compliments, etc. : « *So some men can certainly be positively polite when they perceive it to be in their interests to do so* » (ibid.). C'est ainsi que nous avons remarqué que, durant la séquence d'ouverture, les hommes ont tendance à prolonger cette séquence en formulant des questions sur la santé et d'autres questions plus personnelles comme le déroulement d'un week-end passé ou à venir. Les femmes quant à elles semblent formuler leur requête de façon plus directe, du moins plus rapidement.

Nous avons aussi remarqué qu'au cours de l'interaction, les hommes clients (particuliers ou professionnels) avaient tendance à interrompre les secrétaires plus que les femmes clientes ne le faisaient. Toutefois, ces interruptions sont rarement « violatives », mais elles sont plutôt coopératives dans le sens où elles ont une fonction d'entraide. L'interlocuteur de la secrétaire va l'aider à finir son intervention, ce qui est en

soi un acte menaçant pour ses faces positive et négative, surtout si la secrétaire n'a pas explicitement demandé de l'aide à son interlocuteur. En effet, ceci peut signifier que le client, en « empiétant » sur le territoire discursif de la secrétaire, donc en menaçant sa face négative, espère se placer en position haute, de plus, en anticipant ce que la secrétaire va dire, il fait la supposition que la secrétaire ne sait pas, ce qui dévalorise alors sa face positive.

Figure 28 : Récapitulatif des comportements masculins et féminins au cours de l'interaction de travail

	Comportements langagiers masculins	Comportements langagiers féminins
Séquence d'ouverture	+ Questions sur la santé Formulation de questions plus personnelles	∅ Questions sur la santé Formulation de questions plus personnelles
Corps de l'interaction	Interruptions dans les interactions H – F (interruptions anticipatives, liées au statut Client vs Secrétaire) Jeux de séduction	Interruptions dans les interactions H – F (interruptions anticipatives, liées au statut Client vs Secrétaire)
Séquence de clôture		Remerciements

Nous avons pu constater au cours de cette description et analyse des comportements langagiers que le sexe du locuteur a effectivement une incidence sur la façon dont il parle, qu'il existe bel et bien un style communicatif propre aux femmes : les femmes, de façon collective, manifestent certaines tendances et certaines préférences discursives, sans que, pour autant, nous puissions décrire des faits langagiers comme exclusivement masculins ou féminins.

Il n'y a pas (ou presque pas) de marqueurs de sexe per se, imputables à quelque « nature féminine » ; c'est l'élaboration sociale du sexe (le « genre » donc) qui est discursivement pertinente (Kerbrat-Orecchioni, à paraître : 21).

Parmi ces préférences, nous avons vu que les femmes accordaient plus d'importance à la relation horizontale, leur parole était orientée vers l'autre, vers la « relation », alors que les hommes accordaient plus d'importance à la relation verticale, leur parole étant orientée vers le « contenu ». Dans nos corpus, nous avons vu que les femmes allaient plus rapidement au but. Ceci s'explique probablement par le fait que les femmes sont dans un milieu masculin, celui des transports et du bâtiment, et qu'elles ont dû s'adapter et adapter leur comportement langagier à ce milieu¹⁸⁴. Ceci est d'autant plus probable que nous avons vu que, le reste du temps, les femmes sont chargées du « relationnel » avec leurs interlocuteurs. Ceci n'est pas seulement dû à leur statut de secrétaire. C'est-à-dire que, si elles préservent coûte que coûte la relation avec le client, ce n'est pas seulement parce que ce sont des secrétaires, mais parce que ce sont aussi des femmes. Ainsi, il arrive assez souvent que le patron néglige sa relation avec le client (en frôlant parfois l'impolitesse), en refusant par exemple de parler à un client, et qu'il laisse en toute confiance la secrétaire improviser. Nous en avons des exemples dans différents corpus, comme dans le cabinet d'assurances, ou chez les Transporteurs :

¹⁸⁴ Pourtant, l'adaptation par les femmes de leur style à celui des hommes dans certaines professions et activités jusqu'alors réservées aux hommes reste, semble-t-il, assez rare, mis à part quelques exceptions comme le cas des femmes gendarmes dont nous avons déjà parlé : leur comportement atteste « l'effacement de traits féminins et l'adoption de caractéristiques masculines », et fut l'objet d'une étude de McElhinny en 1995, citée par Mondada (1998 : 265).

Corpus Transporteurs, Interaction 1 (99), dialogue entre la secrétaire et le patron :

14S i'veut causer à mon chef

15M non

(...)

19M les deux colis sont là ↑ i'm'a dit qu'c'était pas urgent (...)

(...)

22S on doit passer là-bas en haut ↑

23M (2') ouais j'en ai reçu deux

24S hein ↑ et vous êtes pas passés ↑

Interaction 5

11S oui j'ai madame O. là pour l'enlèvement dans (...)

12M oui bah vous lui dites qu'y a plus et qu'on n'a pas pu y aller

13S (rire) oui enfin elle est là-bas elle hein

(...)

25S je j'vous la passe elle est [super gentille cette dame en plus

26M [ah je sais mais j'ai pas envie d'lui parler

Corpus Assureurs, Interaction 17

3S (...) je vais vous le: passer monsieur M. ne quittez pas

(...)

T. j'ai rien d'intéressant à lui dire alors tu lui dis simplement que le courrier part aujourd'hui

S ah d'accord

(...)

8S oui monsieur T. est très occupé là pour l'instant: il me laisse simplement euh un message à vous transmettre c'est qu'un courrier vous: part aujourd'hui

Les *business women* (Tannen, 1994 : 202) sont donc en situation de « double contrainte » (*double bind*) dans le sens où, si elles se comportent comme il est attendu d'une personne de leur sexe, elles courent le risque d'être perçues comme manquant de compétence et d'autorité, mais si elles adoptent un style masculin, elles risquent par contre de déplaire et d'être stigmatisées. Les secrétaires dans les petites et moyennes entreprises se situent donc dans cette double contrainte qu'elles doivent gérer tout en ayant la tâche de participer au bon fonctionnement de l'entreprise et des interactions s'y déroulant.

Quatrième Partie : L'acte de requête. Formulation de la requête, argumentation et négociation dans les interactions en entreprise

Nous avons décrit dans notre deuxième partie le script des interactions téléphoniques dans les très petites et petites entreprises. Nous n'avons pas traité de l'entrée dans le vif du sujet, du passage de l'ouverture au corps de l'interaction, ce que nous allons voir dans cette partie. Le client qui appelle le fait dans un but précis, formuler sa requête. Il peut le faire de différentes façons, plus ou moins directes, plus ou moins menaçantes, la formulation de sa requête dépendant de sa relation avec son interlocuteur (inconnu, peu connu, familier), et surtout du type de requête dont il s'agit. La réalisation de la requête peut se faire sans difficulté, sans accroc, mais elle peut aussi être sujette à négociation. Nous verrons qu'une requête délicate sera argumentée par le client s'il estime que c'est nécessaire pour que la requête soit acceptée par la secrétaire, mais nous verrons qu'elle peut aussi être négociée, s'il y a désaccord entre les deux interactants. Nous aborderons donc dans la deuxième partie les stratégies d'argumentation des appelants, stratégies définies comme

un ensemble d'actions partielles sous forme de raisons données pour faire accepter la requête ou pour la refuser, et cela dans un contexte de débat orienté

par une question (Thomsen, 2000 : 200).

Mais commençons par l'analyse de la requête en elle-même, et des stratégies de politesse utilisées par l'appelant pour « emballer » l'argumentation, c'est-à-dire des stratégies définies comme

un ensemble d'actions partielles mises en ordre par une personne pour que ses actions relatives à la présentation de la requête, des arguments ou des contre-arguments ne fassent pas perdre la face à la personne (ibid.).

Chapitre 10 : La question et la requête

Nous avons décrit la requête comme un échange « charnière », illustrant le passage de la reconnaissance mutuelle au corps de l'interaction. La demande (d'un dire ou d'un faire) est un acte « pivot » de l'interaction de travail dans la petite et moyenne entreprise, comme peut l'être la requête (demande d'un faire) dans l'interaction de commerce. La demande principale (qui se distingue des demandes subordonnées et particulières) est émise par le client (ou client potentiel) à destination de l'entreprise, via la secrétaire, elle est inscrite dans le script de l'interaction de travail en entreprise. La formulation de la demande est donc l'acte de langage qui va déclencher la transaction si transaction il y a, ou la transmission d'informations s'il s'agit d'une demande d'un dire. La demande est donc essentielle, nécessaire et constitutive de ce type d'interactions. Il est peu concevable en effet d'envisager une interaction de travail entre secrétaire et client sans cet acte de langage, nous n'en avons d'ailleurs relevé aucune dans aucun des corpus. Dans les interactions qui constituent nos corpus, les clients appellent pour une demande, dont le but est évidemment d'obtenir une acceptation :

En étudiant le corpus, nous observons que la séquence requête – acceptation est généralement préférée en ce qu'elle entraîne moins de conséquences sur le déroulement ultérieur de la conversation (Thomsen, 2000 : 49).

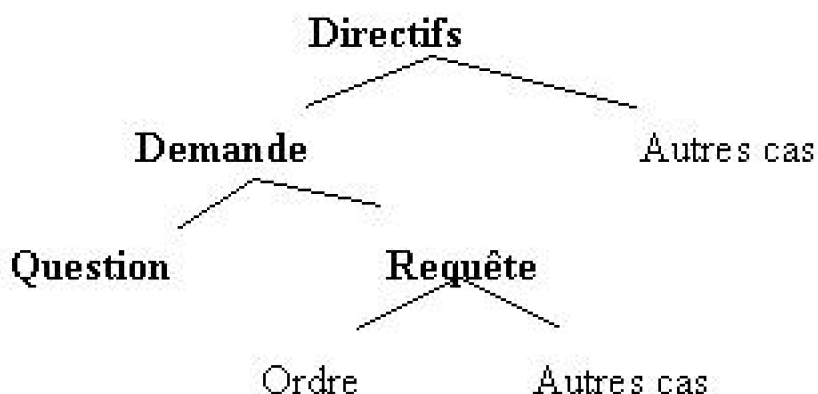
Pour ce faire, l'interaction doit se dérouler sur le mode du consensus, les interactants doivent être d'accord s'ils veulent clore l'interaction de manière favorable, c'est-à-dire sans menacer les faces de chacun. L'accord peut être trouvé facilement, l'appelant n'aura donc pas recours aux stratégies argumentatives pour faire accepter sa requête. Avant de voir quelles sont les différentes stratégies de politesse utilisées par le client pour formuler sa requête, nous allons voir quels sont les types de demandes que nous trouvons dans les interactions de travail de nos corpus.

1.Types de demandes

Kerbrat-Orecchioni a distingué, en conciliant les points de vue linguistique (avec Benveniste, 1966) et pragmatique (avec Searle ¹⁸⁵), deux types de demande : la

¹⁸⁵ Dans la perspective linguistique, nous pouvons parler de question quand l'énoncé est construit pour susciter une réponse, ce qui nous amène à distinguer la question et l'ordre comme deux actes bien distincts. Dans la perspective pragmatique, les directifs, servant à faire faire quelque chose à autrui, englobent la demande d'un dire (la question) et la demande d'un faire (l'ordre).

demande d'un dire ou question et la demande d'un faire ou requête. Ces deux types de demande se regroupent dans une même catégorie, celle des demandes, elle-même appartenant à la catégorie des directifs :



Nous trouvons dans nos corpus les deux types de demandes : les clients peuvent appeler pour formuler une demande d'un dire (« Pouvez-vous me donner le prix pour x ? »), tout comme une demande d'un faire (« Pouvez-vous venir me changer une vitre ? », etc.).

1.1. La demande d'un dire ou la question

La question peut se définir de la façon suivante :

Tout énoncé qui se présente comme ayant pour finalité principale d'obtenir de son destinataire un apport d'information (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 86).

Elle sollicite donc l'information, contrairement à l'assertion qui prétend fournir une information à autrui. Il existe deux types de question : la question « totale » est une question dont l'information demandée concerne la valeur de vérité du contenu global de l'énoncé (« Pierre est arrivé ? », « Vous coupez les verres ? »), et la question partielle, dont l'information demandée concerne une partie de l'énoncé (« Pierre arrive quand ? »). La question totale peut être orientée vers une réponse du type « oui » ou « non », grâce à la présence de marqueurs d'orientation de diverses natures : Utilisation de la structure interro-négative avec inversion du pronom sujet (« Ne pensez-vous pas que... ? »), qui oriente l'autre vers une réponse positive, utilisation d'orientateurs comme *bien* ou *vraiment* : « Vous coupez *bien* les verres hein » (I 1, corpus Artisans 97). Les questions orientées sont donc des énoncés formulés sous forme de question, mais dont le contenu est plus ou moins asserté. Dans les exemples suivants extraits du corpus Fournisseurs, les clients habitués ont tendance à formuler les pré- à leur demande d'un dire sous forme de question orientée (et cette orientation ne repose ici sur aucun marqueur), à laquelle la secrétaire ne peut répondre que de façon positive.

Interaction 27 6C tu tu tu tu vas p't-être m'aider me renseigner

7M je vais essa[yer

8C [oh tu vas essayer

Interaction 38 10C (...) vous allez p't-être me renseigner vous qui êtes euh ariégeoise là

11M ah ça m'intéresse [non mais y a pas de problème

Dans cette partie, nous limiterons notre analyse aux questions dont la spécificité est d'être le but de l'appel, nous ne nous intéresserons pas aux autres types de questions, comme les questions rituelles, les questions préliminaires, les demandes de reformulation, etc. Ainsi, dans nos corpus, le client peut téléphoner à l'entreprise pour solliciter une information, un renseignement que la secrétaire (ou un autre salarié, comme un technicien) peut lui donner. La majorité des demandes de dire sont donc des demandes de renseignements (prix, délai de livraison, demande d'information sur un produit, etc.). La secrétaire est la plupart du temps l'interlocutrice ratifiée comme détentrice du savoir. La demande d'un dire, comme la demande d'un faire d'ailleurs, est un acte ambivalent. En effet, même s'il s'agit d'un énoncé plutôt valorisant pour la secrétaire (donc par métonymie, pour l'entreprise), l'appel téléphonique est dérangeant, compte tenu du fait que la secrétaire a de multiples tâches, comme la saisie de commandes sur ordinateur, le traitement de dossiers, etc., tâches qu'elle met de côté lorsqu'elle renseigne un client. Elle est à la fois :

- Un acte menaçant pour la face négative de l'interlocuteur, d'une part parce que la question est une sorte de « sommation », invitant fortement la secrétaire à répondre ; d'autre part parce que la question est une incursion territoriale (il faut évidemment nuancer cette menace dans le cadre des interactions de travail puisque les questions, dans ce contexte là, ne sont pas assez indiscretes pour être menaçantes).
- Un acte valorisant pour la face positive (l'amour propre) du questionné étant donné que le client, en posant sa question, montre qu'il a un manque, que son interlocuteur a donc un savoir supérieur au sien, mais montre aussi qu'il fait confiance en la secrétaire et en ses savoirs.

La question est repérable grâce à la présence de différents marqueurs de question, pouvant être de différentes natures.

1.1.1. Les marqueurs de nature verbale

Les marqueurs peuvent être de nature verbale :

(1) L'interlocuteur peut reconnaître une question aux préliminaires (Schegloff, 1980) qui la précèdent, préliminaires qui permettent d'amortir l'acte menaçant dont il est question. La question reste une incursion territoriale, et

c'est un fait généralement reconnu qu'une action impliquant une intrusion sur le territoire d'autrui est perçue comme moins menaçante pour sa face négative si elle est préalablement annoncée (Roulet et al., 1985 : 82).

On peut trouver ainsi, précédant une question, des formules du type : « Je peux vous poser une question ? », ou « Ce serait pour un renseignement s'il vous plaît » (Corpus Assureurs). Ces formules préliminaires sont des formes additives, qui présupposent qu'il

peut y avoir dérangement, et qui fonctionnent alors comme un « désarmeur » : « On anticipe une réaction négative de la part du destinataire de l'énoncé » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 217).

Interaction 6 (Artisans, 99)

6C (...) voilà j'aurais aimé un p'tit renseignement euh:: en: 96 . nous avons fait installer une fermeture de loggias en aluminium

(...)

12C j'avais voulu savoir si euh: y'avait possibilité de faire quelque chose

(2) Les marqueurs peuvent être incorporés à l'énoncé de l'acte en lui-même. Il s'agit des expressions performatives, comme « Je te demande si... ? », le verbe « dire » à l'impératif ou sous une autre forme (« Pourrais-tu me dire... ? »), l'incorporation de marqueurs morpho-syntaxiques : utilisation de morphèmes interrogatifs tels que « est-ce que » en début d'énoncé, « hein ? », « n'est-ce pas ? », en fin d'énoncé, ainsi que d'autres morphèmes comme « quand », « où », « quel », etc., l'inversion du pronom sujet (qui reste assez rare à l'oral). Ces morphèmes permettent ainsi de ne pas émettre la requête *ex abrupto*. Par exemple, dans nos corpus :

« **Est-ce que** vous avez du:: pfff 8019 en MBU une longueur » (Interaction 32, Fournisseurs)

« Est-ce que vous pourriez me donner un tarif pour un: cyclo s'il vous plaît » (Interaction 24, Assureurs)

Nous développerons ces différents procédés dans la partie suivante, consacrée à l'étude détaillée de nos corpus. Nous verrons dans nos corpus que de nombreuses questions n'ont pas de marque morpho-syntaxique ou lexicale, c'est notamment la prosodie qui peut les marquer alors comme question, mais aussi le contexte.

1.1.2. Les marqueurs de nature prosodique

La question totale a un schéma mélodique généralement montant, mais il est difficile de définir l'importance de ce type de marqueur dans la reconnaissance d'une question. D'après plusieurs études¹⁸⁶, il semble que l'intonation ne suffit pas pour reconnaître une question, le contexte étant alors un indice supplémentaire pour l'identification de l'acte de question. En effet, certaines questions sont dénuées de tout marquage explicite, et c'est le contexte qui va permettre de les catégoriser comme questions. Dans les interactions de nos corpus, c'est le type d'activité dans lequel s'inscrit l'échange qui va permettre de catégoriser la question comme telle.

Dans les interactions de travail au téléphone telles que celles de nos corpus, la secrétaire s'attend à ce que le client formule le but de son appel, c'est-à-dire une demande (d'un dire ou d'un faire). C'est ce qui lui permettra de repérer la question, même

¹⁸⁶ Voir, Grundstrom (1973), Bolinger (1982), Stenström (1984), qui ont travaillé sur des conversations spontanées et qui ont observé une grande variété des schémas intonatifs accompagnant l'énoncé d'une question totale. D'après ces études, « on peut donc difficilement parler d'une intonation *spécifique* de la question » (Kerbrat-Orecchioni, 1991 : 90).

si celle-ci n'est pas marquée comme telle. Précisons ici que ces demandes sont bien des demandes d'un dire (« Pouvez-vous me dire si le patron est là ? »), qui sont implicitement des demandes d'un faire, c'est-à-dire des requêtes (« Pouvez-vous me le passer ? »). En effet, dans ces cas-là, une requête indirecte vient se greffer sur la question directe. D'ailleurs, la réponse de la secrétaire illustre bien le caractère double de ce type de question, puisqu'elle répond en général à la requête indirecte :

Interaction 18 (98)

4C le chef

5S il est: en ligne j'peux vous aider

Interaction 8 (97)

4C il est là Michel ↑

5S ne quittez pas

Interaction 16 6C Michel (rire)

7S il est en ligne

Nous avons vu que la plupart des demandes de dire sont, dans les entreprises de nos corpus, des demandes de renseignements. Nous en venons maintenant à la demande d'un faire, ou requête.

1.2.La demande d'un faire ou requête

Nous reprendrons ici la définition de Kerbrat-Orecchioni (2001 : 98) :

Nous parlerons de requête chaque fois qu'un interlocuteur produit un énoncé pour demander à son interlocuteur d'accomplir un acte quelconque (à caractère non langagier).

Il s'agit donc d'une demande d'agir, dont la réponse sera non verbale. L'ordre quant à lui est un cas particulier de requête, défini par le *Petit Robert* comme un « acte par lequel un chef, une autorité manifeste sa volonté ; ensemble de dispositions impératives ». Cette définition est bien sûr à nuancer, puisqu'il n'est pas nécessaire d'être chef pour pouvoir donner des ordres, et inversement, les chefs peuvent préférer adoucir la formulation de leur requête. Nous pouvons souligner ici le fait que les requêtes de nos corpus ne prennent jamais la forme d'un ordre, même dans le cas des appels internes. Par contre, nous verrons que les requêtes dans ce contexte sont formulées de façon plus directe que celles formulées par un client.

Les requêtes sont, dans les entreprises du bâtiment de nos corpus, de deux types :

- Des demandes d'agir proprement dites : l'appelant demande une livraison, commande des produits, modifie une commande, demande une visite de l'entreprise à son domicile, etc. La réponse de la secrétaire à la requête est non verbale, donc non vérifiable par le client. En effet, si la secrétaire note un rendez-vous sur le carnet de rendez-vous de son supérieur, si elle enregistre une commande ou la modification d'une commande, elle agit de façon non verbale, ce qui l'oblige à verbaliser ses actes, et à récapituler en fin d'interaction ce qui a été ou ce qui va être réalisé par la

secrétaire pour le client (« je lui passe le message »). Ainsi, dans le corpus Fournisseurs par exemple, quand la réalisation de la requête est traitée sur informatique (ce qui est souvent le cas), la réponse à la requête se traduit par un silence. L'accomplissement de la requête sera donc signalé par la secrétaire par des marqueurs du type : « c'est fait », « voilà », « OK ».

Des demandes pour parler au supérieur (ou éventuellement à un autre salarié de l'entreprise). Ce type de demande est majoritaire dans la plupart de nos corpus. Les clients ayant d'abord à « passer le barrage » de la secrétaire, ils formuleront certains adoucisseurs afin de minimiser les menaces éventuelles pouvant peser sur la secrétaire. Concernant la réponse à la requête, elle est aussi en soi non verbale. Toutefois, nous pouvons distinguer ici deux types de formulation de cette requête. Sous la forme « Pouvez-vous me passer le patron ? », cette requête est exprimée de façon indirecte, la réponse attendue est soit positive, soit négative : dans le cas d'une réponse positive, la secrétaire passe l'appel (acte non verbal), et verbalise son geste par une formule du type « Je vous le passe », dans le cas d'une réponse négative : « Il n'est pas là ». Dans ce cas, la secrétaire répond en fait à la question implicite, la demande d'un dire (« Le patron est-il là ? »). Ceci s'explique par le fait que la condition de réussite de cette requête est que le patron soit là. Inversement, cette demande de parler au supérieur peut être formulée par le client d'une autre façon, sous la forme d'une demande d'un dire (« Le patron est là ? »). Cette demande de renseignement exprimée explicitement cache une demande implicite, celle d'un faire. En cas de réponse positive de la part de la secrétaire, elle n'attendra pas la requête du client mais y répondra directement (« Oui, je vous le passe »). Il s'agit donc dans ce cas, d'une véritable requête indirecte.

Nous en venons à l'analyse de la requête dans les entreprises de nos corpus, précisément les entreprises Artisans, Fournisseurs et Transporteurs.

2. Les types de demande dans l'entreprise

Afin d'avoir un point de vue global sur les différents types de demandes dans nos entreprises, nous allons commencer par présenter sous forme de tableau le pourcentage de chaque type de demande pour chaque entreprise.

Dans l'entreprise Artisans, sur 24 interactions contenant une véritable demande (certains appels consistent en l'apport d'informations), 41,6 % sont des demandes d'un faire, 37,5 % sont des demandes d'un dire et 25 %, des demandes de parler au patron. Nous les avons mises à part, compte tenu de leur statut ambivalent¹⁸⁷.

Figure 29 : Types de demandes dans l'entreprise Artisans

¹⁸⁷ Le total de ces pourcentages ne fait pas toujours 100 % étant donné que quelques interactions dans certains corpus contiennent deux demandes : d'abord une demande d'un dire (« avez-vous tel produit ? »), qui devient ensuite une demande d'un faire (« Pouvez-vous en commander ? »).

Analyse interactionnelle et comparative des interactions téléphoniques de travail dans les très petites, petites et moyennes entreprises

Demande d'un dire	Demande d'un faire	Demande de parler au patron
37,5 %	41,66 %	25 %

Demande d'un dire		Demande d'un faire	
Demande explicite	Demande implicite	Demande explicite	Demande implicite
88,9 %	11,1 %	70 %	30 %

Nous avons choisi de distinguer les demandes formulées de façon explicite de celles formulées implicitement pour montrer que, malgré le caractère finalisé des interactions de travail, une partie des clients tournent tout de même « autour du pot », confirmant ainsi la réputation des Français à l'étranger¹⁸⁸. Nous verrons ensuite en détail comment sont formulées ces requêtes. Par exemple, dans le corpus 99, interaction 5, l'appelante, qui est une représentante, appelle pour savoir si la secrétaire est intéressée par les produits qu'elle vend, et si elle est prête à en acheter. Mais elle ne formule pas sa demande directement, et le fait de façon détournée, indirecte.

8C j'vous appelle d'abord pa'ce que certains d'mes clients n'ont pas: n'ont pas reçu mais j'pense que vous: le (inaudible)

9S oui j'l'ai reçu cette semaine (...)

(...)

14C ah d'accord donc (inaudible) certains d'mes clients l'attendent encore . donc euh: donc voilà . donc vous m'aviez d'mandé d'vous rappeler euh=

15S =oui mais alors (...) j'ai pas eu l'temps de de l'montrer ni mon mari (...)

Dans l'entreprise Fournisseurs, sur 45 interactions contenant une véritable demande, 35,5 % sont des demandes d'un faire, 35,5 % sont des demandes d'un dire et 40 %, des demandes de parler au patron. Concernant les demandes de dire, 75 % sont exprimées de façon directe, alors que pour les demandes d'un faire, 50 % sont exprimées de façon directe et 50 % de façon détournée :

Interaction 15 16L et ben il m'arrive que j'ai un souci sur un délai d'commande de garde-corps...

Interaction 32 6C est-ce que vous avez du:: pff 8019 en MBU une longueur

(...)

17C bon j'vais vous passer euh la commande de ça j'l'aurai quand ↑

Figure 30 : Types de demandes dans l'entreprise Fournisseurs

Demande d'un dire	Demande d'un faire	Demande de parler au patron
35,5 %	35,5 %	40 %

¹⁸⁸ Suite à une longue discussion avec plusieurs chercheurs étrangers (Allemagne, Angleterre, Norvège, etc.) lors d'un colloque international, ceux-ci ont confirmé ma première impression lors de l'étude en DEA de mon corpus Transporteurs, dans lequel de nombreux appels viennent de l'Europe du Nord : les français ont tendance à tourner autour du pot, et utilisent plus de préliminaires à leur requête que les européens du Nord.

Demande d'un dire		Demande d'un faire	
Demande explicite	Demande implicite	Demande explicite	Demande implicite
75 %	25 %	50 %	50 %

Enfin, dans l'entreprise Transporteurs, sur 39 interactions avec demande, 61,5 % sont des demandes de dire, seulement 12,8 % sont des demandes de faire, et 25,7 % des demandes de parler au patron. La plupart des demandes de renseignements sont en fait de possibles requêtes. En effet, la grande majorité de ces demandes sont des demandes concernant d'éventuels transports que l'entreprise Transporteurs pourrait faire pour le client appelant. Le client peut formuler sa demande de deux façons :

Soit sous forme de requête explicite :

12C petite question là tu tu peux pas aller s'il te plaît chez euh chez Y [chez notre ami] pour charger une palette . pour être livrée dans le Sud de du Danemark

(Interaction 3, Corpus 97)

L'interlocuteur, secrétaire ou patron, a la possibilité de répondre de façon positive, d'accepter la requête, ou de refuser, sachant que le refus est

l'enchaînement « non préféré », fortement menaçant pour le requêteur, qui risque de s'en offusquer si le refus n'est pas accompagné de justifications copieuses et édulcorantes en tous genres (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 106).

Dans cet extrait, la demande est d'autant plus difficile à refuser qu'elle est orientée (« tu peux pas aller »), et enrobée de marqueurs de politesse (« s'il te plaît »).

Soit sous forme de demande de renseignement :

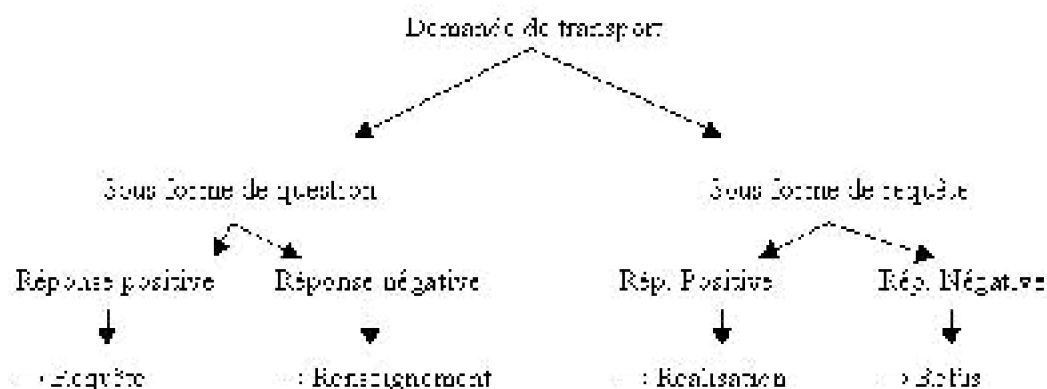
2C bonjour ↑ Transports X Auxerre: (1') j'aurais voulu savoir si vous aviez un véhicule au départ du 89 aujourd'hui

3S (1') euh: non

(...)

6C d'accord

L'interlocuteur, détenant le savoir, aura là aussi les deux alternatives. S'il répond de façon positive, la demande d'un dire peut devenir alors la demande d'un faire. S'il répond de façon négative, la demande reste celle d'un dire.



Enfin, concernant la formulation de la demande, la grande majorité de celles-ci sont formulées de façon directe, celles-ci étant pour la plupart, des demandes précises concernant un service précis.

Figure 31 : Types de demandes dans l'entreprise Transporteurs

Demande d'un dire	Demande d'un faire	Demande de parler au patron
61,5 %	12,8 %	25,7 %

Demande d'un dire		Demande d'un faire	
Demande explicite	Demande implicite	Demande explicite	Demande implicite
83,3 %	16,7 %	100 %	0 %

Nous pouvons voir que dans les deux premiers corpus, Artisans et Fournisseurs, les demandes d'un dire sont formulées de façon directe plus souvent que les demandes d'un faire. Ceci peut s'expliquer par le fait que les demandes d'un faire sont des actes plus menaçants pour les faces que les demandes d'un dire. Pourtant, dans l'entreprise Transporteurs, nous pouvons voir que c'est l'inverse. Les demandes de faire sont toutes exprimées de façon directe, ce qui confirme la première impression que nous avons eue lors de l'enregistrement et la transcription des interactions. Les appelants vont droit au but, ceci pouvant s'expliquer d'une part par le caractère familial (voire très familial) des relations clients-secrétaire, et d'autre part, par le caractère « européen » de ces relations¹⁸⁹. En effet, nous avons pu voir qu'un certain nombre d'appels venaient de clients étrangers, principalement d'Allemagne, de Belgique, du Danemark, etc. Ces tableaux nous permettent de souligner l'importance qu'ont les faces des interactants dans le fonctionnement de l'interaction, et « la force des pressions qu'elles exercent sur la fabrication des énoncés » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 107) :

C'est bien en termes de « désir de face » (face want) et de « travail de face » (face work) que s'explique la rareté des formulations directes de la requête, pourtant plus économique à tous égards (ibid.).

Nous en venons au rôle de la relation interpersonnelle dans la formulation de la requête.

¹⁸⁹ Nous avons déjà remarqué que certains clients européens allaient plus rapidement au but de l'appel que les Français.

2.1. La relation interpersonnelle

La question, comme la requête, sont des actes, nous l'avons déjà souligné, potentiellement menaçants pour les faces positive et négative de l'interlocuteur. Le locuteur va donc utiliser des procédés de politesse linguistique afin de minimiser ces éventuelles menaces, procédés qui dépendent non seulement de la nature de la requête, mais principalement de la relation entre les interactants, la relation interpersonnelle. Nous avons déjà parlé de la relation client – secrétaire dans la deuxième et troisième partie, mais nous ne l'avons pas mise en relation avec l'acte de la requête.

2.1.1. Relation horizontale, relation verticale

La relation interpersonnelle est constituée essentiellement de deux facteurs, le facteur « D » et le facteur « P ».

Le facteur « D » correspond à la distance sociale, on parle de la relation horizontale. Elle correspond à la distance entre les interactants, c'est-à-dire qu'ils peuvent se montrer plus ou moins proches ou distants : « Ou bien ils peuvent s'orienter vers la distance, ou bien ils peuvent s'orienter vers la familiarité et l'intimité » (Thomsen, 2000 : 143). Différents facteurs peuvent intervenir sur la relation horizontale (sexe, âge, nature de la relation préexistante, type d'interaction, etc.). Plus cette distance sociale est grande entre les interactants, plus la menace peut être forte, et plus il est conseillé d'adoucir l'énoncé menaçant, par le biais d'adoucisateurs.

Parmi les différents types de marqueurs de la relation horizontale, nous pouvons relever les marqueurs paraverbaux, tels que le volume, le timbre de la voix et le rire, le débit, l'importance des chevauchements de parole, etc., et des marqueurs verbaux tels que l'utilisation de termes d'adresse, le choix des thèmes abordés, le niveau de langue utilisé, etc. Nous avons pu remarquer, au cours de nos différentes études, que certaines secrétaires étaient plus ou moins formelles, d'autres plus ou moins familières, avec les clients et les autres employés de l'entreprise (l'utilisation du tutoiement, de termes d'adresse affectifs, etc.). Mais d'une façon générale, il ne nous semble pas que la relation horizontale soit la plus pertinente à observer dans le cadre d'interactions de travail (mis à part les appels internes).

Le facteur « P » correspond à la relation hiérarchique.

Au cours du déroulement de l'interaction, les différents partenaires peuvent se trouver placés en un lieu différent sur cet axe vertical invisible qui structure leur relation interpersonnelle. On dit alors que l'un d'entre eux se trouve occuper une position « haute », de « dominant », cependant que l'autre est mis en position « basse », de « dominé » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 71).

Ce rapport de places dissymétrique dépend de différents types de facteurs, notamment les données contextuelles (dont le statut, le rôle interactionnel, les compétences, etc.), mais il peut se modifier au cours de l'interaction, avec la production, par les locuteurs, de marqueurs de position haute ou basse, aussi appelés « placèmes » ou « taxèmes » par Kerbrat-Orecchioni (1992). Parmi ces taxèmes, certains sont de nature non verbale, comme l'apparence physique, marqueurs évidemment non pertinents dans le cadre de

nos interactions. Les autres marqueurs sont des marqueurs de nature paraverbale, précisément vocaux et prosodiques : accentuation, ton utilisé, débit (« une grande volubilité peut assurer la supériorité interactionnelle en tant qu'elle est signe d'aisance », *ibid.* : 81), chevauchements de parole, etc. Nous n'en parlerons pas plus ici, ceci n'étant pas le thème de cette partie. Enfin, les marqueurs de la relation verticale peuvent être verbaux. Ce sont, entre autre, l'organisation structurale des tours de parole (marqueur se situant au niveau de l'interaction), les thèmes (nature, initiatives des thèmes¹⁹⁰), et ceux qui nous intéressent ici, les actes de langage (marqueur se situant au niveau du contenu).

La valeur taxémique des actes de langage, qui constituent sans doute la catégorie la plus riche (...) dans l'ensemble des marqueurs verbaux du rapport de places, peut être mise en corrélation avec leur fonctionnement en tant que « Face Threatening Acts » (ou FTAs) (ibid. : 94).

2.1.2. Les actes de langage

Les actes de langage accomplis au cours de l'interaction peuvent revêtir un caractère menaçant pour la face « négative », c'est-à-dire le territoire, ou pour la face « positive » (le narcissisme) de l'un des locuteurs (celui qui les accomplit : L1, ou celui auquel ils sont destinés : L2).

L1 est mis ou se met en position basse quand il subit un FTA, ou quand il s'inflige un acte menaçant pour l'une ou l'autre de ses propres faces :

- Pour sa face négative : les actes du type de la promesse sont des actes menaçants pour son propre territoire.
- Pour sa face positive : Le remerciement, l'excuse, ainsi que l'auto-critique, etc. sont des comportements « auto-dégradants », donc des actes menaçants pour sa propre face positive.

L1 se met en position haute par rapport à L2, quand il accomplit un acte potentiellement menaçant pour l'une ou l'autre des faces de L2 :

Pour sa face négative : Il s'agit notamment de l'ordre, la requête, l'interdiction, etc. Ce sont des « directifs », qui constituent pour L2 des sortes d'incursions territoriales. Ainsi, la requête que formule un client est un acte potentiellement menaçant pour la secrétaire, et ce, même dans le cadre d'interaction de travail¹⁹¹. Ceci explique l'utilisation, par le client, de différents procédés pour minimiser cet acte menaçant.

En effet, le client va utiliser, pour ce faire, les principes de la politesse négative et positive, qui seront favorables à son interlocuteur. La politesse négative lui permet d'éviter ou d'atténuer les menaces envers les faces de la secrétaire, c'est-à-dire de les protéger, en évitant notamment de lui donner des ordres brutaux, de lui faire perdre inutilement son temps, etc. La politesse positive envers autrui consiste en l'utilisation de procédés de

¹⁹⁰ Voir Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 82-100, Thomsen, 2000 : 150-158.

¹⁹¹ Il en est de même dans les interactions dans les commerces, dans lesquels il est rare que la requête soit formulée *ex abrupto* (voir Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 107-108).

valorisation des faces de l'interlocuteur, en la production d'anti-menaces envers ses faces. Ce sont ces deux types de principes, tous deux orientés vers l'autre, que le client va utiliser pour minimiser la menace de sa requête (quand il l'estime nécessaire).

Pour sa face positive : Ce sont les critiques, les moqueries, les reproches, les désaccords en tout genre, c'est-à-dire les actes qui peuvent blesser l'amour propre de L2.

La requête est toutefois un acte de langage qui reste difficile à définir selon ces catégories. En effet, tout dépend de la situation, c'est-à-dire que « **le statut d'un acte de langage donné varie en fonction de la situation et selon sa formulation, qui peut être plus ou moins brutale** » (Thomsen, 2000 : 155). Ainsi, la requête est, d'après Kerbrat-Orecchioni (1992 : 96), « taxémiquement hybride », dans le sens où elle est à la fois une menace pour la face négative de L2 (dérangé par L1), ce qui place L1 en position haute, et à la fois, une menace pour la face positive de L1 (qui s'abaisse à quémander), ce qui le place en position basse. Il faut nuancer toutefois cette remarque : toute requête ne comporte jamais systématiquement cette double menace, et si c'est le cas, les deux sont, la plupart du temps, non équivalentes (l'une est plus forte que l'autre). Nous allons donc voir que, même dans des interactions de travail, les requêtes sont potentiellement des actes menaçants (plus que les questions), alors qu'on aurait tendance à penser que « **le caractère menaçant est annulé par le fait que dans un tel contexte, cet acte de langage est non seulement légal et légitime, mais attendu et souhaité par le vendeur** » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 107).

Nous allons donc voir la formulation de la demande par l'appelant et les différents procédés utilisés par celui-ci pour minimiser les éventuelles menaces que sa demande ferait peser sur son interlocuteur.

2.2. La formulation de la demande

Nous avons vu que la demande était un acte potentiellement menaçant pour les faces des deux locuteurs, faces que le locuteur va tenter de protéger lors de la formulation de cette demande.

La politesse apparaît comme un moyen de concilier le désir mutuel de préservation des faces, avec le fait que la plupart des actes de langage sont potentiellement menaçants pour telle ou telle de ces mêmes faces (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 174).

Cette conception de la politesse se fonde sur le modèle de la politesse élaboré par Penelope Brown et Stephen Levinson (première version en 1978, qui fut remaniée en 1987)¹⁹², qui se fondent eux-mêmes sur la notion de face, notion empruntée à Goffman. Il s'agit pour ces auteurs de faire l'inventaire et la description des différentes stratégies, mises au service de la politesse, qui, utilisées par les locuteurs, vont leur permettre, entre autres, de minimiser les FTAs qu'ils peuvent formuler au cours d'une interaction. Nous ne nous intéresserons pas précisément dans cette partie à la politesse positive, qui se définit comme étant « productionniste » d'anti-FTAs. Elle consiste « **à accomplir un acte intrinsèquement poli, c'est-à-dire valorisant pour l'une et/ ou l'autre des faces de**

¹⁹² Voir aussi Kerbrat-Orecchioni, 1992, 1996.

l'interlocuteur » (Thomsen, 2000 : 188). Parmi les actes relevant de la politesse positive, ayant donc un caractère anti-menaçant, nous trouvons le remerciement, le compliment, la manifestation de l'accord, actes que nous avons relevés notamment dans les séquences de clôture, mais pas dans la formulation de la requête. Par contre, la politesse négative est largement utilisée dans cette séquence de requête, la requête n'étant rien d'autre qu'un ordre adouci. En effet, le locuteur qui appelle l'entreprise, le fait dans le but de formuler sa requête, il ne peut donc pas éviter la formulation de cet acte plus ou moins menaçant pour son interlocuteur. Ne pouvant utiliser cette stratégie d'évitement, il aura alors recours à d'autres stratégies, d'autres procédés de politesse, nommés par Brown et Levinson, des « adoucisseurs » (*softeners*), c'est-à-dire qu'ils servent à adoucir « le FTA, dont la victime est du même coup censée se radoucir » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 196). Ils peuvent être de nature non verbale (non pertinents dans notre analyse), paraverbale ou verbale.

2.2.1. Adoucisseurs de nature paraverbale

Parmi les adoucisseurs paraverbaux, nous trouvons le volume, l'accentuation, l'intonation, le débit, etc. Nous en retiendrons deux pour notre analyse : le rire (ou le sourire), et les hésitations, accompagnées souvent de pause ou d'allongement vocalique marqué.

Le rire, tout comme le sourire¹⁹³ qui passe dans la voix, servent souvent à adoucir la requête. En effet, « *l'une des principales fonctions du rire est de neutraliser, au moins partiellement, un comportement menaçant* » (Thomsen, 2000 : 169). Dans l'exemple suivant (Interaction 5, corpus Artisans 99), la secrétaire est en interaction avec une représentante. La secrétaire émet un acte potentiellement menaçant pour la face positive de la représentante, une critique, qu'elle atténue avec un rire :

17S =oui j'veus avais dit d'appeler courant avril mais bon (**rire**)

Dans l'extrait suivant, issu de l'interaction 19 du corpus Transporteurs (97), la secrétaire est en interaction avec un client avec lequel elle doit résoudre un problème. De la même façon que dans l'extrait précédent, l'un des locuteurs émet un acte menaçant, qu'il adoucit grâce au rire :

28C (rire) alors j'veus faire un aveu madame

(...)

30C (rire) c'est que j'me suis absolument pas occupé de vous (rire)

Dans l'extrait suivant (Interaction 6, corpus Assureurs), l'appelante rappelle quelques minutes après son premier appel. Estimant qu'elle dérange à nouveau la même conseillère (qui ne s'occupe pas de son dossier), elle accompagne sa requête d'une excuse (nous y reviendrons) et d'un rire, stratégie qu'elle reproduit face à sa deuxième interlocutrice :

2C oui bonjour madame excusez-moi j viens d'téléphoner pour une tarification moto et j'ai oublié d'demander quelque chose à la: la personne

¹⁹³ Nous avons pu voir que le sourire est audible, même en l'absence du canal visuel : « Avant de décrocher, j'interromps toute conversation. Je souris. Le sourire passe dans la voix. Je souris d'autant plus que je suis plus énervé. » (Bizouard, 1982 : 24).

3S . ah oui bah alors ne quittez pas [madame je vais vous:

4C [(rire) merci

(...)

11C (rire) excusez-moi j'ai oublié d'vous demander quelque chose

Interaction 17

8S oui monsieur T. est très occupé là (...) un message à vous transmettre c'est qu'un
courrier vous: part aujourd'hui ↑

(...)

11C euh qu'est-ce qu'il y a dans c'courrier ↑ (rire)

Les hésitations, pauses et allongements vocaliques sont fréquents dans la formulation de la requête. Ces éléments paraverbaux marquent une certaine hésitation de la part du locuteur, qui peut alors rassurer en quelque sorte l'interlocuteur. Ils permettent aussi de ralentir le débit, ce qui permet à l'interlocuteur de suivre le discours, et de rendre la requête moins menaçante. Les exemples de requêtes précédées de ces adoucisseurs paraverbaux sont nombreux dans tous les corpus :

Corpus Artisans

Interaction 1 (99)

6C oui **euh** je suis madame D. (...) j'aurai voulu savoir...

(...)

8C pour **euh::** comment vous expliquer ça c'est (**soupir**) en fait **euh** (...)

Interaction 5 14C ah d'accord donc (inaudible) certains d'mes clients l'attendent
encore . donc **euh:** donc voilà . donc vous m'aviez d'mandé d'vous rappeler **euh=**

Interaction 1 (97)

16C **euh** est-ce que vous pouvez m'dire à peu près un chiffre: de-

Interaction 3 4C bonjour madame je vous appelle **euh:** . j'ai reçu un devis de votre
part euh (...)

Corpus Fournisseurs

Interaction 1 21L qu'est-ce que vous vouliez savoir

22C **bah::** un peu les délais . **euh:**

Interaction 4 6C **euh:::** . j'pourrais l'avoir Martine s'il vous plaît

Corpus Transporteurs

Interaction 3 (97)

4C oui (inaudible) .. euh Christian ou Michel s'il vous plaît

Interaction 7 4C euh (soupir) je vous appelle (...)

Interaction 10 26C bon . euh: moi j'voudrais (...)

Nous avons pu constater que dans ce corpus, les appelants émettaient peu

d'hésitations ou de pauses avant la formulation de leur requête, ce qui rejoint nos précédentes remarques sur le fait que les appelants de ce corpus vont plus facilement droit au but.

2.2.2. Adoucisseurs de nature verbale

Parmi les adoucisseurs verbaux, nous pouvons distinguer les procédés substitutifs vs les procédés additifs.

Les procédés substitutifs consistent à remplacer une partie de l'énoncé, la formulation la plus directe, par une autre formulation, plus douce. En ce qui concerne la requête, elle est rarement, voire jamais, formulée sous la forme d'ordre, ce qui la rendrait très menaçante pour l'interlocuteur. La requête est formulée en règle générale sous forme de question et non d'ordre, ce qui atténue son côté menaçant, et la rend donc plus polie. La politesse négative passe donc ici par la formulation indirecte de la requête :

La formulation indirecte, qui dégrade en quelque sorte l'ordre en requête, apparaît alors comme un moyen d'atténuer la menace que constitue cet acte de langage, et partant, de mieux faire admettre par le destinataire cette espèce d'agression conjointe de ses deux faces (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 201).

Les locuteurs peuvent donc utiliser, pour adoucir leur requête, des modalisateurs de requête, « vouloir » et « pouvoir », qui relèvent des procédés substitutifs (ils fonctionnent au niveau des requêtes indirectes). Au lieu de « Ferme la porte ! », le locuteur préférera « Tu peux/ tu pourrais fermer la porte », ou encore « Je veux/ je voudrais que tu ferme la porte ».

L'acte de langage indirect permet de tenter d'imposer une obligation à l'interlocuteur tout en précisant qu'on ne porte pas atteinte à son indépendance, qu'on le laisse libre d'accepter ou non cette obligation (Roulet, 1980 : 231).

Nous avons d'ailleurs déjà souligné dans notre mémoire de DEA (1998) l'utilisation récurrente, dans la formulation de la requête, des verbes « savoir », « vouloir » et « pouvoir », qui nous permettent de distinguer les demandes d'un dire (les questions) des demandes d'un faire (les requêtes). Le verbe « savoir », combiné au modal « vouloir », et conjugué à la première personne, est présent dans la plupart des questions, ce qui montre bien que l'objet de cette demande est la transmission d'un savoir, d'une information.

Interaction 6 (Fournisseurs)

2C oui bonjour j'vous appelle à propos d'une commande là euh . que j'ai passé hier **j'voulais savoir** si c'était dispo

Interaction 2 (Transporteurs, 97)

2C bonjour (...) j'aurais **voulu savoir** si vous aviez ...

Interaction 3 (98)

5C euh j'**voulais savoir** pour la traversée...

Interaction 12 10S et on **voulait savoir** ...

Interaction 1 (Artisans)

6C (...) j'aurais **voulu savoir** si i's'rait possible d'avoir une personne...

Interaction 6 2C je vous téléphone pour **savoir** si vous aviez étudié ...

Interaction 8 22C euh:: j'**voulais savoir** déjà si ...

Par contre, les requêtes ou demandes d'un faire sont souvent introduites par le verbe « pouvoir », qui est alors conjugué à la deuxième personne (du singulier ou du pluriel), verbe qui est défini par Anscombe (1977), tout comme « vouloir » (« Voulez-vous ouvrir la fenêtre ? »), comme un « marqueur de dérivation illocutoire », c'est-à-dire que « *pouvoir* introduit un illocutoire dérivé marqué de requête » (1980 : 97), et il sera difficile pour l'interlocuteur de refuser d'accéder à cette requête, sans des formules de politesse appropriées. Ainsi, quand le client demande à la secrétaire « Tu peux me mettre en E » (18, Fournisseurs), cette requête renvoie à la loi du discours suivante : « Demander à quelqu'un s'il est capable de faire quelque chose, c'est lui demander de le faire » (Moeschler, 1985 : 42). A ce propos Gordon et Lakoff (1973) ont établi le postulat suivant :

Requête [L, Faire (I, A)] → Capacité [I, Faire (I, A)]

Qui signifie « Si le locuteur L fait une requête à son interlocuteur I, de faire A, alors c'est que I a la capacité de faire A ».

Interaction 2 (Fournisseurs)

5L . euh tu **peux** me faire une modification (...) s'il te plaît

Interaction 45 8P (...) tu **peux** m'débloquer le compte (...) s'il te plaît

Interaction 4 (Artisans, 99)

10C bon est-ce que vous **pouvez** noter s'il vous plaît

Interaction 14 12C vous vous n'**pouvez** pas du tout m'donner-

Interaction 4 (2000)

8C euh . vous allez p't-être **pouvoir** m' renseigner vous

Interaction 8 (Transporteurs, 98)

2C oui bonjour les établissements L. **pourrais**-je avoir vos coordonnées bancaires s'il vous plaît

Interaction 9 3C oui bonjour: j'**peux** avoir m'sieur B. ↑

Ainsi,

les phrases contenant des modaux ont typiquement plus de force dérivée que les phrases synonymes sans modaux, (...). Puisqu'il existe des différences analogues dans d'autres langues comme l'allemand et le français, on est conduit à la conclusion qu'un des traits pertinents de la définition universelle du concept de verbe modal est précisément cette dérivation de force (Ross, 1975 : 241).

Différents autres procédés substitutifs, se combinant avec la modalisation, sont régulièrement utilisés par le locuteur pour adoucir la menace éventuelle de sa requête, comme la négation, le conditionnel, le passé de politesse. Le premier procédé se combinant de façon quasiment systématique avec la requête est la formule « s'il vous plaît », qui nous indique qu'il s'agit bien d'une requête : « C'est par convention de langue

que la locution *s'il te plaît* signifie la requête » (Moeschler, 1985 : 39).

La négation : La négation peut rendre une requête plus polie en atténuant sa valeur menaçante. Les deux procédés utilisés dans nos corpus sont soit la négation proprement dite de la requête : « Le patron n'est pas là ? », soit la négation par l'aveu d'ignorance : « Je ne sais pas / Vous ne pouvez pas me dire... ? ». Dans le cas des questions à valeur de requête (« Le patron n'est pas là ? / Le patron est là ? »), les *whimperatives*, la négation rendrait la requête plus polie : « La négation rend l'acte plus oblique, éventuellement plus déférent, et l'adapte ainsi aux stratégies de politesse régissant l'interlocution » (Callebaut, 1989 : 147). Ils sont toutefois rarement utilisés, voire jamais dans les corpus Fournisseurs et Assureurs.

Interaction 7 (99) 6C =Jean-Paul n'est pas là ↑

Interaction 2 (97) 10C vot'mari n'est pas là ↑

Interaction 13 (99) 8C (...) dites je sais pas si vous avez essayé d'm'envoyer...

Interaction 1 (97) 6C je voudrais un un renseignement si vous pouvez m'le donner je sais pas

Interaction 14 (99) 12C vous vous n'pouvez pas du tout m'donner-

L'utilisation de la négation comme procédé d'adoucissement de la requête, principalement dans le corpus Artisans, peut s'expliquer par le fait que le « taux » de dérangement, ou plutôt de l'impression de dérangement, s'il était mesurable, semble plus haut dans cette entreprise que dans toute autre entreprise. En effet, nous avons vu, avec le script de l'interaction dans ce corpus, que la secrétaire de cette entreprise ne présentait pas l'entreprise. L'ouverture des interactions ayant les mêmes caractéristiques que celle des interactions familiales, le client, en plus d'être surpris par l'accueil, a le sentiment de déranger la secrétaire, et utilisera alors plus d'adoucisseurs pour minimiser le dérangement produit.

Le conditionnel : Le conditionnel de politesse est largement utilisé comme adoucisseur de FTA. Il « fonctionne comme une variante adoucissante de l'indicatif » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 205). Dans nos corpus, la plupart des demandes sont adoucies grâce à l'utilisation du conditionnel présent (et plus rarement le conditionnel passé qui paraîtra plus, voire trop poli, dans un cadre professionnel). Ces demandes adoucies par le conditionnel présent sont principalement des demandes de parler à un autre employé de l'entreprise. Ainsi, dans le corpus Fournisseurs, la majorité des requêtes sont adoucies grâce au conditionnel présent. Les autres procédés substitutifs (conditionnel passé, passé de politesse, négation) sont très rarement utilisés par les appelants. Les autres requêtes sont formulées au présent, ce qui implique l'utilisation, par le client, d'autres procédés, cette fois-ci additifs, procédés dont nous parlerons ensuite.

Interaction 4 6C j'**pourrais** avoir Martine s'il vous plaît

Interaction 5 2C bonjour j'**pourrais** avoir monsieur M. s'il vous plaît

Interaction 9 14C voilà donc i' **faudrait** débloquer l'reste hein

Interaction 10 13C (...) j'**voudrais** savoir j'les ai pas eues ces barres

Dans le corpus Transporteurs, le conditionnel présent est aussi le procédé substitutif

le plus utilisé, toutes proportions gardées compte tenu du fait qu'une grande partie des requêtes sont formulées au présent, qui seront, elles aussi, adoucies par des procédés additifs.

Interaction 2 (98)

2C (...) **j'aurais voulu** savoir si vous aviez un véhicule au départ du 89 aujourd'hui

Interaction 8 2C (...) **pourrais-je** avoir vos coordonnées bancaires s'il vous plaît

Interaction 14 16C **j'aurais** une question . je **voudrais** connaître le délai et le coût

Enfin dans le corpus Artisans, les procédés utilisés sont variés : on retrouve le passé de politesse, le conditionnel présent, et le conditionnel passé.

Interaction 1 (99)

6C (...) **j'aurais voulu** savoir si i's'rait possible d'avoir une personne qui puisse nous rendre visite pour un devis

Interaction 12 4C (...) je **voudrais** avoir un devis s'il vous plaît

Interaction 15 4C **j'aurais voulu** une vitre de 25,5

Le passé de politesse, précisément l'imparfait, est aussi très utilisé pour atténuer une requête. En effet, « on atténue l'imposition en présentant la requête comme caduque, fictivement bien sûr puisqu'on la formule du même coup » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 206).

Interaction 6 (Artisans, 99)

12C **j'voulais** savoir si euh: y'avait possibilité de faire quelque chose

Interaction 20C .. euh: oui **c'était** pour avoir un: enfin des p'tites à propos d'ce devis en fait

22C euh:: **j'voulais** savoir déjà si (...)

Interaction 12 (Transporteurs, 98)

6S on vous a répondu ↑ (2') on **voulait** savoir si [c'était euh:

Interaction 20 6C **j'voulais** savoir si vous aviez un camion sur Mulhouse (...)

Interaction 40 (Fournisseurs)

4C je vous **appelais** pour savoir si: euh les marchandises concernant euh l'accusé d'réception . 424 912 étaient parties

Interaction 17 10C **j'appelais** pour euh:: j'avais des retours à effectuer là (...)

Pour conclure sur l'utilisation du conditionnel présent et passé et du passé de politesse comme procédés substitutifs, la tendance générale que nous pouvons observer à partir de nos corpus, c'est que les appelants utilisent majoritairement le conditionnel présent pour adoucir leur requête et la menace qu'elle peut faire peser sur les faces de la secrétaire, le passé de politesse (imparfait) vient en deuxième position, et enfin le conditionnel passé est le temps le moins utilisé pour adoucir une requête. Venons-en maintenant aux procédés additifs permettant d'adoucir la requête, requête qui cumule en fait un ou plusieurs procédés additifs et ces deux premiers procédés que sont la négation

et l'utilisation du conditionnel ou du passé de politesse.

Les procédés additifs sont des procédés qui viennent s'ajouter à la formule directe qu'ils accompagnent. Ce sont donc des procédés accompagnateurs d'un acte de langage, qui est potentiellement menaçant. Dans nos corpus, les appelants utilisent différents procédés additifs ayant pour but d'adoucir le caractère menaçant de leur requête, notamment la formulation de préliminaires, de formules réparatrices (sous forme d'excuse ou de justification), ainsi que d'autres procédés que nous allons décrire ici.

Les « pré- »¹⁹⁴ amortissent l'acte de langage menaçant en l'annonçant :

C'est un fait généralement reconnu qu'une action impliquant une intrusion sur le territoire d'autrui est perçue par lui comme moins menaçante pour sa face négative si elle est préalablement annoncée (Roulet et al., 1985 : 87).

Les questions comme les requêtes peuvent être adoucies grâce aux préliminaires : « Tu peux me rendre un service ? », « Je peux vous poser une question ? ». Et adoucir la requête peut permettre qu'elle soit acceptée plus facilement, donc permettre qu'elle soit réalisée. De plus,

les pré- et les formulations indirectes des actes de langage consistent généralement, les uns comme les autres, dans la verbalisation de telle ou telle des conditions de réussite de l'acte concerné ; lorsque le pré- d'une requête se fige, il peut fonctionner comme une requête indirecte (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 216).

Ainsi, lorsque le client demande : « Je peux vous poser une question ? », sa demande concerne une condition de réussite (avant de formuler sa requête, il vérifie que son interlocuteur est apte à lui répondre). Dans l'interaction 3 du corpus Artisans (97), la cliente qui appelle ne formule pas de préliminaire à sa requête, elle ne verbalise donc pas une des conditions de réussite de sa requête (celle concernant la capacité de son interlocutrice à répondre). Or, son interlocutrice est la fille de la secrétaire, elle ne peut donc pas répondre à la demande de la cliente, mais elle ne peut lui dire immédiatement :

4C bonjour madame je vous appelle euh : . j'ai reçu un devis de votre part euh concernant des travaux de menuiserie j'm'appelle madame B.

5S oui je- je suis la fille de madame P. et elle n'est pas là pour l'instant

6C d'accord

7S est-ce que vous pourriez rappeler (...)

Les *pré-* peuvent recevoir des structures syntaxiques diverses, dont l'interrogative est la plus fréquente (« Vous pouvez me rendre un service ? »). Toutefois, dans nos corpus, la forme interrogative est peu utilisée, et quand elle l'est, ce n'est jamais de façon claire, explicite. C'est principalement le contexte qui nous permet de la décrire en tant que question.

Interaction 17 (Fournisseurs)

10C (...) j'avais des retours à effectuer là mais j pense que j'vois avec Martine ...

¹⁹⁴ Terme utilisé pour « préliminaires », énoncés « préparatoires », « préfaces », etc. depuis un article de Schegloff, 1980.

(...)

12L ouais ouais ouais

(...)

16C tu peux m'donner un ou deux délais sur des trucs là

17L bien sûr

Interaction 27 6C tu tu tu tu vas p't-être m'aider me renseigner

7M je vais essa[yer]

8C [oh tu vas essayer

9M je vais essayer

Interaction 38 4C bonjour Jean-Pierre L. de xx . monsieur L. s'il vous plaît

5M ah il est déjà en ligne

6C oh pétard j'ai besoin de lui j'ai besoin de lui j'ai besoin de lui

(...)

10C (...) vous allez p't-être me renseigner . vous qui êtes euh ariégeoise là

11S ah ça m'intéresse [non mais y a pas d problème

Dans deux des trois extraits, le client avait prévu de formuler sa requête à une personne précise, qu'il estimait qualifiée pour lui répondre. N'ayant pas la bonne personne, il vérifie auprès de son interlocutrice qu'elle ait les compétences ou connaissances requises pour répondre à sa requête. Dans les autres cas, les préliminaires sont strictement annonciateurs de la nature de la requête que le client va formuler. Nous trouvons dans nos corpus des préliminaires sous la forme d'annonce du *type* de requête : « Ce serait pour un renseignement/ service », accompagné souvent d'un « s'il vous plaît » :

Corpus Artisans (97)

Interaction 1 6B **je voudrais un un renseignement** si vous pouvez m'le donner je sais pas

Interaction 5 2C oui bonjour madame **ce s'rait pour un renseignement** s'il vous plaît

Corpus Artisans (99)

Interaction 6 6C (...) voilà **j'aurais aimé un p'tit renseignement** euh ...

Corpus Assureurs

Interaction 5 2C oui bonjour madame **ce s'rait** pour un renseignement s'il vous plaît

Corpus Fournisseurs

Interaction 34 4C dites-moi **j'aimerais avoir** un renseignement là

Les formules réparatrices telles que les excuses et les justifications permettent aussi d'adoucir une requête. L'excuse, qui permet au locuteur de neutraliser le FTA, est rarement utilisée dans les interactions de nos corpus, du fait du caractère finalisé de ces

interactions et du contrat liant les locuteurs. Par contre, la justification, qui, pour Kerbrat-Orecchioni, « doit obligatoirement accompagner l'expression d'un désaccord, d'un refus, ou d'une requête (...) si l'on veut du moins que ces actes aient quelque chance de "réussir" dans l'interaction » (1992 : 217).

Nous avons pu constater que les justifications formulées par les clients appelants sont, la plupart du temps, des justifications de l'appel, plutôt que des justifications de la requête proprement dite.

Corpus Artisans (99)

Interaction 5 8C(...) j'vous appelle d'abord pa'ce que certains d'mes clients n'ont pas: n'ont pas reçu mais j'pense que vous: ...

Interaction 13 8C bon dites je sais pas si vous avez essayé d'm'envoyer un fax mais j'avais plus d'papier (...) pa'ce que: je j'av- j'ai vu m'sieur P. hier soir

(...)

10C j'avais d'mandé un devis là

(...)

13S .. alors attendez j'en ai un là...

Interaction 14 4C je devais rappeler en fin de matinée pour avoir la: le patron au sujet: d'un: profilage en alu pour-

Nous distinguons ici les deux car la justification de l'appel n'a pas de lien direct avec la requête qui suit. Par exemple, dans le premier extrait, l'appelante justifie son appel en prétextant qu'elle veut vérifier que le courrier qu'elle a envoyé est bien arrivé, et va ensuite formuler une requête concernant une éventuelle commande de produits par la secrétaire. Dans le deuxième extrait, le client justifie son appel par des soucis de fax, et dérive ensuite sur une requête précise. Il est probable qu'en justifiant son appel par ce problème matériel, il pensait « profiter » de cette occasion pour formuler une autre requête concernant une commande. Toutefois, si nous nous en tenons à son discours, la justification concerne l'appel et non la requête qui suit. L'appelant peut aussi, toujours dans le but d'adoucir la menace éventuelle de la requête, justifier son appel en renvoyant la responsabilité de l'appel sur son interlocuteur (« Je vous rappelle comme vous me l'aviez demandé »). Ainsi, l'appelant se dégage en quelque sorte de toute responsabilité du dérangement éventuellement occasionné.

Corpus Fournisseurs

Interaction 11 4C je devais avoir une communication avec vous concernant un devis là .

(...)

9L voilà .. donc euh vous vouliez donc une personne pour quoi là monsieur

10C oui: et là euh y avait quelqu'un de chez vous qui m'avait dit qui m'préparerait un devis pour jeudi là

Interaction 22 6M dis moi Jeanine euh: je te rappelle au sujet de la commande d'hier de: pour X. tu sais euh sur laquelle (...)

7T oui j'ai eu ton fax oui mais j'ai pas encore eu l'temps de m'en occuper

Dans le premier extrait, l'utilisation de l'imparfait (« je devais ») laisse sous-entendre que cet appel vient après un accord passé entre l'entreprise et le client, et que la secrétaire sait de quoi il s'agit. Dans le deuxième extrait, il en est de même puisque l'appelante n'a pas besoin de formuler sa requête pour que son interlocutrice lui réponde (c'est elle qui aurait dû l'appeler).

La minimisation fournit au locuteur divers moyens, « qui permettent de réduire, par la façon simplement dont on présente le FTA, la menace qu'il constitue intrinsèquement » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 218). Parmi ces différents procédés de minimisation, le locuteur peut recourir à la vérification de la disponibilité de son interlocuteur, ou de ce qu'il peut accomplir sans trop de sacrifice : « Tu peux me rendre ce service – si tu as le temps ». Par exemple, dans les corpus Fournisseurs et Transporteurs, nous avons relevé des formes de minimisation telles que :

Corpus Fournisseurs

Interaction 48 6P ouais . dis est-ce que c'est possible de m'rajouter 10 barres (inaudible) au stock de lundi là

(...)

9T demain . oh bah on va essayer

10P si tu peux si tu peux pas euh tant pis

Corpus Transporteurs (97)

Interaction 10 26C bon . euh: moi j'voudrais un camion pour d'main

(...)

28C si c'est possible

Le locuteur peut aussi minimiser le coût de l'incursion, du dérangement en formulant une proposition du type « ce ne sera pas long », ou en ajoutant un morphème « rapetissant », comme *juste, un peu, petit, simplement*, etc. Tout comme dans les commerces, les « rapetisseurs » sont aussi largement utilisés dans les interactions de travail ayant lieu dans le milieu du bâtiment et du transport. En effet, dans nos corpus, contrairement à ce qu'a remarqué Thomsen dans ses conversations d'affaires, lors de son analyse des rapetisseurs¹⁹⁵, ce procédé de minimisation est très utilisé, dans les corpus Fournisseurs, Artisans et Transporteurs. Et comme le souligne Kerbrat-Orecchioni (1992 : 219), certains emplois de ces rapetisseurs montrent « combien la politesse s'embarrasse peu de la logique ». Sont formulés par le client dans les corpus, des rapetisseurs du type : « un (petit) peu », « des petites choses »/ « un petit renseignement », ainsi que des formules qui rendent la requête plus ou moins « floue », donc moins directives, comme par exemple, dans le corpus Artisans (97), interaction 1 : « et vous pouvez m'donner un *ordre de prix . grosso modo* hein », interaction 3 (99) : « monsieur P. est dans le coin ? ».

¹⁹⁵ « Nous observons qu'il y a quand même un exemple (le seul) de l'utilisation d'un rapetisseur (en relation avec la formulation d'une requête) dans le corpus de conversations d'affaires. Ajoutons que dans cet exemple, le rapetisseur est produit par une personne qui n'est pas fancophone » (p. 182).

Le client minimise la menace de sa requête en rendant sa demande d'information moins précise.

Corpus Fournisseurs

Interaction 1 21L qu'est-ce que vous vouliez savoir

22C bah:: **un peu** les délais . euh:

Interaction 30 8C . voilà . donc j'ai un p'tit problème enfin j'ai deux problèmes...

Corpus Transporteurs (97)

Interaction 7 4C (...) j'aurais aimé avoir **un p'tit peu** plus d'explications

Interaction 3 12C **petite question** là tu tu peux pas aller s'il te plaît ...

Interaction 17 6S (...) ben j'trouve **quelques p'tites** trucs . qui euh:

7C quelques

8S (rire)

9C p'tites trucs elle est genti::lle ↑

Corpus Artisans

Interaction 2 8C j'vous appelle pa'ce que donc euh: y a **quelques petites** choses sur la porte

Interaction 6 6C (...) voilà j'aurais aimé un **p'tit renseignement** ...

(...)

54C bon sinon j'voulais une autre **petite question**

Interaction 8 20C (...) c'était pour avoir un: enfin des p'tites des p'tites à propos d'ce devis en fait

Ainsi, le client peut minimiser sa requête en montrant de l'intérêt pour son interlocuteur, en minimisant le travail/ le temps nécessaire pour réaliser la requête, et même l'objet de la requête en lui-même¹⁹⁶.

Les désarmeurs (en anglais, *disarmers* et *disclaimers*) « permettent aux locuteurs d'anticiper une réaction négative possible de la part du destinataire de l'acte, et de tenter de la désamorcer » (Thomsen, 2000 : 184). Ils consistent entre autres à la reconnaissance du problème, l'appel à l'indulgence, etc. Nous n'avons pas relevé d'exemples de désarmeurs du type « Je ne voudrais pas vous déranger, mais... » dans nos corpus, ce qui semble logique compte tenu du fait que ce sont des interactions commerciales, qui lient les interactants par un contrat (l'un est au service de l'autre).

Les amadoueurs (*sweeteners*) sont définis, par Kerbrat-Orecchioni (1992 : 220) comme des « douceurs visant en quelque sorte à faire avaler la pilule du FTA », et ce, en essayant de s'attirer les bonnes grâces de l'interlocuteur. Ce chantage aux sentiments peut prendre la forme d'un appellatif familier, même tendre, comme « mon chou », « ma

¹⁹⁶ Dans l'Interaction 15 du corpus Transporteurs 97, la client appelle pour une demande de transport de palettes : « ce serait pour avoir un devis de transport, de la palette... **c'est très léger** mais c'est des palettes 80 x 120 ... ».

chérie », etc. Nous avons relevé des appellatifs de ce type dans le corpus Fournisseurs, dans lequel nous avons des interactions entre salariés. Cette proximité sur l'axe horizontal leur permet certaines libertés, nous l'avons vu notamment avec l'analyse du script de ces interactions particulières. Toutefois, ces appellatifs n'ont, ici, pas la fonction d'amadoueurs car ils ne sont pas formulés lors de la requête (juste avant ou après), mais durant l'interaction. Nous n'en parlerons donc pas plus en détail ici.

3.L'acte de requête dans les appels internes

Nous avons décrit, dans notre deuxième partie, le script des interactions de travail au sein de l'entreprise, entre les différents salariés (principalement entre la secrétaire et un technicien se situant soit dans les mêmes locaux, soit à l'extérieur des locaux de l'entreprise). Nous allons étudier quelques exemples d'interactions internes afin de voir comment se déroule la séquence de requête.

Interaction 2

3L c'est moi

4T oui

5L . euh tu **peux** me faire une modification- un rajout sur une commande **s'il te plaît**

6T vas-y

7L 434769 sur 1 .. à Delorme ..

8T vas-y

9L 3157 en brut 8

10T oui

11L 3136 en brut une

12T oui

13L et 3151 en AS deux .. tu m'remets euh tu me mets tout ça en route s't'plaît

14T oui chérie

(...)

34L bon et la 434870 en même temps si tu pouvais m'la mettre en E ça m'évitera d'le faire

(...)

39T allez [c'est fait

Dans l'interaction 2 (corpus Fournisseurs), la secrétaire formule sa requête de façon indirecte et conventionnelle puisqu'elle introduit sa requête par « tu **peux** ... ». Par cette formulation, elle lui demande d'agir, tout en minimisant l'acte de requête. Comme nous l'avons déjà remarqué dans les interactions externes, « Demander à quelqu'un s'il est capable de faire quelque chose, c'est lui demander de le faire » (Moeschler, 1985 : 42), la condition préliminaire à cette loi du discours étant que l'interlocuteur soit effectivement capable d'effectuer cette action. Or, pour Gordon et Lakoff (1973), si le locuteur fait une

requête R à son interlocuteur, c'est que l'interlocuteur a la capacité de faire R. La secrétaire, lorsqu'elle adoucit sa requête par ce « marqueur de dérivation illocutoire »¹⁹⁷, l'adoucit aussi grâce à la formule « s'il te plaît », qui indique qu'il s'agit bien d'une requête (et non d'une question sur la capacité de son interlocuteur à agir)¹⁹⁸ : « C'est par convention de langue que la locution *s'il te plaît* signifie la requête » (Moeschler, 1985 : 39). Mais la secrétaire ne prend pas toujours le temps d'adoucir sa requête, et de la formuler sous forme de demande d'un faire. Elle peut aussi la formuler de façon plus ou moins directe, la formulation la plus directe de la requête étant l'ordre. Selon la définition du *Petit Robert*, l'ordre est un « acte par lequel un chef, une autorité manifeste sa volonté ; ensemble de dispositions impératives ».

Nous n'avons pas repéré ce type de formulation directe de la requête dans nos interactions, l'ordre étant un acte de langage dont la formulation est « brutale », même dans le cadre d'interactions à finalité externe, ici des appels entre salariés d'une même entreprise. Par contre, la requête peut être formulée de façon indirecte, tout en prenant la forme d'une obligation. Par exemple, la formulation de la requête « Il faut fermer la porte » prend la forme alors d'une « affirmation d'une obligation » (Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 99). Ce type de formulation est donc bien indirecte, mais a tout de même une allure autoritaire¹⁹⁹. Ainsi, dans l'interaction 18 notamment, la secrétaire formule sa requête de façon indirecte, mais « brutale » : « Il faut que tu me reverses... ». Soulignons ici le caractère « impersonnel » de cette formulation indirecte de la requête, qui d'une certaine façon l'adoucit. En effet, la formule « il faut », mis à part le fait qu'elle a la forme d'une obligation, instaure une sorte de détachement de la secrétaire envers sa requête²⁰⁰. Nous pourrions paraphraser cette formulation de la façon suivante : « Ceci ne dépend pas de moi, mais il faut que tu fasses x pour le bon fonctionnement de l'entreprise. ».

La formulation brutale, par la secrétaire, de sa requête ne modifie absolument pas la réaction de son interlocuteur, puisqu'il accomplit la requête demandée immédiatement :

5T (5') allez c'est fait

6L voilà et puis **i'faut** que tu me supprimes sur la ...

7T **oui**

8L **i'faut** que tu me supprimes les 2437

(...)

11T **oui**

12L et que tu me rajoutes

¹⁹⁷ Voir Anscombe, 1981.

¹⁹⁸ Tout le monde se souvient bien du sketch de P. Dax et F. Blanche dans lequel le voyant répond à la requête « Pouvez-vous nous donner le numéro de sécurité sociale de ce monsieur » par un « oui je le peux » devenu mythique.

¹⁹⁹ Ceci nous amène, d'après Kerbrat-Orecchioni (2001 : 102), à considérer ce type de formulation comme un ordre.

²⁰⁰ Contrairement à la formule « je veux », qui, bien qu'elle veuille dire la même chose, est plus « brutale » que « il faut ».

(...)

21T c'est fait

Les réactions à la requête sont de deux types. La réaction de l'interlocuteur peut être positive, l'acceptation étant l'enchaînement « préféré », ou être négative, le refus étant l'enchaînement « non préféré », puisqu'il revêt un caractère menaçant pour le requêteur. Dans les interactions « internes » de nos corpus, la réaction de l'appelé est toujours positive, on ne l'imagine pas refuser de faire ce que lui demande la secrétaire, alors que son travail consiste justement en la réalisation entre autres de cette tâche. Cette remarque est aussi valable d'ailleurs pour les interactions « externes ». Le client ne prévoit pas d'avoir un refus de la part de la secrétaire suite à sa requête, puisqu'une fois qu'il l'a formulée, il « se définit en tant que tel, c'est-à-dire comme un participant s'engageant dans une interaction de transaction » et de ce fait « il valide en même temps le rôle (*à priori* prédéfini) du commerçant » (Hmed, 2003 : 156).

Pour finir, nous pouvons souligner que, si la plupart du temps, les requêtes dans les appels internes sont formulées de façon plus directe, moins adoucie que dans les appels « externes » (plus la distance sociale est grande entre les interlocuteurs, « plus les adoucisseurs sont de mise », Kerbrat-Orecchioni, 2001 : 106), les secrétaires et les autres salariés de l'entreprise utilisent tout de même les préliminaires à leur disposition dans la langue pour amortir la requête quand celle-ci a un caractère plus menaçant que celles vues précédemment (demande à caractère exceptionnel, telle qu'une demande de délai exceptionnel).

Interaction 22

2M oui Jeanine c'est Martine

3T salut Martine

4M ça va ↑

5T ça va ça va merci

6M dis moi Jeanine euh: je te rappelle au sujet de la commande d'hier de: pour S. . tu sais euh sur laquelle y avait eu des ruptures pour le laqué et: euh: le client demandait une livraison partielle

7T oui j'ai eu ton fax oui mais j'ai pas encore eu l'temps de m'en occuper

8M tu sais si c'est [possible

9T [tu sais j'ai 20 000 fax sur le bureau alors ma pauvre

(...)

38M si si tout est bon c'est c'est OK

39T voilà si je les ai bien

40M d'accord

41T OK ↑

42M bon j'te remercie [(inaudible)

43T [avec plaisir

44M ouais [tchao

45T [bye bye Martine

Interaction 48 Ouverture Clôture

2P Alain salut c'est Patrick 17T attends Lyon hein

3T oui salut 18P à Lyon

4P tu vas bien ↑ 19T . voi:là allez (inaudible)

5T oui 20P salut

6P ouais . dis est-ce que c'est possible 21T bye

de m'rajouter 10 barres (inaudible)

au stock de lundi là

(...) 9T demain . oh bah on va essayer

Dans les deux ouvertures d'interaction, l'appelant de l'entreprise commence par formuler des questions sur la santé, préliminaires à la requête, après la séquence de la reconnaissance mutuelle et des salutations. Notons d'ailleurs à ce sujet, que dans l'interaction 22, l'employée, appelée par la secrétaire, répond à la séquence de la présentation de soi et de l'identification par une salutation.

La règle de retour de salutation après une première manifestation de la reconnaissance sociale ne suppose pas que l'énoncé de premier tour comprenne un item de salutation. On revient ici à l'intuition de Sacks (1973), selon laquelle un nom ou un prénom adressé en début de conversation est une forme de salutation (Conein, 1987 : 159).

Ensuite, l'appelant hésite avant de formuler sa requête, surtout dans l'interaction 22 (« dis moi ... euh... »), au cours de laquelle la secrétaire choisit de commencer par recadrer la situation. La requête n'est donc pas formulée directement, explicitement, mais l'interlocutrice comprend de quoi il s'agit (« j'ai eu ton fax »), ce qui évite à la secrétaire de formuler explicitement sa requête puisqu'elle ne le fera pas par la suite non plus (« tu sais si c'est possible »).

Chapitre 11 : Les négociations dans les corpus

Nos corpus sont constitués d'interactions professionnelles. Ce sont non seulement des interactions ayant lieu sur un lieu de travail, mais aussi des interactions dont le thème principal est le travail. Ces interactions, comme toute autre interaction, sont co-construites, par les deux participants, les interactants, qui s'influencent réciproquement au cours du déroulement de cet échange.

Le discours doit être conçu comme le produit d'un processus interactif, reposant sur l'établissement d'un certain nombre d'accords, qui parfois se font

spontanément, parfois nécessitent au contraire l'intervention de procédures de transaction, ou de négociation (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 224-225).

Les interactions, notamment les interactions de travail qui nous intéressent ici, se construisent autour de la recherche d'accord, de consensus, l'accord minimal étant nécessaire pour converser avec autrui : « ***Tout dialogue présuppose un degré minimal d'assomptions communes sur le monde, sur les participants, sur les objets du discours*** » (Moeschler, 1985 : 171-172). Tout au long de l'interaction, un certain nombre d'accords doivent s'établir, accords portant sur « ***les règles du jeu de langage dans lequel ils se trouvent conjointement engagés*** » (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 8), afin que l'échange entre les interactants puisse se poursuivre. Si ces accords s'établissent de façon spontanée la plupart du temps, il arrive tout de même assez souvent que des désaccords surgissent, entre les participants, sur un tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction. S'il y a désaccord, les participants vont donc avoir recours à des procédures ayant pour but de résorber ce désaccord. Ils peuvent alors avoir recours à la négociation afin de (re)trouver une entente mutuelle. Kerbrat-Orecchioni appelle « négociation »

Tout processus interactionnel susceptible d'apparaître dès lors qu'un différend surgit entre les interactants concernant tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction, et ayant pour finalité de résorber ce différend (2000 : 8).

Au cours de l'interaction, les interactants ont donc recours à la négociation en cas de conflit, lequel a d'ailleurs été décrit par G. Simmel (1995) comme étant créateur d'un lien social, d'une relation (le conflit oblige les partenaires à se reconnaître). Dans le cadre d'interactions de travail comme celles enregistrées dans les entreprises de nos corpus, les interactants doivent répondre à une double contrainte : il y a nécessairement conflit d'intérêts entre les locuteurs, mais ce conflit doit, dans ce type de relation, être géré afin justement de la préserver. En effet, dans toute entreprise (TPE et PME) où il y a un contact direct entre une secrétaire (entre autres) et un client (ou client potentiel), l'entreprise a besoin du client pour travailler, pour fonctionner, et le client a besoin de l'entreprise pour les services qu'elle peut lui rendre. S'il est vrai que les interactions professionnelles ont une finalité externe, et qu'elles visent à établir une décision, un accord transactionnel, il n'en reste pas moins que le client et la secrétaire ne peuvent réduire respectivement leurs rôles à une simple requête et une simple transmission d'informations, de renseignements, etc. L'interaction professionnelle, de par ses nombreux enjeux, est bien plus complexe, d'autant plus quand il s'agit d'interactions téléphoniques. L'appel téléphonique, privé comme professionnel, reste, en effet, pour beaucoup, une « rencontre-parasite » (terme emprunté à De Salins, 1988), un acte menaçant, nécessitant d'être « enrobé » par des préliminaires et d'être consensuel, d'être orienté vers l'accord. Il semble, en effet, qu'un nombre important de personnes n'aiment pas le téléphone, notamment parce qu'en tant qu'appelants, les utilisateurs du téléphone ont peur de déranger leur interlocuteur, et en tant qu'appelés, ils se sentent dans l'obligation de répondre au téléphone, et de respecter certaines règles de politesse comme ne pas avouer que l'appel dérange si c'est le cas, ne pas raccrocher sans avoir formulé des salutations finales, etc. Nous supposons qu'aujourd'hui, avec l'explosion de l'utilisation des téléphones portables, les utilisateurs du téléphone portable se sont habitués à filtrer leurs appels. En effet, parmi les fonctions d'un téléphone portable, la

présentation du numéro de l'appelant est très courante, ce qui permet à l'appelé de ne pas répondre ou de couper le téléphone quand il ne peut pas, ou ne veut pas, être dérangé. Les utilisateurs du téléphone n'appliquent que très rarement ces comportements au téléphone fixe, se sentant obligés de répondre. Ceci n'est pas valable seulement pour les appels personnels, mais l'est aussi pour les appels professionnels : les secrétaires ont, la plupart du temps, plusieurs lignes à gérer, et il est plutôt rare qu'elles laissent sonner la deuxième ligne si elles sont occupées. Quitte à faire patienter l'appelant en ligne, elles préféreront décrocher plutôt que de laisser sonner. Il faut préciser toutefois que cette remarque est pertinente dans le cadre des entreprises de nos corpus, mais ne l'est pas forcément dans d'autres types de services...

Les relations entre les participants sont des relations commerciales, qui sont plus ou moins longues dans le temps, et dans tous les cas, le conflit, dans une interaction commerciale²⁰¹, est à éviter et le consensus recherché. L'existence de désaccords, qui ne la remettent pas en cause, doit être gérée. Chaque partie, surtout l'entreprise, va donc faire ce qu'il faut pour rester en bons contacts avec l'autre, afin de continuer à renvoyer une bonne image d'elle-même. La secrétaire va faire le lien entre l'entreprise et le client. Son rôle va donc consister à préserver les intérêts de l'entreprise, tout en ménageant le client, et ce, par différents moyens. Nous allons voir comment l'entreprise gère alors ces conflits et mène ses négociations, tout en préservant la relation. Pour ce faire, nous verrons dans une première partie quels sont les enjeux de l'accord dans l'interaction de travail. Nous verrons ensuite quels sont les différents types de négociations pouvant émerger dans ces interactions, et les facteurs pouvant intervenir au cours de l'interaction pour en modifier le déroulement.

1. La recherche de l'accord

L'accord est au cœur de l'interaction verbale, et, dans les interactions de travail, au cœur de l'analyse des négociations. Mais il l'est de différentes façons, la notion d'accord étant une notion polysémique. Selon la situation discursive, l'accord peut prendre des sens différents. Dans une conversation quotidienne, l'accord est plutôt un « **arrière-fond présumé de comportements, d'opinions, d'attitudes, etc.** » (Moeschler, 1985 : 171), mais il peut aussi se constituer dans l'échange. Et le désaccord, du moins « l'accrochage », peut être recherché dans ce type d'interactions (à finalité interne) : « **Tant qu'il n'a pas eu lieu, il y a peu d'engagement, et sans doute peu de dynamique** » (Traverso, 1996 : 164). Dans un débat polémique, l'accord n'est pas une fin en soi, mais une condition à la progression de l'interaction. Enfin, dans une transaction commerciale,

Parler d'accord dans le cadre d'une transaction commerciale renvoie à une étape nécessaire pour la réalisation des buts transactionnels, prédictibles par le seul cadre de l'interaction (Moeschler, 1985 : 170).

De plus, dans une interaction de type commercial, deux types d'accords cohabitent, l'un étant « interne » à l'interaction, l'autre étant « externe ». D'une part, le discours lui-même

²⁰¹ Interactions où la principale activité est de « rendre service » aux clients.

ne se conçoit, dans la perspective interactionniste, que par le biais de processus interactifs, par l'établissement d'un certain nombre d'accords. Ces accords peuvent aussi bien être spontanés que négociés, ces négociations seront alors internes à l'interaction (négociation des thèmes, des places, etc.). Si l'accord n'est pas établi entre les locuteurs, l'interaction pourra tout de même se poursuivre, tant bien que mal (nous y reviendrons dans la partie suivante). D'autre part, les interactants d'une interaction professionnelle ont chacun des objectifs externes à l'interaction, et peuvent les négocier au cours de l'interaction (voire durant plusieurs interactions). La demande d'un prix ou d'un service peut ainsi être négociée en cas de désaccord entre les interactants, et *doit* même être négociée pour le bon déroulement de la fin de l'interaction, et pour préserver non seulement la relation de travail établie, mais aussi la qualité des images véhiculées par chacun. La réputation d'une entreprise peut rapidement être « abîmée » par les rumeurs émises par des clients mécontents...

Pour reprendre Firth (1991 : 10),

Now although telenegotiating (as a particularised type of « negotiating activity ») overlaps with « conversational argument » (Jacobs, 1986) in the sense that some form of disagreement is displayed, followed by attempts to resolve or regulate the disagreement (see Jackson and Jacobs, 1981), the major difference is likely to be that negotiating activity, unlike conversational argument, necessarily and demonstrably has an endgoal²⁰², that goal being specifiable²⁰³ agreement on one or several substantive « issues » momentarily under dispute .

Pour Firth, les arguments conversationnels n'ont pas nécessairement pour fonction d'aboutir à un accord, alors que l'accord, dans les interactions commerciales, a des conséquences pratiques (accepter une requête, un prix, livrer des marchandises, etc.), et le but final d'une requête est bien d'arriver à un accord. L'accord est recherché par les participants à chaque étape de l'interaction. Dès l'ouverture de l'interaction, le client mettra toutes les chances de son côté (d'autant plus si sa requête est atypique), en « préservant » la séquence d'ouverture, c'est-à-dire en formulant des salutations complémentaires, des préliminaires à sa requête, plutôt qu'en la formulant directement (ce qui réduirait alors la séquence d'ouverture à une simple étape d'identification, de reconnaissance mutuelle). Il y aurait de fortes chances pour qu'un client, ne formulant sa requête sans aucun « pré », ni minimiseur, déclenche une certaine froideur, ou tension, de la part de la secrétaire. De son côté, la secrétaire doit, elle aussi, minimiser les menaces qu'elle pourrait faire « peser » sur le client, en ayant une voix agréable au téléphone, en ne faisant pas ressentir au client le dérangement que lui occasionne son appel, etc.

La plupart des interactions se déroulent de la même façon que l'interaction suivante (Interaction 1, corpus Artisans, 99) :

5S bonjour madame Entreprise P [oui

6C [oui euh je suis madame D. de la société G. multimédia Lyon . j'aurai voulu savoir

²⁰² *Acceptation.*

²⁰³ *Explicite.*

si i's'rait possible d'avoir une personne qui puisse nous rendre visite pour un devis

7S oui

Durant l'interaction, « l'équilibre interactionnel » (Goffman, 1973) essaie d'être préservé par les deux participants, qui formulent notamment des marques d'accord et d'approbation, afin d'éviter toute menace éventuelle envers l'image ou le territoire de l'interlocuteur. On en trouve un grand nombre dans toutes les interactions de nos corpus, chaque secrétaire n'oubliant pas d'exprimer des marques d'accord, telles que : « d'accord », « OK », « c'est bon », « y a pas de problème », « tout à fait », « entendu », etc. Elle utilise aussi un nombre important de signaux phatiques, qui ont pour fonction d'indiquer à son interlocuteur qu'elle l'écoute, qu'elle le comprend :

Toute communication, pour qu'elle réussisse, nécessite la prise en compte des paroles de l'autre, et impose donc que des signaux d'une telle prise en compte interviennent à fréquence régulière (Moeschler, 1985 : 171).

Ainsi, dans l'interaction 2 (corpus Artisans, 97), la secrétaire formule un nombre important de marques d'accord et de signaux phatiques, malgré son désir de clore au plus vite l'échange avec son interlocutrice. En effet, l'appel dure 2mn 50s., ce qui est relativement long dans ce type d'entreprise, et la secrétaire formule des signaux phatiques presque systématiquement à la fin de chaque intervention de son interlocutrice.

12C (...) i'faudrait quand même qu'il vienne de toute urgence (...) pa'ce que donc la serrure ne tourne pas ↓

13S oui

14C la gâche électrique (...) ça marche pas ↓

15S oui

16C (...) ça a pas marché du premier coup mais après ça marchait ↓

La secrétaire, estimant détenir suffisamment (pour ne pas dire trop) d'informations, formule, après 55 secondes, des marques d'accord, ayant aussi une fonction conclusive (« Nous sommes d'accord, nous pouvons conclure ») :

25S . euh: bon ben j'en sais rien faut tout que j'lui dise [hein

26C [voilà

27S **d'accord** ben j'vais l'voir à midi moi (...)

Elle va ensuite formuler trois marques d'accord explicites, que la cliente va ignorer, pour enfin réussir à conclure, au bout de 3mn 50s. Cette situation est toutefois assez rare, et la plupart du temps, l'accord est trouvé rapidement.

Dans l'extrait suivant, il s'agit d'un extrait d'une interaction (Interaction 2, 97) entre la secrétaire du cabinet d'assurances, et une autre professionnelle des assurances. La fin de l'interaction est un peu tendue entre les deux locutrices qui n'arrivent pas à se mettre d'accord. L'appelante demande à la secrétaire de retrouver un document dans sa comptabilité, ce qui va lui faire perdre beaucoup de temps, et malgré ses réticences, elle accepte de répondre à sa requête.

52C oui bah écoutez euh c'est pas l'urgence même hein euh lorsque vous [aurez 5

minutes

53S [non mais moi je n'vois pas d'urgence non plus hein [sauf qu'il faut

54C [ah bon c'est très bien

55S quand même que j'aille chercher (inaudible) c'est tout

56C très bien

57S voilà merci [au r'voir

58C [au r'voir

Enfin, l'accord est une condition de clôture. Moeschler explique ainsi que l'une des conditions pour que la clôture de l'échange ait lieu, c'est « la coorientation argumentative de l'intervention réactive à l'intervention initiative » (1985 : 114-115). En effet, si l'intervention réactive de l'interlocuteur est négative, le locuteur choisira en principe de résoudre le désaccord, donc de différer la clôture, plutôt que de renoncer à son point de vue et clore l'échange. C'est d'autant plus vrai que la finalité des interactions commerciales étant externe, l'accord est l'aboutissement recherché par les locuteurs, il est donc nécessaire pour clore l'interaction.

Interaction 5 (corpus Artisans, 97)

49S voilà pa'ce qu'i'y a qu'ça et pi i'regarderont si ça accorde avec c'qu'on a quoi

50C d'acc[ord

51S [hein

52C j'vous remercie

Interaction 2 (corpus Artisans 99)

8C je pourrais p't-être la: joindre éventuellement cet après-midi ou pas

9S peut-être en début d'après-midi pa'ce qu'après il est pas mal chargé hein-

10C -d'accord bon ben j'essayerai tout à l'heure j'vous remercie

Interaction 5

27S oui oui oui hein on sait pas encore c'que c'qu'on va faire

28C oui bah si vous avez besoin d'moi vous savez surtout n'hésitez pas

29S oui oui bien sûr

Dans ces extraits d'interactions, nous pouvons voir que, pour chaque locuteur, client et secrétaire, l'accord est essentiel puisqu'il permet la clôture de l'échange et de l'interaction. Dans le deuxième extrait, l'appelante n'est pas sûre de pouvoir rappeler à l'heure que lui conseille l'appelée (« bon ben j'essayerai »), mais son intervention réactive est positive, afin de permettre la clôture de l'interaction. Dans l'interaction 5, il s'agit de l'appel d'une représentante, qui a déjà appelé plusieurs fois, et qui agace (car elle la dérange²⁰⁴ dans son travail) la secrétaire (elle nous le confie d'ailleurs après l'interaction : « elle est pénible alors à relancer les gens en permanence »). Pourtant, son intervention réactive est positive, elle évite l'affrontement, et choisit le consensus. Comme l'explique très bien C. Thomsen dans sa thèse, l'enjeu, pour les participants, de la séquence de

clôture, est « la poursuite non plus de l'interaction, mais de l'histoire conversationnelle » (2000 : 33).

Nous allons voir maintenant que, malgré les efforts de chaque participant à l'interaction,

la plupart des interactions sociales comportent presque toujours une part de négociation entre les partenaires (négociation de la définition de la relation, des objectifs qu'elle poursuit, des moyens pour les atteindre, des attentes mutuelles, des opinions, des jugements, des prises de décision, etc.) (Marc & Picard, 1989 : 208).

2. Les négociations dans la P.M.E.

Touzard définit la négociation comme une ***procédure de discussion qui a pour objectif de concilier des points de vue opposés. Il y a négociation quand l'accord ne coule pas de source, lorsque les protagonistes en désaccord tentent de trouver un accord (1987 : 30).***

Le terme de « négociation » est polysémique, nous reprendrons rapidement les quatre acceptions définies par Kerbrat-Orecchioni (2000 : 71) :

- La négociation est un *type d'interactions*. Ce sont par exemple les négociations diplomatiques ou commerciales. L'objectif externe de ces interactions (vente de marchandises, négociation lors d'un conflit entre Etats, etc.) oriente alors la totalité des activités des interactants durant l'interaction.
- La négociation est une forme interactionnelle particulière, « les participants s'engagent dans une activité discursive visant à se mettre d'accord sur une décision concernant un objet de nature variable, mais (...) extérieur au déroulement de l'interaction elle-même » (ibid.).
- La négociation, pour les analystes de la conversation, se passe au cours de l'interaction, et peut être définie comme un principe de structuration du discours (école de Genève et Roulet, 1985). L'activité de négociation est alors assimilée à « l'ensemble des processus assurant la construction collective du discours » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 72).
- Au cours de l'interaction, la négociation peut être définie comme un mode de résolution du désaccord. Elle la définit précisément comme processus interactionnel permettant de résorber un différend apparu au cours d'une interaction entre les deux participants.

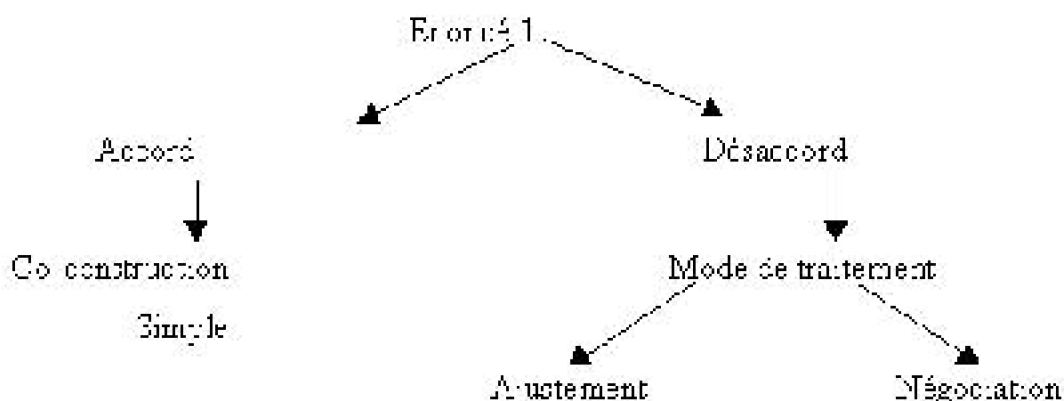
Ces négociations sont permanentes, et indispensables pour permettre

²⁰⁴ Si nous devons classer les appels téléphoniques professionnels du moins menaçant au plus menaçant, il est probable que l'appel d'un représentant se classerait en haut de la liste, juste devant les appels de clients pour « réclamation ». En effet, dans le premier type d'appels, la secrétaire se sent obligée de consacrer du temps au représentant, quand ce n'est pas d'acheter le produit qu'il vend, le représentant est donc une menace pour la face négative, le territoire de la secrétaire. Dans le deuxième type d'appel, le client qui appelle pour une réclamation, émet alors des menaces envers l'autre face de la secrétaire, la face positive.

l'élaboration progressive de ces constructions collectives que sont les discours dialogués (2000 : 8).

Dans le cadre de cette définition, tout peut être négocié, y compris les ingrédients composants la *matière* de la conversation : le script de l'échange, les thèmes abordés, les places de chaque locuteur, les tours de parole, les opinions exprimées, le moment de la clôture, etc. C'est que Kerbrat-Orecchioni nomme les « négociations conversationnelles », dont la spécificité est donc qu'elles peuvent concerner toutes sortes d'objets, comme nous allons le voir, mais aussi qu'elles peuvent se rencontrer dans toutes sortes de contextes. Nous prendrons comme définition de la négociation, pour notre recherche, cette dernière, qui nous semble assez étendue pour y laisser entrer les différents types de négociations de nos corpus.

Les interactions de nos corpus sont des interactions commerciales, puisque l'activité principale se déroulant dans les entreprises de nos corpus sont des activités de vente de biens et de vente de services, donc de commerce²⁰⁵, mais elles ne sont pas composées uniquement de négociations commerciales. Nous trouvons aussi des modules d'interactions de service (transmission de renseignements, service « après-vente », etc.), de conversation (discussion sur les activités personnelles, sur la famille, etc.). Nous ne sommes donc pas dans le cadre de la première approche de la négociation, mais bien du côté de la négociation comme une forme de co-construction lors d'un désaccord. Nous re prenons ci-dessous le schéma élaboré par Traverso :



Le locuteur A fait une proposition au locuteur B (énoncé 1). Soit celui-ci accepte cette proposition, il y a alors poursuite de l'interaction, soit B conteste cette proposition, et formule éventuellement une contre-proposition, il peut y avoir alors négociation *potentielle*. Cette contre-proposition peut être elle-même acceptée par A, on parle alors d'ajustement. Si cette contre-proposition est rejetée, une négociation est amorcée.

Nous allons voir, à partir d'interactions téléphoniques entre la secrétaire et les clients, dans quelle mesure il peut y avoir des négociations entre secrétaires de TPE/ PME et clients, et de quel type sont ces négociations, étant donné la position statutaire (parfois ambiguë) des secrétaires et les rôles qui leur sont impartis. Nous procéderons en deux

²⁰⁵ Commerce : « Opération, activité d'achat et de revente d'un produit, d'une valeur. Par extension, prestation de certains services » (Petit Robert).

parties, la première portera sur l'analyse des négociations conversationnelles, la deuxième, sur l'analyse des négociations commerciales, les deux ayant pour point commun leur principe de fonctionnement :

Au-delà de leurs buts individuels divergents, les participants s'emploient (parfois en vain) à tenter de trouver un terrain d'entente leur permettant de réaliser cet "archi-but" commun qu'est la réussite de l'entreprise communicationnelle (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 73).

2.1. Les négociations conversationnelles

Les négociations conversationnelles, menées en commun par les partenaires de l'échange, visent à « l'établissement d'un certain nombre "d'accords" sans lesquels cet échange ne peut se poursuivre » (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 223). Ces négociations conversationnelles peuvent porter sur différentes composantes de l'interaction : la forme de l'interaction, son contenu (par exemple sur un terme), sa structuration, les rapports de place des interactants, etc. De plus, elles peuvent se dérouler selon des modalités différentes, et aboutir à des issues différentes. C'est ce que nous allons voir maintenant.

2.1.1. Les objets de la négociation

2.1.1.1. Le style de l'interaction

Le bon déroulement de l'interaction passe aussi par un accord entre les locuteurs sur le style de l'interaction et sur son type. La forme de l'interaction peut donc être négociée au cours de celle-ci, par les participants, s'ils ne sont pas d'accord sur le style de l'échange. Le ton, le style (formel ou familier, soutenu ou relâché), peuvent être négociés, tout comme le type d'échange dans lequel les participants sont engagés (discussion, bavardage, débat, etc.). Dans le cadre de nos corpus, nous trouvons peu de négociations de ce type, ceci étant dû à la nature même des interactions, et à leur aspect consensuel. En effet, les locuteurs, en s'engageant dans une interaction professionnelle, à distance, s'engagent à respecter un certain format d'interaction, et, de ce fait, ses caractéristiques, qui sont préétablies. « ***Les partenaires de tout échange verbal doivent-ils s'accorder sur les règles formelles qui régissent le jeu verbal particulier auquel ils prétendent jouer*** » (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 225). Dans les entreprises de nos corpus, les participants n'ont, à priori, pas de désaccords sur la forme de l'interaction. Pour ne citer que l'exemple du vouvoiement, il est de rigueur, et le tutoiement se fait de façon automatique dans certaines situations particulières (dans lesquelles les interactants se connaissent).

Il peut bien sûr y avoir quelques « accrochages » sur la forme de l'interaction, mais ceux-ci se résolvent d'eux-mêmes, sans que les locuteurs aient recours à la négociation. Dans le Corpus Transporteurs (97), Interaction 8, la secrétaire est en négociation sur un prix avec un autre transporteur. Celui-ci prend la négociation du prix très au sérieux, contrairement à la secrétaire qui, elle, la perçoit comme un jeu. Ce désaccord porte sur la « tonalité » de l'interaction, précisément ici de la négociation, ce qui peut être menaçant pour la face positive du client (elle agit comme si elle ne le prenait pas au sérieux).

18C 10 tonnes ... il faut calculer quel prix ↑

19C ah fff:

20C vous êtes souvent dans cet ²⁰⁶ coin là ↑

21S tous tous les jours (rires)

(...)

28C ah donc il est ²⁰⁷ pas envie de faire ça hein apparemment hein

29S vous avez vu où c'est Castres ↑

(...)

36C mais qu'est-ce que j'veais foutre là-bas moi. j'ai mon transporteur qui m'occupe de toute la France moi

37S oui (rires) vot- vot' succursale (rires)

L'appelant semble agacé ²⁰⁸ par le comportement de la secrétaire, certaines de ses interventions réactives le montrent : « il est pas envie de faire ça », « qu'est-ce que j'veais foutre là-bas moi ». Il y a un décalage entre le mode de négociation du client, et celui de la secrétaire, ils ne sont, en plus, pas d'accord sur le prix du transport. Toutefois, aucun désaccord sur le mode de la négociation n'est explicité, chacun s'en tient à la négociation du prix, qui est l'objectif externe de l'appel, et ils parviendront tout de même à un accord.

Dans le même corpus (98), nous avons quelques interactions entre la secrétaire, parlant le français, et des clients étrangers. En règle générale, elle passe aisément du français à l'anglais, comme dans l'extrait suivant (Interaction 6) :

1S Transports B bonjour ↑

2C hello Christo here ↑

3S hello Christo:

4C hello ↑ Michel please

Mais il arrive que la langue parlée par son interlocuteur ne lui convienne pas, et dans ce cas, un processus soit d'ajustement, soit de négociation, se met en place. Dans l'extrait qui suit (Interaction 8, 97), la secrétaire va demander à son interlocuteur de s'adapter à la situation de communication, ce qu'il va faire immédiatement. Il n'y a donc pas négociation mais ajustement du discours, de la langue de l'appelant sur celle de l'appelée :

4C il est là Michel ↑

5S ne quittez pas (rires)

(...)

²⁰⁶ L'appelant est un client allemand, ce qui explique les petites erreurs de français.

²⁰⁷ Il s'agit ici aussi d'une faute de français.

²⁰⁸ Il est difficile de savoir si le transporteur est réellement agacé ou s'il est plutôt entré dans le jeu de la secrétaire.

- 7S c'est c'est pour quoi↑
8C *il se met à parler très vite, en allemand*
9S euh bla bla bla...
10C *il continue à parler allemand*
M dites lui que vous comprenez pas tout (rires)
11S j'comprends pas tout (rire) ... allô ↑
(...)
14C oh ça c'est normal ça

Nous venons de voir de quel type pouvaient être les négociations portant sur la forme de l'interaction. Si ces négociations sur la forme sont plutôt rares, en revanche, nous retrouvons plus couramment des négociations sur le contenu, souvent en relation avec l'acte de la requête (demande de service, prix, délai). Le thème et particulièrement l'ouverture d'un thème peut être plus ou moins négocié, ainsi que les signes, et la structuration de l'interaction, ces négociations pouvant venir modifier le rapport de places entre les locuteurs.

2.1.1.2. Le contenu de l'interaction

En ce qui concerne les thèmes abordés lors d'une interaction de travail entre client et secrétaire, ils sont plus ou moins préétablis dans le cadre de ce type d'interactions.

Même si les locuteurs se connaissent, ils ne peuvent pas parler de n'importe quel sujet. Certains thèmes sont appropriés, d'autres ne le sont pas, d'une part parce que le contexte ne l'autorise pas (« ça ne se fait pas » de mélanger travail et vie personnelle), d'autre part parce que l'appelant téléphone dans un but précis, de nature professionnelle. Toutefois, nous pouvons repérer dans les corpus de petits désaccords, ayant lieu notamment à l'introduction ou la clôture d'un thème. Des négociations de ce type peuvent avoir lieu « dès que le locuteur L2 n'est pas spontanément d'accord avec L1, pour aborder un sujet x, ou pour considérer comme "épuisé" l'objet de leur échange antérieur » (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 226).

Ces désaccords se manifestent entre autres dans les corpus, dans des interactions dans lesquelles les interactants se connaissent déjà, et prolongent alors la séquence d'ouverture. C'est donc le *moment* de l'introduction du thème qui peut prêter à négociation. Ainsi, dans l'interaction 10 du corpus Transporteurs (97), les deux locuteurs se connaissent, et commencent par échanger des « banalités » sur le temps qu'il fait. Par contre, le client désire entrer dans le vif du sujet plus rapidement que son interlocutrice.

- 1S Transports B bonjour
2C X. [ça va ↑
3S [oui bonjou- euh- et vous même ↑
4C ça va
5S oui . avec le beau temps ↑

6C et oui vous avez l'soleil ↑
7S non il est parti
8C oui
(...)
11S et vous il est parti [aussi ↑
12C [oh oui il commence à- il a plu c'matin un peu
13S ouais . là i'fait bien gris hein
(...)
16C oh il faut s'habituer
(...)
18C vous avez eu trop beau temps dimanche
(...)
20C vous avez bronzé
21S pfff (rire) un p'tit peu [entre
→ 22C [ma foi
23S oui oui oui
→ 24C ben (inaudible)
25S (rire)
→ 26C bon . euh: moi j'voudrais un camion pour d'main

Le client tente par deux fois de clôturer le thème du beau temps et du week-end, de façon indirecte, en formulant notamment le marqueur conclusif « ma foi », puis de façon directe, explicite, en imposant le nouveau thème (la raison de son appel). Il y a de nombreux autres exemples de ce type dans les corpus, les locuteurs ayant du mal à trouver le moyen le moins menaçant possible pour les faces des interlocuteurs, de passer d'un module de conversation à un module d'interaction de travail.

Interaction 14 (98)
4C ça va ↑
5S et vous
(...)
→ 9S quoi d'neuf ↑
10C pfff beaucoup de travail
(...)
13S (rire)
14C (rire)
→ 15S c'est pour quoi

Le « quoi de neuf » formulé par la secrétaire a deux valeurs possibles : une question sur la santé, et une invitation à formuler sa requête. La cliente répond en quelque sorte entre les deux, puisqu'elle se plaint (sujet personnel) de la quantité de travail (sujet professionnel). Il semble que, dans ce type d'interactions, l'appelant, formule un nombre important de minimisateurs à sa requête (justification d'appel, rappel d'informations passées, du contexte, etc.), ce qui pousse l'appelé(e) à lui « imposer » la formulation de sa requête (« c'est pour quoi ? », « quel est votre problème ? », etc.).

Ainsi, dans le corpus Assureurs, il arrive régulièrement que la conseillère impose explicitement le thème de l'interaction, à savoir la requête de l'assuré (ou futur assuré). Dans ce type d'interactions, nous avons eu le sentiment que le script de l'interaction étant mal connu par le client, la plupart d'entre eux ne savent pas comment se présenter. Ils supposent que leur nom ne sera d'aucune aide à la conseillère pour les reconnaître, ils donnent alors leur numéro d'assuré, complété ou non d'autres informations personnelles. Le même phénomène a été relevé dans les commandes de plats chinois par téléphone (Fahmi, 1997²⁰⁹), dans lequel la non connaissance du script par le client nécessite un « recadrage » par son interlocuteur :

3R Luang bonsoir Christine à votre service

4C oui bonjour ce s'rait pour une commande

5R oui

6C donc c'est hm ça f'rait deux repas à 89 francs

7R excusez-moi je vais d'abord prendre vos coordonnées

Dans le corpus Assureurs, Interaction 3 :

2C bonjour c'est monsieur K de (inaudible) du Sud-Est

3S oui

4C et:: on a une contrat m:: avec vous euh: . pour une voiture une Lancia K

5S oui

6C attendez je vais voir si je trouve le numéro de contrat [donc...(?)

7S [non mais c'est pas la peine

8C non ↑ . d'ac[cord

9S [oui

10C donc [voilà

11S [quel était votre problème monsieur

Concernant les désaccords portant sur les signes, ils peuvent porter sur le signifiant, le signifié et/ ou le référent. Les négociations portant sur ces trois composantes du triangle sémiotique sont solidaires, la négociation du signifiant étant liée à une négociation du signifié, et du référent :

Attribuer un nom à une chose, c'est faire coïncider les sèmes que l'on impute au

²⁰⁹ Corpus issu de son mémoire de maîtrise au sein du laboratoire ICAR.

signifiant, et les propriétés que l'on identifie dans l'objet qu'il a la charge de dénoter (étant donné qu'au Sa X s'attache pour le Sé Y, et sue le référent Z possède tel ensemble de propriétés, je suis de droit d'appeler Z « X » (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 42).

Le langage est plus ou moins technique dans les interactions de travail, mais il l'est plus dans des domaines spécialisés comme peut l'être le bâtiment. Les participants peuvent ne pas s'entendre sur les mots, ne pas être d'accord sur l'usage d'un terme, des ajustements seront alors nécessaires s'ils veulent poursuivre l'interaction. Nous distinguerons les désaccords portant sur le signifiant, sur le signifié et sur le référent, en n'oubliant pas de préciser ici combien elles sont solidaires « car les définitions "de mots" et "de choses" sont difficilement dissociables » (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 228).

La négociation peut porter sur le signifiant, dans ce cas là, les participants ne sont pas d'accord sur l'usage d'un terme. L'un des locuteurs peut refuser le terme proposé par son interlocuteur. Ceci peut concerner le signifiant en tant que tel (sa prononciation, sa morphologie, son niveau de langue, etc.), ou bien son adéquation au référent. Dans l'extrait suivant (Interaction 16, corpus Transporteurs 98), la secrétaire est en désaccord sur un terme employé par son interlocuteur, elle le rejette implicitement, en reprenant sur un ton ironique le terme lui posant problème, et en l'accompagnant d'un rire « sarcastique ». Ceci pousse l'autre à s'expliquer, se justifier, mais non à remplacer le terme employé :

15C alors . ouais c't'affaire là bah moi j'ai:: effectivement c'est (direct) c'était **douteux**
vos: les documents

16S douteux (rire)

17C à savoir ouais vos GPR ou vos récépissés j'les ai plus sous les yeux (...)
i'semblait effectivement que des lettres avaient été changées

La négociation peut porter sur le signifié, que ce soit le sens d'un mot en langue ou de sa valeur en discours. Les exemples sont rares dans nos corpus, pourtant, il est toujours possible que le signifié pose problème, compte tenu du fait que deux rôles se distinguent dans l'interaction professionnelle : l'expert (la secrétaire, le technicien, le patron), et le profane, le client. Celui-ci ne connaît pas tous les termes techniques, spécialisé, ou peut se tromper de signification.

L'extrait suivant est issu d'une interaction (I 3) entre la conseillère en assurances et un client, d'origine étrangère (polonaise). Le client confond le terme « incident » et « accident » : il utilise le terme « accident » dans le sens d'« incident », ce qui crée un malentendu entre les deux locuteurs.

12C le problème c'est qu'il:: . euh le gérant donc il a eu un accident y a un mois en
You- en Croatie

13S oui

(...)

24C oui- oui oui donc euh: l'assurance: c'est réglé . par contre . y a la réparation de la
voiture

25S oui mais il y a eu un constat amiable euh:

26C non en fait c'était un incident::: eu[h::

27S [mais c'était un incident je croyais mécanique [du véhicule

28C [oui voilà voilà

29S et non pas un accident

Le malentendu sur le choix des termes appropriés semble résolu à ce moment de l'interaction (« oui voilà »). Mais ensuite, la secrétaire se rend compte, que s'ils sont tombés d'accord à priori sur les termes, ils ne le sont pas sur la signification.

39S oh bah les factures concernant la réparation d'une euh: . d'un moteur de voiture

(...)

41S ne concernent en rien les- la l'assurance du véhicule

42C ah oui ↑

43S l'assurance du véhicule c'est en cas d'ACCident

(...)

45S et non pas d'Incident technique

(...)

63S ACCidents pas incidents techniques ACCidents

64C mm oui d'accord

Pour le client, les garanties concernant incidents et accidents sont les mêmes. La secrétaire, elle, tente de bien définir les termes, puisque, pour elle, « incidents » et « accidents » sont deux choses bien distinctes.

Pour finir, le désaccord, donc la négociation peut porter sur le référent discursif. En cas de désaccord, il semble nécessaire aux participants de vérifier en premier lieu s'ils parlent bien de la même chose, du même référent. Dans le corpus Fournisseurs, il arrive que les interactants développent de petits modules de négociation conversationnelle de ce type, afin de pouvoir poursuivre le cours de l'interaction sans autre malentendu.

Dans l'interaction 6, l'une des deux secrétaires et l'un des techniciens ne réussissent pas à se mettre d'accord sur la nature d'un document qu'un client, au téléphone, prétend avoir reçu. Le client souhaitant parler au technicien lui ayant envoyé ce document (une fiche de fabrication ou une fiche de commande), l'interaction ne peut se poursuivre sans que la secrétaire ait d'abord résolu cette « énigme ». Elle décide donc de passer l'appel à un des techniciens, qu'elle suppose être l'auteur du fax, mais celui-ci refuse implicitement, en mettant en doute la nature du document que le client dit avoir reçu.

16C (...) j'ai reçu une fiche de fabrication c'matin je sais pas qui m'l'a envoyée

17L ce c'est pas peut-être monsieur::: monsieur K. non

(...)

20C (...) et j'aurai voulu l'avoir pa'ce [j'ai des trucs qui me

21S [bon d'accord je vais- je vais voir qui est-ce qui vous a envoyé c'te feuille hein ne quittez pas

En 20C, la requête qu'émet le client est imprécise, ce qui entraîne la secrétaire, puis le technicien, sur une mauvaise piste (ils ne savent pas vraiment quoi répondre). La secrétaire demande d'autres précisions auprès du client afin de vérifier qu'ils parlent bien de la même chose, et donc de cerner la requête de son client :

25L c'est c'matin qu'vous l'avez reçue c'te fiche

(...)

27L mm . bah je sais pas qui a pu lui envoyer ça

fiche de fab ↑

L oui

c'est bizarre

28L c'est marqué fiche de fabrication sur le:

29C ouais ouais fiche de fabrication

y a pas un numéro d'ssus i'doit y avoir un numéro d'affaire

(...)

32C .. affaire 980 603

T bah c'est un: . c'est pas une fiche de fabrication c'est une c'est une commande 980 603 . t'as pas une commande qu'est en cours

33L c'est c'est marqué fiche de fabrication sur votre:

34C ouais ouais c'est ça ouais

T bah 980 603 c'est un numéro d'commande (inaudible)

L non y a une commande en cours c'est bon elle est: elle est à l'écran c'est dispo mais là il a reçu une fiche de fabrication

Après l'intervention de la secrétaire en 27, le technicien remet en doute la nature du document en question, ce qui pousse la secrétaire à vérifier auprès du client. Une fois cette vérification faite, le technicien rejette la confirmation du client (en 32C, « c'est pas une fiche de fabrication »), et prouve que le client a tort, en avançant l'argument (34) que le numéro de dossier ne peut correspondre à celui d'une fiche de fabrication. Les deux salariés essaient donc, en vain, de tomber d'accord sur la nature du document reçu par le client, sur sa dénomination (Finkielkraut parle de « bataille pour la dénomination »²¹⁰), et en oubliant la requête du client. C'est le client qui, en proposant une solution au désaccord, va permettre à l'interaction de se poursuivre :

37C j'avais d'mandé l'débit j'dis i'm'l'ont envoyé mais bon y a des trucs qui vont pas alors j'aurai voulu savoir qui l'avait fait

²¹⁰ Il en parle dans son analyse du couple lexical « génocide » / « holocauste » (1982, *L'avenir d'une négation. Réflexion sur la question du génocide*, Seuil : Paris : 139, in Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 230).

L bon j'passe qui là

JP mais ça dépend c'qu'i'veut L.

L i'veut s- avoir la personne qui lui a passé le fax ce matin

38C ou quelqu'un d'autre en fait quelqu'un qui s'y connaît en débit

39L d'accord quittez pas

L'intervention de JP prouve ici que le flou règne autour de la requête du client. « ça dépend ce qu'il veut » a une fonction métalinguistique, et équivaut à « Quelle est la requête ? », mais aussi « Sur quoi négocie-t-on ? ».

Dans l'interaction 10 du même corpus, l'une des secrétaires et sa cliente ne sont pas d'accord sur le nom à donner à l'un des produits que l'entreprise vend (type d'aluminium).

9C je lui ai commandé le 6 juillet

(...)

11C 3 barres de U 12x20x1,6 en alu brut

(...)

54L bon d'accord ça va mieux alors en AS c'était d'argent satiné

55C . euh alu brut

(...)

58L alors moi c'que j'ai sur cette euh commande là j'ai des: 0563 en AS et j'en ai une ça vous d'vez p't-être l'avoir d'ailleurs

(...)

60L tout ce qui est argent satiné vous l'avez

61C moi i'm'manque qu'une chose . c'est le U . de 20x12x20x1,6

62L et en brut=

63C =et en brut

64L non bah ça j'y ai pas

(...)

74C alors M 6513 B comme Béatrice hein

75L bon d'accord très bien pa'ce que moi j'en ai 3 à l'écran hein de M 6513 mais en AS

76C . ah bah moi alu brut j'vais vous dire hein franchement euh:

77L bon est-ce que p't-être ça alors [c'est p't-être AS

78C [ouais je sais pas c'que ça veut dire=

79L =argent satiné naturel . teinte naturelle

Ici, le but de ce long échange à l'intérieur de cette interaction, de cette négociation entre cliente et secrétaire, est de savoir si elles parlent du même objet, auquel elles

donneraient des noms différents (négociation due au fait que la cliente ne connaît pas les termes spécialisés utilisés par l'entreprise pour qualifier ces deux sortes d'aluminium, satiné et brut). La cliente pense passer ses commandes en aluminium brut, alors qu'elles sont enregistrées en aluminium satiné.

80C non non mais j'ai pas pu commander d'argent satiné non c'est d'aluminium brut nous

81L . bah j'sais pas toute la commande je vois est en AS c'est pour ça

82C ah ouais ↑

(...)

84C j'ai tout reçu en alu brut ↑

85L non non ah non non non

(...)

89L (...) toute la commande est en AS là c'est du naturel- enfin c'est du standard hein c'est du: euh

→ 90C ah oui moi j'appelle ça peut-être d'aluminium brut hein

Nous parlerons, ici aussi, concernant le mode de traitement du désaccord, de processus d'ajustement plutôt que de véritable négociation. Cette résolution du désaccord par l'ajustement est aussi la résolution préférée en ce qui concerne la structuration de l'interaction et les rapports de place dont nous allons traiter dans la partie suivante. Soulignons pour finir que les négociations sur les signes (mais aussi celles sur les opinions, que nous n'avons pas décrites ici, étant absentes de nos corpus) ont souvent « pour finalité première d'être mises au service d'activités conjointes » (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 50). En effet, elles s'inscrivent dans la catégorie des négociations qui visent à opérer une transformation matérielle du monde, des négociations des activités qu'il s'agit de mener ensemble²¹¹.

2.1.1.3. La structuration de l'interaction

En règle générale, les tours de parole, dans une interaction, se distribuent si ce n'est de façon harmonieuse, du moins de façon naturelle, entre les différents locuteurs, grâce à différents types de marqueurs : de nature verbale, de nature mimo-gestuelle (non pertinents dans les interactions à distance), et surtout de nature prosodique (intensité vocale, intonation, débit, pause). Il arrive bien sûr qu'il y ait des malentendus entre participants quant à la distribution des tours de paroles, surtout dans des interactions au téléphone, où certains signes peuvent être mal interprétés (une pause interprétée par l'interlocuteur comme une invitation à parler alors que ce n'est qu'une pause intra-tour, etc.). En effet, les participants, devant se passer du canal visuel, ont recours à d'autres indices pour savoir quand enchaîner sur leur tour de parole. La prosodie est un indice essentiel : « Le timbre de la voix, la présence ou l'absence d'une certaine excitation

²¹¹ Ce type de négociations joue un rôle essentiel dans les interactions de travail de tout type (bureaux, administrations, commerces et services, etc.), et de nombreuses recherches ont porté sur ce type de négociations, telles que celles menées par l'équipe française « Langage et travail » ou celles menées par Firth (voir 1995).

vocale indiquent la disponibilité ou la non-disponibilité du correspondant » (De Salins, 1988 : 101). Une fois mis de côté ces petits malentendus, résolus immédiatement par les interactants, il n'en reste pas moins que la conversation se présente comme une **construction qu'élaborent en commun les interactants – parfois au prix de certains tiraillements qui exigent là encore des négociations (de la structuration, donc de l'interaction (...), négociations dont on peut repérer les traces, sous forme de « zones de turbulence », dans le tissu conversationnel (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 232).**

Nous retrouvons ainsi dans nos corpus, au cours de certaines interactions, des échanges entre interactants, constitués de conflits de structuration de l'interaction, notamment lorsque le locuteur 2 cherche à relancer (pour retarder par exemple une prise de congé), quand le locuteur 1 essaie de clore. La clôture (tout comme l'ouverture) est en effet un épisode transactionnel difficile à gérer, qui peut être facilité grâce au recours de certaines « ressources rituelles appropriées » (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 26), ressources offrant aux participants des solutions leur permettant de résoudre des problèmes communicatifs dans leur vie quotidienne. : pré-clôtures sous diverses formes telles que la récapitulation dans le cadre des interactions de travail au téléphone, bilan positif de la rencontre, remerciements, etc.

Dans l'interaction 14 de l'entreprise Artisans (corpus 99), la secrétaire désire clore l'interaction trop tôt, contrairement à la cliente, qui, pour accepter de clore, a d'abord besoin de certaines informations (n'oublions pas que la clôture de l'interaction ne peut se faire que si les deux participants sont d'accord pour le faire).

4C je devais rappeler en fin de matinée pour avoir la: le patron (...)

5S -il est- il est déjà reparti [hein

(...)

8C . bah j'ai pas pu en fin de matinée

9S voilà

10C euh::: bon .

11S (murmure inaudible)

La secrétaire est très succincte et sibylline dans ses interventions réactives, et émet un premier conclusif (« voilà ») dès le tour 9 de l'interaction. Toutefois, sa réponse étant incomplète, la cliente n'est pas d'accord pour clore si tôt l'interaction.

12C vous vous n'pouvez pas du tout m'donner-

13S -non non mais (...) j'sais pas du tout hein

14C . d'accord . bon vous avez une idée de l'heure à laquelle je pourrais l'joindre

15S (...) il:: est pas bien là d'la journée hein

(...)

18C d'accord . donc euh c'est- vous fermez à quelle heure

19S à 18h

(...)

22C très bien j'vous remercie ↑

23S voilà au r'voir madame

Alors que la cliente relance l'interaction, la secrétaire ne répond que brièvement à chacune des questions de son interlocutrice, afin de l'inciter à clore. La clôture de l'échange ne pouvant se faire qu'avec l'accord des deux participants, l'interaction se prolonge ainsi durant encore une quinzaine de tours de parole. Il en est de même dans l'extrait suivant, issu de l'interaction 2 du même corpus (97).

Dans cette interaction, comme dans la plupart des interactions, la négociation de la structuration de l'interaction est largement mêlée à celle des rapports de place (l'un tente de s'imposer, au détriment de l'autre). La cliente ignore les signaux de clôture que la secrétaire formule et relance systématiquement l'interaction, par le biais de développement du thème principal de l'interaction. La secrétaire va attendre l'accord de sa cliente pour clore la conversation.

8C j'vous appelle pa'ce que donc euh: y a quelques petites choses sur la porte

(...)

10C vot'mari n'est pas là □

11S non il est pas là pour l'ins[tant

12C [bon alors- **et pi** i'faudrait quand même qu'il vienne de toute urgence ou qu'il m'envoie quelqu'un pa'ce que donc la serrure ne tourne pas □

(...)

14C la gâche électrique non plus avec l'interphone ça marche pas □

(...)

16C (...) l'autre jour ç'a pas marché du premier coup mais après ça marchait

(...)

18C et maint'nant ça marche plus □

(...)

20C **et pi** y avait une troisième chose c'est que on a vraiment pas pensé l'aut'porte qu'il a enlevée elle avait un frein vous savez qu'on accroche sur le côté quand on a- rentre les les bras chargés [et tout ça:

(...)

25S euh: **bon ben j'en sais rien faut tout que j'lui dises hein**

(...)

27S d'accord ben j'vais l'voir à midi moi i'va rentrer manger d'toute façon donc [euh **j'vais lui dire**

Dans cette première partie de l'interaction, l'échange pourrait être clos après les trois arguments avancés par la cliente, qu'elle introduit par un connecteur justificatif,

introduceur d'argument («pa'ce que donc y a quelques p'tites choses », en 8C). Les « et pi » formulés en 12C et en 20C ont une fonction initiative, ils servent à introduire eux aussi des arguments. D'ailleurs, dans cette intervention, la secrétaire se perd en détails concernant la porte en question. Nous pouvons emprunter à Martel sa terminologie pour qualifier ce procédé argumentatif. Il parle de « procédés de concrétisation » (1998 : 119), définis comme consistant

à créer de l'insistance sur un point de l'argumentation en lui consacrant beaucoup de temps, en fournissant de nombreux détails, en recréant, aussi précisément que possible, la scène des événements, leur ambiance, leur tension même. De façon générale, ce procédé stimule l'imagination de l'interlocuteur en rendant tangibles les faits, actes ou jugements dont on veut le convaincre (ibid.).

Parmi les divers procédés de concrétisation, il repère l'évocation de détails, la description, la narration, etc. Dans notre exemple, la cliente décrit précisément les avantages de l'ancienne porte, avantages que n'a pas, encore, la nouvelle porte. Ceci lui permet de montrer à la secrétaire en quoi la visite du patron est urgente »L'argument acquiert alors beaucoup plus de force persuasive » (Martel, 1998 : 125). La première tentative de clôture est initiée par la secrétaire en 25S puis 27S, tentative ignorée par la cliente, qui relance en formulant un quatrième argument (« et puis pour la boîte »).

28C [et puis pour la boîte ...

(...)

31S d'accord . bon ben écoutez j'veais lui dire j'pense qu'il f'ra un tour dans l'après-midi voir hein

(...)

34C euh **et puis donc** . vous comprenez l'aut'jour mon coup de fil ... de la porte pa'ce que je vou- j'veais l'expliquer à votre époux euh::: comme cette porte elle est passée difficilement

35S oui

36C hein j'voulais pas que on dise ah bah tiens elle a choisi qu'un seul modèle elle nous l'a même pas soumis [patati patala

(...)

42C (...) vous comprenez

43S oui oui oui bien sûr

44C hein

45S d'accord

Après la deuxième relance en 28C, la secrétaire tente de clôturer l'échange une deuxième fois, en 31S, essai de nouveau voué à l'échec, puisque la cliente relance à nouveau en introduisant une nouvelle justification de sa requête. La secrétaire formule alors, notamment en 43 et 45 des concessifs, mais aussi d'autres signaux de pré-clôture (récapitulatifs, marqueurs conclusifs), afin d'amener l'interaction vers un consensus, donc une clôture en bons termes. Elle tente par là de négocier la clôture par ses propres

moyens.

Suit ensuite une suite d'interventions de la cliente, visant à argumenter en sa faveur, et qui est ponctué de marques d'accord de la part de la secrétaire. Elle tente ensuite, en 73, d'initier une nouvelle clôture, qui est, cette fois-ci, acceptée par la cliente après avoir formulé un petit rappel, en 74 et 76.

73S alors . bon ben toutes ces p'tites choses là j'vais les lui- en parler tout à l'heure donc hein

74C voilà faudrait qu'il passe assez rapidement [pa'ce que

75S [bien sûr mm

76C c'est assez embêtant au niveau d'la gâche électrique (...)

77S oui oui bien sûr . [euh: bon ben écoutez

78C [voilà

79S c'est tout noté

80C merci

81S voilà [au r'voir madame

82C [excusez-moi

83S au r'voir

L'interaction aurait dû se terminer très rapidement étant donné que le patron était absent. Voulant être sûre que la secrétaire ferait passer son message, et étant bien consciente que la secrétaire est un intermédiaire entre elle et le patron (la secrétaire explicite d'ailleurs son rôle de transmetteur en répétant « j'vais lui dire », en 25S, en 27S, en 31S), la cliente va argumenter en sa faveur, espérant que la secrétaire verbalise son accord avec elle (« vous avez raison ») et qu'elle la rassure sur le fait que les travaux seront faits très rapidement. Au-delà de son désir que le message circule, la cliente essaie aussi de négocier une visite rapide sur les lieux. La secrétaire, elle, ne cesse de dire qu'elle va faire « passer le message » pour bien insister sur le fait qu'elle ne peut que transmettre le message ²¹² (ici, il apparaît que la secrétaire ne *veut* pas en faire plus, mais le camoufle sous une incompétence liée à ses fonctions).

Les négociations portant sur la structuration de l'interaction sont donc des procédés permettant aux interactants de modifier les rapports de place instaurés dans l'interaction. Nous allons voir maintenant les rapports de place, non seulement négociés à travers la structuration de l'interaction comme nous venons de le voir mais négociés par le biais des identités des locuteurs.

2.1.1.4. Les identités et les rapports de place

Les participants, pour le bon déroulement de l'interaction, ont besoin de savoir à qui « ils ont affaire », il faut qu'ils puissent se constituer une « image » de leur partenaire. Ils doivent avoir accès à leur identité mutuelle, et se construisent une représentation partielle

²¹² Voir mémoire de maîtrise, p. 83-89, et de DEA, p.66-68.

de leur partenaire, grâce au fait que chaque participant produit, tout au long de l'interaction, des indices de son identité et que ces indices sont captés et décryptés par l'autre participant. L'identité est constituée d'un grand nombre d'indices (état civil, caractéristiques physiques, physiologiques, statut et rôles, etc.), mais une partie seulement est pertinente dans le contexte de l'interaction : seules certaines composantes de l'identité sont pertinentes dans le contexte de l'interaction, c'est l'identité contextuellement pertinente :

Ensemble structuré des éléments identitaires qui permettent à l'individu de se définir dans une situation d'interaction et d'agir en tant qu'acteur social (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 56²¹³).

Les échanges verbaux entre deux locuteurs leur permettent donc d'imposer une certaine image d'eux-mêmes, une certaine identité, et ce, par des moyens explicites ou implicites (marqueurs et indices de nature diverse), mais leur permettent aussi d'assigner une place à son interlocuteur. Cette assignation des places est facilitée par la catégorisation sociale. En effet, Sacks a développé la notion de « catégories liées à des activités » (1972). Dans toute interaction, « ***on ne peut faire autrement que de classer la personne qui s'adresse à vous, ou à qui l'on s'adresse, au sein d'un ensemble*** » (Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1981 : 135). Cette catégorisation peut changer au cours d'une interaction, le même individu peut être classé selon plusieurs ensembles. Pour illustrer ce fait, Sacks cite l'échange se déroulant dans un avion, entre une hôtesse de l'air et un passager :

Le passager : Avez-vous des cigarettes ?

L'hôtesse : Non, nous n'en vendons plus

Le « nous » indique qu'elle répond en tant que professionnelle, employée d'une compagnie aérienne. Elle a été catégorisée « hôtesse » et répond à cette catégorisation. Si elle avait pensé que le passager la considérait comme une étrangère, et non comme une hôtesse, dit Sacks, elle aurait pu lui offrir une de ses propres cigarettes (Sacks, 1968 in Bachmann, Lindenfeld et Simonin, 1981 : 135).

En utilisant dans sa réponse « nous pouvons vous aider », la secrétaire montrera alors qu'elle répond en tant qu'employée de l'entreprise. Mais cette définition de soi-même peut être rejetée, contestée, négociée par l'interlocuteur.

L'identité qui est investie dans l'interaction peut être plus ou moins riche ou pauvre, et dans les situations de commerce, elle est, en règle générale, plutôt pauvre. En effet, les seuls attributs réellement pertinents dans ce contexte sont liés aux rôles interactionnels (client versus vendeur). Dans la petite et moyenne entreprise, la secrétaire est catégorisée comme employée de l'entreprise, mais aussi éventuellement, comme épouse du patron (attribut qui peut jouer un rôle, c'est pour cette raison d'ailleurs que nous avons décrit les relations possibles entre secrétaire et patron : d'autres rôles peuvent être attribués à la secrétaire selon la nature de sa relation avec son supérieur).

Dans l'interaction 14, corpus Artisans (2000) :

²¹³ Définition empruntée à A. Giacomi, p. 303.

12C vous vous n'pouvez pas du tout m'donner-

13S -non non mais j'suis pas du tout technicien et: j'sais pas du tout hein

14C d'accord ...

La secrétaire rejette l'identité et les rôles qui lui sont associés, que la cliente essaie de lui attribuer. Ceci est possible parce que le degré de connaissance mutuelle des participants est quasi nul voire nul, et si « mieux on "connaît" X, plus est grand le nombre des propriétés de X auxquelles on a accès » (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 57), l'inverse est également vrai. Dans l'exemple que nous venons de citer, la secrétaire peut se permettre ce genre d'intervention parce que la cliente ne la connaît pas²¹⁴.

Le processus de négociation de l'identité peut se schématiser de la façon suivante, schéma emprunté à Kerbrat-Orecchioni (2000), mettant à jour quatre possibilités concernant le démarrage de la négociation. Deux des négociations portent sur l'identité de S (la Secrétaire), c'est ce qui nous intéresse ici, les deux autres portant sur l'identité de C (le Client) :

S propose à C une identité pour elle –même (S) :

« *Voici qui je suis* » / *je suis la secrétaire/ madame P.* »

→ C - ratifie, c'est-à-dire qu'il confirme, accepte la proposition de S

- conteste. Ceci peut déboucher sur une négociation potentielle.

C fait une proposition pour S (sur la demande de S ou non) :

« *Comment me vois-tu ?* »

→ C fait une proposition pour S (« *Vous êtes madame P. ?* », « *Vous êtes bien la secrétaire* »)

→S - ratifie

- conteste (négociation potentielle) : « *Je ne suis que la secrétaire* », « *Je ne suis pas technicienne* » .

Dans le même temps que les interactants définissent leur statut mutuel, ils spécifient la nature de leur relation. La négociation des identités débouche donc sur celle des places. Ainsi, dans l'interaction 1 du corpus Artisans (97), la secrétaire, à qui le client attribue l'identité d'experte, contrairement à lui, qui se définit donc comme le profane, va accentuer cette identité par des moyens linguistiques implicites :

6C je voudrais un un renseignement si vous pouvez m'le donner **je sais pas**

7S [oui

8C [euh j'ai une table ovale

9S oui

(...)

²¹⁴ Pour avoir discuté avec de nombreuses personnes travaillant dans des bureaux de divers types (cabinet d'avocats, d'assurances, etc.), nous avons pu remarquer que c'est une stratégie familière pour les employés que de profiter du fait que l'appelant ne connaisse pas les attributions de son interlocuteur pour éviter de lui répondre et passer l'appel à un autre collègue.

12C euh j'sais pas 4-5 millimètres à peu près

13S oh bah i'faut bien i'faut bien 5 hein

La secrétaire peut voir, par la formulation de sa requête, que le client n'est pas du tout sûr de lui, de ses connaissances en la matière, ce qui le place automatiquement en position basse. Ce rapport de places est accentué par le fait qu'il explicite ses « ignorances », et par le fait qu'il place explicitement son interlocutrice en position haute, ce qu'elle confirme :

14C enfin vous avez mieux l'habi[tude

15S [oui

(...)

20C par un mètre bah j'ai pris un p'tit peu le [(un p'tit peu)

21S [oh oui là i'faut même du 6 millimètre hein

22C 6 millimètre

23S oh oui autrement ça va ça va pas être assez solide hein

(...)

27S les bords doivent être polis ↑

28C euh: ff: [oui

29S [pour pas qu'ça coupe pa'ce que=

30C =un p'tit peu oui (...)

31S oui pa'ce qu'autrement c'est tranchant le verre hein

(...)

37S (...) en glace claire hein [pas fumée ↑

38C [ah oui oui ah oui oui euh transpa- enfin: blanche

Nous pouvons donc voir ici, que ces deux types de négociations, identités et places sont entremêlées.

Concernant le rapport entre la négociation de la structuration de l'interaction et celle des rapports de places, nous pouvons faire ici quelques remarques sur cette interaction.

En effet, si

les places sont prédéterminées dans le contexte socio-institutionnel (en fonction de données telles que le statut social des interactants, leur position institutionnelle, leur âge respectif, leur compétence...) (Kerbrat-Orecchioni, 1987 : 319),

les cartes peuvent être redistribuées, et les places sont l'objet de négociations permanentes entre les interactants. La relation verticale (de « dominance », de « pouvoir ») dépend non seulement des données institutionnelles, mais aussi de la manipulation d'unités conversationnelles pouvant soit confirmer ces données institutionnelles, soit les modifier, voire les inverser. Parmi ces « relationèmes verticaux » (baptisés « taxèmes » par Kerbrat-Orecchioni), on retrouve, notamment dans nos corpus,

la quantité de parole, le fonctionnement des tours (interruptions, etc.), distribution des « initiatives » (ouverture et clôture de l'interaction, échanges qui la composent), etc.

Ainsi, s'il est vrai que le discours est co-produit par les participants, il existe « une dissymétrie flagrante entre les deux rôles d'émetteur et de récepteur, et d'un primat du dire sur l'ouïr » (Kerbrat-Orecchioni, 1987 : 327). Ainsi, celui qui parle le plus et le plus longtemps se place en position haute et domine l'interaction. C'est ce qui se passe dans cette interaction : la cliente parle plus et plus longtemps que la secrétaire, elle se place donc, de ce côté là, en position haute : C > S.

Ensuite, concernant l'allocation des tours de parole, il n'y a, à priori, pas de problème dans un dialogue, mais elle peut devenir problématique si l'un (L1) interrompt l'autre (L2) très souvent. L'interruption étant une menace pour les faces positive et négative de L2, L1 se place alors en position haute.

5S ah oui bonjour [madame

6C [ça va ↑

7S ça va j'vous remercie [et vous

8C [j'vous appelle (...)

(...)

11S non il est pas là pour l'in[stant

12C [bon alors (...)

(...)

27S (...) i'va rentrer manger d'toute façon [donc euh j'vais lui dire

28C [et puis pour la boîte (...)

(...)

47S alors y'avait pas d'raison qui [en y ait là

48C [voit'mari (...)

Ici encore, la cliente interrompt la secrétaire plus que la secrétaire ne l'interrompt, ce qui est un acte menaçant pour la secrétaire, d'autant plus qu'elle le fait dès l'ouverture. La cliente se place donc ici aussi en position haute : C > S.

Ensuite,

se met en position haute celui qui est responsable de l'ouverture et de la clôture des différentes unités constitutives du texte échangé, celui donc qui en prend l'initiative (Kerbrat-Orecchioni, 1987 : 329).

Dans l'interaction 2, la cliente impose son thème, ce qui est logique puisqu'elle est l'appelante, mais elle le fait de façon peu polie puisqu'elle n'écoute pas la réponse de son interlocutrice à la question sur la santé qu'elle a formulée (sans oublier qu'elle ne répond pas à la question-de-salutation que la secrétaire lui renvoie). De plus, c'est la cliente qui va décider quand clôturer l'interaction (elle ne le fera qu'à la cinquième pré-clôture de la secrétaire). La cliente est là aussi en position dominante.

Pour finir, le contenu pragmatique, c'est-à-dire la valeur illocutoire des énoncés, a

aussi de l'importance dans la négociation de la structuration et des rapports de place. En effet, les actes de langage peuvent fonctionner comme taxèmes de position haute (ils peuvent être une menace pour l'une et/ ou l'autre des deux faces du destinataire, comme l'ordre, la critique, etc.). Dans notre interaction, la cliente formule un certain nombre de réclamations (en 12C, 14C, 20C, 22C). Ce sont des actes menaçants, d'une part, pour la face positive de la secrétaire et de l'entreprise : il s'agit d'une critique, d'autre part pour la face négative de la secrétaire : elle fonctionne en même temps comme une requête implicite. Ainsi, même si la plupart des négociations décrites ici restent discrètes dans nos corpus, et sont même souvent plutôt des processus d'ajustement, il est important de souligner qu'il peut tout de même y avoir, dans ce type d'interaction, la constitution de subtils rapports de domination.

2.1.2. Les modes de la négociation

2.1.2.1. La place de la négociation dans l'interaction et ses modalités

En ce qui concerne la place de la négociation dans l'interaction, c'est à l'ouverture de l'interaction que se concentrent certains mécanismes d'ajustement. En effet, c'est à ce moment là que se fixent les règles du jeu interactionnel, que les interactants essaient de s'accorder, de se mettre sur la même longueur d'onde.

Elle doit rendre possible l'échange, donner le ton, définir la situation et les négociations explicites ou implicites en ce qui concerne les identités, la relation, le but de la rencontre, son type et son style, son existence (Thomsen, 2000 : 32).

Dans la séquence d'ouverture, nous retrouvons donc avant tout des négociations concernant les images véhiculées par chacun, leurs identités, ainsi que les places de chacun, et les relations qu'ils vont entretenir. Il est évident que ces processus d'ajustement sont nécessaires au bon déroulement de l'interaction, et se déroulent donc en ouverture. Par contre, des éléments comme les thèmes, les opinions, les tours de parole se négocient tout au long de l'interaction, ou se renégocient s'ils sont prédéfinis avant le début de l'interaction. L'enjeu de ces négociations est la poursuite de l'interaction, mais aussi de l'histoire conversationnelle. Ce sont des négociations conversationnelles de ce type que nous trouvons dans nos interactions de travail : les identités étant prédéfinies, ce sont avant tout des négociations de la structuration de l'interaction que nous avons relevées.

Concernant les modalités, les instruments de la négociation peuvent être de nature verbale ou paraverbale (prosodie, posture, mimiques, etc.), mais sont, dans le cas de nos interactions, strictement de nature verbale. Les interactants n'ont pas recours à d'autres instruments que le langage pour négocier. En ce qui concerne les *techniques* auxquelles peuvent recourir les interactants, elles varient selon le type de situation communicative, et selon l'objet qui donne lieu à la négociation (ainsi, les procédés argumentatifs sont-ils plus adaptés à la négociation des opinions).

Ensuite, la négociation peut s'effectuer sur le mode implicite ou explicite, tout dépend ici aussi de la situation de communication et de l'objet de la négociation. D'après certaines études²¹⁵, les négociations commerciales se déroulent la plupart du temps sur le mode

explicite. Ainsi, les négociations de prix ou délais, si les locuteurs veulent aboutir à un accord, doivent se dérouler de façon explicite, sans ambiguïté possible. Nous en venons ainsi à l'issue de la négociation.

2.1.2.2.L'issue de la négociation

Nous avons vu, avec le schéma emprunté à Traverso, que la négociation pouvait avoir différentes issues. Le point commun à toutes ces négociations est qu'elles naissent d'un ou de plusieurs désaccords entre les interactants. Ce désaccord peut être exprimé ou pas, l'objectif étant alors d'éviter tout conflit. Si le désaccord est exprimé, il peut être résolu par différents moyens :

- Les deux participants trouvent un compromis qui les satisfera tous les deux, en modifiant leurs attitudes mutuelles. C'est l'aboutissement « idéal » d'une négociation, car il n'y a ni gagnant, ni perdant, les deux participants ont trouvé un terrain d'entente.
- L'un des deux participants peut accepter de se rallier à la position de l'autre, en abandonnant sa position initiale. On parle de « ralliement spontané », même si toutefois, l'un des locuteurs se trouve alors en position basse par rapport à son partenaire.
- Ils peuvent s'obstiner tous les deux dans leurs positions initiales. C'est le « statu quo ». Deux cas peuvent se présenter : soit chacun rejette les concessions de l'autre, soit chacun reste sur ses positions de départ.
- Enfin, l'un des deux peut l'emporter par la force. Il s'agit donc d'un ralliement contraint et forcé, encore qu'il n'est pas facile de décider si le ralliement s'est fait librement ou sous la contrainte.

Dans les deux premiers cas, la négociation est une réussite : les interactants choisissent le compromis ou le ralliement. Dans les deux autres cas, la négociation est un échec puisqu'il n'y a pas de véritable négociation. Il est vrai que toute négociation ne nécessite pas systématiquement d'aboutir à une réussite. Si une négociation des opinions échoue, cet échec ne nuira pas à la suite de l'interaction (les interactants peuvent changer de sujet). L'échec de la négociation ne sera donc pas fatal à la poursuite de l'interaction. Par contre, une négociation des tours de parole ou des thèmes doit aboutir à une réussite, si les interactants veulent poursuivre l'interaction (ils ne peuvent pas parler tous en même temps). La secrétaire peut donc choisir d'entrer en négociation ou non avec le client, que ce soit pour la négociation d'un prix, d'un délai, d'une visite du patron chez le client ou sur un chantier. Ce choix dépend souvent d'une tierce personne, à savoir ici, le patron. La secrétaire peut entrer dans la négociation avec le client, mais si cela ne fait pas partie de ses fonctions, elle le fait alors sous le regard approbateur de son supérieur, puisqu'il peut la voir de son bureau (les bureaux communicants le permettent)²¹⁶. Mais la secrétaire

²¹⁵ Voir Weiss et Stripp, 1998 in Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 14.

²¹⁶ Nous le verrons ensuite avec l'entreprise Transporteurs. La secrétaire négocie des prix sous l'œil approbateur de son patron puisqu'il la voit (fenêtres coulissantes).

peut aussi tout faire pour éviter, empêcher la négociation.

a) L'évitement de la négociation

Même s'il y a désaccord entre les locuteurs, il ne sera alors pas (ou très rarement) verbalisé par la secrétaire. Elle devra donc « absorber » les critiques, ravaler son orgueil, et faire des concessions, afin d'éviter le conflit éventuel et de préserver la relation. Pour ce faire, la secrétaire a en sa possession différentes stratégies d'évitement, liées à ses rôles et statuts. Elle peut se déresponsabiliser en limitant son rôle. Au lieu de prendre plus de « pouvoir », au contraire, elle s'en donne moins : « je ne suis que la secrétaire ». Ceci peut signifier deux choses : d'une part, que ce n'est pas son rôle (si un client essaie de négocier une « ristourne », elle refusera de s'engager). Elle jouera alors avec l'étendue de ses rôles et le flou les entourant, en le limitant à celui de standardiste. Mais elle peut aussi jouer sur ses différents statuts pour justifier son non-engagement dans la négociation : « je ne suis que la femme du patron »²¹⁷. D'autre part, cela peut signifier qu'elle n'a pas les connaissances nécessaires. N'étant pas la personne adéquate, elle ne peut négocier quoi que ce soit avec le client. La négociation est en quelque sorte « empêchée », du fait qu'elle rappelle au client qu'il est face à la secrétaire et non au responsable de l'entreprise. Elle n'aura que le rôle de transmettre les informations à la personne concernée. La négociation est donc ensuite « déplacée », dans le sens où il y a un report de la négociation (ce qui suppose donc que les locuteurs se recontacteront²¹⁸). La secrétaire ira négocier ailleurs, et plus tard (avec son supérieur).

Dans l'entreprise Artisans, cette réaction de la secrétaire est très courante. Sa « stratégie » est d'éviter le conflit le plus souvent possible en se déresponsabilisant, ici en explicitant son incompetence, alors que dans la réalité, son rôle est très fort dans l'entreprise. C'est ce qui se passe dans l'interaction 14 (corpus 99) :

4C je devais rappeler en fin de matinée pour avoir la: le patron au sujet: d'un profilage en alu pour-

5S -il est il est déjà reparti

(...)

12C vous vous n'avez pas du tout m'donner-

13S -non non **j'suis pas du tout technicien** et: **j'sais pas du tout**

L'évitement de la négociation semble être l'une des stratégies voire la stratégie préférée des secrétaires. En effet, éviter la négociation en se déresponsabilisant (« je ne suis *que* la secrétaire ») semble être une stratégie choisie par les secrétaires afin d'éviter de s'engager dans des interactions dont les conséquences pourraient dépasser leurs responsabilités. Ainsi, lorsqu'un client se plaint du délai de livraison trop long selon lui, délai imposé par l'entreprise Fournisseurs, la secrétaire admet ne rien pouvoir changer et renvoie cette responsabilité sur le service en charge des livraisons.

²¹⁷ Elle peut d'ailleurs, dans d'autres situations, utiliser ce statut pour se valoriser, notamment face aux représentants récalcitrants à l'idée de s'adresser à une « simple » secrétaire : « Je ne suis pas seulement la secrétaire, mais avant tout la femme du patron ».

²¹⁸ Nous pourrions reconstituer une histoire conversationnelle.

Interaction 13 25L (...) j'ai euh date de départ au 30 juillet

(...)

29L D. au 28 août

(...)

32C i'sont fous ↑

(...)

35L ah bah **maint'nant les délais**

(...)

43L (2') bah écoutez j'vais voir j'vais **les** appeler j'vais voir ...

Interaction 16 15L oh la la au 30 juillet ça va être la catastrophe

16C ouais ça (rire) bah j'pensais qu'en commandant au 22 juin ça s'rait bon quoi

(...)

29L mm bah j'comprend pas qu'i'mettent aussi long j'espère qu'ce n'est qu'une erreur

Interaction 38 12C M le M 6633 meilleur délai que j'peux avoir je j'ai 15 barres d'urgence

(...)

19M meilleur délai euh: [pa'ce qu'on est jeudi

(...)

21M bon j'vais voir avec Patrick mais là . m'sieur M. **i'm**'dit p't-être **on** va essayer de faire quelque chose pour lundi sinon ça s'rait jeudi

Nous pouvons voir avec ces exemples que, s'il est vrai que la secrétaire n'a aucun pouvoir pour faire modifier les délais, par sa seule volonté, elle peut toutefois souligner auprès des responsables de livraison l'urgence dans laquelle se trouve le client, et elle peut aussi agir auprès de son supérieur, qui lui, aura une plus grande influence sur les délais de livraison. La secrétaire évite donc la négociation de délai en soulignant son incompetence dans ce domaine, mais elle peut, selon les situations, la déplacer pour négocier plus tard avec les personnes compétentes.

b) Le ralliement à la position de l'autre

Dans l'exemple qui suit (corpus Assureurs), la cliente demande un service particulier à l'entreprise, par le biais de sa secrétaire, service qu'elle n'est pas obligée de rendre. Il s'agit donc de lui faire faire quelque chose qui n'est pas forcément dans ses fonctions : c'est une négociation du service. On peut donc le considérer un peu comme du service après-vente, c'est-à-dire un service rendu à une cliente. Si la secrétaire ne veut pas « contrarier » sa cliente, et que sa cliente et elle ne peuvent trouver un compromis, la secrétaire va donc accepter de se rallier à la position de son client. Ainsi, elle évite la négociation et la possibilité d'une mésentente entre eux. Cet exemple montre bien que dans ce cabinet, le « service après-vente » est important, ce qui est probablement du à la

petite taille de l'entreprise et sa situation dans une petite ville. Ceci lui donne un caractère familial, de proximité avec ses clients, qui sont donc souvent en contact avec « leur » secrétaire, leur conseillère²¹⁹.

10C bonjour (...) vous savez pas la nouvelle là

11S qu'est qui vous arrive

12C (...) on vient d'm'appeler du « Bois de X. » en m'disant que:: le fax qu'on leur a envoyé i'prenaient absolument pas- i'prenaient en charge juste le prix d'la chambre (...) alors elle m'a téléphoné [pour m'dire écoutez

(...)

14C (...) elle m'a dit est-ce que vous avez bien dit qu'c'était une maison médicale□ j'lui ai dit **moi j'en sais rien**

15S mais i's'ont appelé directement Paris enfin le service a appelé directement la:: la clinique (...)

16C bah **j'en sais rien**

(...)

18C bah elle m'a dit est-ce que vous avez bien euh:: signifié qu'c'est une maison médicale j'lui ai dit écoutez **c'est pas moi** c'est le::

19S mais écoutez . je pense que le mieux dans ces cas-là c'est que la personne euh je sais pas qui vous avez eu (...)

20C (...) madame B. **j'en sais rien**

21S cette personne elle a le fax de la compagnie

22C oui

23S donc elle doit avoir les références de la personne qui a faxé ça

(...)

25S qu'elle l'appelle directement

26C oui mais j'crois qu'elle l'a déjà fait

(...)

32C j'avoue que **moi j'avoue que:** (...) si c'est pour moi (...) c'est 1000 F par jour donc **j'peux pas**

(...)

34C ouais ah bah moi **j'peux pas**

(...)

36C 1000 F par jour à payer non **c'est pas possible**

(...)

²¹⁹ Chaque secrétaire traite de dossiers particuliers. Le client traite ainsi toujours avec la même personne dans le cabinet.

38C (...) alors là **j'avoue qu'je pige pas là** .. pfff

39S j'avais essayer d'la joindre cette personne à Paris pour avoir plus d'explications

40C ah ça m'ennuie pa'ce que bon en plus je suis à Ste Maxime je sais pas c'est pas évident là (...) j'lui ai dit qu'j'la rappellerai cet après-midi ou c'matin

(...)

42C mais moi j'sais pas quoi lui dire **ça vous ennuerait d'appeler vous non** □

43S la- QUI □ la dame du bois de X.

(...)

45S oui mais- moi j'veux bien l'appeler mais:: euh:: bon j'voudrais avoir plus d'expli- bon donnez-moi son nom

(...)

80C bah si ça vous ennue pas j'veux bien écoutez j'peux vous rappeler euh: en fin d'matinée peut-être

(...)

83S moi j'préférerai qu'vous me rappeliez cet après-midi

(...)

87S quand vous voulez moi j'avais essayer d'la j- oh essayez avant midi hein d'toute façon si je l'ai eu

88C j'essayerai

L'entrée en matière, succincte et familière, de cette assurée, montre bien que c'est une « habituée », une cliente assurée de longue date, que son interlocutrice connaît bien. Cette assurée expose d'abord les faits qui lui posent problème : une histoire de faible prise en charge d'un séjour suite à une opération, ce qui n'était pas prévu au départ. Elle commence par exposer la situation en formulant plusieurs « *moi, je ne sais pas* », pour montrer son incompetence pour régler ce problème. Elle souligne ainsi par là la distinction entre l'identité de « profane » (le client) et celle d'« expert » (la secrétaire/ conseillère), en verbalisant plusieurs fois le fait qu'en tant que cliente, elle ne *sait pas*, alors que la secrétaire est l'expert, donc qu'elle *sait* (et qu'elle peut). Quand la secrétaire²²⁰ propose une solution, en 25S, qui impliquerait que l'assurée fasse l'intermédiaire entre la clinique et Paris, celle-ci rejette immédiatement la proposition. Cette cliente continue d'exprimer son impossibilité à résoudre ce problème avec des formules du type « *j'avoue* », « *je ne comprends pas* », « *je ne peux pas* »... La secrétaire finit par faire une proposition (appeler Paris), en 41 : « *je vais essayer de la joindre* ». Cela ne convient toujours pas à la cliente, qui veut que la secrétaire appelle directement la clinique qui doit l'accueillir. La secrétaire ne l'avait pas prévu (à son intonation, elle semble surprise), et accepte, après quelques hésitations, de l'appeler. Elle finit donc par accepter de rendre le service pour lequel l'assurée négociait.

Nous allons décrire maintenant un autre type de négociations, que nous retrouvons

²²⁰ Elle a plutôt ici un rôle de conseillère.

dans nos corpus, les négociations commerciales. Lors d'interactions de travail en effet, les clients peuvent avoir pour objectif la négociation d'un prix, d'un délai, d'un rendez-vous. Pour mener à bien leur négociation avec l'entreprise, les clients vont utiliser les procédés argumentatifs mis à leur disposition pour réussir leur négociation commerciale. C'est ce que nous allons voir maintenant.

2.2.L'argumentation dans les négociations commerciales

Dans les interactions de travail, des négociations sur des objets externes à l'interaction peuvent se dérouler entre les interactants.

On parle de négociation dès lors qu'au cours d'un échange quelconque, les participants s'engagent dans une activité discursive visant à se mettre d'accord sur une décision concernant un objet de nature variable, mais en tout état de cause extérieur au déroulement de l'interaction elle-même (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 71).

Ces négociations dont nous allons parler ici se situent dans des phases ou séquences de l'interaction, et non sur la totalité de l'interaction.

Le consensus, même s'il est déjà établi, peut être, en effet, mis à mal et sujet à certains désaccords. Chaque participant peut alors tenter de négocier, en essayant d'exercer une pression sur le partenaire pour le faire changer de position et arriver à un accord. Il peut recourir à différentes stratégies²²¹ : la coercition (qui peut prendre l'aspect de la menace, de bluff, etc.), la dissimulation (manipulation et rétention d'informations), la persuasion (par la séduction notamment), l'accommodation (recherche des points d'accord, jouer sur les relations interpersonnelles, etc.). Nous pouvons nous aider, pour cette analyse de l'argumentation, notamment des études des argumentations dites « quotidiennes », c'est-à-dire menées hors cadre institutionnel, comme les travaux de Moeschler, portant sur l'argumentation dans la conversation ; mais aussi de la rhétorique, comme « faculté de considérer, pour chaque question, ce qui peut être propre à persuader » (Aristote, 1991 : 85), c'est-à-dire, « le caractère moral (de l'orateur) qui amène la persuasion », « la disposition des auditeurs », « le discours lui-même », ou encore de l'analyse des négociations par Strauss. Nous prendrons, pour l'analyse des interactions spécifiques que nous faisons ici, la définition élaborée par Christa Thomsen

²²² :

Argumenter c'est plus spécifiquement adresser à un interlocuteur un argument, c'est-à-dire une raison pour faire accepter la requête (argumentation) ou pour refuser la requête (contre-argumentation, objection), et cela dans un contexte de débat orienté par une question (2000 : 66).

Cette définition de l'argumentation a été élaborée dans le cadre d'une analyse de la séquence de la requête, dont le but final est d'obtenir une réaction, et plus précisément,

²²¹ Touzard (1977) en distingue quatre, reprises par Marc & Picard, 1989 : 206-207.

²²² Elle a travaillé sur les conversations d'affaires au téléphone Voir l'élaboration de sa définition de l'argumentation p. 64-67 (2000).

une réaction positive, une acceptation. Les interactants vont donc élaborer des stratégies, définies par Bange (1992 : 212) comme « **un ensemble d'actions partielles mises en ordre pour atteindre un but** », l'acceptation, dans ce contexte, de la requête.

Nous verrons donc dans une première partie comment nous pourrions décrire nos négociations par le biais de l'approche de Strauss, puis en quoi l'argumentation conversationnelle (approche de Jackson et Jacobs) peut nous être utile pour l'analyse de certaines des négociations de nos corpus. Nous verrons enfin en quoi l'argumentation dans l'analyse du discours (approche de Moeschler) peut nous être utile dans la description de l'argumentation dans les négociations de nos interactions.

2.2.1 La négociation selon l'approche de Strauss

La notion d'action, notamment l'action de négociation dans toute forme de travail social, a servi de fil conducteur à ce sociologue interactionniste américain (école de Chicago). Il a analysé ce concept en relation avec son environnement structurel (les contextes : le contexte proche, immédiat et le contexte lointain, structurel). Le point de départ de la théorie de Strauss concernant l'espace social et les rapports sociaux, de son approche en termes d'*ordre négocié* (*negotiated order*), est que

les organisations ne sont pas des formations structurées par des règles normatives univoques, les actions qui s'y déroulent ne sont pas déterminées par la simple application de prescriptions ou de règles de conduites libres de toute intervention de la personne de l'acteur (Baszanger, in Strauss, 1992 : 45).

En effet, les règles se construisent et se maintiennent par le dialogue, et les organisations se reproduisent dans et par l'action, « **leurs buts et stratégies sont matière à débats, les accords prennent des formes très diverses** ». L'ordre social est donc un ordre négocié. Pour Strauss,

il existe toujours une frange de négociation à l'intérieur de tout ordre social (...) puisque la négociation est inéluctablement attachée aux entreprises communes à plusieurs personnes, groupes ou organisations (Reynaud, 1980, in Strauss, 1992 : 46).

De plus, les négociations respectent certains schémas, elles sont subordonnées à des conditions structurelles (qui négocie, avec qui, quand, à propos de quoi, etc.).

La négociation, on l'a dit, est un des moyens « pour obtenir que les choses se fassent ». Elle est utilisée pour que se fasse ce qu'un acteur (personne, groupe, organisation, nation, etc.) souhaite voir accompli (Strauss, 1992 : 252).

Dans « le paradigme de la négociation » (p. 258-262), Strauss définit le contexte de la négociation en deux parties : le contexte immédiat de la négociation (au moment de la négociation), et le contexte structurel.

Le contexte structurel de la négociation est constitué d'éléments fixes, qui préexistent à la négociation. Il s'agit du cadre (au sens large) à l'intérieur duquel les négociations se déroulent. Il contient des éléments pouvant donner un grand nombre d'explications de la négociation :

- secteur, d'activité, les lieux (les locaux de l'entreprise),

- accords existants,
- fonctionnement et règles institutionnelles,
- partenaires institués,
- groupes professionnels, etc.

Le contexte local de la négociation est constitué des éléments pertinents au moment de la négociation :

- les participants, que Strauss nomment les « négociateurs » : nombre, expérience, statut, qui ils représentent, leurs buts affichés et explicites, etc.,
- le cadre de la négociation (le lieu, les dispositifs, la temporalité : rythme de la négociation, durée limitée ou non),
- la situation de négociation : visibilité ou non de la transaction (caractère public, privé, semi-public), les modes d'action (autorité, force, évitement, etc.).

Pour Strauss, les caractéristiques du contexte d'une négociation ne peuvent être décrites, analysées, sans prendre en compte le contexte structurel associé. Les deux contextes sont en étroite relation. Nous allons ainsi examiner la manière dont le contexte structurel et le contexte local sont mobilisés dans l'interaction elle-même afin de protéger les faces des interactants et de préserver la relation. Nous verrons ensuite que les rôles des secrétaires, rôles définis par chaque entreprise et redéfinis par la secrétaire et par le client, modifient très largement le cours des interactions, et précisément des négociations.

2.2.1.1. Le contexte local

Concernant le contexte local de l'interaction, et précisément les participants, nous avons dans nos corpus, d'un côté les clients ou clients potentiels, de l'autre la secrétaire de l'entreprise. Les corpus présentent des situations spécifiques dans le sens où une majorité des clients qui appellent ne le font pas forcément dans le but d'acheter : beaucoup d'appels sont des demandes de renseignements (demande de prix, de délais, de service), et d'autres sont équivalents à du « service après-vente ». Il arrive aussi assez souvent que l'appelant, pour diverses raisons (réclamations, demandes particulières²²³), veuille parler au patron, et doit donc pour cela passer le « filtre » de la secrétaire. Le client (potentiel), sauf si c'est un « habitué », ne sait pas à l'avance comment fonctionne l'entreprise ni quel est le pouvoir de la secrétaire dans l'entreprise²²⁴. Il ne sait donc pas quels sont les facteurs qui peuvent intervenir en sa faveur ou défaveur. Il redéfinit alors, selon ses connaissances, les rôles de la secrétaire au cours de l'interaction.

2.2.1.2. Le contexte structurel : les lieux

²²³ Les représentants demandent systématiquement à parler au patron, et refusent même souvent de donner le but de leur appel à la secrétaire.

²²⁴ D'autant plus qu'il peut n'avoir que des relations téléphoniques avec l'entreprise. Il sera donc nécessaire de distinguer les clients habitués (clients sur du long terme) et les clients non-habitués, puisque les rôles de la secrétaire vont varier selon ceux-ci.

Parmi les éléments (externes à l'interaction) pouvant intervenir sur le cours de l'interaction (donc sur une négociation éventuelle), nous allons voir que la taille de l'entreprise, ainsi que les espaces de travail en eux-mêmes, interviennent sur le comportement que la secrétaire aura dans une négociation. Nous trouvons ici une justification à notre description dans notre première partie des espaces de travail.

Plus l'entreprise est grande, plus les gens sont éloignés dans l'espace. Inversement, plus l'entreprise est petite, plus les gens travaillent ensemble dans les mêmes espaces. En schématisant les plans des locaux de ces entreprises afin notamment de représenter l'espace de travail de chaque secrétaire²²⁵, il est ressorti que dans certaines entreprises, comme les Transporteurs et Artisans, la secrétaire voit son patron, même s'ils ont deux bureaux séparés²²⁶. Dans d'autres entreprises, comme l'entreprise Assureurs ou Fournisseurs, les secrétaires ne peuvent pas voir leur supérieur, celui-ci étant dans un bureau totalement fermé. Ainsi, le patron a ou non la possibilité, selon le type d'entreprises, d'intervenir durant l'interaction pour donner son avis (notamment « je ne suis pas là »...). Chez les Transporteurs, il n'est pas rare que le patron écoute la conversation mais n'intervienne pas directement. La secrétaire devient son messenger, son porte-parole, et surtout, elle peut prendre certaines responsabilités sous l'œil approbateur de son supérieur. Dans les autres entreprises, les secrétaires sont plus ou moins livrées à elles-mêmes. Soit elles résolvent elles-mêmes le problème, soit elles ont recours explicitement à leur supérieur. Leur marge de manœuvre s'en trouve alors assez réduite face à l'imprévu : elles ne peuvent pas se permettre de s'attribuer des fonctions qu'elles n'ont pas. Par exemple, chez les Fournisseurs, le client ne négocie jamais avec son interlocutrice. Elle n'a pas ce pouvoir, et ne pourrait même pas le prendre exceptionnellement, si son chef le lui accordait d'un regard.

Dans l'interaction 38 de ce corpus, la secrétaire est en communication avec un client très pressé²²⁷, qui a besoin de matériaux dans de très brefs délais. La secrétaire ne peut rien faire d'elle même, mais le patron qui se trouve à côté, décide d'intervenir et de faire jouer son statut pour arranger le client :

12C M le M 6633 meilleur délai que j'peux avoir je j'ai 15 barres d'urgence

(...)

16C 6633 *il murmure* : putain c'est dingue ça ... j'vais pas passer... lundi encore ça serait pas grave

17M ouais c'st bon y a du stock

18C vous avez du stock et si je vous le commande maintenant je l'aurai quand . meilleur délai

19M meilleur délai euh: [pa'ce qu'on est jeudi

²²⁵ Voir notre description et analyse des espaces de travail des entreprises, dans notre première partie.

²²⁶ La secrétaire voit de son bureau par le biais d'une fenêtre ou d'une porte-fenêtre coulissante.

²²⁷ De plus en plus aujourd'hui, les entreprises doivent travailler vite et bien.

JP [j'sais pas **si on peut** l'rajouter au stock de lundi **mais** faut l'rappeler **on peut essayer** d'le rajouter au stock de lundi mais faut l'rappeler monsieur L.

M . **non mais** ça s'fait ↑

JP **essayez** si en BLI [essayez

M **bon** j'vais voir avec Patrick **mais là**

20M **m'sieur M. i'm'dit p't-être** on va essayer de faire quelque chose pour lundi sinon [ça s'rait jeudi

21C [ouais bon non mais jeudi ça ça ça

22M ça va plus

Dans le petit échange enchâssé dans l'interaction, entre la secrétaire et son supérieur, nous remarquons que c'est bien le directeur d'agence qui décide d'arranger le délai pour ce client. La secrétaire semble pessimiste pour les délais, d'autant plus qu'elle n'aurait rien pu faire seule. Ceci n'est possible ici que parce que le directeur d'agence était devant le bureau des secrétaires, bureau ouvert sur le hall d'accueil, et qu'il écoutait la conversation (sur haut-parleur) tout en discutant avec un technicien.

2.2.2.L'argumentation conversationnelle

Sally Jackson et Scott Jacobs ont élaboré ce modèle dans le cadre de l'analyse conversationnelle²²⁸, c'est-à-dire qu'ils analysent l'argumentation comme « étant mise en œuvre sous des conditions non idéales par des participants non idéaux (par exemple dans des conversations ordinaires) » (Thomsen, 2000 : 58). Pour repérer les arguments dans une argumentation, ils ont repris la distinction opérée par O'Keefe²²⁹, qui a distingué deux types (deux sens) d'arguments : l'argument-1 et l'argument-2. L'argument-1 est un acte de langage effectué par une seule personne, l'argument-2 est une interaction entre deux ou plusieurs personnes dans laquelle un désaccord s'exprime ouvertement. Partant de là, O'Keefe a décrit trois niveaux auxquels opère l'argumentation :

- Au premier niveau, les interactants se donnent réciproquement des raisons (Argument-1 + Argument-2) (cas prototypique pour les auteurs),
- Au deuxième niveau, les interlocuteurs se disputent, le conflit monte mais les locuteurs ne se donnent pas de raisons (Argument-2 sans Argument-1),
- Au troisième niveau, les interactants donnent des raisons sans qu'il n'y ait de différend (Argument-1 sans Argument-2).

Cette conception a ensuite été utilisée par Jackson et Jacobs afin d'élaborer leur modèle structurel, modèle facilitant le repérage des arguments. Nous ne reviendrons pas sur ce

²²⁸ Voir leur article, paru en 1989, « Building a model of conversational argument », in *Rethinking communication*, Dervin, Brenda et al. (éds.), vol. 2 : 153-171, Newbury Park, CA : Sage.

²²⁹ 1977 : « Two concepts of argument », in *Journal of the American Forensic Association* 13 : 121-128.

modèle qui a évolué par trois fois après sa création (voir la description détaillée des trois modèles dans Thomsen, 2000 : 72-96). Mais nous allons décrire tout de même le fondement de ce modèle, qui nous sera utile dans notre analyse, le concept de la paire adjacente. Jackson et Jacobs ont adopté ce concept notamment pour localiser des structures potentiellement argumentatives, comme les expansions préliminaires (*presequences*), les expansions enchâssées (*inserted sequences*, paire adjacente insérée entre le premier membre et le deuxième d'une paire adjacente dominante), et les expansions postséquentielles (*postexpansions*, paire adjacente insérée après le deuxième membre de la paire adjacente dominante). Ainsi, les expansions préliminaires sont « des paires d'énoncé qui ont pour fonction de mettre en place les conditions de réussite de l'échange qui suivra » (Thomsen, 2000 : 75). Elles permettent de « préparer le terrain », afin que l'acte principal, ici la requête, soit accepté par l'interlocuteur. Le locuteur a ainsi la possibilité d'influencer la direction de la conversation.

Extrait de l'interaction 1, corpus Artisans (99) :

6C oui euh je suis madame D. de la société G. multimédia Lyon . j'aurai voulu savoir si il's'rait possible d'avoir une personne qui puisse nous rendre visite pour un devis .

7S oui

8C pour euh:: comment vous expliquer ça c'est (soupir) c'est compliqué en fait euh nous avons des: des des grandes vitres . à notre accueil

Extrait de l'interaction 5

8C (inaudible) j'vous appelle d'abord pa'ce que certains d'mes clients n'ont pas: n'ont pas reçu mais j'pense que vous: . le (inaudible)

9S oui j'l'ai reçu cette semaine enfin la s'maine qui vient d'se terminer là hein

(...)

14C ah d'accord donc (inaudible) certains d'mes clients l'attendent encore . donc euh: donc voilà . donc vous m'aviez d'mandé d'vous rappeler euh

Les deux appelantes, une cliente et une représentante, utilisent toutes deux un certain nombre de préliminaires à leurs requêtes, afin de préparer le terrain et d'avoir une réponse positive de la part de la secrétaire. Si, dans le premier exemple, il s'agit probablement de pure politesse linguistique, dans le deuxième exemple, il s'agit bien d'une séquence argumentative. L'appelante sait que son appel va déranger la secrétaire, d'autant plus qu'elle vient la relancer suite à un envoi de documents publicitaires. Elle insère donc, avant sa requête, une expansion préliminaire sous forme de vérification d'information : « **Avant toute chose, avez-vous bien reçu le document ?** ». « **Un pré peut ainsi servir à éclaircir des questions subordonnées qui doivent nécessairement être éclaircies avant qu'on puisse obtenir un accord ou un désaccord** » (Thomsen, 2000 : 76). La représentante commence donc par vérifier que le document a été reçu par la secrétaire, puis, avant de formuler sa requête, elle se justifie de cette demande d'information (en 14C).

Nous ne reviendrons pas en détail sur les *pré* puisque nous en avons déjà parlé dans notre partie précédente concernant la séquence de la requête. Toutefois, la distinction

opérée par O'Keefe concernant les différents types d'arguments peut nous éclairer pour l'analyse de certaines de nos négociations. En effet, nous avons, dans nos corpus, des interactions durant lesquelles les locuteurs argumentent, sans qu'il y ait pourtant de désaccord apparent. Peut-être ne pouvons-nous alors pas parler de négociation, mais comment savoir si les arguments d'un des locuteurs n'ont pas été, tout de même, utiles dans la prise de décision de l'autre locuteur, et ce, même s'il semblait d'accord au début de l'interaction ?

Dans la même interaction que celle citée précédemment, l'interaction 5, la suite de l'interaction se déroule de façon consensuelle, alors que les deux interactants sont plutôt en différend : la représentante veut vendre un produit à son interlocutrice, la secrétaire (qui représente l'entreprise), alors que la secrétaire n'est pas intéressée par ses produits mais n'ose pas lui dire explicitement. La représentante argumente en sa faveur dans le but de faire agir la secrétaire comme elle le souhaite (consulter son offre, en parler avec son supérieur, acheter), alors que la secrétaire plaide en sa propre faveur, justifie son manque d'intérêt pour l'offre de la représentante, par le manque de temps. Mais aucun désaccord n'est explicitement formulé (« votre offre ne m'intéresse pas », « vous ne faites aucun effort pour vous intéresser à mes produits », etc.)

12C vous l'avez bien re[çu

13S [j]'l'ai reçu vendredi j'crois hein

14C (...) donc vous m'aviez d'mandé d'vous rappeler euh=

15S =oui **mais** alors euh j' j'l'ai reçu **mais** c'est sur mon bureau et:: là en fin de semaine moi **j'ai pas eu l'temps** de de l'montrer ni mon mari ni rien **on n'a pas eu l'temps** d'regarder hein

16C d'accord:=

17S =oui **j'vous avais dit d'rappeler** courant avril mais bon (petit rire)

18C ah **non mais** (inaudible) j'vous rappelle avec plaisir courant avril [(inaudible)

19S [hein↑ oui oui on l'a bien reçu hein **mais** c'est vrai j'ai même pas eu l'temps de lui montrer **voyez** hein

(...)

21S alors euh il est sur mon bureau ça c'est sur [mais

22C [(rire)

23S **mais** bon j'ai pas trouvé un moment (...)

(...)

26S ouais ouais ouais ah bah très bien j'vous appelle donc courant [courant

(...)

28S oui bah si vous avez besoin d'moi vous savez surtout n'hésitez pas

La représentante, étant dans l'incapacité de répondre à l'argument de la secrétaire, argument qu'elle répète plusieurs fois, va décider de conclure avec l'accord de la secrétaire, et repousser ainsi, à une date ultérieure, la véritable négociation sur les objets

(qu'elle représente).

2.2.3.L'argumentation selon l'approche de Moeschler

L'approche de Moeschler s'est faite dans le cadre de l'analyse du discours (modèle genevois). Il tente de définir la cohérence du discours en termes de contraintes, de différents types. Ces contraintes sont des normes, des conditions, qui régissent l'activité sociale qu'est le discours, ce sont des contraintes discursives. Elles ont différents aspects, liés à la nature rituelle de l'interaction (ce sont des contraintes interactionnelles, principalement d'ouverture et de clôture), à la structure de l'interaction, c'est-à-dire liées aux types d'enchaînements qu'elle présente (appelées contraintes structurelles, elles sont imposées par le déroulement de l'interaction). Cette approche du discours par des contraintes a été souvent discutée, remise en cause par de nombreux linguistes travaillant sur des données naturelles. En effet, d'après Roulet,

Dès qu'on travaille sur des discours authentiques, comme le prévoyait dès le départ notre projet, on se rend compte rapidement qu'il est impossible de formuler de telles contraintes, non seulement parce que nous saisissons encore trop mal les relations sémantiques et pragmatiques entre les constituants du discours, mais tout simplement (...) parce que toutes les combinaisons sont possibles dans des discours et des contextes authentiques (1989 : 44).

En ce qui concerne son approche de l'argumentation dans la langue, elle s'est inspirée des travaux d'Anscombe et Ducrot, qui se sont plutôt intéressés aux « ***moyens linguistiques dont dispose le sujet parlant pour orienter son discours, chercher à atteindre certains objectifs argumentatifs*** » (Moeschler, 1985 : 45). Dans ce courant, argumenter revient à donner des raisons pour une conclusion, l'argumentation consiste donc en « une relation entre un ou des arguments et une conclusion » (ibid. : 46). De plus, un discours argumentatif se place systématiquement en relation à un contre-discours, qui peut être effectif ou virtuel. La théorie de l'argumentation dans la langue s'est intéressée aux marques argumentatives, mais aussi aux topoï, c'est-à-dire aux principes argumentatifs, aux règles rendant possible une argumentation. Nous nous attacherons ici à l'étude des marques argumentatives, comme les opérateurs et les connecteurs argumentatifs (comme *puisque, mais, justement, eh bien*, etc.). Ces connecteurs participent au processus de composition et d'interprétation du discours, et ont pour propriété notamment de réaliser des actes d'argumentation, c'est-à-dire « ***des actes qui obligent l'interlocuteur à interpréter les énoncés comme autant d'arguments pour certaines conclusions (généralement implicites mais accessibles) visées par le locuteur*** » (Thomsen, 2000 : 105). Les connecteurs argumentatifs sont des morphèmes, de type conjonction de coordination, de subordination, adverbe, etc., et articulent deux énoncés ou plus, qui interviennent dans une stratégie argumentative. Moeschler distingue deux types de connecteurs, selon leur fonction respective : les connecteurs introducteurs d'arguments, et ceux introducteurs de conclusions.

Les connecteurs introducteurs d'arguments regroupent les connecteurs justificatifs ou explicatifs comme *car, parce que, puisque*, argumentatifs comme *d'ailleurs, même* (pour introduire les arguments coorientés), concessifs comme *certes*.

Ils marquent l'acte qu'ils introduisent comme subordonné, et indiquent comment interpréter l'acte qu'ils introduisent (justification, concession, argumentation, explication). Moeschler donne les exemples suivants (1985 : 125) :

- Achille n'aura pas de dessert, parce qu'il est déjà trop gros (JUSTIFICATION)
- Achille n'aura pas de dessert ; d'ailleurs il est déjà trop gros (ARGUMENTATION)
- Certes, Achille a maigri ces derniers jours, mais il n'aura quand même pas de dessert (CONCESSION)

Les connecteurs introducteurs de conclusion introduisent les actes principaux des interventions. Ce sont des connecteurs comme *donc*, *alors*, *par conséquent*, ou encore *décidément* (pour introduire des arguments coorientés), *pourtant*, *finalement* (pour introduire des arguments anti-orientés).

Par exemple (cf. Moeschler, 1985 : 126),

- Achille a grossi ces derniers temps : il n'aura donc plus de dessert (CONCLUSION)
- Achille a maigri ces derniers temps, mais pas assez... Finalement, il n'aura pas de dessert (CONCESSION, ARGUMENTATION, puis CONCLUSION : *finalement*)
- Achille a maigri ces derniers temps. Pourtant, il n'aura pas de dessert.

Nous allons étudier de ce point de vue quelques interactions afin de repérer les arguments mis en avant au cours de ces interactions.

Dans l'interaction 2 du corpus Artisans (97) que nous avons déjà décrite du point de vue de la négociation sur la structuration de l'interaction et des rapports de place, nous avons repéré un grand nombre de connecteurs argumentatifs, formulés principalement par la cliente, mais aussi par la secrétaire, qui montrent bien que, si cliente et secrétaire ne négocient pas explicitement sur le contenu de l'interaction, elles argumentent tout de même en leur faveur.

8C [j'veous appelle **pa'ce que donc** euh: y a quelques petites choses sur la porte
(...)

10C vot'mari n'est pas là □

11S non il est pas là pour l'ins[tant

12C [**bon alors- et pi** i'faudrait **quand même** qu'il vienne de toute urgence ou qu'il m'envoie quelqu'un **pa'ce que** donc la serrure ne tourne pas □

(...)

14C la gâche électrique non plus avec l'interphone ça marche pas □

(...)

16C (...) l'autre jour ç'a pas marché du premier coup **mais** après ça marchait

(...)

18C et maint'nant ça marche plus □

(...)

20C **et pi** y avait une troisième chose (...)

(...)

24C et là ben sur celle-là y est pas alors est-ce qu'i'y'a possibilité d'en poser un ↑

25S euh: bon ben j'en sais rien faut tout que j'lui dises [hein

26C [voilà

27S d'accord ben j'vais l'voir à midi moi i'va rentrer manger d'toute façon donc [euh
j'vais lui dire

28C [et puis pour la boîte ...

(...)

31S d'accord . **bon ben** écoutez **j'vais lui dire j'pense qu'il f'ra un tour dans
l'après-midi [voir hein**

32C [voilà

Dans cette première partie, la cliente utilise des connecteurs argumentatifs (en gras)
de différents types :

- Elle introduit sa requête (faire venir le patron dans son immeuble), en 8C, par un connecteur introducteur d'argument, plus précisément un connecteur justificatif : « Je vous appelle **parce que** des choses ne vont pas ». Elle justifie dans cette intervention, son appel.
- Elle argumente ensuite sa requête, en 12C, en introduisant une série d'arguments, par le connecteur « et puis », qui a une fonction initiative. Nous savons que la secrétaire est le lien entre la cliente et le patron, et que c'est elle qui négociera ensuite avec son supérieur. La cliente le sait, et doit donc « prêcher pour sa paroisse » auprès de la secrétaire. Elle va donc expliciter tous ses arguments en détail, afin de convaincre la secrétaire de convaincre elle-même son patron. C'est probablement pour cette raison que la cliente utilise des connecteurs argumentatifs contradictoires, notamment dans cette intervention 12C : « **et puis** il faudrait **quand même** qu'il vienne de toute urgence *parce que* ... ». Le *et puis* sert à introduire un argument, tout comme le *parce que*, alors que **quand même** est un introducteur de conclusion, servant à introduire un argument anti-orienté, c'est-à-dire servant à introduire une conclusion inverse à l'énoncé précédent²³⁰. Ici, l'utilisation du **quand même** aurait été pertinente dans le schéma suivant :

C Votre mari n'est pas là ?

S Non

C Pouvez-vous lui dire de passer... ?

S Non

C Il faudrait quand même qu'il vienne...

²³⁰

Voir Moeschler, 1985 : 63-64 : « Il fait beau, quand même / pourtant, je ne sors pas ». En exprimant la possibilité d'un désaccord avec la secrétaire par le biais de ce

connecteur d'argument anti-orienté, la cliente peut ainsi se justifier et expliquer les raisons pour lesquelles elle formule sa requête et en quoi elle est particulière (donc à prendre très au sérieux).

Pendant et après que la cliente a avancé ses arguments pour l'acceptation de sa requête, la secrétaire formule, elle aussi, des connecteurs argumentatifs mais de type différent. En effet, elle formule un nombre important de marques argumentatives de concession. Ces connecteurs concessifs sont des connecteurs du type *certes, bon, bien, bien que etc.*, mais ils peuvent se réduire « aux prophrases du genre *oui, évidemment, bien sûr, tout à fait, d'accord* » (Moeschler, 1985 : 133), c'est-à-dire « aux marques traduisant l'accord de l'énonciateur E2 sur le discours de l'énonciateur E1 » (ibid.). La secrétaire suppose en effet que le seul moyen d'arriver à un accord (et donc de clore l'interaction) est de faire des concessions, d'accepter (ou du moins faire semblant) les arguments que la cliente avance.

Dans la deuxième partie de l'interaction, l'accord semblant trouvé, la secrétaire est sur le point de clore l'interaction quand la cliente relance l'interaction, en formulant de nouveaux arguments :

(...)

34C euh **et puis donc** . vous comprenez l'aut'jour mon coup de fil ... de la porte **pa'ce que** je vou- j'veais l'expliquer à votre époux euh:::

(...)

46C bah après si elle se casse souvent ou si [(inaudible)]=

47S =[oh bah elle va pas s'casser **pa'ce que** c'est des portes qu'on pose (...) dans beaucoup d'immeubles hein [**donc** on n'a jamais eu d'ennuis

(...)

49S alors y aurait pas d'raisons qu'en y ait là

(...)

67S (...) **pa'ce qu'on** en pose dans les écoles on en pose dans les HLM et tout y a **quand même** des plus des des enfants plus durs que ça hein

(...)

72C bon

La cliente avance comme argument, en 46C, toujours dans le but de montrer l'urgence de sa requête, la possible fragilité des portes installées dans son immeuble, et les risques que cela comporte. La secrétaire recevant cette critique implicite comme une menace pour la face positive de l'entreprise (donc sa propre face), met de côté son désir de clore l'interaction, pour tenter de convaincre la cliente de la solidité des produits installés. En 47S, elle rejette explicitement l'argument de la cliente : « elle va pas se casser », et justifie ce rejet par un contre-argument : « parce qu'on la pose dans d'autres immeubles, et il n'y a jamais eu d'ennuis ».

La secrétaire contre-argumente à nouveau en 67S : « parce qu'on en pose ailleurs... », et utilise le connecteur *quand même*, introducteur de conclusion. La cliente

finit par être d'accord avec la secrétaire, et même si, ensuite, elle formule à nouveau un dernier argument en sa faveur (« c'est assez embêtant »), auquel la secrétaire va répondre par des concessifs, les deux locutrices finiront par se mettre d'accord... pour clore cette interaction.

73S alors . **bon ben** toutes ces p'tites choses là j'avais les lui- en parler tout à l'heure **donc** hein

74C voilà faudrait qu'il passe assez rapidement [**pa'ce que**

75S [**bien sûr** mm

76C c'est assez embêtant au niveau d'la gâche électrique (...)

77S oui oui **bien sûr** . [euh: bon ben écoutez

78C [**voilà**

79S c'est tout noté

80C merci

Dans ce cas là, la relance de la secrétaire par des arguments va lui permettre de favoriser la clôture. En effet, si la secrétaire avait continué à émettre des marqueurs concessifs, et d'autres marqueurs conclusifs, qui lui auraient pourtant permis de conclure plus rapidement, elle aurait eu l'impression d'acquiescer implicitement (« Qui ne dit mot consent »).

Si les enchaînements ou les clôtures sont évalués comme non-satisfaisants, l'argumentation a pour fonction de permettre une clôture satisfaisante en relançant, c'est-à-dire en augmentant la structure conversationnelle (Thomsen, 2000 : 121).

Moeschler parle d'*expansions*²³¹ . Ces expansions vont permettre aux interactants de clôturer l'interaction sur le mode du consensus, puisqu'il décrit les faits argumentatifs dans un cadre d'accord et de négociation, l'accord étant une condition de clôture (et ce, encore plus dans le cadre des interactions comportant des transactions commerciales). Parmi les différentes procédures qu'il a repérées comme étant des procédures permettant d'obtenir l'accord, il a distingué cinq types de négociation : la négociation anticipée, celle factuelle, interactionnelle, métadiscursive, et métainteractionnelle.

a) La négociation factuelle consiste en « **la mise en accord sur un certain nombre de faits décisifs pour la poursuite de l'interaction** » (Moeschler, 1985 : 173). Ce type de négociation porte sur des objets transactionnels (prix, délai, etc.). Dans les entreprises de nos corpus, ce type de négociation ne peut se résoudre en une seule interaction. En effet, la secrétaire ne négocie, en règle générale, pas les prix. Pourtant, si la secrétaire possède quelques responsabilités au sein de l'entreprise, elle peut activer la négociation car elle peut jouer sur plusieurs personnages : standardiste, experte, remplaçante du patron, femme du patron. En effet, en sortant de son strict rôle de secrétaire, elle peut prendre des responsabilités, et se placer comme une personne avec qui la négociation désirée peut être développée. D'autant plus qu'à travers ce rôle, la secrétaire peut officiellement prouver une certaine compétence et maintenir son propre pouvoir. Pour

²³¹ Pour la description des différentes expansions, voir Moeschler, 1985 : 160-169.

cela, il faut bien sûr qu'il y ait de véritables objets de négociation, et que les locuteurs ne peuvent donc pas vraiment y « échapper ». C'est le cas d'un prix (parfois d'un délai). Un prix est l'exemple type de l'objet négociable : le client émet une requête dont la réaction sera, il l'espère, positive. Dans ce but, il va argumenter en sa faveur. Cette situation peut entraîner une tension entre locuteurs, et ce, même s'ils se connaissent bien. La finalité de l'interaction reste tout de même de parvenir à un accord, pour pouvoir clore l'échange. S'il y a véritable négociation et objet de négociation (un prix), afin de relativiser le sérieux, l'importance de la négociation, celle-ci peut se dérouler sur le mode de l'humour, afin de "mieux faire passer la pilule". C'est ce qui se passe dans la négociation suivante, issue du corpus Transporteurs (97), portant sur le prix d'un transport. La secrétaire va alors transformer la négociation en une sorte de jeu. Toutefois, ceci n'est en général possible qu'à une condition : le supérieur doit être au courant, si ce n'est être présent au moment de la négociation. Ceci est facilité par la structuration des bureaux, comme nous l'avons déjà vu. Dans cette interaction, la secrétaire prend la responsabilité, le "pouvoir" de négocier elle-même. Cela ne fait pas partie de ses fonctions de secrétaire, mais elle le fait sous l'œil approbateur de son supérieur (« *i'm'écoute là i'vous écoute aussi* ») puisque leurs bureaux communiquent. Elle tire donc profit de la malléabilité de ses rôles et de la structuration du site pour entrer en négociation avec le client. Pour elle, c'est une sorte de jeu (un marchandage), et pour le faire accepter au client, elle négocie sur le ton de la plaisanterie, d'autant plus que le rire va lui permettre de préserver la relation (il atténue la menace de l'acte de langage²³²). En négociant sur le mode du jeu, elle évite ainsi le conflit et préserve la relation tout en négociant réellement avec le client.

Les interventions en italique sont celles du supérieur (M.) qui écoute l'interaction grâce au haut-parleur, et qui intervient notamment pour fixer des limites. Ses interventions sont enchâssées dans le premier cadre participatif. Seule la secrétaire peut l'entendre.

15S (rire) c'est pour quoi exactement *i'm'écoute là i'vous écoute aussi*

16C euh :: un prix Castres – X .. 10 tonnes

17S 10 tonnes □

18C 10 tonnes ... il faut calculer quel prix

19S ah fff...

→ 20C vous êtes souvent dans ce coin là □

21S tous tous les jours [(rire)]

22C [(inaudible) **mais enfin**

M c'est quoi des palettes

23S c'est c'est des palettes

24C c'est des fûts de palettes

(silence 10s.)

Dans cette première partie de l'interaction, le client formule sa requête sans

²³² La secrétaire émet de nombreux FTA (*Face Threatening Act*), qu'elle adoucit par la plaisanterie.

préliminaires, mais il argumente ensuite sa requête (peut-être que devant le peu d'entrain de la secrétaire, en 19S, il s'est senti obligé d'argumenter). En 20C, son intervention vaut pour une justification de sa requête, afin de la minimiser. La secrétaire semble ne pas prendre son argument au sérieux, ce qui est évidemment un acte menaçant pour la face positive du client.

M 8000 non 7500 – 7000

S j'lui dis 7800 (rire)

M ouais 7800

25S 7800 (sourire)

→ 26C combien □ 7800 **non**

27S (rire) oui oui

Dans cette deuxième partie, la secrétaire négocie avec son supérieur le prix qu'elle doit annoncer au client. Le client rejette immédiatement le prix annoncé pour le transport.

28C ah **donc** il a pas envie de faire ça apparemment hein

M et Castres vu où c'est Castres

→ 29S vous avez vu où c'est Castres □

30C oh c'est dans l'sud de la France

31S oui

32C j'-tiens c'est sur ma carte là là là

33S [(rire)]

→ 34C [entre Montpellier et Toulouse c'est pas loin hein □

35S **mais** faut y aller

→ 36C **mais** qu'est-ce qu'j'vais foutre là-bas moi . j'ai mon transporteur qui m'occupe de toute la France moi

37S oui (rire) vot'succurssale (rires des deux)

Il va devoir à nouveau argumenter pour pouvoir négocier un prix moins élevé, en avançant divers arguments, le premier étant une « menace » implicite, introduite par un connecteur introducteur de conclusion (le reste du raisonnement étant sous-entendu puisque implicite) :

Le prix proposé est trop élevé.

Or, je n'ai pas les moyens de me payer ce service (et vous le savez).

Donc, il ne veut pas travailler avec moi

La secrétaire avance alors un argument justifiant le prix élevé qu'elle demande, le client va donc contre-argumenter :

S Castres est loin, ce qui justifie le prix

C **Non** (rejet de l'argument par un contre-argument 1) : Non ce n'est pas loin (puisque

je l'ai sur la carte).

S **Mais** : Même si ce n'est pas très loin, il y a tout de même un transport à faire

C **Mais** (Contre-argument 2) : C'est votre travail et non le mien

Nous pouvons noter ici qu'il y a un glissement de thème de la négociation, puisque les locuteurs sont passés de la négociation du prix à celui du service en lui-même. C'est pour cette raison d'ailleurs que le client recentre la négociation sur le premier thème, le prix du transport.

38C **bon** il faut calculer combien □ 7800 □

M allez 7000

S **oui mais** i'dit 7800 j'lui ai dit 7600 **alors** j'lui dit 7400 alors

M (rire)

39S allô □

M ouais non 7200-7000 7000-7200 c'est bon

40S 7200

41C 7 2

42S ouais

M dernier prix

dernier prix

(rire des trois) puis silence 8'

43C 10 tonnes 7200 ... OK

44S c'est bon □

(...)

49C il faut qu'on m'passe le prix d'abord

50S ah bon d'accord mais si vous preniez pas une si grosse marge aussi

(...)

54C OK merci

La secrétaire négocie à nouveau avec son supérieur le prix du transport, mais cette fois, c'est le patron qui l'emporte sur la secrétaire (bien que cela soit relatif puisqu'elle annonce au client le prix le plus élevé qu'il lui était possible de proposer, compte tenu de la marge que lui avait laissée le patron). En 42S, le patron, puis la secrétaire, annoncent que c'est leur dernière offre, ce qui est un nouvel argument en leur faveur, afin de convaincre le client d'accepter ce prix. La secrétaire et le patron, puis le client, rient, ce qui illustre bien le fait que cette négociation factuelle s'est déroulée, malgré tout, sur le mode de l'humour. Le client finit par accepter le prix proposé.

b) La négociation interactionnelle porte sur les images que chaque participant veut imposer à l'autre au cours de l'interaction. Ainsi, dans une interaction commerciale du type marchandage, chaque locuteur peut tenter d'imposer à l'autre une image de perdant

afin de laisser penser que l'autre a fait une bonne affaire.

c) La négociation métadiscursive « fait intervenir des indications permettant d'interpréter rétroactivement la fonction d'une intervention (Moeschler, 1985 : 175), comme « ce n'est pas une critique », « c'est juste une question », etc.

d) La négociation métainteractionnelle vise à poser « ce qui est requis, permis ou interdit de faire dans une interaction » (ibid.). Les droits et les obligations des participants dans l'interaction peuvent être négociés durant l'interaction.

e) Enfin, la négociation anticipée est une stratégie argumentative qui vise à anticiper les contre-arguments de l'autre, et de cette façon, à les refuser. Prendre de l'avance sur son interlocuteur peut permettre d'imposer plus facilement sa position : « Bien qu'il fasse froid, on pourrait aller se promener, non ? » (ibid. : 172). Nous avons dans nos corpus un exemple de négociation anticipée (Interaction 49, corpus Fournisseurs). Dans cette interaction, le directeur d'agence, JP, appelle un important client afin de le convaincre d'accepter un rendez-vous, et une étude de ses finances. Le directeur d'agence est persuadé que son client va refuser.

26JP il est bête monsieur R. dites monsieur R.

27C oui

28JP euh qu'est-ce que vous faites mardi ... (rire)

(...)

31C ah vous avez toujours des- j- vous faites jamais rien: en fin d'semaine vous hein

(...)

33C c'est jamais l'vendredi c'est l'mardi vous êtes à Lyon vous êtes sur place c'est bien nous pour tourner

34JP **non** j'veous explique non vous m'dites carrément euh:: tous toutes les années euh on fait un point avec le service crédit **justement** c'est pour ça qu'j'voulais vous voir euh:: donc ma collègue de Toulouse vient et on en profite **donc** pour faire un point un jour euh:: et on fait enfin j'dis mardi ou mercredi on fait un point un jour **et puis** euh l'aut'jour on voit un ou deux clients d'la région et c'est souvent essentiellement les clients qui ont un encours important ou sur lesquels on a bs'oïn d'infos **donc** j'avais pensé à vous si vous aviez un moment à nous accorder j'veous demanderai pas: faut pas longtemps faut deux heures **mais** ça vous bloque

(...)

→ 41C ah m'sieur M et bah avec plaisir

Dans cette première partie de l'interaction, le client accepte le rendez-vous que lui propose le directeur d'agence, après un long monologue de celui-ci, dans lequel il argumente en justifiant son appel et en expliquant les raisons de l'utilité de ce rendez-vous. Le « vous me dites carrément » fait partie de la stratégie de communication de l'entreprise²³³ pour établir de bonnes conditions quant à l'argumentation, et l'accord. En effet, leur « stratégie » en communication prône la franchise et favorise les tactiques qui vont droit au but. Le directeur d'agence justifie sa requête par des connecteurs

argumentatifs, comme *justement* (marqueur coorienté), *donc...* et anticipe les contre-arguments de son interlocuteur à la fin de son intervention : ça ne prendra pas longtemps (deux heures), *mais* ça vous bloque. Par la suite, le directeur d'agence continue d'argumenter, comme si le client hésitait encore à ce stade de l'interaction.

(...)

44JP non non non **alors par contre** qu'est-ce qui vous arrangerait mardi ou mercredi=

(...)

48JP ok . **alors** bon nous on avait prévu d'faire l'point à Lyon **donc** [euh

49C [ouais

50JP sur tous les états mercredi et pi d'aller faire une tournée d'voir un ou deux clients euh mardi sachant qu'elle arrive à: l'aéroport à 10 heures **donc** j'pensais mardi après-midi **mais bon**

(...)

77C par contre au niveau de la Banque de France je me suis bien arrangé

78JP ah ouais . bah **justement** alors c'est de tout ça qu'on voudrait euh voir avec madame ...

(...)

88JP non **mais en plus** elle connaît très bien vot'dossier **et puis** bon c'qui fait qu'on qu'on qu'on envisage ça c'est que ...

Il contre-argumente ici, en prévision d'un éventuel argument que le client aurait pu avancer (« Pourquoi cette dame vous accompagne, je ne la connais pas »), en ayant recours à des marqueurs coorientés comme *mais*, *en plus*, *et puis*. Ensuite, le directeur d'agence va argumenter sa requête en minimisant le service qu'il demande (au cas où l'argument du client pour refuser serait que ce service demande trop d'investissement personnel, trop de temps, etc.) Il anticipe son éventuel refus, alors que le client n'émet que très peu de réticences, et que le rendez-vous sera fixé précisément lors de cette interaction.

(...)

90JP hein non vous avez bien marché là c'est vrai on va on va **juste** euh oh c'est c'est une **petite** un **p'tit** tour d'horizon pour voir **rien** de vraiment transcendant mais bon c'est [c'est

91C [oui oui

92JP **on l'fait toutes les années** j'vous dis la semaine dernière la sem- l'année passée on était dans la Drôme y a deux ans dans l'Ain c't'année on pensait à vous . **donc si vous vouliez bien** nous accorder deux **deux p'tites** heures ce **s'rait** sympa [alors

²³³ Dans leur guide (voir Annexe 2) concernant la relation avec le client, il leur est conseillé de demander, le plus tôt possible dans l'interaction, l'avis du client : « Qu'en pensez-vous ? », « Ca vous fait quoi ? ». Peut-être est-ce aussi pour en finir avec la réputation, dans le milieu professionnel, des français, comme des gens « tournant autour du pot ».

Nous renvoyons ici à l'annexe 2, qui permet aux employés de l'entreprise comme à son directeur de mener à bien, selon eux, une argumentation au sein d'une interaction de travail, quitte à manquer de spontanéité, et à ne plus être véritablement en interaction avec le client.

Récapitulation

Nous avons vu que les interactants préservent la relation et tentent d'éviter le conflit au travers de trois types de négociations pouvant être actualisées dans ce type de corpus. Nous avons vu comment le client utilisait ses connaissances de l'entreprise (employés, étendue des services rendus, etc.) pour négocier avec la secrétaire, comment cette dernière empêche ou bien évite la négociation en utilisant la malléabilité de ses rôles comme stratégie.

La secrétaire peut choisir d'entrer en négociation ou non avec le client, que ce soit à propos d'un prix, d'un délai, d'une visite du patron chez le client ou sur un chantier. Ce choix dépend souvent d'une tierce personne, à savoir, ici, le patron. La secrétaire peut entrer dans la négociation avec le client, mais si cela ne fait pas partie de ses fonctions, elle le fait alors sous le regard approbateur de son supérieur, puisqu'il peut la voir de son bureau. Mais la secrétaire peut aussi tout faire pour éviter, empêcher la négociation. Même s'il y a désaccord entre les locuteurs, il ne sera alors pas (ou très rarement) verbalisé par la secrétaire. Elle devra donc « absorber » les critiques et faire des concessions, afin d'éviter le conflit éventuel et de préserver la relation.

Pour ce faire, nous avons pu voir que la secrétaire avait en sa possession différentes stratégies d'évitement, liées à ses rôles et statuts. Elle peut se désresponsabiliser en limitant son rôle. Au lieu de prendre plus de pouvoir, au contraire, elle s'en donne moins : « je ne suis que la secrétaire ». Ceci peut signifier deux choses : d'une part, que ce n'est pas son rôle. Elle jouera alors avec l'étendue de ses rôles et le flou les entourant, en se limitant à celui de standardiste. Mais elle peut aussi jouer sur ses différents statuts pour justifier son non-engagement dans la négociation : « je ne suis que la femme du patron ». D'autre part, cela peut vouloir dire qu'elle n'a pas les connaissances nécessaires. N'étant pas la bonne personne, elle ne peut négocier quoi que ce soit avec le client. La négociation est en quelque sorte « empêchée », du fait qu'elle rappelle au client qu'il est face à la secrétaire et non au responsable de l'entreprise. La négociation est donc ensuite « déplacée », dans le sens où il y a un report de la négociation. La secrétaire ira négocier ailleurs, et plus tard (avec son supérieur).

Si la secrétaire possède quelques responsabilités au sein de l'entreprise, elle peut activer la négociation car elle peut jouer, comme nous l'avons vu, sur plusieurs personnages : standardiste, experte, remplaçante du patron, femme du patron. En effet, en sortant de son strict rôle de secrétaire, elle peut prendre des responsabilités et se placer comme une personne avec qui la négociation désirée peut être développée. D'autant plus qu'à travers ce rôle, la secrétaire peut officiellement prouver une certaine compétence et maintenir son propre pouvoir. Pour cela, il faut bien sûr qu'il y ait de véritables objets de négociation et que les locuteurs ne puissent donc pas vraiment y

échapper. C'est le cas d'un prix (parfois d'un délai). Un prix est l'exemple type de l'objet négociable : le client émet une requête dont la réponse sera, il l'espère, positive. Dans ce but, il va argumenter en sa faveur. Cette situation peut entraîner une tension entre locuteurs, même s'ils se connaissent bien. La finalité de l'interaction reste tout de même de parvenir à un accord, pour pouvoir clore l'échange. Ainsi, s'il y a véritable négociation et objet de négociation (prix), afin de relativiser le sérieux, l'importance de la négociation, celle-ci peut se dérouler sur le mode de l'humour, afin de « mieux faire passer la pilule ». La secrétaire va alors transformer la négociation en une sorte de jeu. Toutefois, nous avons vu à travers nos analyses de corpus que ceci n'est en général possible qu'à une condition : le supérieur doit être au courant, si ce n'est présent au moment de la négociation. La négociation peut être résolue de deux façons : soit par le ralliement de l'un à la position de l'autre, soit par le compromis. Si la secrétaire ne veut pas contrarier le client, et que ni lui ni elle ne peuvent trouver un compromis, la secrétaire va accepter de se rallier à la position de son client. Ainsi, elle évite la négociation et la possibilité d'une mésentente entre eux.

Nous avons pu voir qu'au sein des PME, les secrétaires pouvaient remplir différents rôles : standardiste, assistante de direction, remplaçante du patron, liés à des statuts variables (épouse du patron...). Si certaines secrétaires, comme celle de l'entreprise Artisans, ont une grande responsabilité au niveau relationnel²³⁴ ce qui laissera supposer au client qu'elles ont un pouvoir de décision, de persuasion aussi sur le patron, d'autres secrétaires, dans d'autres entreprises (Fournisseurs), n'ont qu'un faible pouvoir de décision ou de modification des événements. Le client, le sachant, ne tente pas de négocier un service ou un prix. La secrétaire possède ainsi plusieurs places, sur lesquelles elle peut jouer pour maintenir de bonnes relations avec le client, mais aussi pour préserver le patron et ne pas trop engager l'entreprise. Ces différences de comportements sont principalement liées aux relations qu'entretiennent les secrétaires avec leur supérieur : relations dans l'espace, qui favorisent la proximité ou au contraire la hiérarchie, relations humaines (complicité vs distance)²³⁵ et, de la même façon, à celles qu'elles entretiennent avec le client (complicité - la secrétaire copine - vs distance).

Dans tous les cas, chacun des participants à l'interaction ne peut oublier qu'il est dans une relation de service. De ce fait, éviter le conflit et préserver la relation sont des objectifs primordiaux (d'autant plus que les deux parties, client et entreprise, sont susceptibles de retravailler ensemble). Le consensus est recherché, le principe de l'accord est privilégié. C'est l'une des raisons pour lesquelles l'évitement de la négociation est l'attitude préférée des secrétaires²³⁶. L'analyse approfondie des corpus nous a montré que les interactants, par le recours aux rituels de politesse linguistique, à l'humour, et régulièrement au mensonge²³⁷, entretenaient finalement de bonnes relations de travail.

²³⁴ Le patron lui laisse en effet le contact avec le public.

²³⁵ Nous avons un exemple (Fournisseurs) de secrétaires proches (relation horizontale) de leur supérieur tout en étant bien séparés dans l'espace (relation verticale marquée).

²³⁶ Et le ralliement à la position du client, quand la secrétaire n'a pu faire autrement.

237

Nous pourrions utiliser ici le terme de « mensonge social », terme emprunté à C. Javeau. Voir par exemple l'interaction 8, corpus 99, dans lequel la secrétaire ment de façon naturelle sur la présence de son patron :15S alors attendez il a du l'mettre de côté (*un devis*) pa'ce que j'crois qu'on avait eu vot'mari plusieurs fois au téléphone.. alors euh: attendez je **je lui d'mande** où il l'a mis pa'ce que j'l'trouve pas rangé dans mes dossiers... attendez une seconde 41S .. oui j'pense que ça doit être possible mais bon: faudrait l'demander à monsieur P. euh: **il est pas là tout de suite** i's'ra là qu'en fin de journée mais euh:: à priori ça doit pas poser d'problème hein Dans cet extrait, la secrétaire dérange le patron pour lui demander où est rangé un dossier (l'interaction ne peut se poursuivre si elle ne trouve pas ce dossier). Par contre, elle ne le dérangera pas une deuxième fois pour lui demander s'il accorde à la cliente un service spécial (poser une fourniture achetée ailleurs, à un prix moindre). Elle préfère probablement lui demander ce service au calme, et non dans l'urgence de donner une réponse à une cliente, attendant à l'autre bout de la ligne

Conclusion

Dans l'introduction de notre deuxième partie, nous avons choisi de présenter notre objet d'étude en trois étapes : l'entreprise, la secrétaire et enfin, le téléphone. Nous avons vu au cours de cette recherche que ces trois éléments étaient déterminants dans nos interactions, et ce, à des niveaux différents. L'entreprise constitue le contexte des interactions, le lieu de travail des secrétaires. Les secrétaires quant à elles sont les interlocutrices privilégiées des clients, elles renvoient une certaine image de l'entreprise, et ce par le biais du téléphone, qui n'est pas simplement un outil permettant à l'entreprise et aux secrétaires de communiquer avec le client, le téléphone est le lien physique entre l'entreprise et le client.

Notre conclusion se présentera en deux parties : tout d'abord un bilan de cette recherche, présenté en trois étapes, selon les trois points cités précédemment, ensuite une mise en perspective de la recherche.

1. Bilan de la recherche

L'entreprise

Nous avons vu au cours de ce travail que la petite et moyenne entreprise répondait à des

demandes diverses de la part de clients, qu'ils soient des particuliers ou des professionnels du même domaine, ces demandes tournant toutes autour de l'activité de vente. Ces demandes peuvent être des demandes de renseignement(s), d'information sur un produit, un service, un prix, un délai, etc. Nous les avons appelées des « demandes d'un dire ». Ces demandes peuvent être aussi des « demandes d'un faire », des requêtes. Il peut s'agir alors, selon le type d'entreprise, de l'ouverture d'un contrat, d'une déclaration d'accident ou autre (cabinet d'assurances), de la commande d'un produit, de la modification de cette commande, d'une demande de rendez-vous (corpus Artisans, Fournisseurs, Transporteurs), etc. Les activités de ces entreprises se scindent donc en deux types :

- Demandes d'information(s), pouvant être formulées soit par des clients potentiels, soit par des clients effectifs. Dans le premier cas, l'appelant n'a pas encore le statut de client vis à vis de la secrétaire, il n'est pour l'instant qu'un inconnu. Nous avons vu lors de la description du script des interactions que le statut de l'appelant (client potentiel ou client effectif) modifiait le déroulement de l'interaction, principalement la séquence d'ouverture puisque l'auto-identification du client n'est pas nécessaire dans ce cas là. La secrétaire n'a pas besoin de connaître l'identité de son interlocuteur pour lui donner les informations qu'il demande. Dans le deuxième cas, si la demande d'information est émise par un appelant déjà client de l'entreprise, il préférera se présenter afin d'être *reconnu* par la secrétaire, mais aussi afin de justifier sa demande, et d'avoir éventuellement un meilleur « traitement » de sa demande. Notre expérience commune nous montre en effet que chacun d'entre nous trouve gratifiant d'être reconnu par le commerçant avec lequel nous sommes en interaction.
- Demandes d'un faire, requêtes, qui peuvent être de deux types : la requête a pour but la réalisation d'un acte, certains de ces actes sont communs à toute petite et moyenne entreprise, comme la demande de parler au patron de l'entreprise, d'autres sont propres au type d'entreprise (passer, modifier une commande, prendre un rendez-vous, etc.).

Nous avons d'ailleurs vu dans notre première partie, puis dans notre quatrième partie, que la structuration des espaces de travail pouvait modifier le comportement des participants à l'interaction. La nature et les comportements des locuteurs ne sont pas les seuls facteurs pouvant modifier le déroulement de leurs interactions. En effet, selon la structuration des bureaux du patron et de la secrétaire, ils peuvent se voir ou non de leurs bureaux mutuels, ce qui permet au patron d'intervenir sur le cours de l'interaction entre la secrétaire et le client (en lui faisant comprendre par exemple qu'il ne veut pas prendre la communication) et à la secrétaire de demander l'avis de son patron (sa disponibilité, son accord pour négocier un prix, un délai ou un rendez-vous). Nous avons vu en effet que le patron intervenait de façon régulière dans les interactions de la secrétaire avec les clients, mais il le fait de façon différente selon la situation de son bureau dans l'espace. Il peut le faire par téléphone : dans le cabinet Assureurs, la secrétaire appelle son patron sur une ligne interne directe pour lui transmettre la demande du client. Le patron intervient donc en quelque sorte en « différé » sur le cours de l'interaction. Il peut aussi intervenir en face à face, en « direct », c'est-à-dire qu'il parle en même temps que la secrétaire. C'est ce

qu'il se passe dans les entreprises Artisans, Transporteurs et Fournisseurs (ce comportement étant plus flagrant dans les deux dernières), bien que cela soit difficilement analysable dans le cas de l'entreprise Fournisseurs. En effet, le patron a un bureau fermé, séparé des bureaux des secrétaires. Il est donc difficile de savoir si le fait que le patron intervienne souvent dans des interactions Client – Secrétaire est dû à notre présence ou au fait que les bureaux des secrétaires étant ouverts sur le hall d'accueil, le patron a pour habitude d'écouter (surveiller ?) voire de participer à leurs interactions avec des clients. Nous avons ainsi pu voir, lors de l'étude de nos corpus, que certains dialogues se transformaient en trilogues (client – secrétaire – patron), grâce au haut-parleur et à l'ouverture des espaces de bureau. Nous représenterons d'ailleurs l'influence de la structuration des espaces de travail de la façon suivante :

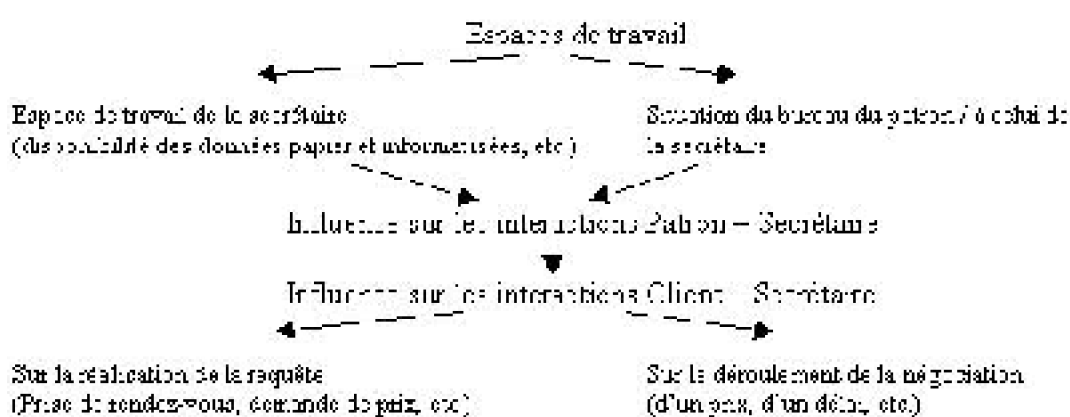


Figure 32 : Influence des espaces de travail sur le déroulement des interactions

Chaque entreprise a donc ses propres règles et habitudes de fonctionnement, et si l'analyse linguistique des interactions de travail au téléphone peut nous permettre de repérer des régularités dans leur fonctionnement (ce qui nous permettrait de dégager un déroulement des interactions, typique de la TPE/PME), cette analyse ne peut être complète et pertinente qu'avec l'apport d'informations sur chacune des entreprises²³⁸, sur leurs particularités.

Les secrétaires

Nous l'avons vu, les secrétaires sont essentielles dans le bon fonctionnement des entreprises²³⁹, et favorisent le bon déroulement des interactions de travail au téléphone et en face à face entre les clients ou clients potentiels et l'entreprise (le patron, un autre

²³⁸ Afin d'éviter toute généralisation abusive.

²³⁹ Comme une secrétaire compétente favorise le bon déroulement des interactions dans l'entreprise, une secrétaire incompétente favorisera le mauvais fonctionnement de l'entreprise. C'est ainsi que certaines entreprises perdent des clients à cause d'un mauvais accueil téléphonique de la part de la secrétaire.

employé ou elle-même). En effet, nous avons remarqué que les secrétaires se trouvent au carrefour des interactants mais aussi au carrefour des informations. Elles font le lien entre les différents interactants, et transmettent les informations entre ces mêmes interactants. Ceci nous a amenée à relever les différents rôles qu'elles peuvent actualiser au cours de leurs interactions dans l'entreprise.

L'un des rôles communs à toutes nos secrétaires est notamment celui de filtrer les appels. Ce simple rôle de barrage donne à la secrétaire un certain pouvoir, puisqu'elle garde ainsi l'accès de l'entreprise. Le client quant à lui peut influencer le comportement de la secrétaire, afin que celle-ci intervienne auprès du patron. L'accès au patron est donc négociable par le client, mais il est souvent refusé par la secrétaire ; son rôle est justement de « déranger » le moins possible son supérieur qui est en général très sollicité : par des représentants, par des clients, qu'ils soient habitués (ils estiment connaître suffisamment l'entreprise pour avoir accès au supérieur) ou inconnus (ils espèrent par exemple pouvoir négocier plus facilement avec le supérieur). Si la secrétaire ne veut pas déranger son supérieur ou si celui-ci ne veut pas être dérangé, le client n'aura de toute façon aucune influence. De plus, le client n'a que très peu de chances de passer le barrage en force, c'est-à-dire demander à parler directement au patron, sans donner le but de son appel et surtout sans se présenter. La secrétaire a donc aussi un rôle de médiatrice, de tampon.

En ce qui concerne les autres rôles de la secrétaire, ceux-ci sont variables d'une entreprise à l'autre. La secrétaire peut notamment avoir, au sein de l'entreprise, un rôle assez « fort » qui est celui de seconder son supérieur. La secrétaire est alors fortement liée au patron, et son rôle peut grandir avec l'absence du patron (avec son accord tacite). Elle ne fait alors pas que le seconder, elle peut le remplacer. Elle est dans ce cas une assistante de direction. De plus, nous avons vu que la secrétaire détient beaucoup d'informations. Elle a en effet accès à un certain nombre d'informations, certaines concernent l'entreprise (types de produits et de services proposés, prix, délais, mode de fonctionnement, etc.), les autres concernent les clients (leurs exigences, leurs disponibilités, le paiement de leurs factures²⁴⁰, etc.). Détenir l'information implique un certain pouvoir. Les secrétaires se trouvant au carrefour des informations et des décisions, ceci peut les conduire à jouer le rôle de négociateur, à intervenir dans la prise de décision.

La secrétaire joue donc un rôle essentiel non seulement dans la réalisation de la requête, mais aussi dans la négociation qui peut l'accompagner, et ce, de manière directe ou indirecte. En effet, la secrétaire peut éviter la négociation avec le client (tout en gardant en mémoire les arguments de celui-ci) et la reporter plus tard, auprès de son supérieur. C'est tout de même la secrétaire qui possède un certain pouvoir de décision puisque c'est elle qui choisit de transmettre certaines informations et d'en omettre d'autres auprès du patron. Elle peut aussi négocier explicitement avec son interlocuteur, notamment pour négocier un prix ou un délai. Nous avons ainsi analysé la négociation d'un prix entre la secrétaire de l'entreprise Transporteurs et un client, ce sous l'œil approbateur du patron.

²⁴⁰ Les secrétaires savent en général que tel client demandera à différer son paiement, ou que tel autre ne paiera qu'après de nombreuses relances.

Ceci est possible si la secrétaire possède quelques responsabilités au sein de l'entreprise car elle peut alors jouer, comme nous l'avons vu, sur plusieurs personnages : standardiste, experte, remplaçante du patron, femme du patron. En sortant de son strict rôle de secrétaire, elle peut prendre des responsabilités et se placer comme une personne avec qui la négociation désirée peut être développée. Elle peut jouer sur l'étendue de ses rôles. Mais ceci est aussi dû au fait que le client ne sait pas forcément quelles fonctions la secrétaire peut avoir au sein de l'entreprise. L'idée que le client se fait des fonctions de la secrétaire varie d'un client à l'autre. En effet, le client, sauf si c'est un habitué, ne sait pas à l'avance quels sont les rôles et statuts de son interlocutrice dans l'entreprise. Il peut attribuer à la secrétaire moins de fonctions qu'elle n'en a vraiment (par exemple, la prendre pour une simple standardiste), mais il peut aussi lui en donner plus qu'elle n'en a (en supposant par exemple qu'il peut négocier un prix avec elle). C'est ainsi que nous avons pu observer des variations dans le comportement des secrétaires d'une entreprise à l'autre. Chacune se comporte différemment face à la négociation, et c'est par le biais de la comparaison que nous avons pu décrire les différentes stratégies que peuvent adopter les secrétaires dans la réalisation de la requête et la négociation avec le client.

Nous avons pu observer au cours de ce travail, que chaque secrétaire avait ses propres habitudes, qui participent à la construction de l'image de l'entreprise, par le client. En effet, la secrétaire, étant l'interlocutrice privilégiée et habituelle du client, renvoie au client une certaine image de l'entreprise lors des interactions de travail, et ce même à distance. Les entreprises de taille moyenne ayant des moyens plus importants que les très petites et petites entreprises forment en général les employés de bureau en relation avec le public aux techniques d'accueil, en face à face et au téléphone, alors que les secrétaires des très petites et petites entreprises n'y ont pas accès et apprendront « sur le terrain ». Nous avons ainsi un certain nombre de différences relevées lors de l'analyse du déroulement des interactions, qui sont dues aux habitudes de la secrétaire (habitudes qui sont propres à elle ou liées à son expérience sur le terrain, dont ses interactions avec les autres locuteurs).

Ainsi, dans la séquence d'ouverture, il est fortement conseillé au professionnel d'annoncer l'identité de l'entreprise dans sa première intervention (celle-ci n'a donc plus la seule fonction d'ouvrir le canal, comme dans les appels familiaux, mais elle a aussi pour fonction de présenter l'entreprise). Pourtant, nous avons pu observer que la secrétaire de l'entreprise Artisans, laborantine de formation, mère de famille et épouse de son supérieur, le gérant de l'entreprise, est la seule de toutes les secrétaires de nos entreprises à ouvrir le canal par un « allô », comme elle le fait lors d'appels personnels. Ceci est caractéristique d'une seule secrétaire, mais reste pertinent dans notre analyse. En effet, cette ouverture atypique pour des interactions de travail nous a permis d'observer en quoi l'ouverture d'une interaction peut avoir des conséquences sur le déroulement de la suite de cette interaction.

Au cours de l'interaction, notamment lors d'une séquence de négociation, chaque secrétaire adopte une stratégie particulière, qui dépend non seulement de l'importance de ses responsabilités au sein de l'entreprise, mais aussi de sa relation avec son supérieur, de la nature et des comportements de son interlocuteur (le client) et de sa propre

expérience. En effet, nous avons vu que la secrétaire peut décider d'entrer ou non en négociation avec le client, selon le(s) rôle(s) qui lui sont attribués et ceux qu'elle s'attribue. Le pouvoir de négociier fait partie de ceux-ci. Dans nos corpus, le pouvoir de négociier ne fait pas partie des fonctions types des secrétaires mais, quand elles négocient, elles le font en général sous couvert de leur supérieur. On pourrait définir la négociation par la secrétaire comme un processus interactionnel toléré par son supérieur. On distingue par-là ce qui est autorisé de ce qui est interdit, et entre ces deux pôles, on trouve ce qui interdit mais toléré et ce qui autorisé mais « mal accepté ». Négocier avec le client ne ferait donc pas partie des fonctions de la secrétaire mais serait toléré par le patron, selon les situations interactionnelles. C'est ainsi que la secrétaire Transporteurs peut négocier avec le client, sous l'œil approbateur de son supérieur, mais en choisissant de voir la négociation commerciale comme un jeu. La secrétaire Artisans quant à elle préfère éviter le conflit le plus souvent possible en se désresponsabilisant, ici en explicitant son incompetence, alors que dans la réalité, son rôle est très fort dans l'entreprise. Pour expliquer cet écart de comportement entre les secrétaires, nous pouvons émettre une hypothèse, bien que difficilement vérifiable : la secrétaire de l'entreprise Transporteurs est salariée de l'entreprise, celle de l'entreprise Artisans est non seulement salariée, mais épouse du gérant, ce qui signifie qu'elle est beaucoup plus impliquée dans l'entreprise que sa collègue Transporteurs. On peut donc supposer que plus le/ la salarié-e est impliqué-e dans la vie de l'entreprise, moins il/ elle prendra de « risques », et inversement, moins il/ elle est impliqué-e, plus il/ elle prendra de « risques ».

Dans la séquence de clôture, nous avons observé que chaque secrétaire a ses propres habitudes notamment au niveau du remerciement, mais que le remerciement a le plus souvent une valeur de clôture. Dans la plupart des cas, le client initie le remerciement (pour le service rendu), mais il peut arriver que ce soit la secrétaire qui initie le premier remerciement. L'une des secrétaires de l'entreprise Fournisseurs, Martine, a ainsi l'habitude de remercier son client pour l'appel. Ceci est assez rare pour être souligné, d'autant plus que même sa collègue de travail, Lisbeth, est surprise par cette initiative (« Pourquoi tu remercies ? »), et nous permet d'observer des variations dans l'utilisation des rituels de politesse dans des situations de travail, variations qui sont propres à une personne et non dues à la situation. Dans tous les autres cas, c'est donc bien le client qui formule un remerciement, la réaction de la secrétaire varie selon celle-ci : elle peut choisir de renvoyer le remerciement (dans l'entreprise Transporteurs, la secrétaire renvoie en général le remerciement, ce qui constitue un échange symétrique) ; elle peut choisir de minimiser le « cadeau », c'est-à-dire le service rendu, l'information transmise, etc. (les secrétaires de l'entreprise Fournisseurs minimisent la plupart du temps le « cadeau » pour lequel client remercie, avec des formules du type « de rien ») ; Mais la secrétaire peut aussi ignorer le remerciement, ce qui est plus rare et attesté dans un seul corpus (la secrétaire Artisans ignore systématiquement le remerciement du client et clôture l'échange, et par-là l'interaction, avec un clôturant du type « voilà »). Le remerciement est donc un rituel de politesse utilisé et accepté différemment selon les personnes. Il nous semble plus « crédible » de supposer que ces variations sont dues, non pas à des consignes de politesse imposées par les entreprises²⁴¹, mais bien à des comportements appris dès notre plus jeune âge (« dis merci à la dame »).

Le téléphone

Nous avons vu au cours de ce travail que chaque participant à l'interaction cherche à préserver les faces de son interlocuteur ainsi que ses propres faces. La recherche du consensus est primordiale dans les interactions de travail, dont la finalité est de parvenir à un accord. Les interactants vont donc tout mettre en œuvre pour préserver le consensus. Il peut bien sûr arriver que les interactants soient en désaccord mais il est très rare que l'interaction se termine sans l'aboutissement à un accord. Sur les 147 interactions enregistrées, aucune ne se termine de façon brutale. Ainsi, bien que le téléphone permette une clôture d'interaction rapide et sans retour, les interactants se sentent suffisamment impliqués pour clore l'interaction en bonne et due forme, et cela même s'ils sont en désaccord. Ils distinguent donc l'accord sur le fait de clore et l'accord sur le contenu.

Il n'en reste pas moins que le téléphone est un outil de communication particulier, qui peut modifier le comportement des interactants. Depuis un certain nombre d'années, le réseau téléphonique, que ce soit par le biais du Minitel (de moins en moins utilisé toutefois), du téléphone ou d'Internet (de plus en plus), sert de vecteur à une multiplicité de services, du fait qu'il est accessible à tous et en tout point de l'espace. Le téléphone offre ainsi un ensemble de services à domicile. Il est habituellement étudié comme un moyen d'entrer en contact avec des personnes extérieures, donc de s'abstraire du logement sans en sortir (voir Bonnet et Bernard, 1998), mais on peut aussi le voir comme une contrainte **« qui pèse sur la vie en commun et son organisation, bousculant la catégorie d'intimité et perturbant la définition d'espaces collectifs, ou encore un moyen d'organiser la vie à domicile »** (ibid.). En effet, s'il favorise la relation interpersonnelle entre l'offreur du service et le bénéficiaire (la communication est facilitée du fait qu'elle peut se faire à distance), relation qui est fondatrice de proximité, de lien social, le téléphone peut aussi être perçu comme intrusif, violatif de l'intimité, et ce même s'il s'agit d'interactions de travail. L'interaction téléphonique avec le client est *l'une* des tâches de la secrétaire, elle n'est pas l'essentiel de son travail. Le téléphone garde donc, par moments, ce caractère intrusif, dérangeant, qu'il a pour un certain nombre de gens dans leur intimité.

La séquence d'ouverture est donc importante, que ce soit pour le client qui appelle ou pour la secrétaire. En effet,

l'instauration d'une relation (comme son interruption) est un moment délicat dans la mesure où il comporte toujours le risque d'une intrusion dans le territoire d'autrui et par là même d'un rejet et qu'il implique que les partenaires trouvent la « bonne distance » qui convienne à chacun (Marc & Picard, 1989 : 124-125).

La fonction du rituel est de faciliter le rapprochement entre les interactants avec le minimum de risques pour leurs faces. C'est pour cette raison que l'ouverture et la clôture de l'interaction, entre autre, sont des moments particulièrement ritualisés. Nous avons

²⁴¹ Comme on apprend aux utilisateurs professionnels du téléphone à bien dire bonjour et bien se présenter, on apprendrait comment dire merci et accepter un remerciement ?

ainsi pu mettre à jour, grâce à la comparaison de nos différents corpus, le script de l'interaction de travail, commun à toutes nos entreprises, que ce soient des très petites (moins de 10 salariés), des petites (entre 10 et 20 salariés dans nos corpus) ou des moyennes entreprises (plus de 20 salariés). Certaines variations sont repérables, elles sont principalement dues à : la relation entre le client (ou client potentiel) et la secrétaire, au type de requête du client. En effet, la longueur de la séquence d'ouverture se modifie selon le degré de connaissance des locuteurs puisque, s'ils se connaissent déjà, l'appelant va se présenter, alors que c'est très rarement le cas lorsque c'est son premier contact avec l'entreprise. De plus, client et secrétaire seront alors susceptibles de formuler des salutations complémentaires ou des questions sur la santé. Des variations sont aussi repérables, dues cette fois au type de requête formulé par le client. Ainsi, la demande de parler au patron nécessite une identification préliminaire du client. La secrétaire, de par son rôle de « filtre » ne passera pas (sauf exception) pas l'appel à son patron sans avoir préalablement identifié son interlocuteur. De même, les appels inscrits dans une histoire conversationnelle entre le client et la secrétaire, du type modification de commande, suivi de dossier, etc. requièrent eux aussi une identification préalable du client. Les variations les plus importantes se situent donc à l'ouverture de l'interaction, elles peuvent avoir des conséquences sur le déroulement de la suite de l'interaction.

Nous reprendrons dans les deux figures de la page suivante les scripts des interactions externes, entre clients et secrétaires, et des interactions internes, entre employés et secrétaires, sous forme de tableaux, pour plus de clarté.

Figure 33 : Script des interactions entre Client et Secrétaire (Appels Externes)

Séquence d'ouverture	Corps de l'interaction	Séquence de clôture
Schéma O 1 S – Présentation – Salutation (« Entreprise x bonjour ») C – Présentation - Salutation (+ Salutations complémentaires)	Schéma R 1 C – Demande de renseignement (question) S – Réponse Pour fournir les informations : → Recours à ses propres connaissances et les autres supports à sa disposition (ordinateur, dossiers, etc.) → Recours à un autre employé → Recours au patron	Schéma C 1 C – A Récapitulation acco Renvoi du remercie – Salutations finale
Schéma O 2 S – Présentation – Salutation C – Identification (« c'est x ? ») S – Réponse (accusé de réception) C – Présentation - Salutation (+ Salutations complémentaires)	Schéma R 2 C – Demande de parler au patron (requête) R 2' Si C identifié (schéma O 1 et O 2) S – Demande à son patron Réponse → Positive (lui passe le patron) → Négative (le patron refuse de parler à C) – Ne demande pas à son patron, Réponse → Positive (elle lui passe l'appel sans son accord) → Négative (elle refuse de passer l'appel).	Schéma C 2 S – R Accord de C + Rem remerciement (ou r Salutations finales
Séquence d'ouverture	Corps de l'interaction	Séquence de clôture
Schéma O 3 S – Présentation – Salutation C – ∅ Présentation – Salutation (+ Préliminaire à la requête)	C – Demande de parler au patron (requête) R 2'' Si C non identifié (schéma O 3) S – Demande d'identification de C – Pas de demande d'identification car : → S connaît déjà le nom de C → S oublie de demander le nom S – Demande à son patron Réponse → Positive (lui passe le patron) → Négative (le patron refuse de parler à C) – Ne demande pas à son patron, Réponse → Positive (elle lui passe l'appel sans son accord) → Négative (elle refuse de passer l'appel).	Schéma C 3 C – R remerciement (ou r Salutations finales

Figure 34 : Script des interactions entre Employé et Secrétaire (Appels Internes)

Séquence d'ouverture	Corps de l'interaction	Séquence de
Schéma O 1 E – Ouverture du canal par appelé (« allô ») S – Présentation (« c'est S ») E – Ratification de l'identité	Schéma R 1 S – Formulation de la demande : → Demande d'un dire (question) du type « Peux-tu me dire le délai de livraison pour... », E – Réalisation de la demande	S – (Remercie clôture E – Sa
Schéma O 2 E – Ouverture du canal par appelé (« allô ») S – Reconnaissance de E (c'est E ?) + Présentation (« c'est S ») E – Ratification (+ Salutation) S – Question-de-salutation (« ça va ? ») E – Réponse	Schéma R 2 S – Formulation de la demande → Demande d'un faire (requête) du type « Peux-tu me débloquer la commande » E – Réalisation de la requête	
Schéma O 3 E – Ouverture du canal par appelé (« allô ») S – Salutation + reconnaissance de E (« c'est x ? ») E – Présentation (« non c'est E ») S – Ratification (+ salutation) S – Question-de-salutation E – Réponse		

2.Mise en perspective de la recherche

Dès la collecte des premiers corpus, nous avons choisi de traiter les corpus, non comme appartenant à un seul gros corpus composé de sous-corpus, mais de les traiter comme quatre corpus différents, et de les présenter de façon individuelle, en fonction du site et de la situation dans lesquels ils avaient été recueillis. Cette perspective de travail nous a ainsi permis d'établir des parallèles et des contrastes, de faire des comparaisons entre ces différents corpus. Le critère permettant de distinguer les corpus fut la taille de l'entreprise (nous avons séparé la très petite entreprise de la petite et de la moyenne entreprise), et le type de biens vendus au sein de l'entreprise. Il semble toutefois que la taille de l'entreprise joue un rôle plus important dans le fonctionnement de l'entreprise et dans le déroulement de ses interactions que le type de bien vendu et de service rendu au sein de de l'entreprise. En effet, le script des interactions ne connaît que peu de variations d'une entreprise à une autre, et ces variations semblent être plutôt dues à la taille de l'entreprise. En effet, les rôles des secrétaires sont différents sur certains points d'une entreprise à l'autre, ces différences étant dues aux relations entretenues avec le patron, avec les clients, mais aussi aux contrats des secrétaires, elles sont donc directement liées à la taille de l'entreprise. Mais nous ne reviendrons pas sur ce point que nous avons déjà traité auparavant. La comparaison des différents corpus nous a aussi permis de dégager, grâce au nombre important d'interactions, des régularités dans le déroulement des interactions, et nous a entraînée vers la formulation de nouvelles questions, vers de nouvelles pistes de recherche.

Nous reviendrons ici sur deux points qui, nous semble-t-il, méritent que nous nous y arrêtions de nouveau, il s'agit de la spécificité des interactions téléphoniques, et de la

spécificité du parler féminin, c'est-à-dire de la question du *gender*. Ces deux points, bien que développés dans ce travail de thèse, posent en effet d'autres problèmes, de nouvelles questions, que nous allons aborder ici.

Notre mémoire de maîtrise, qui propose une analyse des séquences d'ouverture et de clôture dans les interactions de travail, est construit autour d'une comparaison entre le style communicatif d'une secrétaire formée à l'accueil téléphonique (et à l'interaction téléphonique dans sa globalité) et celui de secrétaires non formées à l'interaction à distance. Nous nous sommes demandée alors s'il y avait un modèle d'interaction de travail « idéale », mais nous avons finalement pu observer, en analysant les interactions enregistrées dans des entreprises de types différents, que chaque entreprise a son style communicatif propre, avec toutefois certaines récurrences observables d'une entreprise à l'autre.

Quel que soit le style communicatif de l'entreprise, la connaissance du script par le client, tout comme l'ignorance de celui-ci, peut modifier le déroulement de l'interaction. La verbalisation du script de l'interaction par la secrétaire va lui permettre de catégoriser rapidement l'appel du client, donc de gagner en clarté et en temps, et va permettre à celui-ci de savoir ce qu'il doit dire et à quel moment. Ceci sera d'autant plus efficace si l'appelant n'est pas encore client de l'entreprise, mais simplement un client potentiel, s'il est client mais n'a jamais ou rarement eu de contact téléphonique avec l'entreprise, et enfin si l'appelant est de nationalité étrangère. Nous avons vu en effet que les appelants étrangers ne se comportent pas de la même façon que les appelants français, et ceci peut être une source de malentendus.

Nous pouvons donc facilement imaginer l'utilité d'une description détaillée et d'une analyse des interactions verbales se déroulant au téléphone entre l'entreprise et les clients. En effet, la description des interactions, notamment des rituels de politesse, de l'acte de requête, de la négociation, etc. se fonde sur des méthodes précises telles que l'observation des situations de communication, les enregistrements, la transcription et l'analyse de données. Ces analyses, fondées sur des corpus d'interactions authentiques, peuvent intéresser les entreprises, et cet intérêt soulève certaines questions, formulées par Sophie Pène et les autres membres du groupe de recherche Langage et Travail :

Quelles finalités à ces recherches ? Qu'apporte aux sujets eux-mêmes la connaissance que le chercheur produit et restitue ? Peut-on empêcher - ou souhaiter - que des descriptions deviennent des préconisations ? Que faire quand la description de la complexité a pour horizon l'amélioration de la productivité ? (2001 : 16)

Il nous semble dangereux et prétentieux de proposer aux entreprises une « bonne façon de communiquer » avec le client (communication externe) et avec les autres salariés de l'entreprise (communication interne), d'autant plus que chaque entreprise a, comme nous l'avons déjà souligné, son fonctionnement propre, ses caractéristiques propres.

Par contre, l'analyse des interactions verbales au téléphone peut permettre aux entreprises de résoudre certains problèmes, de répondre à certaines questions, telles que : Quelle image de l'entreprise est véhiculée par le biais du téléphone, pourquoi, est-ce l'image que l'entreprise souhaite véhiculer, comment résoudre les problèmes de mauvaise communication (interne et externe), etc. L'analyse des interactions verbales

peut aussi permettre aux entreprises de vérifier, à partir d'interactions authentiques, la justesse des conseils fournis par les sociétés de conseil dans leurs formations à la communication téléphonique.

Enfin, la description des interactions verbales dans l'entreprise peut aider le locuteur étranger à comprendre le fonctionnement de l'entreprise française. En ayant un aperçu du déroulement des interactions téléphoniques avec une entreprise et du fonctionnement de l'entreprise dans sa globalité, le locuteur étranger peut alors adapter son comportement langagier au type d'entreprise avec lequel il est en contact, et être ainsi plus à l'aise durant l'interaction.

Nous avons choisi de nous engager dans l'étude du rôle du *gender* dans les interactions, sans nous douter au début que cette étude était une étude sans fin.

La littérature dans ce domaine est très diversifiée (conversations familiales, interactions de travail, discussions entre étudiants, etc.) et les résultats obtenus ont permis d'admettre qu'il existe effectivement un style communicatif propre aux femmes, c'est-à-dire que les femmes manifestent, de façon collective, des tendances, des préférences discursives. Toutefois, la diversité des études sur le genre a aussi entraîné des divergences²⁴² entre les chercheurs, portant sur l'ampleur et l'interprétation des différences observées entre le genre féminin et le genre masculin.

C'est l'interprétation que nous pouvons faire des variations observées dans nos corpus qui nous a surtout posé problème lors de notre analyse. En effet, les variations entre hommes et femmes ont été et sont encore aujourd'hui l'objet d'interprétations diverses, ce qui rend les observations faites à partir d'un corpus difficilement généralisables. Nous avons ainsi vu que les recherches ont eu, sur le style féminin, une vision positive ou négative, ce qui modifie les interprétations que les chercheurs peuvent faire de leurs données.

Pour notre part, nous avons suivi le courant actuel qui explique les particularités du style féminin en les reliant aux rôles et activités qui sont réservés aux femmes dans la société. Nous sommes arrivée à la conclusion que « *certain features of " women's speech " considered to be markers of sex-role-stereotyped activities* » (Scherer et Giles, 1979 : 55). C'est donc bien l'élaboration sociale du sexe, le « genre », qui est pertinente dans le discours.

C'est donc en collectant un grand nombre de données dans différents types de situations que nous pourrions éviter toute généralisation abusive et toute erreur d'interprétation. C'est justement ce qui nous a posé problème lors de l'analyse de nos corpus. Nous n'avons pas pu dissocier systématiquement ce qui tenait du genre des interactants de ce qui tenait de leur rôle. Nos corpus ne proposaient pas tous les cas de figure : Nous avons des interactions Secrétaire Femme – Client, Secrétaire Femme – Cliente, Patron Homme – Client, Patron Homme – Cliente, mais nous n'avons pas ni d'interactions avec un Secrétaire Homme, ni avec un Patron Femme. Si nous voulons décrire de façon précise et pertinente les caractéristiques propres au rôle de secrétaire et

²⁴² Les études portaient sur des sujets trop différents pour montrer des régularités dans le comportement féminin, valables pour le genre féminin.

celles propres au genre féminin, il faudra donc constituer un nouveau corpus constitué d'interactions entre un secrétaire homme et des clients et clientes, ce qui est loin d'être évident puisque plus de 90% des secrétaires sont des femmes... Mais le jeu en vaut la chandelle, compte tenu de tous les stéréotypes qui continuent de circuler autour de nous, que ce soit dans le domaine de la publicité, des jeux pour enfants, dans une certaine presse, etc.

Bibliographie

Adler, M. K.

1978 : *Sex differences in human speech : a sociolinguistic study*, Hamburg : Buske.

Aebischer, V.

1985 : *Les femmes et le langage. Représentations sociales d'une différence*, Paris : PUF.

1992 : « Bavardages : sens commun et linguistique », in Aebischer, V., Forel, C., 193-208.

Aebischer, V., Forel, C. (sous la direction de)

1992 : *Parlers masculins, parlers féminins ?*, Paris : Delachaux et Niestlé.

Akers-Porrini, R.

1997 : « La visite téléphonique », in *Usages de la téléphonie*, Réseaux vol. n°82-83, Paris : Hermès Sciences Publications.

2000 : « Efficacité féminine, courtoisie masculine. La durée inégale des appels téléphoniques mixtes », in *Le sexe au téléphone*, Réseaux vol. 18 n°103, 143-182, Paris : Hermès Sciences Publications.

Aleguire, D. G.

1978 : *Interruptions and dominance*, IXème Congrès mondial de Sociologie, Uppsala.

Alonzo, P.

- 1996 : *Femmes employées, la construction sociale sexuée du salariat*, Paris : L'Harmattan (Logiques sociales).
- André-Larochebouvy, D.
1984 : *La conversation quotidienne*, Paris : Didier Crédif.
- Andreani, G.
1991 : *Le nouveau savoir-vivre*, Evreux : Hachette.
- Anscombe, J.C.
1980 : « Voulez-vous dériver avec moi ? », in *Les actes de discours*, Communications 32 : 61-124.
- 1981 : « Marqueurs et hypermarqueurs de dérivation illocutoire : notions et problèmes », *Cahiers de linguistique française* 3 : 75-124.
- Aristote
1991 : *La rhétorique*, Paris : Livre de poche.
- Aronson, S.
1992 : « The sociology of telephone », *International journal of comparative sociology*, 12 (3), septembre 1971, traduit en français dans *Réseaux* n°50, Paris : Hermès Sciences Publications.
- Austin, J. L.
1970 : *Quand dire, c'est faire*, Paris : Seuil (édition originale : 1962).
- Bachmann, C., Lindenfeld, J., Simonin, J.
1981 : *Langage et communications sociales*, Paris : Hatier.
- Ball, D.
1968 : « Toward a sociology of telephones and telephoners », in Truzzi, M. (éd.), *Sociology and Everyday Life*, Prentice Hall, Cliffs.
- Bange, P.
1992 : *Analyse conversationnelle et théorie de l'action*, Paris : Hatier (LAL).
- Baronii, M.R., Nicolini, C.
1995 : « Natural conversations in males and females : conversational styles, content recall and quality of interaction », *Pragmatics* 5-4 : 406-426.
- Bauer, M.
1990 : « Pas de sociologie de l'entreprise sans sociologie de ses dirigeants » in Sainsaulieu, 1990 : 148-174.
- Baugnet, L.
1998 : *L'identité sociale*, Paris : Dunod (Collection Les topos).
- Bateson, G.
1981 : « Communication », in Winkin (éd.), 1981 : 116-144.
- Bateson, G., Ruesch, J.
1951 : *Communication : The social matrix of psychiatry*, New-York : Norton (trad.fr. en 1988 : *Communication et société*, Paris : Seuil).

- Béal, C.
2000 : « Les interactions verbales interculturelles : quel corpus ? quelle méthodologie ? » in Traverso, V. (sous la dir. de), 2000 : 11-32.
- Beattie, G.
1983 : *Talk. An analysis of speech and non-verbal behavior in conversation*, M. Keynes : Open University Press.
- Beaud, P., Flichy, P.
1980 : *La communication bureaucratisée. L'utilisation du téléphone dans une administration*, rapport CNRS/ INA.
- Becker, J. A., Smenner, P. C.
1986 : « The spontaneous use of *Thank you* by preschoolers as a function of sex, socioeconomic status, and listener status », *Language in Society* 15-4 : 537-546.
- Benghozi, P. J.
1998 : « De l'organisation scientifique du travail à l'organisation scientifique du client. L'orientation-client, focalisation de nouvelles pratiques managériales », in Réseaux n°91, *Les relations clients-fournisseurs à l'épreuve des réseaux*, 13-29, Paris : Hermès Sciences Publications.
- Berthoud, A.C., Mondada, L.
1995 : « Modes d'introduction et de négociation du topic dans l'interaction verbale », in Vion, R., Véronique, D. (éds), *Modèles de l'interaction verbale*, Actes du colloque sur l'interaction sociale, Université de Provence, Septembre 1991, Aix-en-Provence, Université de Provence, 277-300.
- Birdwhistell, R.
1974 : « The language of the body : The natural environment of words », in Silverstein, A. (éd.), 1974 : *Human Communication : Theoretical explorations*, New-York : J. Wiley, 203-220.
- Bonnet, M., Bernard, Y.
1998 : *Services de proximité et vie quotidienne*, Paris : PUF.
- Bornot, F., Cordesse, A.
1982 : *Le téléphone dans tous ses états*, PUF : Actes sud.
- Borzeix, A., fraenkel, B.
2001 : *Langage et Travail. Communication, cognition, action*, Paris : CNRS Editions.
- Bourguignon, C.
1998 : *La communication professionnelle internationale, contrainte et liberté*, Paris : L'Harmattan.
- Boutet, J. (sous la dir. de)
1995 : *Paroles au travail*, Paris : L'Harmattan.
- Boutet, J., Gardin, B., Lacoste, M.
1995 : « Discours en situation de travail » in *Les analyses du discours en France*, Langages 117, 12-31.

Brown, P., Levinson, S.

1978 : « Universals in language use : Politeness phenomena », in Goody E. (éd.) : *Questions and politeness. Strategies in social interaction*, Cambridge : CUP, 56-289.

Buss, D. M.

1981 : « Sex differences in the evaluation and performance of dominant acts », *Journal of personality and social psychology*, vol. 40-1 : 147-154.

Cabin, P. (coordonné par)

1998 : *La communication, état des savoirs*, Auxerre : Sciences humaines Editions.

Caby, L., Jaeger, C.

1998 : « La relation fournisseur-client et les technologies de l'information et de la communication », in *Les relations clients-fournisseurs à l'épreuve des réseaux*, Réseaux n°91, CNET, 95-117.

Calhoun, J.B.

1962 : « Population density and social pathology », *Scientific American* n°206 : 139-146.

Callebaut, B.

1989 : *La négation en français contemporain. Une approche pragmativo-discursive*, Thèse de doctorat, Rijksuniversiteit, Gand.

Cameron, D.

1992 : « New arrivals, The feminist challenge in linguistic study », in Wolg (ed.), *New departures in linguistics*, New-York : Garland.

Camilleri, C., Lipiansky, E. M. et al.

1990 : *Stratégies identitaires*, Paris : PUF.

Cardia-Vonèche, L., Bastard, B., Gonik, V.

1999 : « Le temps des hommes et des femmes dans l'entreprise », in *Temporalité du social et sexualité*, Cahiers du genre n°24 : 37-50, Paris : L'Harmattan.

Cazals- Ferré, M. P., Rossi, P. :

1998 : *Eléments de psychologie sociale*, Paris : Armand Colin (Collection Synthèse, série Psychologie).

Chappuis, R., Thomas, R.

1995 : *Rôle et statut*, Paris : PUF (QSJ n° 0768).

Claisse, G., Rowe, F.

1993 : « Téléphone, communications et sociabilités : des pratiques résidentielles différenciées », *Sociétés contemporaines*, 14-15.

Coates, J.

1986 : *Women, men and language : a sociolinguistic account of sex differences in language*, London : Longman.

Conein, B.

1987 : « Formalité et contingence interactionnelle : échange des noms et des

-
- salutations au téléphone », in Conein, B., De Fornel, M., Quéré, L., 1987 : 1945-160.
- 1989 : « Pourquoi doit-on dire bonjour ? (Goffman relu par H. Sacks) », in *Le parler frais d'Erving Goffman*, 1989 : 196-208.
- Conein, B., De Fornel, M., Quéré L.
- 1987 : *Les formes de la conversation*, volume 1, Paris : CNET.
- 1991 : *Les formes de la conversation*, volume 2, Paris : CNET.
- Coulon, A.
- 1987 : *L'ethnométhodologie*, Paris : PUF (« Que sais-je ? »).
- Crozier, M.
- 1965 : *Le monde des employés de bureau*, Paris : Seuil.
- Crozier, M., Fiedberg, E.
- 1977 : *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Paris : Seuil.
- Dollé, A.
- 1984 : *Ca va comme un lundi, la vie de bureau*, Paris : Hachette.
- Dubois, B.L., Crouch, I.
- 1976 : « The question of tag questions in women's speech : They don't really use more of them, don't they ? », *Language in society* 4 : 289-294.
- Dumas, I.
- 2003 : *Au-delà de la transaction, le lien social. Analyse comparative d'interactions en situation de commerce et de service*, Thèse de Doctorat, Université Lumière Lyon 2.
- Durand, J.
- 1981 : *Les formes de la communication*, Paris : Dunod.
- Erbès-Seguin, S.
- 1996 : *La sociologie du travail*, Paris : Repères.
- Fernandez, M.M. J., (sous la direction de)
- 1998 : *Parler femme en Europe*, Paris : L'Harmattan.
- Firth, A.(ed.)
- 1991 : *Discourse at work : Negotiating by telex, fax, and phone*. Thèse, Aalborg : Université d'Aalborg.
- 1995 : *The discourse of negotiation, Studies of language in the workplace*, Pergamon.
- Fischer, G.N.
- 1980 : *Espace industriel et liberté*, Paris : PUF.
- 1981 : *La psychosociologie de l'espace*, Paris : PUF (« Que sais-je ? »).
- 1983 : *Le travail et son espace*, Paris : Dunod.
- 1989 : *Psychologie des espaces de travail*, Paris : Armand Colin.
- 1997 : *La psychologie sociale*, Paris : Seuil (« Points Essai »).
- Fishman, P.
- 1983 : « Interaction : the work women do », in Thorne et al., 1983 : *Language, gender*

- ans society*, Rowley, MA : Newbury House, 89-102.
- Flichy, P.
1998 : « Le téléphone et ses usages », in Cabin, P. (coordonné par), 1998 : 403-409.
- Fonagy, I.
1983 : *La vive voix*, Essais de psycho-phonétique, Paris : Payot.
- Garfinkel, H.
1967 : *Studies in ethnomethodology*, Englewood Cliffs (N.J.) : Prentice-Hall.
- Giacomi, A.
1995 : « Construction de l'image identitaire et élaboration de récits biographiques », in Véronique, D. et Vion, R. (éds) : *Des savoir-faire communicationnels*, Publications de l'Université de Provence, 303-314.
- Gilbert, J.
1990 : *Secondary school students talking about science : language functions, gender and interactions in small group discussions*, MA Thesis, Wellington : Victoria University.
- Goffman, E.
1963 : *Behaviour in public places*, New-York : Free Press
1973 : *La mise en scène de la vie quotidienne*, tome 1 : *La présentation de soi* ; tome 2 : *Les relations en public*, Paris : Minuit.
1974a : *Les rites d'interaction*, Paris : Minuit.
1974b : *Frame analysis*, New-York : Happer and Row (Trad. fr. : 1991 : *Les cadres de l'expérience*, Paris : Minuit).
1987 : *Façons de parler*, Paris : Minuit (trad. fr. de *Forms of talk*, 1981, Philadelphie : University of Pennsylvania Press).
1988 : « L'ordre social et l'interaction », in Winkin (éds.), 1988 : 95-103.
1989 : *Le parler frais d'Erving Goffman*, Paris : Minuit.
- Gordon, D., Lakoff, G.
1973 : « Postulats de conversation », *Langages* 30 : 32-54.
- Gras A., Joerges B., Scardigli ,V. (sous la direction de)
1992 : *Sociologie des techniques de la vie quotidienne*, Paris : L'Harmattan (Logiques sociales).
- Grice, H. P.
1979 : « Logique et conversation », *Communication* 30 : 57-72 (« Logic and conversation », in P. Cole, J.L. Morgan éds : *Syntax and Semantics*, vol. 3, New-York : Academic Press, 41-58).
- Grosjean, M.
1993 : « Etude de la vocalité », in *Ethologie des communications humaines. Aide mémoire méthodologique*, (sous la direction de) Pléty, R., Lyon : P.U.L., 85-92.
1995 : « Sur quel ton le dites-vous ? », in *Métiers du public. Les compétences de l'expert et l'espace de l'utilisateur*, (sous la direction de) Joseph, I., Jeannot, G., CNRS

- éditions : 159-182.
- Gumperz, J., Hymes, D.
1972 : *Directions in sociolinguistics : the ethnography of communication*, New-York : Holt, Rinehart and Winston.
- Haas, A.
1978 : *Sex-associated features of spoken language by 4-, 8-, and 12-year old boys and girls*, IXème Congrès mondial de Sociologie, Uppsala.
- Habermas, J.
1987 : *Logique des sciences sociales et autres essais*, Paris : PUF (« Philosophie d'aujourd'hui »).
- Hakulinen, A.
1998 : « Pertinence du sexe dans l'interview télévisée : l'analyse conversationnelle d'un extrait d'émission finoise », in Fernandez, J. (sous la dir. de), 1998 : 137-163.
- Hall, E.T., Hall, M.R.
1990 : *Guide du comportement dans les affaires internationales. Allemagne, Etats-Unis, France*. Paris : Seuil.
- Hammad, M.
1989 : « La privatisation de l'espace », *Nouveaux actes sémiotiques*, n° 4-5, Limoges : Trames.
- Hediger, H.
1965: *Studies of the psychology and behaviour of captive animals in Zoos and circuses*, Londres : Butterworth and compagny.
- Heritage, J.
1998 : « Conversation analysis and institutional talk : Analysing data », in Silverman, D. (ed.), *Qualitative Research. Theory, method and practice*, Londres : Sage Publications, 161-182.
- Hmed, N.
2003 : *Analyse comparative des interactions. Le cas de trois commerces : français, tunisien et franco-maghrébin*, Thèse de doctorat, Université Lumière Lyon 2.
- Holmes, J.
1988 : « Paying compliments : a sex-preferential positive politeness strategy », *Journal of Pragmatics* 12-4 : 445-465.
1992 : « Women's talk in public contextes », *Discourse & Society* 3-2 : 131-150.
- Hopper, R.
1992 : *Telephone conversation*, Indiana University Press.
- Hymes, D.
1967 : « Models of the interaction of language and social setting », in McNamara (éd.), *Problems of bilingualism*, Journal of Social Issues, XXIII, 2.
- Jaeger, C.
1998 : « Présentation », in *Les relations clients-fournisseurs à l'épreuve des réseaux*,

- Réseaux vol. n°91, CNET, 5-10.
- Kassai, G.
1975 : « Quelques observations à propos du langage des femmes », *Actes du lième colloque de linguistique fonctionnelle*, Clermont-Ferrand, 22-25 juillet 1975.
- Kerbrat-Orecchioni, C.
1984 : « Les négociations conversationnelles », *Verbum* VII/ 2-3, 223-243.
1987 : *Décrire la conversation*, Lyon : PUL.
1988 : *Echanges sur la conversation*, Paris : CNRS.
1990 : *Les interactions verbales*, T. 1, Paris : Armand Colin.
1992 : *Les interactions verbales*, T. 2, Paris : Armand Colin.
1994 : *Les interactions verbales*, T.3, Paris : Armand Colin.
1996 : *La conversation*, Paris : Seuil (coll. Mémo).
2000 : « L'analyse des interactions verbales : la notion de "négociations conversationnelles" - Défense et illustrations », *Lalies* n°20, 64-141.
2001 : *Les actes de langage dans le discours : théorie et fonctionnement*, Paris : Nathan.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (sous la dir. de)
1991 : *La question*, Lyon : PUL.
- Kerbrat-Orecchioni, C., Traverso, V.
2003 : « Types d'interactions et genres de l'oral »
- Key, M. R.
1975 : *Male/ female language*, Metuchen : The Scarecrow Press.
- Lacoste, M.
1995 : *Dire et faire au travail*, Connexions n° 65, éd. Erès.
1998 : *La communication de travail. Une approche par l'action et le langage*, Habilitation à diriger des recherches, Université Stendhal Grenoble III.
2001 : « Peut-on travailler sans communiquer », in Borzeix et Fraenkel (coordonné par), 2001 : 21-53.
- Lakoff, R.
1975 : *Language and woman's place*, Cambridge : Cambridge University Press.
1989 : « The limits of politeness : therapeutic and courtroom discourse », *Multilingua* 8-2/3 : 101-129.
- Laver, J.
1981 : « Linguistic routines and politeness in greeting and parting », in Coulmas, F. (éd.), 1981 : *Conversational routine*, La Haye/ Paris/ New-York : Mouton, 289-304.
- Leech, G.N.
1983 : *Principles of pragmatics*, Londres New-York : Longman.
- Leon, P. R.
1976 : « De l'analyse psychologique à la catégorisation auditive et acoustique des

-
- émotions dans la parole », *Journal de la psychologie*, 3-4, 305-325.
- Lévi-Strauss, C.
1955 : *Tristes tropiques*, Paris : collection 10/ 18.
- Lipiansky, E. M.
1992 : *Identité et communication*, Paris : PUF (Psychologie sociale).
- Luhmann, N.
2001 : « Confiance et familiarité, problèmes et alternatives », in *La confiance, Réseaux* vol. 19 n°108, 15-35, Paris : Hermès Sciences Publications.
- Mc Dowel, L.
1999 : *Gender, identity and place, Understanding feminist geographies*, Cambridge : Polity press.
- Manceron, V.
1997 : « Tribu en ligne : usages sociaux et modes d'interaction au sein d'un réseau de jeunes Parisiens », in *Usages de la téléphonie, Réseaux* vol.n°82-83, Paris : Hermès Sciences Publications.
- Marandin, J.M.
1987 : « Des mots et des actions. Compliment, complimenter et l'action de complimenter », *Lexique 5*, Presse Universitaire de Lille : 65-99.
- Marc, E., Picard, D.
1989 : *L'interaction sociale*, Paris : PUF (Le psychologue).
- Martel, G.
1998 : *Pour une rhétorique du quotidien*, Québec : Ciral, Recherches sociolinguistiques.
- Maury-Rouan, C.
1995, « Féminin-masculin : rôles, places et pouvoirs dans l'interaction », in Véronique et Vion (éds), *Des savoirs-faire communicationnels*, Aix-en- Provence, Université de Provence, 369-385.
- Maruani, M.
2000 : *Travail et emploi des femmes*, Paris : La découverte (Repères).
- Mead, G. H.
1963 : *L'esprit, le soi et la société*, Paris : PUF (Trad. fr. de *Mind, Self and Society*, 1934, Chicago : University of Chicago Press).
- Messant-Laurent, F.
1990 : *La secrétaire modèle, étude sociologique*, Paris : L'Harmattan (Logiques sociales).
- Moatty, F.
2001 : « La fonction prescriptive de l'écrit en entreprise » in Pène, Borzeix & Fraenkel, 2001 : 131-148.
- Moeschler, J.
1982 : *Dire et contredire. Pragmatique de la négociation et acte de réfutation dans la*

- conversation*. Berne/ Francfort : Peter Lang.
- 1985 : *Argumentation et conversation. Eléments pour une analyse pragmatique du discours*, Paris : Crédif-Hatier (LAL).
- Mondada, L.
- 1998 : « L'identité sexuelle comme accomplissement pratique », in Fernandez, J. (sous la dir. de), 1998, 253-276.
- Moscovici, S.
- 1970 : « Préface », in Jodelet D., Viet J., Besnard Ph., *La psychologie sociale : une discipline en mouvement*, La Haye : Paris Mouton, 9-64.
- Mucchielli, A.
- 1998 : *Approche systémique et communicationnelle des organisations*, Paris : Armand Colin.
- Muller, F.E.
- 1995 : « Trilogie et double articulation de la conversation radiophonique », in Kerbrat-Orecchioni, C., Plantin, C. (éds), *Le trilogie*, Lyon : Presse Universitaire de Lyon, 201-223.
- Murray, S. O., Covelli, L. H.
- 1988 : « Women and men speaking at the same time », *Journal of pragmatics* 12-1 : 103-111.
- Odin, R.
- 1990 : *Cinéma et production du sens*, Paris : A. Colin.
- Orgogozo, I.
- 1988 : *Les paradoxes de la communication, A l'écoute des différences*, Paris : Les éditions d'organisation.
- Palisse, S.
- 1997 : *Les interactions professionnelles téléphoniques*, mémoire de maîtrise, Université Lumière Lyon 2.
- 1998 : *Les interactions professionnelles au téléphone. Etude comparative : les séquences d'ouverture et de clôture, la requête, les négociations au travail*, mémoire de DEA, Université Lumière Lyon 2.
- 2000 : « Comment l'image donnée de l'entreprise par la secrétaire peut-elle influencer le comportement du client ? », Colloque Euresco, « Interactional linguistics. EuroConference on the linguistic organization of conversational activities », 16-21/09/ 2000, Spa, Belgique.
- 2004 : « "Je ne suis que la secrétaire" : Rôles et pouvoirs de la secrétaire (de P.M.E.) dans la négociation avec le client », in *La négociation au travail*, (sous la dir. de) Grosjean, M., Mondada, L., Lyon : PUL (Collection Ethologie et Psychologie des communications).
- Park, R.E.
- 1950 : *Race and culture*, New-York : The Free Press.
- Pene, S.

-
- 1995 : « Traces de mains sur les écrits gris », in Boutet (sous la dir. de), 1995 : 105-122.
- 2001 : « Introduction », in Pène, Borzeix et Fraenkel, 2001 : 9-17.
- Pène, S., Borzeix, A., Fraenkel, B.
- 2001 : *Le langage dans les organisations : une nouvelle donne*, Paris : L'Harmattan.
- Perin, P.
- 1992 : *La communication plurielle*, CNET, Paris : La documentation française.
- Pichault, F., Zune, M.
- 2001 : « Parole et logiques d'action dans les *call-centers* », in Pène, Borzeix et Fraenkel, 2001 : 75-98.
- Plantin, C.
- 1996 : *L'argumentation*, Paris : Seuil.
- Potocki Malicet, D.
- 1997 : *Elements de sociologie du travail et de l'organisation*, Paris : Anthropos.
- Pringle, R.
- 1989 : *Secretaries talk*, London : Verso.
- Proust, M.
- 1954 : *Un amour de Swann*, Paris : Gallimard.
- Psathas, G. (éd.)
- 1979 : *Everyday language, studies in ethnomethodology*, New-York : Irvington publishers.
- Queiroz, J.M., Ziolkowski, M.
- 1997 : *L'interactionnisme symbolique*, Rennes : PUR.
- Quéré, L.
- 1991 : « Construction de la relation et coordination de l'action dans la conversation » in Conein, De Fornel et Quéré, 1991 : 253-288.
- 2000 : « Présentation », in *Le sexe au téléphone, Réseaux* vol. 18 : 103, 9-17,
- Quéré, L., Smoreda, Z.
- 2003 : *Le sexe au téléphone, Réseaux* vol. 18 : 103, Paris : Hermès Sciences Publications.
- Reynaud, E.
- 1980, « Negotiations, Varieties, contexts, processes and social order (A Strauss) », Notes de lecture, *Revue française de sociologie*, XXI, Juillet-Septembre.
- Ross, J.R.
- 1975 : « Where to do things with words », in Cole & Morgan (1975), 233-256.
- Roulet, E.
- 1974 : *Linguistique et comportement humain. L'analyse tagmémique de Pike*, Neuchâtel : Delachaux et Niestlé.

- 1980 : « Modalité et illocution. Pouvoir et devoir dans les actes de permission et de requête », in *Les actes de discours*, Communications 32 : 216-239.
- 1989 : « De la structure de la conversation à la structure d'autres types de discours », in Rubattel, C. (1989), *Modèles du discours. Recherches actuelles en Suisse romande*, 35-59, Berne : Peter Lang.
- Roulet, E. et al.
- 1985 : *L'articulation du discours en français contemporain*, Bern : Peter Lang.
- Sainsaulieu, R.
- 1977 : *L'identité au travail*, Paris : Presse de Sciences Politiques.
- 1990 : *L'entreprise, une affaire de société*, Paris : Presse de la fondation des sciences politiques.
- Sacks, H.
- 1972 : « On the analyzability of stories by children », in Gumperz et Hymes, 1972, 325-345.
- Sacks, H., Schegloff, E., Jefferson, G.
- 1978 : « A simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation », in Schenkein J. (éd.), 1978, *Studies in the organization of conversational interaction*, New-York : Academic Press, 7-55.
- Salins, G. D. de
- 1988 : *Une approche ethnographique de la communication : rencontres en milieu parisien*, Paris : Hatier Crédif (LAL).
- 1992 : *Une introduction à l'ethnographie de la communication*, Paris : Didier.
- Sapir, E.
- 1929 : « Male and female forms of speech in Yana », in Teeuwen, W. Y. (ed), *Donum Natalicum Schrijnen*, Nijmegen-Utrecht, Dekker and Van de Vegt, 1929.
- Sarbin, T.R.
- 1954 : « Role theory » in G. Lindzey (ed.), *Handbook of social psychology*, vol. 1, Reading, Mas., Addison-Wesley.
- Schank, R.C., Abelson, R.P.
- 1977 : *Scripts, Plans, goals, and understanding. An inquiry into human knowledge structure*, Hillsdale (N.J.) : Lawrence Erlbaum Associates.
- Schegloff, E.
- 1979 : « Identification and recognition in telephone openings », in Psathas, G. (éd.), *Everyday language : Studies in ethnomethodology*, New-York : Irvington.
- 1986 : « The routine as achievement », *Human Studies*, vol. 9, 111-152.
- Schegloff, E., Sacks, H.
- 1973 : « Openings up closings », *Semiotica* n° 7, 289-327.
- Scherer, K. R., Giles, H. (éds)
- 1979 : *Social markers in speech*, Cambridge : CUP.

Schramm, W.

1971 : « The nature of communication between humans », in Schramm, W., Roberts, D. F. (éds), *The process and effects of mass communication*, Urbana (Illinois) : University of Illinois Press, 3-53.

Seligman, A.B.

2001 : « Complexité du rôle, risque et émergence de la confiance », in *La confiance, Réseaux* vol. 19 n°108, 37-61, Paris : Hermès Sciences Publications.

Shannon, C., Weaver, W.

1949 : *The mathematical theory of communication*, Urbana : University of Illinois Press (trad. Fr. en 1975 : *La théorie mathématique de la communication*, Paris : Retz-CEPL).

Sinclair, J., Coulthard, R.M.

1975 : *Towards an analysis of discourse. The english used by teachers and pupils*, Oxford : Oxford University Press.

Sitbon, B.

1997 : *Les interactions verbales dans les boulangeries*, mémoire de maîtrise, Université Lumière Lyon 2.

Smoreda, Z., Licoppe, C.

2000 : « Identités sexuées et statuts interactionnels. De la gestion de la durée des conversations téléphoniques », in *Le sexe au téléphone, Réseaux* vol. 18 n°103, 119-141.

Sola Pool, I. de (éd.)

1977 : *The social impact of telephone*, MIT Press.

Sommer, R.

1973 : « L'espace personnel », *La recherche* n°4 : 135-142, Paris.

Stenstroem, A.-B.

1984 : *Questions and responses in English conversation*, Malmoe (Suède) : CWK Gleerup.

Strauss, A. L.

1992 : *La trame de la négociation, sociologie qualitative et interactionnisme*, Paris : L'Harmattan.

Talbot, M.

1992 : « I wish you'd stop interrupting me ! Interruptions and asymetries in speaker-rights in equal encounters », *Journal of pragmatics* 18 : 415-466.

Tannen, D.

1986 : *That's NOT what I MEAN ! How conversational style makes or breaks your relations with others*, New-York : W. Morrow, Ballentine.

1990 : *You just don't understand : women and men in conversation*, New-York : W. Morrow.

1993 : *Décidément, tu ne me comprends pas ! Comment surmonter les malentendus*

- entre hommes et femmes*, Paris : Laffont.
- 1996 : *Talking from 9 to 5, Women and men at work : language, sex and power*, Londres : Virago Press.
- Taylor, J.R.
- 1993 : « La dynamique de changement organisationnel. Une théorie conversation/ texte de la communication et de ses implications », *Communication et organisation*, n°3, Thomsen, C.
- 2000 : *Stratégies d'argumentation et de politesse dans les conversations d'affaires. La séquence de requête*, Bern : Peter Lang.
- Thuderoz, C.
- 1997 : *Sociologie des entreprises*, Paris : Edition de la découverte (Collection Repères).
- Touzard, H.
- 1977 : *La médiation et la résolution des conflits*, Paris : PUF.
- 1987 : « La rigidité flexible : un exemple de processus intégratifs », *Connexions n°50*, 29-42.
- Traverso, V.
- 1996 : *La conversation familière, Analyse pragmatique des interactions*, Lyon : PUL.
- 1999 : *L'analyse des conversations*, Paris : Nathan Université (collection : 128).
- 2000 : (éd.) « Autour de la mise en œuvre d'une comparaison interculturelle », *Perspectives interculturelles sur l'interaction*, Lyon : PUL, 33-53.
- Troubetzkoy, N. S.
- 1970 : *Principes de phonologie*, Paris : Klincksieck.
- Trudgill, P.
- 1972 : « Sex, covert prestige, and linguistic change in the urban British English of Norwich », *Language in society* 1 : 179-196.
- 1998 : « Concept de genres, prestige latent et insécurité linguistique », in Singy (éd.), 1998 : *Les femmes et la langue. L'insécurité linguistique en question*, Lausanne/ Paris : Delachaux et Niestlé, 37-57.
- Vinsonneau, G.
- 1997 : *L'identité des françaises face au sexe masculin, Perspectives cognitives et expérimentales*, Paris : L'harmattan (Psychologies).
- Vion, R.
- 1992 : *La communication verbale, analyse des interactions*, Paris : Hachette Université Linguistique.
- Vrugt, A., Kerkestra, A.
- 1984 : « Sex differences in nonverbal communication », *Semiotica* 50-1/2 : 1-41.
- Watzlawick P., Beavin, J., Jackson, D.
- 1972 : *Une logique de la communication*, Paris : Seuil.
- Weil, S.

-
- 1983 : *Trésors de la politesse française*, Paris : Belin.
- Weller, J. M.
- 1997 : « Le guichet interactif, ce que font les bureaucrates lorsqu'ils répondent au téléphone », *Usages de la téléphonie, Réseaux* n° 82/83, Paris : Hermès Sciences Publications.
- West, C.
- 1992 : « Stratégies de conversation », in Aebischer et Forel (sous la dir. de) 1992, 157-186.
- West, C. & Zimmerman, D.
- 1975 : « Sex roles, interruptions and silences in conversation » in Thorne, B., Hendley, N. (eds), 1975 : *Language and Sex : Difference and Dominance*, Rowley, MA, Newbury House, 105-129.
- 1985 : « Gender, language and discourse », in Van Dijk, T.A. (ed.), *Handbook of discourse analysis*, vol. 4 : 103-124.
- Widmer, J.
- 1991 : « Conversations et organisation du travail administratif » in Conein, B., De Fornel, M. et Quéré, L., 1991 : 35-54.
- Winkin, Y.
- 1981 : (éd.) *La nouvelle communication*, Paris : Seuil.
- 1988 : (éd.) *Erving Goffman : les moments et leurs hommes*, Paris : Seuil/ Minuit.
- 2001 : *Anthropologie de la communication, De la théorie au terrain*, Paris : Seuil (1^{ère} édition : 1996).
- Wolfson, N.
- 1983 : « An empirical based analysis of complimentig in English », in Wolfson, N. & Judd, E. (eds), *Sociolinguistics and language acquisition*, Cambridge : Newbury House, 82-95.
- 1984 : « Pretty is as pretty does : a speech act view of sex roles », *Applied Linguistics* 5 : 236-244.
- 1988 : « The buldge : a theory of speech behaviour and social distance », in Fine, J. (ed.), *Second language discourse : A textbook of current research*, Norwood, N.J. : Ablex, 21-38.
- Zarifian, P.
- 1996 : *Travail et communication, essai sociologique sur le travail dans la grande entreprise industrielle*, Paris : PUF.

Annexes

Annexe 1

Conventions de transcription

J'ai emprunté à Traverso ses conventions de transcription (Traverso, 1999 : 25).

Rythmes

L'allongement d'un son est marqué :

: Allongement simple

:: Allongement plus marqué

::: Allongement très important

' L'apostrophe signale la chute d'un son à l'intérieur d'un même mot :

S au r'voir.

- Le tiret indique que un mot interrompu brutalement par le locuteur.

[Les crochets signalent le chevauchement de paroles :

S au [r'voir

C [au r'voir

= Le signal = indique un enchaînement immédiat entre deux tours.

Intonations

↑ Intonation montante

↓ Intonation descendante

BONjour Les syllabes ou mots accentués sont notés en majuscules.

Silences et pauses

Les pauses sont indiquées par le point de suspension :

. Petite interruption dans le débit de parole

.. Pause légère

... Pause moyenne

Au-delà d'une seconde, on chronomètre ce qu'on appelle alors des silences.

(3') Chiffre entre parenthèse indiquant le temps de pause

Productions vocales

Les rires ou autres gestes vocaux du type soupirs, aspirations, etc. sont notés entre parenthèses, ainsi que les commentaires sur la voix ou le ton de la voix :

(rire)(sourire)

Indications comportementales et autres données vocales

Les indications de comportements non verbaux sont notées en italique entre parenthèses : (*elle s'adresse au patron*), tout comme les interventions formulées hors de l'interaction (commentaires formulés après l'interaction, par d'autres locuteurs que les deux participants).

Passages incertains ou inaudibles

Les mots ou passages dont la transcription est incertaine sont notés entre parenthèses.

Les noms propres dont l'écriture est incertaine sont notés entre guillemets :

« Bodinborg »

Les mots inaudibles sont simplement notés

(... ?)

Les passages inaudibles sont notés

(inaudible)

Certains noms de personnes, de rues, d'entreprises, ainsi que certains chiffres (numéros de téléphone, prix, numéros de dossiers, etc.) ont été supprimés pour préserver l'anonymat des personnes et protéger les informations circulant au sein de l'entreprise. Ils ont été remplacés par des « x », ou par des initiales.

Les participant-e-s seront nommé-e-s pour les transcriptions par les initiales suivantes :

La secrétaire S

Le ou la cliente C

De plus, les autres participants sont notés avec des initiales particulières, en général relatives à leur prénom.

Pour le corpus Assureurs :

E Evelyne

N Nicole

M Marie

Pour le corpus Transporteurs :

M Michel

Pour le corpus Fournisseurs :

L Lisbeth

M Martine

T Employé de l'entreprise situé dans un autre service (appel interne)

K Technicien 1

P Technicien 2

JP Directeur d'agence

Annexe 2

Extrait du manuel de formation Fournisseurs

RIGUEUR

Prise de notes (écouter, c'est écrire)

3 choix en permanence

- Je respecte la chronologie de l'autre : retour à sa première idée

→ LUI

• Qu'est ce qui vous amène à... ?

• C'est à dire

• Dites m'en plus

- Je livre ma plus forte émotion en temps réel

→ MOI

• J'ai le sentiment

• J'ai besoin

• J'ai envie

+ Qu'en pensez-vous ?

- Je déclenche l'action

→ NOUS

• Comment faire avec vous ?

• Si moi je... vous que faites vous ?

• Que fait-on ?

Je parle une idée à la fois + Qu'en pensez-vous ?

Annexe 3

Extrait du manuel de formation Assureurs

« TECHNIQUES DE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE ORALE »

1. LE: TELEPHONE

A- Les règles de la communication téléphonique

La communication téléphonique professionnelle a ses règles qui diffèrent sur plusieurs points de celles de la conversation téléphonique amicale, par exemple. Dans les deux cas, l'absence de face à face est déterminante, mais dans le premier:

- la connaissance de l'interlocuteur est moindre (quelquefois nulle) ce qui rend difficile l'interprétation d'indices tenus : aux inflexions de voix d'un ami, on peut imaginer ses réactions, recréer par la pensée son comportement à l'autre bout du fil. L'exercice est risqué lorsque l'interlocuteur est inconnu;
- la situation professionnelle ajoute une contrainte de concision. Sauf exception, la conversation téléphonique professionnelle n'a pas pour fonction essentielle de maintenir un lien entre les interlocuteurs; elle n'est pas un substitut aux échanges informels qui réunissent les individus autour de la machine à café ou de la photocopieuse. Elle ne remplace pas non plus la lettre détaillée qu'elle prépare, qu'elle confirme;
- la contrainte d'aboutir au recueil d'informations détermine un type d'échange structuré

: une préparation matérielle en amont (préparation de matériel nécessaire à la prise de notes, agenda, numéro de téléphone), le souci de récapituler l'information pendant l'échange, la nécessité pour en rendre compte, de synthétiser l'essentiel à l'écrit, après la communication;

· la préoccupation de communiquer une information exhaustive à son interlocuteur impose, en cours d'entretien téléphonique, la contrainte de la reformulation : hors de la présence physique de celui à qui l'on parle, on est amené, après avoir présenté une information dense, la synthétiser, parfois même à la formuler autrement.

B - La voix et le téléphone

La voix prend évidemment dans ce contexte une importance particulière.

L'intensité en dit long sur l'aisance et le calme de celui qui parle. Murmure timoré qui oblige à tendre l'oreille, voix trop forte qui provient quelquefois d'un simple détail technique: le micro incorporé et placé trop près des lèvres.

On observe qu'au téléphone, pour donner le temps de l'assimilation le débit est en général ralenti par rapport à la situation de face à face (de l'ordre de 120 mots/minute), sans pour autant que les mots soient distillés.

Le ton est dans une certaine mesure communicatif. Une intonation morose influe, à l'autre bout du fil sur l'expression en retour du correspondant.

Le ton renseigne sur ce qui se passe alentour: une voix distraite indique au correspondant la dispersion d'attention sur d'autres interlocuteurs invisibles, les menus incidents qui peuvent subvenir, et rend l'autre presque importun.

La voix renseigne également sur la tonicité ambiante : elle traduit un comportement gestuel : on entend, par exemple au bout du fil, la décontraction de qui prend physiquement ses aises, la crispation éventuelle. Elle témoigne de l'humeur : on a coutume de dire que le sourire s'entend.

Sans le secours des autres canaux de communication, la voix est seule à porter l'information; une articulation nette est plus nécessaire encore qu'en situation de face à face.

En résumé

- Ne pas parler trop fort
- Contrôler son débit
- Prendre conscience de ses intonations
- Prêter attention à sa tonicité, qui s'entend
- Articuler nettement.

C- L'expression au téléphone

L'impossibilité d'adoucir par l'expression faciale, le caractère abrupt de certains propos, ou inversement de marquer sa détermination par des mimiques, modifie nécessairement l'expression dans le sens d'une plus grande « diplomatie » ou d'un

surcroît de fermeté.

Des formules d'entrée en contact, lorsqu'elles veulent faire preuve de disponibilité, doivent éviter la brusquerie:

Ne raccrochez pas ! Essayez de rappeler demain

C'est de la part... Il est absent !

Ne quittez pas ! C'est à quel sujet ?

On prend conscience de la sécheresse de ces formulations, voire de leur désinvolture lorsqu'on est, soi-même en position d'interlocuteur.

- « Ne raccrochez pas » sonne comme une injection.

- « C'est à quel sujet ? » est à la fois administratif et indiscret (mieux vaut par exemple s'enquérir du « motif de l'appel »).

- « C'est de la part » peut sembler désinvolte.

- « Il est absent » laisse l'impression désagréable d'un bureau déserté. « Il » est sans doute ailleurs, pour des raisons professionnelles...

- « Essayez de rappeler demain » est bien pessimiste. Joindre l'interlocuteur semble relever d'un hasard heureux !

Selon qu'on souhaite être particulièrement net ou diplomatiquement porté à l'atténuation, on modulera l'usage du conditionnel, de l'euphémisme.

Par exemple :

Je souhaiterais que vous me rappeliez/

Ou Je souhaite que vous rappeliez

Pourriez-vous me faire parvenir les renseignements/

Ou Nous souhaiterions obtenir les renseignements.

Annexe 4

Extrait d'un manuel de formation d'une Société de teleprospection

En respectant ces principes :

Je gagne du temps ; Je suis plus performant au téléphone ; Je donne une meilleure image de ma société.

Mon schéma d'entretien

1 Je prépare mon entretien.

2 Je me présente clairement.

3 Je suis souriant(e) et directive.

4 Je parle au présent.

5 J'identifie mon interlocuteur.

6 Je lui présente l'objet de mon appel.

7 Je développe son intérêt en lui expliquant les avantages de mon offre.

8 Je le place en situation d'accord grâce à l'alternative.

9 Je traite efficacement les objections.

10 Je conclus mon entretien.

Mon vocabulaire au téléphone

« Bénéficiaire, profiter », « Proposer, conseiller », « Avantageux », « Performants », « Remises », « Nouveau », « Qualité », « Professionnels », « Rapidité », etc.

Le traitement des objections

- J'identifie les vraies et les fausses objections.
- Je reconnais le bien fondé de la remarque.
- Je retourne la situation en ma faveur
- J'enchaîne sur un argument spécifique.
- Je conclus après la deuxième objection.
- Je ne fais jamais de forcing.