

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE ABBES LAGHROUR- KHENCHELA

Faculté des lettres et langues
Département des lettres et langues étrangères

Filière : Langue Française
Option : séances de langage

Mémoire préparé en vue de l'obtention du diplôme de
MASTER II



THEME

Les transactions algériennes en milieu urbain :
Analyse pragmatique des requêtes dans les agences de
voyage à Batna

Présenté par :
Zeraoulia Nassir

Encadré par :
Mme :

Membres du jury

Président :
Examineur :
Rapporteur :
Examineur :

2012/2013

*A ma mère, à mon père avec tout mon
amour.*

Et à toi ma sœur

Remerciement

*Je remercie tout d'abord ma directrice de
recherche Mme :*

Pour m'avoir aidé tout au long de mon travail

*Je remercie aussi M^{lle} CHABLI pour ces
précieux conseils*

*Je remercie aussi mes amis ALA-DINE
CHAABNA, CHAYB SAMI, MAKHELFI
SOUMIA INSAF et Mme SUZIE ROY pour leur
soutien et encouragement*

TABLE DES MATIÈRES

- Introduction générale.....	1
-la problématique.....	2
Chapitre 1: L'analyse interactionnelle	
I-1- L'interaction verbale	5
I-1- 1- L'interaction : essai définition.....	6
I-2- L'interaction : Un champ interdisciplinaire.....	7
I-2 -1 Les courants influent l'interaction.....	7
I -2-1-1- L'approche sociologique, et anthropologique.....	7
I -2-1-2 Les courants d'appartenance linguistique	9
1 -L'énonciation.....	9
2- Le principe de coopération de Grice.....	9
3- Les actes de langage.....	10
4- La microsociologie de Goffman.....	10
I -3 Critères et typologie des interactions.....	11
I -3-1- Critères de classement.....	11
Symétrie / complémentarité.....	11
Coopération / compétition.....	11
Nature des finalités.....	12
Caractère de formalité.....	12
I -3-2 typologie de l'interaction.....	13
Chapitre II : L'interaction commerciale	
II-1-L a transaction en tant qu'un type d'interaction	14
II- 1- 1- Pour une typologie des transactions.....	15
II -I- 1- I- Interaction commerciale et interaction de service.....	15
II- 1-2 la transaction : type d'interaction.....	16
II- I- 2 -1- L'interaction dans les commerces.....	16
II- 2 - 1a transaction commercial : type de second rang.....	17
II - 2- I- La transaction: type de second rang.....	17
II - 2- 1- 1- La sequence.....	17
II - 2-2 La structure de la transaction.....	18
1-L'intervention reactive.....	19
2-L'intervention initiative.....	19
3-L'intervention de cloture.....	20
II-2- 3- La transaction et les modules conversationnels.....	20
II-2- 4- (l'apport interculturel dans la transaction.....	21
Chapitre III : la requête dans les interactions commerciales	
I-La requête.....	23
I-1- L'échange réparateur.....	23
I-2 Place de la requête dans l'interaction commerciale.....	24
I 3- La structure de la requête.....	25
II-La formulation de la requête.....	26
II-1- Enonciation et modalisation.....	26
II -2- Les formulations de la requête.....	27
II - 2- 1-La formulation directe (l'ordre).....	27
II -2- 2- La formulation indirecte.....	27

II -2- 2-1- Les présupposition.....	28
II -2- 2- 2- Les sous entendus.....	28
II - 3- L'assertion.....	29
II -3- 1- Les fonctions de l'assertion.....	30
II -4- La question.....	31
II - 4-1- Question et interrogation.....	31
II -4-2- Question et assertion.....	32
II -4- 3- Question et ordre.....	32
II -4- 4 problème de classification des questions.....	32
Conclusion.....	35

Chapitre I : La pré enquête

I-1 Le choix du lieu d'enquête.....	37
I-2 La pré enquête.....	37
I -2- I- Le contexte de l'agence.....	37
I-2- 2- Les participants aux échanges.....	38
I- 2-3- I.a collecte des données de la pré enquête.....	38
1- Les interactions téléphoniques.....	38
2- les interactions de tinte à face.....	38

Chapitre II : L'enquête

II L'enquête.....	42
II-1 le corpus.....	42
II-2 description du corpus d'enquête.....	42
II-3- L'approche utilisée.....	43
II-4- Analyse du corpus.....	43
II- 4- 1- Les procédés de transcription.....	43
II- 4- 2- Transcription phonétique.....	44
II- 5- La requête dans le corpus.....	45
II - 5- 1- La question.....	45
II - 5- 1- 1- Les interventions des clients.....	45
1-Etude qualitative.....	45
1- 1- La demande de renseignements.....	45
1- 2- La demande de confirmation.....	46
1- 3- La demande d'explication.....	46
1- 4- I.a demande de conseils.....	47
II- 5- 1- 2- Les interventions de l'agente de voyage.....	47
1- Etude qualitative.....	47
1-1- Demande de renseignements.....	48
1-2- - Demande de confirmation.....	48
II- 5- 2- L'assertion.....	48
II- 5- 2- I- Dans les interventions des clients.....	49
I1- 5- 2- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage.....	49
II- 5- 3- L'ordre.....	49
II- 5- 3- I- Dans les interventions des client.....	50
II- 5- 3- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage.....	50
11- 5- 4- La formulation implicite.....	51
II- 5- 4- I - Dans les interventions des clients.....	51
1 Les présuppositions.....	51

2 Les sous entendus.....	51
II- 5- 4- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage.....	52
1. Les présuppositions.....	52
2. Les sous entendus.....	53
II- 6- La formulation de la requête en fonction du sexe des clients.....	53
II- 6- I - La question.....	54
II- 6- 2- L'assertion.....	54
II- 6- 3- L'ordre.....	55
II- 6- 4- La formulation implicite.....	55

Chapitre III: L'alternance codique dans le discours des interlocuteurs en milieu urbain

III -1- le changement des langues dans les requêtes des locuteurs.....	57
III- 2- Les questions.....	59
III- 2- 1- Dans les interventions des clients.....	59
III- 2- 2- Dans les interventions de l'agence du voyage.....	61
III - 3- L'ordre.....	63
III- 3- 1- Dans les interventions des clients.....	63
III- 3- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage.....	64
III-4- L'assertion.....	65
III- 4- 1- Dans les interventions des clients.....	65
III- 4- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage.....	66
III - 5- La formulation implicite.....	67
III - 5- I- Dans les interventions des clients.....	67
III - 5- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage.....	68

Chapitre VI : L'étude quantitative

VI -1La formulation de la requête dans le corpus.....	69
VI -2- La formulation de la demande chez les clients.....	70
VI -3- La formulation de la demande chez l'agente de voyage.....	71
VI -4- Etude quantitative de la question.....	73
VI -5- La formulation de la requête dans le corpus selon le sexe des clients.....	75
Conclusion générale.....	77
Bibliographie.....	81

Introduction générale

Introduction générale

Notre travail s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique. Nous nous attachons précisément à l'étude des échanges langagiers dans le contexte commercial.

Notre étude relève donc de l'analyse des interactions verbales, la filiation historique dans laquelle s'inscrit cette discipline témoigne de son efficacité dans la description des réalités langagières. En effet. Elle appréhende le langage humain en situation, pour le manipuler telle une production socialement organisée. Plusieurs modèles d'analyse ont été proposés dont le modèle genevois. Dans le but d'arriver à cerner la structure de l'interaction verbale. De ces modèles et de leurs résultats, nous pouvons dégager la même remarque l'interaction est avant tout un objet scientifique, qui doit être étudié à partir des corpus authentiques et des observations réelles des situations de communication. A partir de ce constat, nous nous proposons de travailler sur une situation de communication courante qui est la transaction commerciale, une activité ordinaire à laquelle se livrent quotidiennement tous les sujets parlants, mais qui constitue également un pôle d'observation dans lequel se déploient leurs représentations et leurs attitudes discursives.

De même nous nous concentrons sur la requête. La séquence centrale de ces transactions. Nous la considérons dès lors comme un acte essentiel, où se manifestent les spécificités discursives des locuteurs, ainsi que leurs représentations. En nous référant aux recherches effectuées sur cette question. Nous nous rendons compte que la réalisation même de cet acte constitue un point de divergence entre de nombreuses cultures. Les travaux réalisés par C Kerbrat Orzechioni. V. Traverso . L.Dimachki. N H'med et beaucoup d'autres ont prouvé que les actions sociales que les individus accomplissent. Sont loin d'être innocentes car elles sont porteuses de leurs idéologies et de leurs cultures. D'autre part, le travail de C.Baaba (2005) portant sur la rituelle salutation et de remerciements dans les transactions algériennes. A montré que dans une perspective d'analyse interculturelle et contrastive, la réalisation de certains actes de langage diffère selon que l'on a affaire à des Algériens ou à des Français.

De notre côté, nous nous intéressons aux requêtes des Algériens du point de vue pragmatique : nous nous proposons d'étudier cet acte tel un ensemble de marques linguistiques et d'éléments grammaticaux, ainsi qu'un enchaînement d'actions (verbales et non verbales). Nous prenons la requête comme un élément de la communication naturelle, un acte qui peut dans une dimension pragmatique et fonctionnelle révéler des caractéristiques du discours des Algériens. Cette étude est liée directement à l'étude de la dynamique discursive de l'espace urbain. En effet, la requête constitue pour nous un élément du discours qui peut dévoiler quelques caractéristiques des interactions commerciales en ville.

La Problématique :

L'espace urbain est-il un facteur déterminant dans les pratiques langagières des locuteurs? Les Algériens énoncent- ils leurs requêtes de manière identique? et quelle fonction revêtent le changement des langues et le recours à la langue française dans leurs discours? Telles sont les questions capitales de notre recherche.

L'étude de la requête tourne autour de plusieurs axes. Cependant l'étude de ses formulations est considérée comme la plus représentative de ces orientations. Notre réflexion déjà amorcée avec les interrogations ci-dessus, nous pousse à nous poser d'autres questions pouvant permettre de préciser davantage notre problématique. De même. Nous nous demandons s'il y a une différence dans la formulation des requêtes selon le sexe des locuteurs ; s'il existe une dissimilitude dans le recours à telle ou telle formule entre clients et agente de Voyage puis nos interrogations portent sur la formule la plus utilisée par les Algériens dans ce contexte commercial

L'instar de plusieurs chercheurs qui se sont intéressés à la question des rapports langues villes. Plus spécifiquement L.J.CALVET et qui ont montré l'affluence que peut exercer le milieu urbain sur les pratiques langagières des locuteurs montrant par ailleurs que l'espace est un facteur déterminant dans la variation linguistique, nous avançons alors l'hypothèse majeure que: les requêtes des locuteurs sont des actes porteurs des influences et des variations linguistiques imposés par le milieu urbain. Notre travail s'attelle à vérifier cette hypothèse dans le contexte commercial algérien

Nous privilégions comme terrain d'enquête les agences de voyage et de tourisme de la ville de Batna car cet espace semble mieux répondre à nos critères d'analyse (voir la partie pratique: la pré enquête). Il est de même un lieu de rencontres et de mélange de langues et de cultures, ce qui nous éclaire sur les différences langagières engendrées par les différences des contextes socioculturels.

Tant de questions et d'interrogations auxquelles nous nous proposons de répondre dans cette recherche soutenue par les réflexions et travaux de nombreux chercheurs et auteurs ayant longuement appréhendé ces problématiques principalement : Louis Jean Calvet, Dalila Morsly. Catherine Kerbrat Orecchioni, Jacques Moeschler.

Méthodologie :

Respectant nos hypothèses de départ, nous entreprenons une enquête dans un contexte sociolinguistique urbain. En effet, le recueil de notre corpus s'effectue dans une agence de voyage en plein centre ville de Batna : « Touring club ». A travers des enregistrements authentiques. Nous analysons les échanges langagiers entre les locuteurs de la langue française, évoluant dans un espace urbain et au sein d'une population plurilingue.

C'est sous la forme de deux parties complémentaires, une théorique et l'autre pratique que se

présente notre recherche.

Notre Cadrage Théorique se repartit sur trois chapitres

Le premier chapitre. Traite de l'analyse interactionnelle. La discipline dans laquelle s'inscrit notre travail. Nous tâchons de nous approcher d'une définition de l'interaction verbale de ses origines et de l'ensemble des courants qui influent sur son cheminement, cette partie s'achève sur la typologie de l'interaction verbale, un point qui constitue le fil conducteur nous aidant à mieux appréhender la seconde partie.

Le deuxième chapitre est consacré à l'étude d'un type particulier de l'interaction verbale, la transaction commerciale est étudiée sous deux paramètres: d'abord telle une activité langagière qui se définit comme spécifique et propre à un contexte déterminé, puis, comme un acte de second rang. Ou nous examinons sa structure.

Dans le dernier chapitre, nous nous penchons sur la requête dans les interactions commerciales. Nous entamons cette partie d'abord par l'étude de la requête dans le circuit des échanges et sa place dans l'interaction verbale, et nous observons ensuite les différentes formulations possibles à l'accomplissement de cet acte.

Nous consacrons le second temps, à l'analyse des productions recueillies dans ces lieux spécifiques où les échanges relèvent des interactions commerciales.

Nous débutons cette étude par une présentation précise du contexte de l'agence de voyage. Nous effectuons également une démonstration des aboutissements de cette étape. Par la suite. Nous présentons l'approche pragmatique que nous avons choisie pour effectuer notre étude. Ainsi que notre grille d'analyse. Une partie comporte en plus de l'analyse de notre corpus d'enquête, l'interprétation des ses résultats.

Cadrage théorique

Chapitre 1: L'analyse interactionnelle

I - L'interaction verbale

Depuis que la linguistique a abandonné sa perception interne de la langue héritée de la linguistique structurale dite mentaliste, elle a mis en exergue la notion « d'interaction », compte tenu de la critique de la première, la linguistique qui étudie les pratiques langagières est celle du discours :

« ...ces investigations sur les lois structurales fort abstraites. Organisant les codes phonologiques, syntaxiques et lexicaux. qui caractérisent jusqu'à ces dix dernières années l'entreprise linguistique, qu'elles qu'aient été en leur temps et que soient toujours leur pertinence et leur nécessité, sont en même temps l'arbre cachant la forêt des réalités de la langue. Dans son fonctionnement et ses dysfonctionnements»). (Kerbrat Orecchioni. 1980 :5)

L'analyse des interactions a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs de différentes disciplines. elle a témoigné en effet d'une grande efficacité pour mettre en valeur les caractéristiques du langage humain et son fonctionnement en situation, elle englobe l'analyse des échanges verbaux relevant dans des domaines personnels et privés, que professionnels et publics des échanges qui se produisent quotidiennement, et qui contiennent d'autres significations que celles qui se laissent entendre.

De cette analyse découle un nombre d'outils, dont on dispose pour décortiquer les réalités langagières et les usages : aspects structuraux, séquentiels..... Analyser une interaction revient alors à : « ... analyser la dynamique discursive des échanges communicatif » (Vion 1992 :18). cela dit, tout l'enjeu réside dans cette notion d'« échanges communicatifs » dans la mesure où les réseaux communicatifs que forme l'individu ne sont pas limités, ni par le temps ni par l'espace. Selon E. Benveniste : « On pourrait aussi penser à répondre que le Langage présente telles dispositions qui le rendent apte à servir d'instrument, (...), et provoque chez l'interlocuteur un comportement chaque fois adéquat (Benveniste. 1966: 258). Dans cette optique, l'échange est appréhendé comme résultant de deux pôles : d'un côté la langue et de l'autre côté la société, la psychologie ...Ce qui permet de construire une grille d'analyse, fondée sur l'apport de ces différentes approches. Une analyse qui prend le langage en situation comme véhicule de pensées et de rapports sociaux.

I- 1- L'interaction : essai de définition

I- 1- 1- Emergence et origines

En France l'origine du mouvement interactionniste résulte d'une convergence de facteurs qui sont selon Catherine Kerbrat Orecchioni

« L'intérêt porté à des unités de plus en plus larges qui a conduit à la constitution de l'analyse du discours et des grammaires textuelles, l'intégration progressive des théories pragmatiques au champ de la linguistique, sous leurs deux formes essentielles, linguistique de l'énonciation, et théorie des actes de langage » (Kerbrat Orecchioni. 1998: 9).

Un des mérites de l'analyse du discours tient à ce qu'elle ait interrogé le discours dans sa dynamique interactionnelle, comment il est dit ? Comment il est pris en charge par les interlocuteurs ? Les chercheurs ont remplacé la parole par le discours et ils ont essayé de dégager outre la cohérence discursive, une pertinence et une articulation du discours, en prenant en charge le sujet et la situation de communication.

D'autre part, rapproche énonciative, s'est interrogée sur la mise en situation des formes linguistiques et leur prise en charge par l'énonciateur. Chose qui a inscrit la linguistique dans la dimension des réalités discursives.

Austin de son côté a avancé sa théorie « des actes de langage », pose que l'individu peut user d'un acte de langage pour agir sur le monde et transformer la réalité, « Quand dire c'est faire » C'est ainsi qu'il a défini sa démarche, ce sont surtout le Locutoires et les perlocutoires, qui ont été mis en exergue, dans une perspective pragmatique du langage, ces deux actes peuvent être plus ou moins réussis.

Mais toutes ces approches obéissent à un même principe, elles ne considèrent le langage, que du point de vue de la transmission, en focalisant toute l'importance sur l'émetteur. Elles ont présenté selon Catherine Kerbrat Orecchioni une linguistique « monologiste » (Kerbrat Orecchioni. 1980 :5), chose qui a mis leur efficacité en question. Répondant à de nouveaux besoins, un réaménagement du champ a été mis en place, ce que les chercheurs vont établir, c'est une linguistique qui prendra en considération le contexte et la situation de l'échange, l'encodage et le décodage car : « tout énoncé même monogal est ainsi virtuellement dialogal » (Kerbrat Orecchioni. 1998: 12), c'est ainsi qu'on a baptisé une linguistique interactionnelle.

I -1- 2- Définition de l'interaction

Insistons toute fois sur la notion d'interaction verbale. Elle est envisagée d'abord, comme un enchaînement d'actions, un agencement d'événements discursifs, constituant ce que Catherine Kerbrat Orecchioni appelle : « un texte » (Kerbrat Orecchioni. 1998 : 9), il est le script de l'interaction, élaboré par les différents individus qui participent à cet événement et inscrit dans un contexte précis.

C'est à Bateson, ensuite à l'école de Palo Alto, que revient le mérite de mettre en lumière les deux pôles qui fondent l'interaction. Ces théoriciens considèrent que toute interaction se présente sous forme de deux contenus, un référentiel et un relationnel. Par le contenu référentiel. L'interaction manifeste un support conversationnel, les individus abordent plusieurs sujets et thèmes. Leurs

interventions sont alors des contributions dans la constitution d'un sens commun sous forme d'unités hiérarchiques emboîtées les une dans les autres, cette structure est soumise à des règles de cohésion sémantique et de cohérence thématique, qui sous tendent les pratiques discursives de ces locuteurs. Véronique Travers analyse l'approche thématique sous deux angles celui de la discontinuité thématique « *avec les procédés de clôtures ou de rupture des thèmes suivis de préposition de thèmes nouveaux* » (Travers 1999 :38)

I-2- L'interaction : Un champ interdisciplinaire :

I-2 -1 Les courants influent l'interaction :

I- 2- 1-1- L'approche sociologique et anthropologique :

1- L'ethnographie de la communication :

Baptisée par Hymes, l'ethnographie de la communication, elle s'inscrit dans la perspective critique, formée par ce déni à regard de la conception Chomskyenne. Alors que Chomsky part du postulat selon lequel tout individu est un locuteur auditeur idéal. Hymes pense par contre que tout individu ne peut être qu'un locuteur auditeur social. Sa théorie se pose comme une théorie linguistique et anthropologique.

En linguistique, elle prend le langage en situation, en donnant ainsi l'importance à l'étude du discours mais pas à celle de la phrase. Elle préconise les pratiques linguistiques non comme des productions langagières, mais tels des phénomènes personnels et sociaux. A partir de ces critiques, Hymes élabore son célèbre modèle « *SPEAKING* », une grille d'analyse dans laquelle, il a tenté d'étudier les situations et les événements de communication. Revisitant les notions de compétence et de performance, Hymes pense que Chomsky s'est penché d'avantage, sur l'aspect sémantique et rhétorique de ces notions en s'éloignant de tout aspect créatif du langage et toute conception de la réalité dans laquelle elles s'inscrivent

Anthropologues de formation Hymes et Gumperz, ont accordé dans leur étude une grande partie à l'étude des normes interactionnelles, adoptées par les individus, le facteur anthropologique intervient pour illustrer l'impact des rituels interactionnels sur la communication, tout en introduisant une dimension analytique des comportements communicatifs

2- La sociolinguistique interactionnelle :

Dans cette optique l'œuvre de Gumperz reste la référence. On y trouve des analyses de situations sociolinguistiques, que vivent certaines sociétés comme :

L'Inde. L'Europe Centrale. Il prend appui sur l'étude des phénomènes linguistiques de contact de langues tels: l'alternance codique, la prosodie. Toujours dans une vision interactive, comme l'indique le titre de son ouvrage : *Sociolinguistique interactionnelle*. Gumperz influencé

d'un côté par l'ethnographie de la communication, dont-il est le co fondateur, est en opposition à la linguistique qui développe une perception immanente de la langue conduit sa réflexion sur le contexte où se déroule la communication. Il observe le langage en situation, afin d'arriver à l'interprétation que donnent les protagonistes d'une interaction à leurs échanges. Il remarque qu'au cours de ce processus les inter actants ne négocient pas seulement le contenu de leurs conversations, mais ils ne cessent de définir et redéfinir leurs identités.

3- L'ethnométhodologie :

En tête de chercheurs qui se sont intéressés à cette question, se trouve Garfinkel, cette approche lui est inspirée des travaux de l'école de Chicago, et de la phénoménologie de Schutz. Les chercheurs se sont intéressés à : « *Décrire les méthodes utilisées par les individus pour réaliser les actions sociales, et donnent pour donner sens aux situations dans lesquelles ils sont engagés* » (Traverso. 1999: 19).

Il s'agit pour Garfinkel de décrire les méthodes et les mécanismes adoptés par les membres d'une société pour régler leurs communications de chaque jour, même dans les situations les plus banales. Cette étude permet de mieux comprendre les multiples structures implicites, qui sous tendent les pratiques langagières des individus dans toutes les situations de la vie sociale. L'ethnométhodologie se fonde sur des bases que Catherine Kerbrat Oecchioni, explique ainsi :

1- Les systèmes communicatifs des individus sont des systèmes routiniers, considérés par la majorité comme implicitement admissibles et reconnaissable, et c'est à l'ethnométhodologie de dégager ces principes imaginaires et symboliques qui régissent ces systèmes.

2- Les normes qui régissent les comportements communicants, les préexistent, ces normes sont en permanente construction et reconstruction et adhèrent aux productions discursives en conteste d'interaction et de communication.

3-C'est une approche dont les fondements théoriques se base sur des aspects fortement empiriques, ses observations ne sont utiles que dans la mesure où elles sont appliquées sur des domaines d'activités sociales telles : l'interaction sociale, ce qui permet de dégager son fonctionnement.

3- Les principes théoriques peuvent être appliqués à toutes les situations; ils peuvent inspirer des réactions pratiques et des interventions dans certaines institutions comme l'éducation et la justice.

I- 2- 1- 2- Les courants d'appartenance linguistique

1- L'énonciation :

La plus grande importance est accordée à la manifestation de l'énonciateur dans son énonciation. L'énoncé n'est plus envisagé tel un instrument analytique duquel est dégagée la structure de la langue, mais comme porteur des traces de son énonciateur (la source de la parole « je »), ainsi plusieurs éléments sont repérés: la personne à qui l'énoncé est adressé. les verbes, les adverbes qui sont généralement utilisés en référence au moment et au lieu de l'énonciation (« ici » pour le lieu. « Maintenant » pour le *temps*). Plusieurs recherches ont été consacrées à l'étude de la relation de l'énoncé et sa source, rejoignant la théorie du dialogisme et de la polyphonie de Bakhtine, ils ont essayé de revoir l'unicité du sujet parlant. Véronique Traverso explique que :

«L'énoncé n'est plus rapporté simplement à l'individu qui le produit : mais est considéré comme un lieu où s'exprime des voix qui sont plus ou moins prises en charge par le producteur effectif du discours' » (Traverso. 1999 :12)

Cette approche s'est interrogée sur la charge qu'assume l'énonciateur lors de son énonciation. L'interprétation de cette dernière commence par l'identification de son sujet parlant. L'hétérogénéité discursive témoigne d'un certain éclatement énonciatif, c'est-à-dire que le « le » reflète aussi bien l'énonciateur, que d'autres voix symboliques et effectives, exerçant des influences sur lui et qui trouvent leur place légitime dans l'énonciation.

2- Le principe de coopération de Grice :

Proposé par Grice, la coopération est un principe qui appliqué à l'activité discursive qui est une activité rationnelle, il doit être pris en considération par tous les protagonistes d'une interaction, dans le but de garantir l'intercompréhension du message, F. Armangaud affirme que ce principe ne désigne pas seulement la norme, mais tout ce qui est primordiale dans la constitution d'un Sens commun, et le définit ainsi :

«faites votre contribution de la communication de la manière qui est requise par le but reconnu de la communication dans laquelle vous êtes engagés et au moment opportun» (Armangaud 1985: 68).

P. Gange propose de son côté une autre définition à ce principe :

« accomplie à chaque moment de la conversation à laquelle tu participes, des actions verbales telles qu'elles contribuent de manière appropriée à tes yeux et aux yeux de tes partenaires. la réalisation des buts et des directions que tu poursuis dans la conversation et qui passe par les actions de tes partenaires »

(Bauge. 1992: 111).

Quatre sont des maximes qui s'attachent à ce principe, tout individu rationnel est censé les connaître, elles constituent en fait le corps implicite et tacite, qui sous-tendent les interactions langagières entre les interlocuteurs :

La maxime de quantité : rendez votre discours aussi riche d'informations, mais pas d'avantage qu'il est requis pour le but de la communication

La maxime de relation : soyez pertinent.

La maxime qualité : ne dites pas ce que vous croyez faux. Ni ce pourquoi vous manquez de preuves suffisantes.

La maxime de modalité : *soyez claire sans équivoque, bref et ordonne.*

La coexistence de ces maximes est quasi importante, leur usage demeure cependant indirect et implicite.

3- Les actes de langage :

Considérée comme la base de l'analyse en rang, cette théorie présente une réflexion philosophique, selon laquelle l'acte de langage consiste en la réalisation d'une action donne la transformation de la réalité.

4- La microsociologie de Goffman :

Les rituels, les cadres participatifs, la représentation dramaturgique, sont les trois piliers de l'analyse pragmatique des interactions verbales selon Goffman :

1- **Les rituels**: une grande partie des études des interactions verbales traite le rituel, à l'instar de Goffman. Les chercheurs interactionnistes ont essayé de dégager outre la structure de l'interaction, les fonctions qu'accomplit le rituel, selon G. D De Satins) :

« Alors que les messages linguistiques sont une mise en relation de signes pour des raisons de sens, les éléments du rituel apparaissent comme une mise en condition, une mise en rapport des acteurs pour un meilleur fonctionnement de leurs échanges » (De Satins, 1988 16)

Le rituel qui affiche une omniprésence dans les échanges linguistiques, présente un code implicite qui : *« peut unir ou séparer les diverses communautés humaines. Les comportements ritualistes prennent une valeur de ralliement, de reconnaissance» (De Satins I)'88 15).*

2- **Le cadre participatif** : se définit par la présence des protagonistes qui animent la rencontre et qui par leurs échanges donnent une structure à l'interaction.

3- **la présentation dramaturgique** : selon Goffman la communication quotidienne se présente telle une mise en scène théâtrale, ou chaque locuteur est un acteur qui traduit le rôle qui lui est

infligé.

I - 3- Critères et typologie des interactions :

Esquisser la problématique de la typologie, est une démarche rationnelle mais qui pose cependant certaines contraintes, liées à la difficulté et qui surgissent dès qu'on aborde la notion de type. L'interaction quotidienne, se présente selon R. Vion sous forme de « *Modules conversationnels* » (Vion. 1992 :149), la notion de module s'applique dès qu'on détecte la présence d'un ou de plusieurs types d'interaction dans un même échange. On peut dès lors établir une hiérarchie allant du type dominant au type dominé. R. Vion affirme que :

« on parlera de module conversationnel pour designer un moment de conversation intervenant l'intérieur d'une interaction, comme la consultation par exemple, et de conversation, pour designer une interaction où ce type fonctionnerait de façon dominante en définissant le cadre interactif » Vion 1992 : 149).

I -3- 1- Critères de classement

Ce point une fois examiné, va nous permettre de distinguer quelques critères de classement, nous prenons appui sur les travaux de R. Vion qui a mis la lumière sur quatre critères de classement (symétrie/ complémentarité); (coopération/ compétition); nature des finalités (internes/ externes); et le caractère de formalité (formel/ informel). Sur ces quatre points, R. Vion inscrit une réflexion qui considère chaque interactant comme énonciateur « *nous entrons ici dans le maquis de toutes les communications qui fonctionnent sur échange* » (Vion 1992 :123), examinons dans ce qui suit ces critères.

1- symétrie/ complémentarité :

Les interactions de type symétrique accorde aux interactants des places presque égalitaires et une minimisation des différences imposées par leurs statuts (la conversation) ; celles à caractère complémentaire accentuent les écarts et les différences entre les interactants, ce type d'interaction impose un prototype que les individus respectent : « *on dit que l'un d'entre eux se trouve occuper une position haute (up) de dominant pendant que l'autre mis en position {down} de dominé* ». D'autre part et grâce à ces deux plans, les chercheurs ont pu définir le cadre interactif qui constitue une infrastructure à l'interaction, chaque interactant possède un cadre interactif, muni par le pôle dominant, ceci dit et comme nous l'avons signalé, la typologie des interactions est une réalité complexe car les types sont parfois emboîtés les uns dans les autres, le cadre interactif change, on passe alors d'une interaction de type complémentaire à une autre de type symétrique, ou le contraire, d'une transaction commerciale à une conversation familiale..

2- Coopération; compétition :

Tout échange est imprégné par ces deux rapports et se déroule dans un climat contractuel qui voit

chacun des acteurs donner des marques de différence, en effet les protagonistes ont souvent le désir de s'introduire dans le territoire de l'autre, les disputes et les débats sont parmi les types représentatifs des ces deux rapports de compétition. Inversement et dans d'autres situations de communication c'est la coopération qui l'emporte, les comportements discursifs, sont véhiculés dans un climat de détente et d'harmonie, les tâches interactives sont agencées de manière à ce que chaque intervention complète sa précédente et annonce sa suivante, c'est la conversation qui pour représenter ce type d'interaction. Loin d'être considéré comme une dichotomie, cette distinction est plus théorique que pratique, car il est difficile de trouver une interaction purement coopérative ou une autre purement compétitive. R. Vion donne l'exemple du débat qui instaure un climat de compétition entre les interactants, mais qui les pousse à se considérer comme partenaires.

3 - Nature des finalités :

L'interaction est une activité sociale, dont la réalisation vise la concrétisation de telle ou telle fin, il existe des interactions qui réalisent des finalités externes et d'autre; qui réalisent des finalités internes.

Les Interactions dont la finalité est extrême : *« sont en ce sens qu'elles font l'objet d'un véritable enjeu pouvant s'exprimer en terme de gains ou de perte. (Vion 1992 :127). Selon R. Vion les transactions commerciales traduisent ce type de finalités, car elles visent la consommation d'un bien matériel, ou l'obtention d'une « modification dans l'ordre du réel. » (Vion. 1992 :127).*

L'autre type d'interaction, consiste à établir des liens sociaux entre les individus, selon R. Vion toujours : *« l'intérêt porté à l'interne était défini par la notion de contact ».* (Vion. 1992 :127), qui signifie que les rapports sociaux sont la première visée de ce type de rencontre, l'exemple donné est la conversation dans la mesure où elle pousse les individus à se définir les uns par rapport aux autres.

4- Caractère de formalité :

Cette distinction résulte de plusieurs paramètres, le nombre de participants, la nature du cadre interactif, la circulation des tours de parole,... Sur cela les chercheurs ont répertorié les interactions entre celles à caractère formel, c'est à-dire soumises à des règles socioculturelles et discursives qui décident des thèmes et la répartition des tours de parole, les débats et les réunions de travail ont un caractère formel, dans la mesure où ils *« nécessitent une gestion explicite et formalisée de la parole, pouvant aller jusqu' à les thèmes sujets discussion, limiter le temps de la parole. »* (Vion. 1992 :128) Cette distinction a mis en évidence aussi des interactions à caractère informel, qui se jouent dans un cadre symétrique, et où le nombre n'est pas préétabli. Les thèmes abordés ne sont pas définis, la conversation quotidienne est la plus représentative de ce type.

1- 3- 2- Typologie de l'interaction

A partir de critères de classement, cités ci-dessus, les chercheurs vont établir une typologie qui se rend compte non seulement de la situation de communication, mais de tous les implicites qui conditionnent son déroulement.

pour conclure, nous avons essayé de définir l'interaction, de dégager les différents champs et les théories qui influent sur son déroulement, ce qui nous a permis de déterminer quelques éléments caractéristiques, des éléments de base qui forment toute interaction. Nous avons achevé cette première partie avec une présentation de critères de classement des interactions, ainsi qu'une typologie, un second moment nous tentons d'approcher un des types, la transaction commerciale. Nous la traitons comme un type particulier de l'interaction verbale, en essayant de mettre en exergue les éléments qui la distinguent des autres types d'interaction.

Chapitre II : L'interaction commerciale

II- 1-La transaction en tant qu'un type d'interaction :

Nous concentrons notre intérêt maintenant sur un type bien particulier de l'interaction, qui est l'interaction commerciale, en l'appréhendant non seulement comme un type spécifique de l'interaction verbale, mais aussi comme espace interculturel et multilingue.

Traiter l'interaction commerciale comme un type d'activité langagière, nécessite la prise en considération de la dynamique discursive qui entoure les rapports sociaux et les opérations économiques et transactionnelles.

Toutes les études faites dans ce domaine, cherchent à exploiter de manière très nette la relation entre ce type d'interaction et la société. J.Thompson dans sa préface à l'ouvrage de P.Bourdieu affirme que

« toute interaction linguistique aussi personnelle et insignifiante qu'elle puisse paraître porte-t-elle les traces de la structure sociale qu'elle exprime et qu'elle contribue à reproduire » (Bourdieu, 1982 :9).

C'est à partir de cette réflexion, que sont organisées les différences étudiées sur l'interaction commerciale, ces études ont été d'abord orientées vers une perspective comparative qui a mis en lumière les différences et les écarts dans les comportements communicatifs des individus de différentes sociétés lors de leurs transactions.

Nous avons l'exemple des travaux de Catherine Karbrat Orcchioni et Véronique Travers , sur les interactions commerciales en France, en Tunisie et au Liban', les travaux d'Aston sur les interactions de service'...

D'autre part, et suivant une autre réflexion, des études sont orientées vers autre optique celle qui s'est intéressée à ces interactions du point de vue linguistique, les chercheurs ont essayé de dégager un schéma de communication qui peut présenter ce type et qui rend compte du fait de sa spécificité en tant que genre particulier de l'interaction verbale. Vues comme telle, les interactions commerciales s'inscrivent ouvertement dans la communication interculturelle et exolingue, qui met en scène, des acteurs de langues différentes, de cultures différentes. Elles forment en fait un réseau social très large où se côtoient natif et étranger, c'est un lieu propice pour l'observation de ce phénomène. C'est autour de l'ensemble de ces axes que nous allons tenter d'approcher la transaction commerciale dans ce chapitre.

II - I- 1- Pour une typologie des transactions :

II -1- 1- 1- Interaction commerciale et interaction de service :

Il semble important de faire le point sur cette interrogation, et d'expliquer la différence qui existe entre ces deux types de transaction. Catherine Kerbrat Orecchioni, qui a mis la lumière sur cette question, a montré que la distinction entre les deux types est bien difficile

*« ... on sait combien il faut se méfier des étiquetages que nous fournit
la langue ordinaire: ils sont toujours passablement faux et arbitraires,
Comme on peut le voir à partir de l'exemple du couple lexical :
Commerces/services , dont les membres entretiennent des relations
pour le moins obscures et les spécialistes des interactions ne nous
aident guère y voir clair.»*

En effet, chez Goffman la question s'est résolue par une étude dans les centres hospitaliers publiée dans Ashes 1968. Selon lui, les interactions de services s'offrent comme des activités qui remplissent la même signification que le mot service. Ces activités peuvent être selon l'auteur institutionnalisées, c'est à dire qu'elles se déroulent entre un spécialiste et un non spécialiste, le service peut être de nature abstraite (demande d'une fiche d'état civil) ,ou matérielle (restaurant, hôtellerie..). Dans certaines sociétés on le service est considéré comme un modèle à suivre, les commerçants adoptent des comportements communicatifs semblables aux comportements des agents de service, ils s'adressent aux clients en jouant le rôle des serveurs, en leurs offrant leurs services gratuits. Le passage d'un genre à un autre, rend la distinction entre les deux types de transaction difficile à établir.

Chez Merritt, qui a consacré la plus grande partie de ses travaux à l'étude des interactions de service, Il pense en effet que la cohésion entre les deux sous catégories est évidente, et il ne peut jamais s'agir d'une interaction typiquement de service ou une autre uniquement commerciale, il va jusqu'à affirmer que l'interaction commerciale est partie prenante de l'interaction de service.

Vient alors Aston, l'un des plus grands spécialistes des interactions de service, pour affirmer que les frontières entre les deux sous catégories sont floues et presque inexistantes. Il propose alors la notion de continuum qui constitue selon lui. un axe qui traverse les interactions commerciales et arrive jusqu'aux interactions de service en passant par les interactions dans les lieux de vente on se côtoie commerces et services, comme c'est le cas dans les agences de voyages et de tourisme.

Comme nous l'avons montré. la distinction entre les deux sous catégories est difficile à établir interaction commerciale et interaction service a chacune un prototype, mais les deux se rejoignent dans le même type d'échange : la transaction.

II- 1- 2- La transaction : type d'interaction :

II- 1- 2- 1- L'interaction dans les commerces :

L'interaction dans les commerces se place sur un autre plan d'analyse que celui des autres types d'interaction. Elle présente une hétérogénéité discursive et textuelle qui fait que son scénario comporte plusieurs séquences de narration, d'argumentation, d'explication. Selon l'objet de la transaction, client et commerçant sont confrontés à des situations plus au moins susceptibles de faire intervenir des mécanismes langagiers différents.

Nous nous référons à K. Vion qui affirme qu' :

« il existe enfin toutes les interactions de nature : vendeur/client, qui visant l'obtention d'un service, pourrait être appelées : Transaction. C'est ici que nous trouvons des échanges du type (libraire/ client), (chauffeur de taxi/ client), (garçon de café/ client), (guichetier client), (commerçant/ client), (administration/ administré) ». (Vion, 1992 : 133).

Si l'usage que fait ce dernier de la transaction semble limité, il évoque néanmoins les grands axes qui la fondent: les participants (commerçant et client), le but de leur rencontre (l'obtention d'un service), ainsi que quelques exemples qui illustrent un critère très important. qui est le cadre (le site) de l'interaction (un magasin, une gare, un taxi...). Sur l'ensemble de ces éléments, un grand intérêt a été porté à l'étude de l'aspect relationnel des interactants. P. Bange remarque que la particularité de ce type d'interaction: tient justement au fait qu'elles se déroulent:

« dans une institution ou l'agent ne doit s'identifier que comme Représentant de celle-ci ou il est de règle que le client garde L'anonymat : la relation d'anc est distante anonyme et le travail rituel de figuration réduit au minimum ». (Bange, 1992: 172)

En effet l'identification des interlocuteurs ne constitue en aucun cas, un élément important dans le déroulement de l'interaction commerciale. L'échange débute par une formule de salutation qui suffit pour entamer le processus de la transaction et pour passer à la demande, le client garde l'anonymat, sauf dans le cas où il est obligatoire de fournir une pièce d'identité (pour avoir des papiers administratifs : acte de naissance, livret de famille...). Il en est de même pour le commerçant dont le rôle consiste à répondre seulement à la demande des clients (acceptation /refus de la demande). Leur interaction se déroule sur un axe de formalité qui fait que chacun des deux se tient de garder son identité. L'agent d'une institution, doit se définir comme représentant et porte parole de celle-ci, et doit s'identifier en son nom.

D'autre part, et en se référant à l'ensemble de critères précédemment évoqués, la transaction

Commerciale se définit par son critère de complémentarité fondamentalement asymétrique. Les participants sont engagés dans une situation de communication qui accorde au commerçant une position haute, car possesseur de l'objet désiré et représentant d'une institution, il possède alors un savoir que le client dans sa position basse cherche à acquérir.

II- 2 - La transaction commerciale, type de second rang

II- 2- 1- La transaction: type de second rang

Nous allons évoquer dans de qui suit, la structure formelle appréhendée par les analystes de l'interaction en nous référant aux résultats fournis par l'école de Genève, dont le modèle est inspiré par les travaux de l'école de Birmingham. Dans ce cas nous faisons appel à "l'analyse en rang", une approche d'analyse qui d'une part: « *postule l'existence de contrainte de bonne formation régissant l'agencement des unités* » (traverso. 1999.36). Et qui prévoit la description de l'interaction en passant par l'étude de Faction. Pour cette étape, la théorie actes de langage est le support pratique à travers lequel on discerne l'intention du locuteur. Le modèle présenté se compose de cinq rangs, regroupés sous deux unités. on emprunte à R Vion ' 1929 :145), la démonstration suivante :

Unités monologiques	Interventions : (« chez Sinclair et Coulthard et chez Goffman, « contribution « chez Hudelot) Acte de langage
Unités dialogales	Interaction : (ou « incursion ») Séquence : (« transaction » , « épisode », « phase », « section ») Echange : (« exchange », « interchange »)

Deux parties, l'une regroupant deux rangs, au niveau monologal, et une autre regroupant trois rangs au niveau dialogal. En cc qui nous concerne nous focalisons notre attention sur le second niveau, et plus précisément sur la séquence.

II - 2- 1 - I- La séquence

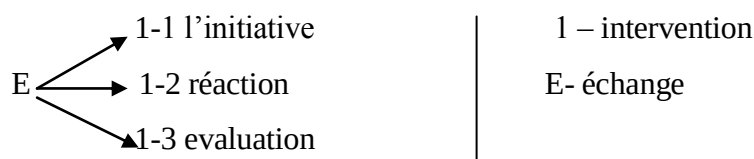
Type de second rang, Catherine K. Orecchioni la définit comme «*un bloc d'échanges reliés par un fort degré de cohérence sémantique et au pragmatique* » (K. Orecchioni, 1998: 218), par la cohérence sémantique, la séquence manifeste une organisation sémantique et thématique, les protagonistes donnent sens à leurs interactions, en respectant chacun le corps thématique et le tissu sémantique de la conversation, la cohérence pragmatique les réunit autour d'une unité

qu'on appelle: transaction, cette dernière a constitué pour les chercheurs une zone «*superflue*» (K. Orecchioni. 1998 • 219) vue la complexité de sa nature. C'est grâce à Auchlin et à Zenone qu'on trouve une prise en charge de ces deux dimensions (sémantique et pragmatique). Ils définissent la transaction comme

« l'unité de second rang du système. Exactement comme chez Sinclair et Coulthard (1975) elle consiste pour nous en une unité définie à partir des critères de thématisations d'action. Une transaction est une unité de négociation conversationnelle pourtant sur seul objet transactionnel. Si dans librairie on désire acheter un livre et se renseigner sur le prix d'un autre par exemple, chacune de ces opérations constituera un objet transactionnel et pourra faire objet d'une transaction, (:) la transaction est ainsi organisée à l'intérieur de l'incursion. Comme une suite libre et autonome d'échanges »
(Vion, 1992: 150).

11- 2- 2- La structure de la transaction :

La transaction se donne alors comme unité de second rang, à partir de ces données les aspects sémantiques et pragmatiques sont pris en considération pour déterminer « *les opérations de découpages* ». Proposées par Catherine K. Orecchioni, ces opérations visent la décomposition de l'interaction en infrastructures et en petites séquences. Ces opérations rencontrent cependant des moments de difficulté liés au fait que la transaction a une organisation floue, ce qui contribue à rendre son analyse plus intuitive que scientifique. On reconnaît dès lors l'existence de trois interventions : une d'ouverture et une autre de clôture, entre les deux domine le corps de l'interaction. Pour les deux premières (l'ouverture et la clôture) on prévoit une scrupuleuse ritualisation qui a selon Catherine K. Orecchioni « *une fonction essentiellement relationnelle et une structure fortement stéréotypée* » (K. Orecchioni, 1998: 220), ces deux parties constitutives différentes selon le script de l'interaction. En ce qui concerne le corps de l'interaction, il n'est pas pré-déterminé car il est polymorphe et hétérogène, il peut varier entre une réponse à une demande d'information, ou une concrétisation de cette demande (concrétisation matérielle). Jacques Moeschler (1986- 178) reconnaît que la structure de la transaction comporte trois interventions et donne ainsi ce schéma qui représente l'action générale de cette structure:



1-L'intervention initiative:

Amorce l'interaction, ce sont des : « interventions imposant des droits et d'obligations à l'interlocuteur. » (Moeschler. 1985: 94), aussi implicites que explicites et qui touchent les déférents éléments de l'échange (les statuts des inter actants, leurs rôles). A ces interventions sont associées des fonctions: la demande d'information, l'ordre, l'assertion, la demande de confirmation la requête, elles remplissent une fonction illocutoire initiative.

2-L'intervention réactive:

L'intervention initiative du client interpelle une intervention réactive de la part du commerçant, cette intervention se présente par la réponse de ce dernier à la requête. Selon Moeschler (1985) cette intervention illocutoire peut être positive ou négative, elle est positive lorsque l'interlocuteur est d'accord pour accomplir l'acte demandé, et négative lorsqu'il est en désaccord. Le tableau ci-dessous propose par Moeschler (1985: 95) peut expliquer cette distinction et illustre une typologie des fonctions illocutoires réactives :

Fcts illoc réactive	Positive	négative	
Fcts illoc initiative		Enonce	Enonciation
Offre requête	acceptation	refus	Réplique
Demande d'information	Réponse positive	Réponse négative	Réplique
Demande de confirmation assertion	confirmation	infirmation	Réplique
	Evaluation positive	Evaluation négative « réfutation »	

Entre les deux types de fonction, la distinction n'est pas seulement d'ordre fonctionnel elle n'est pas liée à la différence des interventions), mais elle est d'ordre sémantique. Chacune des interventions reflète ainsi une signification suivant la fonction illocutoire qu'elle possède. La fonction illocutoire réactive s'installe entre deux interventions : la demande d'information et la réponse. mais la fonction initiative s'installe entre une intervention (la demande d'information) et une fonction (une fonction illocutoire réactive de réponse). D'autre part, et selon le même auteur, cette distinction est liée à la différence des fonctions illocutoires qu'on accorde à l'une ou à l'autre. L'intervention initiative (la demande de renseignements) initie l'échange, elle témoigne en effet d'un certain degré d'ignorance de la part du demandeur, et place l'interlocuteur

dans l'obligation de fournir une réponse, alors que l'intervention réactive satisfait la demande et complète l'échange. Cependant cette dernière intervention ne constitue *pas* seulement une réponse à une demande mais elle interpelle aussi une intervention à valeur illocutoire réactive mais de valeur évaluative. On la considère à partir de ce point de vue comme remplissant une fonction (réactive et initiative). Nous pouvons confirmer des lors que l'échange se constitue de trois types d'interventions : initiative, réactive (réactive +- initiative), évaluative. Moeschler donne l'exemple suivant pour illustrer cette structure :

A1 : *Queue heure est il ?*

B2 : *Midi*

A2 : *Merci* (Moeschler, 1985 : 97)

Cet échange présente une requête sous forme d'une demande d'information. Cette intervention initiative appelle une intervention réactive (une réponse), cette dernière intervention interpelle de même une intervention à fonction réactive, à valeur évaluative, l'échange est clôturé alors par des remerciements qui constituent une intervention évaluative. A partir de cet échange, Moeschler dégagé le schéma suivant :

A1 « demande d'information »↑

B1 « reponse positive »↓ Assertion (demande d'info)↓

A2 « Evaluation »↑

3- L'intervention clôture :

Cette intervention clôt l'interaction, elle organise la fermeture de l'échange ; et décide de la manière sur laquelle vont se quitter les interactants, Elle est imprégnée par les rituels interactionnels : les salutations, les vœux, de bonheur ; Expression de bénédiction. Cette intervention remplit une fonction illocutoire. Ce schéma présente une organisation cohérente sous forme de réseaux communicatifs tissés par l'ensemble des contributions des interactants, il se présente du point de vue général, comme des cellules enchaînées et emboîtées les unes dans les autres, donnant naissance à deux structures: l'une globale et l'autre locale. Par la structure globale on entend la forme générale de l'interaction (l'ouverture, le corps de l'interaction. la clôture), et par la structure locale, on entend l'organisation des tours de paroles « turn talking » étudiée par Sacks, Schegloff et Jefferson (1978) « *ce sont des règles dont l'application permet d'éviter les silences et de réduire les chevauchements de parole* » (Charaudeau et Mainquenaud 2002: 580)

II - 2 - 3- La transaction et les modules conversationnels :

Comme nous l'avons déjà précisé, toute interaction se présente sous forme de modules conversationnels. Interaction commerciale ou de service, l'échange s'effectue autour d'un cercle d'interaction très divers. En effet, compte tenu de nos nombreuses enquêtes, l'échange financier

dans les interactions commerciales ou la demande de renseignement dans les interactions de service, sont des séquences centrales de l'interaction autour desquelles sont enchaînées d'autres séquences et échanges langagiers. On assiste à un enchaînement de modules conversationnels. Cette organisation donne à l'échange langagier une structure hiérarchique dont l'unité supérieure est la transaction commerciale et les autres petits événements communicatifs constitués par les autres types d'interactions verbales forment les unités inférieures.

II -2- 4- L'apport interculturel dans la transaction :

Abordant cet aspect Beall déclare que :

« c'est ce que parler une autre langue, c'est bien plus qu'apprendre un lexique et des règles de grammaire. C'est aussi et peut être surtout, des façons de dire sont liées à des conceptions culturelles que l'on se fait de chaque situation (ainsi des échanges dans les petits commerces suivent-ils des scénarios très différents suivant qu'ils se passent en France, en Algérie ou au Vietnam] et l'idée que l'on se fait du rôle de chacun dans la situation donnée »

L'interculturalité dans les interactions de commerce, a été étudiée par plusieurs auteurs, qui se sont intéressés d'avantage aux implicites interculturels qui déterminent la circulation des tours de paroles, et aux risques des malentendus. En effet, la rencontre des deux systèmes linguistiques implique l'analyse en corrélation de deux cultures différentes. Cette architecture conceptuelle donne naissance à des risques tels les malentendus culturels qui sont définis : en terme de décalage entre l'interprétation d'un énoncé par son énonciateur et son interprétation par le récepteur, ces malentendus sont de différentes sources, et peuvent être regroupés selon C. Beal sous trois catégories :

- 1- Les problèmes de maîtrise de la langue seconde,
- 2- Le transfert pragma- linguistique.
- 3- Le conflit sur les valeurs et la relation interpersonnelle.

Ces conflits s'accroissent dans les rencontres interculturelles, qui mettent en scène des acteurs de différentes nationalités et de différentes langues. Les divergences s'accroissent sur le plan des actes de langage et la formulation des demandes. L'exemple donné par Sacks, Schegloff et Jefferson porte sur la gestion des tours de parole. L'étude a été soumise à une approche comparative entre le chevauchement des tours de parole chez les francophones et chez les anglophones. Le fait est que le chevauchement chez les francophones (interrompre un locuteur pour lui répondre ou pour terminer sa phrase) témoigne d'une certaine solidarité. Il est considéré comme un signe d'enthousiasme et de complicité et son absence exprime l'ennui et le désaccord. Chez leurs voisins anglophones c'est le contraire qui se produit, le respect des tours de paroles signifie le respect du locuteur. La communication interculturelle est une large

dimension. dont la prise en considération riss revient aussi à enseigner l'usage de la langue c'est-à-dire un ensemble de règles de corrélation entre l'emploi et des conditions d'emploi.

En se consacrant à l'étude de la transaction commerciale comme un type particulier de l'interaction verbale, notre intérêt n'est nullement la mise en exergue des caractéristiques de celles-ci. Ce qui nous intéresse le plus, c'est la dynamique discursive qui sous tend les opérations commerciales. Cette dynamique concerne les rôles que jouent les interactants, la situation dans laquelle ils sont inscrits. L'interaction commerciale est appréhendée dans cette perspective comme une communication interculturelle, car elle relie des variations linguistiques à des variations culturelles.

La transaction dans sa dynamique discursive, constitue en fait une trame relationnelle, les opérations financières sont souvent accompagnées par des activités langagières qui les véhiculent. C'est vers cette organisation langagière implicite, que nous tentons de parvenir. Ce chapitre a ainsi permis de mieux cerner les rapports linguistiques et interpersonnels définis par le contexte commercial et économique. Nous avons essayé de suivre un cheminement théorique allant d'un essai de définition de la transaction jusqu'à l'étude de l'organisation interne de celles-ci. Nous n'avons pas plus oublié d'aborder l'apport interculturel, un point très important et déterminant dans le processus interactif. Les malentendus inter-culturels demeurent un cas très souvent caractéristique des rencontres interculturelles. Nous consacrons notre prochaine présentation à l'élément central de l'interaction commerciale, la requête que nous appréhendons sous son aspect pragmatique et ses différentes formulations

Chapitre III : la requête dans les interactions commerciales

La requête, phase élémentaire dans les circuits des échanges langagiers et commerciaux est élaborée ici à partir de certains éléments théoriques, puisés en fait dans plusieurs théories et approches telles la pragmatique pour en extraire sa dimension actionnelle.

I- La requête :

Nous allons maintenant nous concentrer sur l'acte de « demander » en tant qu'acte interactionnel, visant l'accomplissement d'une action. Une étude qui relève de la pragmatique linguistique et qui dépasse largement la sémantique car elle s'intéresse non seulement au sens des énoncés mais à la fonction de l'acte de langage qu'accomplit l'énoncé. Elle dépasse de mettre l'analyse purement syntaxique car on se rend compte enfin que les modes (indicatif, impératif, conditionnel...) ne fournissent pas une description suffisante, l'ordre par exemple peut être effectué avec un autre mode que l'impératif selon Abdesslem Zetili :

« il s'agit en fait, d'un passage d'un type d'analyse à un autre. Si l'analyse syntaxique reconnaît quatre types de phrases : la déclarative, l'interrogative, l'impérative, l'exclamative La pragmatique linguistique introduit une autre terminologie : les actes de langage que le locuteur exécute dans les diverses situations de Communication et la diversité des énoncés qui permettent de les accomplir. » (Zetili. 1993: 34).

Le passage du premier type au second, s'établit dès qu'on passe à la réalisation de l'acte. Le locuteur use alors des différentes formulations pour faire passer la requête et s'introduire de mêmes dans le circuit des échanges.

I-1- L'échange réparateur :

Dans l'interaction commerciale la présence de la requête est très importante. Elle constitue un acte menaçant pour les faces des interlocuteurs (ETA, acte dérangeant pour le territoire de son destinataire). Elle s'inscrit dans les échanges du type réparateur, définis par Goffman comme des échanges qui visent à réparer et à neutraliser le déséquilibre interactionnel. Ce type d'échange vise la réparation d'une offense territoriale :

« il permet aux participants de poursuivre leur chemin, sinon avec satisfaction de voir l'incident clos, du moins avec le droit d'agir comme s'il était clos et l'équilibre rituel restauré. » (Goffman, 1973 : 139).

Par le principe de réparation Goffman entend la correction de l'état d'offense qui accompagne la requête, la réparation se fait généralement par les excuses qui assurent de même le rétablissement de l'ordre interactionnel entre les interactants. A côté des excuses, on peut procéder par des

justifications et des prières qui peuvent atténuer la menace et adoucir le climat, elles jouent le même rôle que l'excuse :

« l'idée étant pour contenter leurs faces mutuelles, les interactants adoucissent (ou « polissent ») les FTAs qu'ils sont amenés à produire dans l'interaction à l'aide de l'un et /ou l'autre des procédés de Face - Work que la langue met généreusement à leur disposition » (Kerbrat Orecchioni. 2001. 11)

De son caractère dérangeant, la requête garde alors un léger poids des que le client s'excuse ou se justifie, en interrogeant l'échange réparateur, il semble intéressant de voir la classification de la requête par rapport aux excuses. Catherine Kerbrat Orecchioni (2001-1 I) distingue deux types : une requête normale qui ne comporte pas d'excuse et une autre extraordinaire qui impose l'excuse., entre les deux se trouve un cas intermédiaire où on détecte des requêtes avec l'emploi de l'adverbe « juste » comme dans : « je voudrais juste un litre de lait » un adverbe qui signifie dans ce contexte que la valeur de l'objet demandé est inférieure en comparaison avec la capacité du vendeur.

De cette perception théorique. Goffman propose d'étudier cet échange à partir de cycles réparateurs, chaque cycle comprend des interventions, soit l'exemple suivant :

A : est ce que tu peux m'emprunter ton livre ? J'ai oublié le mien.

B : mais bien sur

A : merci.

B : pas de quoi.

On peut présenter cet échange sous forme d'interventions successives :

A* : réparation.

I3* ; satisfaction.

A* : appréciation.

B* : minimisation.

Dans cet échange, on peut distinguer deux cycles réparateurs, le premier se compose des deux premières interventions (réparation/justification), et le second comprend les deux dernières (appréciation/minimisation). Dans cet exemple, la requête de A, constitue l'élément essentiel qui enclenche l'échange, la réparation dans ce cas se compose d'une justification (J'ai oublié le mien) qui adoucit le caractère dérangeant de la requête, et la justifie.

- I-2- Place de la requête dans l'interaction commerciale :

Quoiqu'elle soit considérée connue un acte menaçant pour les faces, la requête ne peut être exclue du scénario de l'interaction commerciale ; sa présence est très importante et justifie la transaction. Selon Catherine Kerbrat Orecchioni « la requête est imposée par le script, de l'interaction » (Kerbrat Orecchioni. 2001: 111). En réalité, la requête constitue l'élément

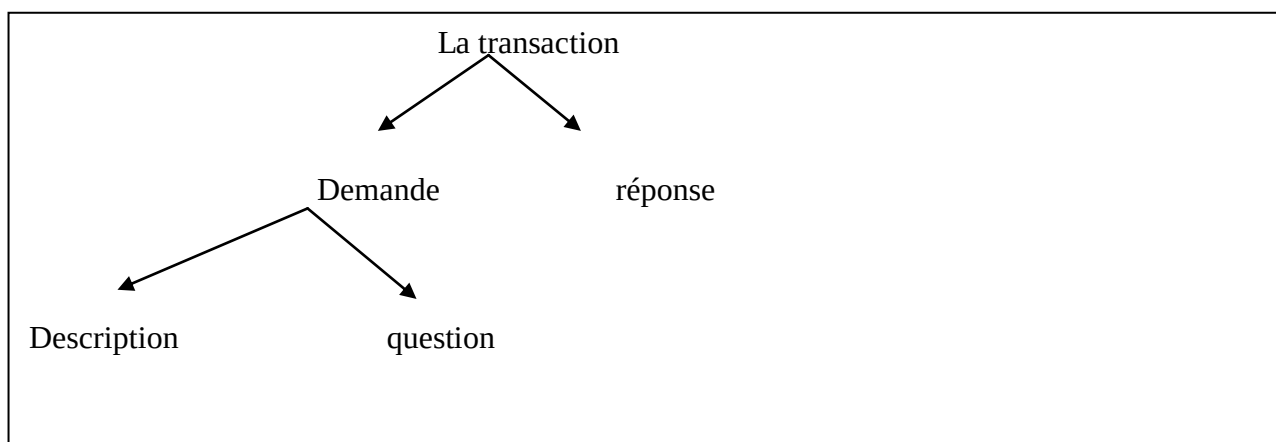
central, autour duquel sont ordonnées les autres constituants, à savoir les salutations, les remerciements, ainsi que les autres modules conversationnels..., «*elle est l'acte déclencheur* » Catherine Kerbrat Orecchioni.2001 :110). Qui annonce l'interaction commerciale est définit le climat sous lequel va se dérouler la rencontre Elle pousse l'interlocuteur à répondre ou du moins à agir selon la volonté du demandeur: qu'elle soit considérée: comme un FIA, cela ne change rien dans le fait que sa présence est très importante, et on peut *même* affirmer que dans ce type de rencontre c'est toute absence de requête qui va être un élément dérangeant et menaçant pour les faces des interlocuteurs.

II-3- La structure de la requête :

Du point de vue de sa formulation, la requête est étudiée telle une intervention: « *la plus grande unité monologique du dialogue* » (Moeschler, 1986: 181), sa structure interpelle une certaine hiérarchisation. On distingue selon Moeschler deux types de constituants, un constituant directeur qui : «*est l'acte de langage donnant le sens général de l'intervention, sa force illocutoire.*» (Moeschler, 1985: 88), ce constituant est l'élément essentiel de l'intervention, il est insupprimable, car il est porteur de la fonction explicative de l'objet de la requête.

Les autres constituants subordonnés : « *des actes de langage qui viennent appuyer, justifier, préparer, argumenter en faveur... etc. de l'acte de langage.* » (Moeschler, 1985: 88). Ces éléments ont des fonctions multiples la plus importante est leur fonction interactive, qui donne à l'interaction sa forme linéaire. Chaque intervention comporte un seul élément directif et un ou plusieurs éléments subordonnés

D'autre part, P Bange a étudié cette structure, dans les interventions de ce type (demande de renseignements, demande de conseils) on trouve deux composantes une description de l'état de chose, qui expose théoriquement l'objet de la requête, et une question sur l'état de chose, qui est l'élément de base de la demande, il donne alors un schéma qui décrit la structure de la consultation. sur ce modèle on peut proposer un autre qui reflète le type d'interaction qu'on est en train d'étudier, et qui présente des ressemblances avec la consultation :



Moeschler de son coté propose de schématiser la structure de la requête, en prenant en compte les différents éléments directifs et subordonnés :

AD: Acte directif.

AS: Acte subordonné.

(a) AD

(b) AS+ AD

(c) AD+ AS

(d) AS+ AD+ AS

(e) AS+ AS+ AD

(f).AD+ AS+ AS (Moeschler. 1985 : 88)

Ainsi, dans une interaction du type : « je vous prie de me donner votre passeport », l'acte directeur sera « me donner votre passeport » et les autres éléments subordonnés seront les autres constituants, cette requête sera illustrée par : R= AS+ AD

II- La formulation de la requête

II- 1- Énonciation et modalisation

Énonciation et modalisation, ces deux notions recouvrent des domaines très proches, l'une est incluse dans l'autre. Selon Maingueneau ces notions doivent être rigoureusement dans la mesure où chaque notion désigne un aspect bien déterminé. L'énonciation désigne l'attitude de l'énonciateur face à son énoncé. La modalisation quant elle : « *désigne l'attitude du sujet parlant à l'égard de son propre énoncé, attitude qui laisse des traces de divers ordres (morphèmes, prosodies, mimiques...), beaucoup de traces sont des unités discrètes, alors que la modalisation en un processus continu.* » (Charaudeau, Maingueneau, 2002: 382). La modalisation désigne alors l'ensemble des aspects que l'énonciateur essaye d'accorder à son énoncé. La relation est très étroite entre l'étude des pratiques langagières et l'étude de la modalisation, observation faite par plusieurs chercheurs et notamment Charaudeau, le sujet énonciateur habille son énoncé et selon le contexte de l'énonciation de plusieurs significations et positions. L'étude de ces activités langagières implique une prise en considération de la modalisation qui impose l'étude de l'attitude de (l'énonciateur face à son énoncé. On s'interroge dès lors sur les traces que laisse ce dernier sur son énoncé, sur ce niveau d'analyse, on distingue une modalisation explicite et une modalisation implicite ; elle est explicite dans les situations de communication où le sujet parlant questionne, ou affirme, ou ordonne, on les marques de son énonciation sont apparentes, elle est par contre implicite lorsque le sujet parlant dissimule ces marques, son énonciation est alors explicitement prononcée mais la modalisation la sous entend.

11-2-Les formulations de la requête :

11-2-1-La formulation directe (l'ordre) :

Donner un ordre est un acte particulier, car il implique des mécanismes langagiers très spécifiques et instaure des rapports sociaux hiérarchiquement définis. Cette formulation est du type : « donne moi le livre ». Elle est souvent accompagnée par des formules de politesse, qui jouent le rôle d'adoucisseur, car des différentes formulations de la requête, l'ordre constitue la formulation la plus directe, mais aussi la plus menaçante pour les faces des interlocuteurs, c'est le modèle le plus représentatif de FTA. (Acte dérangeant pour le territoire de son destinataire). L'interactant qui donne un ordre désire agir sur un autre, ce dernier se voit dans l'obligation de fournir un comportement qui répond positivement ou négativement à cette demande Goffman en se plaçant du côté du second locuteur, remarque que :

« Lorsqu'une prière est péremptoire et frise l'ordre pur et simple, on peut tourner l'acte de soumission de façon à le charger de ressentiments ou du moins de réserves. quant à la convenance d'une telle exigence, la personne soumise a droit de degré de résistance car son obéissance matérielle garantie au supérieur que son contrôle immédiat de la situation n'est pas mise en danger ». (Goffman, 1973 :164).

C'est en terme de soumission ou d'obéissance matérielle que Goffman décrit le rapport hiérarchique instauré par ce type de formulation, le ton autoritaire sur lequel se prononce un ordre place le demandeur en position haute et son interlocuteur en une position basse, cette situation assure au demandé une maîtrise incontournable de la situation, surtout lorsqu'il reçoit une soumission parfaite de la part de son interlocuteur. Cette formulation est très contraignante pour les deux interlocuteurs, son énonciation suit généralement la tradition grammaticale des phrases impératives, une intonation en principe descendante et forte. Considérée comme un élément de la communication verbale, l'ordre peut ne pas être exprimé avec l'impératif selon les chercheurs interactionnistes, il peut être formé avec un autre mode à savoir le subjonctif, le locuteur peut ordonner en disant : « qu'il fasse son travail immédiatement », même sous cette seconde formulation l'ordre ne perd rien de son caractère dérangeant et menaçant des faces des interlocuteurs.

D'autre par, l'ordre se forme tel un acte exercitif (selon la terminologie d'Austin), ou directif (selon la taxinomie de Searle), les exercitifs ; « peuvent impliquer que d'autres soient « obligés ». « ont le droit » ou « n'ont pas le droit » d'effectuer certains actes. » (Austin. 1970 157.3).

II- 2- 2- La formulation indirecte :

Aux trois types de formulation, s'ajoute la formulation indirecte et implicite dont le but est

toujours la demande. Est dont la valeur est souvent implicite. Un énoncé tel « il fait froids » signifie simplement qu'il fait froid, une interprétation très claire et donc une énonciation explicite. Mais dans une interaction langagière la signification de cet énoncé doit être véhiculée dans une autre perspective, le contenu implicite qu'il engendre joue un rôle important dans l'intercompréhension du message, l'énoncé « il fait froid », peut avoir comme interprétation de « fermer la porte » ou de « mettre le feu à la cheminée » ou de dire « qu'on a de la fièvre ». Toutes ces interprétations et d'autres sont des lectures possibles d'un seul énoncé. Ainsi, dans le contexte interactif un énoncé ne doit pas être considéré seulement du point de vue explicite, son contenu implicite porte une grande contribution dans sa formulation. Faut-il signaler qu'un énoncé porte un seul contenu explicite et un ou plusieurs contenus implicites. Dans notre exemple, le contenu de la requête est implicite, cette demande est considérée par Catherine Kerbrat Orecchioni comme : « *une requête camouflée* » (Kerbrat Orecchioni, 1986: 75), ce type de requête exclut tout type d'expansion du genre : « s'il vous plaît », comme elle rend impossible une réponse du genre : « non, je ne peux pas le faire », de la part de l'interlocuteur. Dans de telles situations la valeur dérivée est toujours précédée par la valeur littérale Catherine Kerbrat Orecchioni se réfère à Roland Barthes qui affirme que :

« si d'un certain ton, on me demande « à quoi sert la linguistique ? » me signifiant par là qu'elle « ne sert à rien ». je dois feindre à répondre naïvement qu'elle « sert ci ceci », ô cela et non conformément à la vérité du dialogue : « d'où vient à ce que vous m'agressez ? » ce que je reçois, c'est la connotation, ce que je dois rendre c'est la dénotation »
(Catherine Kerbrat Orecchioni 1986:75- 76)

Quand on parle d'« explicite » et d'« implicite ». Roland Barthes parle de « dénotation » et de « connotation », chaque notion trouve sa place légitime dans l'interaction verbale. En effet, d'après Roland Barthes le message reçu par le locuteur possède une signification implicite (connotée), mais ce qu'il va formuler pour répondre doit avoir une signification explicite (dénotée). L'exemple donné par Roland Barthes, nous pousse à nous interroger, sur la nature même de ce qu'on appelle « implicite », car une demande comme : « A quoi sert la linguistique ? » considérée par l'auteur comme implicite, peut être étudiée sous différents angles avec d'autres paramètres et notamment « le contexte ». Pour le faire nous examinons dans ce qui suit les deux catégories de l'implicite : les présuppositions et les sous entendus.

II-2- 2-1- Les présuppositions :

« Nous considérons comme présupposé toutes les informations, qui sans être ouvertement posées, sont cependant

automatiquement entraînées par la formulation de l'énoncé, dans lequel elles se trouvent intrinsèquement inscrites quelle que soit la spécificité du cadre énonciatif» (Kerbrat Orecchioni, 1986 :25).

Les présuppositions sont des marques de diverses natures qui se trouvent au sein de l'énoncé, dans l'exemple donnée par Catherine Kerbrat Orecchioni (1986: 25) : « Pierre a cessé de fumer », grâce à l'élément lexicale (cessé), on peut dégager le présupposé : « pierre auparavant fumait », ce présupposé est inscrit dans l'énoncé parce qu'il est fondé sur cet élément lexical, mais en apparence il n'en fait que partie, car il n'est pas présenté comme le sujet de l'énoncé (Il est présenté implicitement).

II-2- 2- Les sous entendus :

La classe des sous entendus

« englobe toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné. mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularité du contexte énonciatif» (Kerbrat Orecchioni. 1986 : 39)

L'interprétation faite par un sous entendu est toujours liée au contexte de l'énonciation. il ne s'adapte que dans des occurrences énonciatives spécifiques. Ainsi un énoncé tel : il est minuit », peut sous entendre dans un contexte énonciatif bien défini (par exemple dans une soirée entre amis) qu' : « Il est tard, et qu'il faut rentrer », ou prononcé par une mère à son enfant, il peut sous entendre que son enfant doit rejoindre son lit. La signification des sous entendus reste attachée non aux éléments lexicaux de l'énoncé mais au contexte de son énonciation.

II- 3- L'assertion :

Théoriquement l'assertion se présente sous forme d'un énoncé, qui vise à affirmer quelque chose Elle est du type : « votre carte de crédit est invalide ». Cette formulation se caractérise par une intonation montante au début et descendante à la fin, ce qui lui attribue un point à la fin à l'écrit. L'assertion se constitue telle une phrase déclarative qui possède une structure canonique (GN+GV). Cependant, la structure de la requête déjà étudiée, à montre que cette forme harmonieuse (GN+GV) n'est pas toujours utilisée comme telle. On peut bien rencontrer d'autres éléments facultatifs comme les prières, les tournures négatives... Dans l'interaction verbale, l'assertion «postule que le locuteur est sincère, c'est-à-dire qu'il croit que ce qu'il dit est vrai » (Martins- Baltar, 1977 : 38). Ce qui implique une modalisation subjective à valeur assertive du type je pense que votre carte de crédit est invalide ». Selon Michel Marins Baltar , cette réflexion permet par ailleurs d'expliquer la nature du mensonge et de l'erreur, le mensonge se place entre la

thèse réelle et l'information communiquée, l'erreur quant à elle se place entre la réalité et la pensée réelle, c'est-à-dire que le locuteur ne peut pas se tromper lorsqu'il affirme que la carte de crédit est invalide, cette affirmation doit avoir comme modalisation explicite «je sais que votre carte de crédit est invalide» , sinon elle sera considérée comme une erreur. Dans son introduction à la Question. Catherine Kerbrat Orecchioni oppose affirmation et question. Selon elle l'affirmation se présente comme un énoncé ayant pour objectif. « *D'apporter une information à autrui et qui lui demande indirectement se positionner par apport à une information...* » (Kerbrat Orecchioni. 1991.14) Ainsi dans notre exemple l'énonciateur affirme que la carte de crédit est invalide et demande indirectement à son interlocuteur de réagir et de trouver un autre moyen pour régler le montant de ses achats.

II - 3- 1- Les fonctions de l'affirmation :

Dans le contexte dialogique, l'affirmation acquiert plusieurs fonctions. Une affirmation produite par un énonciateur dans un contexte énonciatif déterminé, à des moments différents, n'a pas une seule fonction. De même, si elle est prononcée *par* plusieurs énonciateurs, une requête telle : « j'aime la littérature francophone, je voudrais avoir un livre d'Amin Maalouf », est étudiée en deux tranches : la première partie est une énonciation à fonction de proposition', qui donne une information initiale, et résume le problème en cours, la seconde porte une énonciation qu'on considère comme expressive' et qui exprime un souhait, elle complète donc l'information On peut parler dans ce cas de la première fonction que possède l'affirmation qui est celle de proposition.

Dans une interaction commerciale, l'affirmation intérieure est interprétée comme une demande équivalente à la question : « puis-je avoir un roman d'Amin Maalouf ? », à cette demande l'interlocuteur (le commerçant) peut répondre par : «oui, vous les trouverez juste en face ». Le demandeur, et en fonction de cette réponse va dire : « ah, oui d'accord ». Une affirmation qui a alors une fonction évaluative et qui exprime un accord et un assentiment (dans une autre interaction l'affirmation aurait pu avoir une fonction de dissentiment). On peut parler dans cette perspective de la seconde fonction de l'affirmation qui est l'assentiment, dans d'autres cas on peut penser à considérer l'affirmation dans sa fonction méta communicationnelle, lorsqu'elle comporte des ambiguïtés et appelle d'autres affirmations pour reformuler et expliquer les intentions de communication. Dans le cas d'une divergence d'opinion. L'affirmation peut avoir la valeur d'une réplique ou celle d'une mise en cause. La réplique imprévue marque une rupture dans le scénario de l'interaction. Alors que l'interlocuteur répond à la première demande, s'attend à ce que son locuteur pose une question, mais cc dernier, réplique par une autre affirmation. Ainsi, dans notre exemple, le client peut bien rétorquer à la réponse du commerçant : « je suis sûr que je ne trouverai pas son dernier ouvrage », la réplique rompt avec l'acte attendu et prévu, elle prévoit et anticipe ce qui va venir. La mise en cause quant à elle accentue les divergences, car elle

touche aux implicites et aux présupposés considérés comme reconnus par tout le monde , ainsi, comme présupposé reconnu à notre exemple on peut supposer que l'ouvrage demandé par le client soit placé sur un rayon, et le client va dire : « mais on m'a dit qu'il est introuvable » le commerçant a dans ce cas le choix, soit il interrompt l'interaction soit il continue mais sur un autre registre.

Résumons nous, l'assertion assume plusieurs fonctions : proposition, assentiment, dissentiment et une fonction méta communicationnelle (réplique et mise en cause), des fonctions dialogiques qui sont définies pragmatiquement, et il en va de même pour les autres actes de langage.

II - 4- La question :

« Elle se présente comme ayant pour finalité d'obtenir de L2, un apport d'information » (Kerbrat Orcchioni, 1991: 14). La question est la formulation la plus fréquemment utilisée par les interlocuteurs. C'est un acte de langage très spécifique. dont la valeur illocutoire est toujours celle d'obliger l'autre à répondre. A partir de là, les théoriciens ont essayé de distinguer cet acte des autres actes de langage à savoir l'interrogation, l'assertion et l'ordre.

II- 4- I- Question et interrogation :

En se référant au travail de recherche mené par A.Zetili, portant sur : l'analyse de la demande en tant qu'outil pédagogique, le chercheur distingue entre question et interrogation, deux actes que la majorité d'entre nous confond les mettant l'un à la place de l'autre, vu la nuance peu visible qui s'instaure entre les deux. En effet, A.Zetili remarque que cette Distinction est basée essentiellement sur la notion de « valeur illocutoire » il affirme que :

« En effet, les auteurs considèrent qu'une question est un énoncé interrogatif dont la valeur illocutoire est une demande d'information. Le locuteur impose à l'auditeur l'obligation de répondre.» (Zetili, 1993: 44).

Il ajoute par ailleurs, que les énoncés interrogatifs (les rhétoriques surtout)

« N'imposent pas l'obligation de répondre et ne visent pas l'obtention d'un rapport d'information. Ils peuvent même ne pas être adressés à un interlocuteur déterminé» (Zetili. 1993: 44- 45).

Ce type d'énoncé à une autre valeur illocutoire comme celle que possède la question, de même le locuteur a d'autres visées énonciatives. L'élément central de cette distinction repose sur la valeur illocutoire de chaque énoncé. Alors que la question vise l'obtention d'une réponse ou d'une information, elle place donc l'interlocuteur dans l'obligation de répondre, l'interrogation par contre n'exige aucun engagement de la part de l'interlocuteur (selon A. Zetili. elle peut même ne pas être adressée), elle a d'autres valeurs illocutoires. On peut penser dans ce cas aux interrogations

(dites délibératives), des interrogations *qu'on* se pose à tout moment, et silencieusement : comment répondre ? Quoi dire ? En fait, le chercheur rappelle que dans certains cas, surtout dans le cas de l'interrogation dite oratoire le locuteur suggère tale réponse. l'exemple donné par A. Zetili est l'interrogation dans la classe :

*« comme l'enseignant s'adressant à ses élèves : ne vous a-t-on pas
Dit d'informer vos parents dit problème? ce qui est l'équivalent de : on
vous a dit d'informer vos parents du problème»* (Zetili, 1993 45)

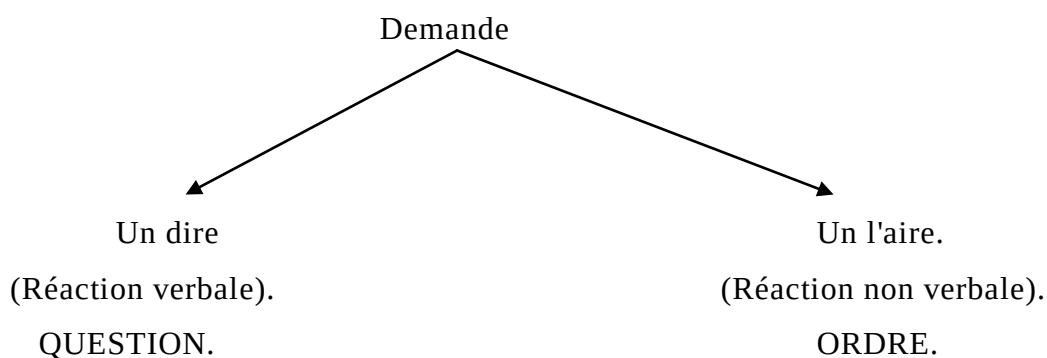
par cette interrogation, l'enseignant suggère une réponse de ses élèves

II- 4- 2- Question et assertion :

On distingue question et assertion sur la base de leurs finalités. Si l'assertion a c o m m e f i n a l i t é d'apporter une information et de solliciter une certaine prise de position de la part de l'interlocuteur (c'est la manifestation d'une plénitude cognitive) (Kerbrat Orecchioni, 1991 :18) La question se présente comme ayant pour finalités d'obtenir une information (une explication) ou de confirmation, (c'est la manifestation d'un vide cognitif) (Kerbrat Orecchioni, 1991: 18).

II - 4- 3- Question et ordre :

Question et ordre sont des actes de langage, qui visent la même chose « passer une demande » Cependant, ils s'opposent sur la nature de l'objet demandé. Alors que la question exige une réaction verbale (un dire), l'ordre interpelle une réaction non verbale (un faire). Catherine Kerbrat Orecchioni, schématise cette distinction ainsi : (Kerbrat Orecchioni. 1991: 6).



II - 4- 4- Problème de classification des questions :

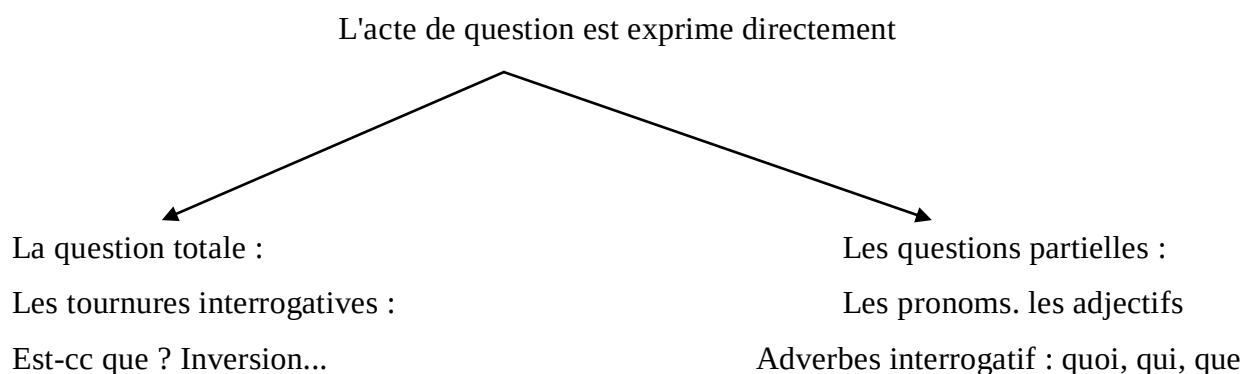
Dans le but de donner une classification qui se rende compte des différents types de la question, Kerbrat Orecchioni, 1991. 18), propose un ensemble de critères, à partir desquels, sont prises en considération les multiples apparences de la question.

1- *Elément de la phrase sur lequel porte la question* : sur ce critère on distingue : la

question totale (qui interpelle une réponse directe et tranchante : «oui » ou « non ») et la question partielle (qui cherche des explications et vies réponses longues). on peut parler aussi de la question alternative du type : « il pleut ou non » qui peut avoir les deux précédentes possibilités comme réponses.

2 - *Le critère forme/* : sur cc critère c'est la forme de l'énoncé qui décide du type de la question. c'est-à-dire, selon que l'énoncé possède ou non une formule interrogative, on peut supposer alors deux cas

CAS N°1 :



CAS N°2 :

L'acte de question est exprime indirectement : dans ce cas, la valeur illocutoire de la question prend un aspect différent comme celui de l'assertion.

3- *La relation: question et coterie antérieur immédiat* : dans ce rang, sont placées les questions qu'on appelle les questions répliques, elles ont plusieurs valeurs, dont la plus importantes est la valeur méta communicationnelle. Elles sont de plusieurs types :

Les questions échos : qu'est ce que tu fais ? Qu'est ce que je fais ?

Les questions suspens : tu as vu Pierre hier Si j'ai vu qui ? (Kerbrat Orecchioni, 1991: 21). Les

questions reformulées : je suis venu chez toi ce matin ? Tu es venu chez moi ?

4- *La nature de l'information demandée* : dans ce cas on parle de question régulatrice ou question méta communicative. Par ces deux types l'interlocuteur ne cherche pas une information nouvelle, sa contribution aura une valeur régulatrice, qui porte sur la progression du discours. On peut classer sous cette nature:

1 es demandes de poursuites : et puis? Alors ?

5- *Change corrélativement la fonction pragmatique et conversationnelle de la question*

Toutes les questions ont la même valeur illocutoire. mais leur but est chaque fois différent.

Les question de confirmation : qui sont proches de l'assertion ces questions sont orientées vers un but détermine

Les questions préliminaires : qui préparent à la formulation d'une demande jugée osée.

Les questions rituelles : du type « ça va » ? Imposées par le contexte social.

La question ludique (absurde), la question canulars ou question piège : il est très beau ce cadavre?

6- *Sur le cadre énonciatif* : ce caractère est défini par le cadre dans lequel s'inscrit la question, on donnera beaucoup d'importance à l'émetteur et au récepteur.

Dans cette partie de notre travail, nous avons comme but de baliser la dimension conversationnelle et pragmatique de la requête. Nous avons exposé d'abord l'apport de la théorie des actes de langage, avec une description des différents types de ces actes, de même la structure des actes illocutoires, et la distribution de leurs fonctions entre fonction initiative et l'onction réactive. Dans un second temps, nous avons aborde la requête, sa structure, sa place dans la transaction, son apport interculturel. Dans le troisième chapitre, nous avons pris la séquence de la requête comme élément de la conversation, nous avons en effet, traite ses différentes formulations.

Nous tentons d'aborder la même problématique, mais en relation avec le contexte algérien, un contexte très particulier, vu la situation sociolinguistique qu'il engendre. Nous examinons le même phénomène en rapport avec l'espace

Conclusion :

L'encrage théorique de notre travail nous a permis de déterminer les pistes conceptuelles sur lesquelles portera la seconde partie de cette recherche. Ainsi, nous avons débuté cette étude avec un essai de définition de l'interaction verbale. Nous avons ensuite concentré notre intérêt sur la transaction commerciale et sur l'élément central de notre recherche qui est la requête, sur ce point nous avons étudié les différents types de formulation de la demande avec une description des actes de parole et leurs fonctions dans l'interaction verbale. Aussi avons nous consacré une partie de notre étude à la situation sociolinguistique de l'Algérie et la dynamique discursive dans les villes. Dans la seconde partie, nous traiterons ces questions avec des enquêtes et un corpus authentique. Nous ferons alors des analyses qui relèvent de l'approche pragmatique et qui rendront compte des spécificités discursives et des fonctions dialogiques des différents actes de demande dans le corpus

Cadrage pratique

Chapitre I : La pré enquête

I- 1- Le choix du lieu d'enquête :

Nous avons choisi les agences de voyage et de tourisme de Batna comme lieu d'enquête. car nous les considérons du point de vue linguistique comme des lieux de mélange de langues, un espace ouvert où se côtoient plusieurs langues et cultures. D'autre part, les agences de voyage manifestent un contexte de production de la langue française favorable, ayant comme condition de recrutement de leurs agents, la maîtrise de cette langue.

Notre enquête est scindée en deux parties : une pré enquête et une enquête, ces deux étapes sont menées dans la wilaya de Batna, nous tâchons et rappelons le, de montrer les mécanismes langagiers des interactions commerciales dans la ville algérienne, et notamment le rôle que joue la langue française dans les requêtes des locuteurs dans cet espace.

I- 2- La pré enquête :

Cette étape est une phase très importante car : « elle a pour but de déterminer les hypothèses de l'enquête et, par voie de conséquence, les objectifs » (Mucchielli. 1985: 12). En ce qui nous concerne; nous avons consacré cette étape au repérage des lieux d'enquête, et à l'observation des échanges verbaux dans les transactions commerciales entre les agents de voyage et les clients. Au fur et à mesure de cette période, nous avons pu affiner nos hypothèses et définir nos objectifs.

Nous avons limité notre enquête aux agences du centre ville (un choix qui répond à notre axe d'analyse à l'espace urbain » en effectuant des visites à plusieurs d'entre elles, notre intérêt étant d'observer le fonctionnement de la parole et les langues auxquelles font appel les agents de voyage et les clients au cours de leurs échanges. Suite à une longue recherche, et des minutieuses observations, nous avons pu sélectionner une agence qui répond aux besoins de notre enquête.

1-2- 1- Le contexte de l'agence :

L'agence choisie est située en plein centre ville, en face de l'ancien Trésor de la rue Sidi Henni, ce site est l'un des quartiers artères de Batna, car il forme un point de ralliement de plusieurs zones du centre ville (Les Allées Ben boulaïd, La grande rue...), une zone stratégique car très proche des structures d'accueil des touristes et des visiteurs de la ville, à savoir les hôtels (Chelia, hezzam,), l'office du tourisme de Batna, et les monuments historiques et places publiques.

L'agence dispose de trois bureaux (un pour le gérant, les deux autres pour les agents de voyage : ceux des agents sont places à gauche, celui du gérant se trouve un peu loin de l'entrée. Les deux agents disposent pour leur travail d'un matériel informatique (ordinateur, imprimante,) et d'un téléphone-fax.

1-2- 2- Les participants aux échanges :

L'agence est gérée par un sexagénaire souvent absent, elle est tenue par un jeune homme et une jeune femme qui reçoivent les clients.

Les fiches administratives sont prises en charge par le jeune homme, la réception des clients et la préparation des billets d'avion et bien d'autres tâches sont assurées par la jeune femme. Les clients sont des deux sexes femmes et hommes), ils appartiennent à une tranche d'âge allant de 25- 60 ans, ils viennent à l'agence pour des raisons diverses (demande de renseignements, demandes de précisions, achat de billets d'avion...).

1- 2- 4- La collecte des données du pré enquête :

Nous nous sommes présentés à la gérante de l'agence, nous lui avons expliqué l'objectif de notre travail et la nature des enregistrements de notre corpus. La collecte des données a été effectuée à l'aide d'un magnétophone. Nous étions présents tout au long de l'opération pour assurer le bon fonctionnement du matériel et noter les informations non perceptibles dans l'enregistrement des gestes et les sourires... qui accompagnent les actes de parole et les requêtes). Les échanges entre la gérante et l'agent de voyage n'ont pas été pris en considération, car ne faisant pas partie de notre problématique.

Ce travail (le pré enquête) a duré quatre jours, et nous a permis de collecter les données suivantes:

D'abord, nous avons constaté l'existence de deux types d'interactions, dans les agences de voyage et de tourisme de Batna : des interactions téléphoniques et des interactions de face à face.

1- Les interactions téléphoniques :

Les interactions téléphoniques, sont très nombreuses et elles sont généralement des demandes de renseignements ou des demandes de confirmations. Ces interactions se déroulent beaucoup plus en français qu'en arabe. Nous n'avons pas enregistré ces interactions pour deux raisons : d'abord parce que nous ne disposons pas d'un matériel adapté à ce type d'enregistrements, s'ajoute à cela la nature de notre objet d'étude qui s'articule autour des interactions de face à face.

2- Les interactions de face à face :

Dans l'ensemble, ces interactions se déroulent dans les deux langues: arabe dialectal et français, à partir de la juxtaposition des deux éléments : le type de rencontres qui détermine la catégorie de la clientèle rencontrée par l'agent de voyage et les langues utilisées. Nous pouvons établir dès lors le schéma ci-dessous et qui résume cette situation :

Type de rencontre	Les langues utilisées
Agent de voyage / les jeunes (des deux sexes).	+ français / - arabe dialectal

Agent de voyage/ femmes	++ français/ -arabe dialectal
Agent de voyage/ hommes	-français/ +arabe dialectal
Agent de voyage/ vieilles personnes (les femmes).	-français/ +++arabe dialectal
Agent de voyage/ vieilles personnes (les hommes).	-français/ +++arabe dialectal

(-) : Indique que la langue en question est peu utilisée.

(+) : Indique que la langue en question est plus utilisée que la seconde.

(++) : Indique que la langue en question est très utilisée par rapport à l'autre.

(+++): Indique que la langue en question est la langue dominante dans la rencontre.

Dans le tableau ci-dessus, on remarque que les interactions entre l'agente de voyage et les jeunes (filles et garçons) se déroulent dans les deux langues

Cependant, elles se produisent beaucoup plus en langue française. En effet, dans leurs requêtes les jeunes font appel au français dans des situations diverses, pour désigner les destinations qu'ils cherchent. Ou pour formuler les prix des billets d'avions. De son côté l'agente de voyage recourt au français pour répondre à ces requêtes, (soit affirmativement « oui, si, d'accord... Ou négativement « non »...) ou pour expliquer et argumenter « parce que, puisque... ».

D'autre part, et sur le plan formel nous avons remarqué que les demandes des jeunes sont formulées de manière très explicites (questions, assertions...), de même leurs demandes sont généralement des demandes de renseignements, ou des demandes d'achat de billets d'avion bien déterminées, ce qui n'est pas le cas pour les requêtes des femmes ou celles des vieilles personnes (celle dernière catégorie est très exigeante quant à la qualité de l'accueil et les prestations de service). Les demandes de ces deux dernières catégories sont peu précises (généralement des demandes d'explication), et constituent plusieurs requêtes en même temps. En effet, d'après nos observations dans la pré enquête, ces jeunes avancent leurs requêtes le plus souvent au moyen de questions, cette formulation est donc très usitée. Cependant, leurs choix linguistiques manifestent une autre réalité. Par leur recours à la langue française, les femmes tentent de montrer qu'elles sont attentives à ce que dit l'agente, et répliquent avec des termes tels que (oui, enfin, voilà. c'est ça.). Ces répliques sont dues au caractère dialogique de l'interaction, les lemmes montrant ainsi une certaine coopération à l'agente

Pour les autres types de rencontres. Nous avons relevé d'autres stratégies communicatives que nous allons exploiter dans l'analyse de notre corpus.

Les interactions commerciales qui ont comme contexte cette agence de voyage, se présentent sous le même scénario (salutations → requête → réponse → remerciements), cependant chaque interaction préserve ses propres caractéristiques (langues utilisées. longueur, ton,

modules conversationnels..).

Celles de l'agente avec les femmes et les vieilles personnes sont plus longues et comportent plusieurs modules conversationnels (ces modules sont souvent du type « conversation »). Celles de l'agente de voyage avec les hommes sont plus ou moins courtes et bien finalisées. Pour illustrer les résultats exposés, nous avons enregistré une interaction, qui s'est déroulée entre l'agente de voyage et trois jeunes (deux garçons et une fille), le 20 Mai 2013, à 10:55^h, les trois clients sont venus demander des renseignements sur les voyages organisés vers l'Egypte. (Nous adoptons dans ce qui suit les mêmes conventions de transcription que celles de nous corpus d'enquête).

Des vnvaqcs organisés vers l'Egypte.

- Client 1 :** [salam3°alikum]
Trad. Que la paix soit sur vous
- Client2 :** salam3°alikum]
Trad. Que la paix soit sur vous
- Agente de voyage :** [3alikum salam // // oui]
Trad. Sur vous la paix
- Cliente 3 :** [salam3°alikum]
Trad. Que la paix soit sur vous
- Agente de voyage :** (sourire) [3alikum salami]
Trad. Que la paix soit Sur vous
- Cliente 3 :** [x°ti diri] les voyages l'Egypte
Ma sœur tu organises des voyages vers l'Egypte
- Agente de voyage :** euh
- Client 1 :** des voyages organisés [fih°] [l'hôtel [w°] ↑ (inachevé)
Trad. Des voyages organisées avec un hôtel et
- Agente de voyage :** ah organisés //non//non on fait pas
- Client 2 :** [saha x°ti] merci (il sort)
Trad. D'accord ma sœur merci.
- Cliente 3 :** [w°] les autres↑
Trad. Et les autres
- Agente de voyage :** [kifesh] les autres
Trad. Comment ça les autres

Cliente3 : vous ne faites pas [x°las] l'Egypte ↑
 Trad. Vous ne faites pas du tout l'Egypte

Agente de voyage : ah si [3°ndna] les voyages vers l'Egypte
 Trad. Si nous avons les voyages vers l'Egypte

Cliente3 : (b°gedeh) le billet d'avion ↑
 Trad. Ça coute combien le billet d'avion

Agente de voyage : [bs°t°m°laj°n]
 Trad. Ça coute six million

Cliente3 : six million ↑ (sourire) [ghali]
 Trad. Six millions c'est cher

Client2 : six million// billet d'avion [b°six million]↑
 Trad. Le billet d'avion coute six millions

Agente de voyage : ah :: oui// c'est cher l'égypte (sourire)

Cliente3 : merci (sourire) // mademoiselle// // bon courage
 elle sort avec client2)

Pour conclure, nous avons achevé notre pré enquête en ayant quelques représentations et attentes qui nous poussent à présager que ce type d'interaction est soumis à une codification omette vue le scenario général des interactions que nous avons enregistrées Aussi, avons-nous remarque un recours permanent à la langue française. Ce premier chapitre nous a pernes de définir le contexte du lieu d'enquête et les premières étapes qui ont précédé l'enquête. En effet, nous avons précisé l'emplacement géographique et stratégique de l'agence de voyage choisie et les raisons pour lesquelles nous avons opté pour celle- ci Aussi avons nous expose la première étape de notre travail (la pré enquête) et quelques remarques obtenues : c'ette démarche nous a permis d'affirmer nos hypothèses et préciser notre méthode d'analyse. De même ce chapitre constitue une introduction aux autres chapitres dans lesquels nous allons attester les hypothèses dégagées avec une analyse d'un corpus authentique.

Chapitre II: L'enquête

II -1- Le corpus :

Le corpus étudié est constitué d'interactions enregistrées dans une agence de voyage et de tourisme de Batna. II comprend un ensemble d'interactions, qui représentent des heures d'enregistrements. Ces interactions varient entre celles de longue étude et celles de courte sur ce point seul l'objet transactionnel peut en décider. Lorsqu'il s'agit d'une transaction de vente d'un billet d'avion, le processus se résume à satisfaire un service sollicite et a livrer le billet demande, mais lorsqu'il est question d'une demande de renseignements, les deux interactants s'attardent, l'un dans ses demandes d'explications et l'autre dans ses argumentations.

II- 2- Description du corpus d'enquête :

Par la description du corpus nous entendons dégager la structure explicite des interactions enregistrées, nous nous appuyons sur le modèle « SPEAKING » (Gumperz & liymcs, 1972) pour définir les éléments contextuels et extralinguistiques de notre corpus :

Les interactions enregistrées se déroulent dans un cadre physique et psychologique particulier, elles se définissent comme des rencontres de face à face, dans une agence de voyage de Batna. Le schéma des langues utilisées place ces interactions dans la catégorie des échanges exolingues. Le cadre temporel n'est pas prédétermine. De même les participants sont de deux catégories : agente de voyage et clients, entre les deux s'instaure une relation dissymétrique. Leurs finalités sont fixées d'avance et visent l'obtention d'un service (client) et la satisfaction de la demande l'agente de voyage) Les actes se présentent comme des unités dialogales à fonction référentielle (le référent varie selon le sujet traité). Ces rencontres s'étalent sur un ton sérieux et s'expriment par plusieurs canaux (paroles. Gestes...). Aussi sont elles soumises des normes de nature différentes (linguistique ;non linguistique)

II- 3- L'approche utilisée :

Pour l'étude de notre corpus nous avons apté sur l'analyse pragmatique, un choix qui répond à la nature de notre objet d'étude (la requête). Cette approche est considérée comme étant plus adéquate pour l'étude des actes de langage (questionner, ordonner...) que l'approche grammaticale qui a montre des manques quant à la description de ces actes en raison de sa perception figée de leur réalité'. La conception pragmatique ne considère les actes de langage qu'à partir des fonctions dialogiques qu'ils assurent. Cette approche constitue un courant interactionniste qui consiste à dégager les valeurs discursives des énoncés produits (qu'il s'agit d'une question, d'un ordre..), ainsi que les marques contextuelles qui interviennent. Notre étude consiste alors à définir les propriétés discursives et dialogales des actes de langage émis par nos interlocuteurs dans leurs requêtes (questions, ordres, assenions, ...).

II- 4- Analyse du corpus :

Notre analyse est scindée de la manière suivante :

- l'analyse comporte quatre parties, chaque partie traite une des formulations, la partie réservée à la question par exemple, est divisée en deux, la première aborde la question chez les clients et la deuxième étudie la question chez l'agente de voyage. Chaque étude s'articule autour d'une étude qualitative dans laquelle nous tentons de dégager les différentes formulations utilisées par les locuteurs
- la deuxième partie, est consacrée à l'étude de la requête chez les femmes et chez les hommes. Une étude qui porte sur les différences d'emploi. sur les formules préférées chez les un, et chez les autres
- La dernière partie de l'analyse de notre corpus, est le lieu pour nous de présenter nos résultats sous forme de tableaux et d'histogrammes, une démarche qui facilite la lecture des résultats obtenus dans les chapitres précédents.

Dans cette partie de notre travail, nous présentons les procédés de transcription que nous adoptons pour la présentation de notre corpus. Les interactions enregistrées nécessitent une transcription qui prend en considération tous les comportements verbaux et tous les phénomènes non verbaux (geste, intonation). Pour transcrire ces données, nous adoptons les conventions suivantes, ces conventions rendent compte des besoins de notre recherche.

II - 4- 1- Les procédés de transcription :

- 1- Les mots inaudibles sont indiqués par : (inaudible).
- 2- Des phrases inachevées sont indiquées par : (inachevé).

Exemple :

Cliente 1 : *euh // [t°3ishi :3andkum] des voyages vers tunis pour le mois d'aout allant du vingt jusqu'à (inachevée)*

Les chevauchements des tours de parole en gras les uns sur les autres.

Exemple :

I-Cliente (inaudible) hih **d'air Algérie.**

2- Agence de voyage : **avec air Algérie,** elle peut revenir.

3-Les hésitations : euh

3- Les comportements non verbaux sont indiqués entre parenthèses. Exemple (sourire).
(fronce les sourcils)

5- Les interruptions par un autre interactant : < / >

6- Les séquences traduisent sont soulignées et signalées par (Trad.)

- 7- Les pauses: // // // (selon la longueur de la pause)
- 8- Allongements vocaliques ou.... Ou..... (Selon la longueur).
- 9 la transcription phonétique : []
- 10 - les marques d'intonation.

↑ Intonation montante

↓ intonation descendante

! / intonation exclamative

II- 4- 2- Transcription phonétique :

Pour la transcription phonétique de notre corpus, nous optons pour un ensemble de symboles. Ces symboles sont proposés dans API, mais on a pris l'initiative d'y ajouter quelques symboles pour rendre le décodage encore plus accessible, et présentent le moyen idéal pour exposer les séquences émises en langue arabe et pour transcrire les variantes dialectales des dialectes algériens (Batnéens et autres...), ainsi que les phonèmes spécifiques à la langue arabe. D'autre part, notre corpus comporte une grande partie des énoncés émis en langue française, pour ces fragments nous préférons garder le même code linguistique et les transcrire en français.

ك	K	ف	F	ع	3
ت	T	ظ	DH	ه	H
ء	A	س	S	ص	S
ب	B	ش	SH	م	M
د	D	خ	x	ن	N
ق	Q	ح	H	ر	R
ط	T	ث	TH	ل	L
ز	&	ز	Z	و	W
ج	J	غ	GH	ي	Y

pour la transcription phonétique du son (ق), spécifique au dialecte batnéen, nous avons gardé le symbole (q). qui représente le son (ق).

II- 5- La requête dans le corpus :

II - 5- 1- La question :

II - 5- 1- 1- les *interventions* des clients :

1 – étude qualitatives :

Avec- un pourcentage de 39,43% la question est la formulation préférée de ces interlocuteurs, clients et commerçant y font recours constamment, chez les clients on enregistre un pourcentage de (38,46 %), chez cette catégorie la question se présente sous plusieurs catégories :

- 1- Demande de renseignements.
- 2- Demande de confirmation.
- 3- Demande d'explications.
- 4- Demande de conseils.

1- 1- La demande de renseignements :

Les questions de ce type sont les plus caractéristiques des demandes des clients. La recherche de l'information est souvent le motif pour lequel un client se dirige vers une agence de voyage, ces questions sont du type :

Corpus. Interaction 1

Cliente : [kH° ti les vols ber° K sur londres Kaj'nin ↑]
T r a d . Ma seour, c 'est juste pour vols vers vers Londres
Sont- ils disponibles?

Agence de voyage : Londres // // pour quelle date parce que [m°n
durk 'haba:::l je pense le mois de septembre c'est
complet // [waq°tech la date li haba truhi fiha↑]
Trad. Londres pour quelle date parce' qu'à partir
D'aujrd'hui jusqu'à ; je pense le mois de septembre c'est
complet quel jour tu veux partir

Cliente : ce vendredi

Agente de voyage : ce vendredi :: asseyez vous vous avez deja le billet↑

Ce type de question atteste de l'ignorance du demandeur, et place la personne sollicitée (l' agente de voyage) comme un pole de savoir. La demande de renseignement et d'information chez les clients reste très employée dans notre corpus et constitue 72.97 %. Il faut rappeler que dans la majorité des cas, les clients se présentent à l'agence pour demander des informations, leurs questions sont caractérisées par une intonation montante et interrogative, elles sont bien précises et

visent un but connu.

1- 2- La demande de confirmation :

La deuxième catégorie attestée chez les clients est la demande de confirmation. La confirmation apporte confiance, assurance et certitude. Les clients dans ce cas, ne sont pas dans l'ignorance totale. Ils ont des idées sur ce qu'ils cherchent, et des réponses prêtes mais qui manquent de certitude. La confirmation de l'agente de voyage leur apporte plus de confiance et d'assurance, ces demandes sont du type.

Corpus. Interaction 2

Agente de voyage : // euh oui Sousse // tour khalef [f] riad palm :: il fait trente quatre mille :: la personne
Trad. Oui sousse tour khalef à riad palm, il fait trente quatre mille la personne
cliente 1 : trente quatre mille la personne

Dans le premier extrait, l'intervention de l'agente de voyage est une réponse à une demande précédente de la cliente. Une fois le tarif demandé est fourni par l'agente, la cliente réplique par une demande de confirmation, ce qui signifie qu'elle n'a pas bien reçu la réponse ou qu'elle l'a entendue mais elle a encore des doutes. Ce type de demande constitue chez les clients un pourcentage important de 63.63 %, des requêtes qui témoignent généralement d'un problème d'audition ou d'un défaut dans la perception du message. Ces demandes rendent lent le rythme de l'interaction car à l'origine on trouve des demandes de répétitions et des demandes de reprises.

1- 3- La demande d'explication :

La demande d'explication marque de même un pourcentage important chez cette catégorie, la présence de cette dernière s'explique en relation avec la demande de renseignements.

L'explication vient soutenir l'information donnée, et la réclamation d'une explication signifie que cette information donnée est insuffisante et ne répond pas à la demande de renseignements. Chez les clients la demande d'explication constitue environ 42.85%, des demandes qui tournent généralement autour des notions propres au domaine du tourisme et que le client ignore. comme le montre bien l'extrait suivant :

Corpus. Interaction. 3

Cliente : [we°shuwa] :: prestige↑ je n'ai pas compris [ana // ana :: n°shuf° ::]
Trad. C'est quoi prestige, je n'ai pas compris moi je regarde

La demande dans cet exemple est bien précisée, il s'agit bien de la notion « *prestige* » que la

cliente a lu sur la brochure touristique et quelle n'a pas compris. Sa demande est exprimée par le fragment « je n'ai pas compris » et Indique une demande d'explication. D'autre part, la demande d'explication peut concerner aussi une réponse donnée par l'agente de voyage, dans ce cas le client réclame une reformulation plus explicite de la réponse.

1- 4- La demande de conseils :

Dans ce cas le demandeur est en acquisition d'une information ou d'un renseignement. mais il cherche l'avis de son interlocuteur qu'il considère comme une référence et une source d'information. Dans notre corpus la demande de conseil est très peu usitée. Les clients viennent à l'agence en n'ayant aucune idée sur ce qu'ils cherchent, ou en ayant des idées vagues. Ils demandent à l'agente de voyage des recommandations et des conseils qui peuvent les aider à mieux choisir leur destination et à orienter leurs choix. Dans l'interaction 4. on peut lire l'extrait suivant

Corpus. Interaction. 4

- (1) **Agente de voyage :** il y'aura un supplément à payer
- (2) **Cliente :** (Sourire) ii n'est un pas de problème
- (3) **Agente de voyage :** ah oui // // // il y'aura un supplément à payer
- (4) **Cliente :** [besah :: euh ana heb°s°tini kima // // gul°tili] (inachevée)
Trad. mais tu m'a bloqué quand tu m'as dit.....
- (5) **Agente de voyage :** single non // // single non :: mais
single je ne peux // // Pas vous le donner
- (6) **Cliente :** [laz°m truh m3aja une amie walla :: :: bash↑ (inachevé)
Trad. Faut qui il y'ait avec moi une amie ou bien pour
- (7) **Agente de voyage :** une personne :: :: la même chambre
- (8) **Cliente :** la :: :: même chambre il y'aura le tarif // // [hada]
Trad. La même chambre il y'aura tarif

Dans cet extrait, la demande de la cliente n'est pas explicite. Elle veut avoir une réduction sur le prix d'une réservation en Tunisie. Pour trouver une solution à son problème. elle suggère une alternative à l'agente de voyage (6). et lui demande de la conseiller et de l'aide: à prendre une décision.

II- 5- 1- 2- Les interventions de l'agence de voyage :

1- Etude qualitative :

Chez cette catégorie, la question reste la formulation clef des demandes Dans, les interactions de l'agence de voyage, nous avons enregistré un pourcentage de 40.62% Aussi avons nous remarque la présence de quelques types de questions qui appartiennent

aux même catégories précédemment signalées chez les clients, car Rien qu'il soit le possesseur de information recherche, agente de voyage se voit aussi dans l'autre position, celle de la demandeuse de l'information. En effet, pour accomplir sa mission (informer le client) l'agente de voyage est dans le besoin d'avoir des renseignements sur ce dernier et sur les destinations qu'il cherche.

Dans son discours nous avons remarque la présence de quelques types de questions :

1. Demande de renseignements.
2. Demande de confirmation.

Cependant la demande de conseils n'est pas employée pour cette dernière, et cela peut s'expliquer par le fait que l'agente de voyage est dans la position de celui qui donne conseil, pas de celui qui le demande, dans le cas contraire elle risque de perdre la face et la confiance que les clients placer en elle

1-1- Demande de renseignements :

Chez l'agente de voyage, la demande de renseignement vise particulièrement la connaissance du client, surtout dans le cas de vente de billet d'avion, elle cherche à connaitre son nom. Prénom, son numéro de téléphone... la demande de l'agente peut concerner aussi la destination demandée, ainsi que les choix des clients (l'heure du départ, l'hôtel...)

Ce type de question donne un pourcentage de 27.02 % un pourcentage très bas en comparaison avec le pourcentage enregistré chez les clients. La demande de renseignements chez l'agente de voyage est utilisée pour faciliter son travail d'informatrice. et dans le but de simplifier le déroulement de l'interaction déjà caractérisée par la différence des statuts des deux interactants.

1- 2- Demande de confirmation :

Un pourcentage peu important en comparaison avec le pourcentage enregistre chez les clients, soit 36 % des questions de l'agente de voyage sont des demandes de confirmation. Chez cette dernière la demande tourne autour des répliques prononcées par les clients, des répliques mal formulées, que ne comprend pas. La demande de confirmation est attestée aussi lorsque la réception du message est parfaite mais l'interlocuteur demande une répétition pour s'assurer de la certitude de son client.

II- 5- 2- L'assertion :

24.88 % des demandes (presque 25%) sont des assertions, cette énonciation se présente sous forme de phrase déclarative qui vise à formuler des demandes. Elle est du type : je voudrais avoir ce livre L'assertion est utilisée par les deux partenaires à des

pourcentages différents.

II - 5- 2- I- Dans les interventions des clients :

Chez cette catégorie, l'assertion est la deuxième formulation attestée après la question, elle est de 31,62% les clients usent de cette formulation parce qu'elle est directe et ne constitue en aucun cas une menace pour la face de l'agente de voyage.

Corpus. Interaction 5

Client : [kh'ti :: jit n°sk°si 3el°3omra ::bark ::]↓
(inachevé)
*Trad. Ma .sœur, je suis venu juste pour me renseigner
sur le petit pèlerinage*

Agence de voyage : [l°3omra J.pour le mois de ramadhan
*Trad. Le petit pèlerinage pour
le mois de Ramadhan*

Client: Oui pour :: [ram°dan°n°shalla°h]
Trad. Oui pour le mois de ramadhan si dieu le veut

Dans cet extrait, le client affirme [kh'ti :: jit n°sk°si 3el°3omra ::bark ::]. Cette requête est une demande directe mais peu précise (car elle ne contient aucune information complémentaire, sur ce qu'il cherche à savoir exactement sur l'Omra par exemple pour compléter sa demande. le client justifie sa présence dans l'agence. et explique que c'est «juste» pour une demande de renseignements. Dans son intervention, l'agente de voyage semble bien comprendre l'assertion de son client car sa réponse : [l°3omra J.pour le mois de ramadhan, porte l'information qui manque dans la requête (*le mois de ramadhan*)

II - 5- 2- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage :

Chez cette dernière, l'assertion est la dernière formulation utilisée ; elle est de 16.66%, un pourcentage très peu élevé par rapport aux pourcentages enregistrés auparavant (la question. l'implicite, l'ordre). Malgré sa structure canonique et facile à utiliser. L'assertion reste la dernière formulation utilisée par l'agente de voyage. En fait, ses assertions sont porteuses de plusieurs informations, leurs valeurs illocutoires ne se résument pas seulement à demander *mais aussi* apporter une information par rapport à laquelle les clients doivent prendre *position*.

avec cette formulation l'agente du voyage garde toujours sa fonction d'informatrice demandeuse, l'assertion lui donne la possibilité d'exposer ses connaissances et d'aider ses clients à mieux s'informer

II- 5- 3- L'ordre :

Pourtant considéré comme une formulation menaçante pour les faces des interlocuteurs, l'ordre est

utilise par les clients, et par l'agente de voyage. 18,77 % de leurs requêtes dans le corpus, sont des ordres. Dans le contexte de l'agente, son usage s'explique (et selon la situation) par d'autres paramètres

II - 5- 3- 1- Dans les interventions des clients :

Une formulation peu utilisée par les clients (16.23%), l'ordre est employé pour faire passer des requêtes courtes et rapides. selon nos observations. les clients ordonnent lorsqu'ils sont pressés comme il est le cas dans cet extrait.

Corpus. Interaction 6

Client : *[shufili ::] un billet d'avion [l'Alger] pour dimanche*
Trad. Trouve moi un billet d'avion pour Alger pour dimanche

Agente de voyage : *dimanche:: euh :: (fronce les sourcilles)/// Asseyez vous s'il vous plait //t°fadhal)↑< (le téléphone sonne L'agente de voyage répond) > // euh :: dimanche vingt six*
Trad. Asseyez vous s'il vous plait dimanche vingt six

Dans la requête impérative émise par le client, on peut dégager les éléments les plus importants à savoir la destination, la date souhaitée. Cette demande a un caractère menaçant car elle est dépourvue de toute formule de politesse, et de tout préalable qui prépare à son énonciation, aussi avons-nous noté le jour de l'enregistrement de cette interaction que le client avait en effet l'air très pressé

Dans bien d'autres cas, les clients ordonnent lorsqu'ils se voient dans la position légitime de donner des ordres.

I: Corpus. Interaction 7

Cliente : *[shufi dab°rili] le retour dans vingt jours*
Trad. Ecoute, arrange moi le retour dans vingt jours

Chez cette catégorie l'ordre manifeste avant tout l'expression d'avoir le droit d'ordonner, les clients se voient en position de demandeurs qui ont le droit d'être convenablement assistés par l'agent. Dans cet extrait, la cliente ordonne à l'agent de voyage de lui organiser son retour dans vingt jours. Son ordre est strict et ne comporte aucune ambiguïté, elle se voit dans la position de celle qui doit être servie conformément à la règle de « *le client est roi* ». Il faut rappeler que dans notre corpus. Cette formulation est beaucoup plus utilisée par les hommes que par les femmes

II-5-3- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage :

Chez l'agente de voyage l'ordre est la deuxième formulation utilisée (2 t.87 %). En fait, l'ordre est employé pour des demandes courtes

Corpus. Interaction 8

Agente de voyage : *[a3tini] téléphone [ta3ek]*
Trad. Donne moi ton numéro de téléphone

Cliente : *quatre vingt quatre :: :: non/"non //"quatre vingt//*

Quatorze // soixante dix sept (Sourire)// parce que
[bedelneh :: wallah] ____ c'est pas sérieux

*Trad. Quatre vingt ^{quat}atre. non quatre vingt,
quatorze, .soixante. dix sept on l'avait changé... ce n'est pas sérieux.*

Dans cet extrait, le recours à l'ordre est la façon la plus courte pour formuler la requête. Demander un numéro de téléphone se résume parfois aussi à des formulations elliptiques telles. « *le téléphone* ». Dans ce cas c'est le prédicat verbal (a3°tini) qui porte la valeur illocutoire de l'ordre

II- 5- 4- La formulation implicite :

I I- 5- 4-1 – dans les interventions des clients :

La formulation implicite, comme nous l'avons expliqué dans la première partie de notre travail. Consiste à formuler une requête d'une manière indirecte. Dans notre corpus ce type de formulation est utilisé par les deux partenaires de l'interaction, il constitue 16.90% des formulations collectées, mais il est attesté beaucoup plus chez l'agente de voyage. Chez ses clients cette formulation représente 13,67 %. L'implicite chez cette catégorie est de deux types: des présuppositions et des sous entendus :

1. Les présuppositions :

Cette formulation se traduit par la présence d'un élément lexical (nom. verbe. adjectif. pronom...) ; à partir duquel on peut interpréter l'énoncé et déterminer sa valeur illocutoire:

Corpus. Interaction 9

Cliente : [basah ka°ien] des agences [i°qul°k] vous payez le

Le supplément ! (inachevé)

*Trad. Mais il y a des agences qui vous' disent vous payez
le supplément*

Agente de voyage : le supplément c'est à partir du mois de septembre

Dans cet extrait, l'agente de voyage répond à une demande de sa cliente, et s'excuse de ne pas pouvoir lui attribuer une chambre dans un hôtel en Tunisie, pour le mois d'août même avec un supplément ou elle se dit prête à payer. Dans son intervention, la cliente répond par un énoncé qui commence par « *basah* » (En arabe « mais»), une réplique qui n'est pas appropriée à celle de l'agente de voyage, et qui contredit sa position. Elle obtient ainsi une requête déguisée et implicite équivalente à la question: « pourquoi votre agence n'a pas le même dispositif que les autres agences ». Dans ce cas, on déduit que grâce à l'élément grammatical « *basah* » (mais), et qui traduit une antithèse, on peut dégager comme présupposé que contrairement à ce que l'agente de voyage a déclaré, il y a des agences qui font ce genre de transaction, elle interpelle donc l'agente par sa demande implicite.

2. Les sous entendus :

Cette seconde catégorie s'effectue contrairement à la première en relation avec le contexte. Dans

notre corpus les sous entendus peu utilisés car la situation de communication dans l'agente de voyage et la nature de la relation entre les interactants nécessite le maximum de compréhension:

Corpus. Interaction 10

.agente de voyage : [n°3tik°le bon ta3°k]

Trad. Je te donne ton reçu

Cliente : ah quand même

agente de voyage : [lesh°ta // // lesh°ta :: :: wallah majed°ri l°3abd rm°n l'h°jet°]

Trad. meme la personne ne sait pas quand est ce qu'elle meurt

Dans cet extrait, la cliente refuse de prendre la quittance de prime. qu'avait préparé l'agente de voyage. l'intervention (*quand même*) sous entend dans ce contexte. que la cliente a une confiance complète en l'agente et qu'elle peut lui confier son argent sans rien craindre et sans demander de garantie.

L'étude de ce type de formulation s'appuie d'abord sur les principes de coopération définis par Grice (1975), ces règles définissent les éléments qui interviennent pour qu'il ait le minimum de volonté de coopération dans une Interaction verbale, la transgression de ces éléments rend difficile la transmission et la réception des messages et donnent de même une autre interprétation à la requête.

Dans le cas qui nous intéresse, quelques éléments de ce modèle sont transgressés : d'abord, le principe de la quantité, étant donné que l'énoncé de la cliente n'est pas achevé, il ne contient pas assez d'informations pour argumenter et pour compléter l'information initiale, cette transgression s'explique si on prend en considération le principe de la qualité, la cliente ne peut dire plus, de peur de ne pas pouvoir le prouver (pourquoi elle fait confiance à l'agente de voyage ?)

II- 5- 4- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage :

Chez cette dernière, l'usage de la formulation implicite est de 20.83 %, elle se présente aussi sous deux types :

1. Présupposition.
2. Sous entendus.

1. Les présuppositions :

Elles s'accroissent autour d'un élément de la langue, dans le corpus, elles sont plus nombreuses que les sous entendus.

Corpus. Interaction 11

Cliente : je vais partir le mois prochain (n°gulek)// // parce
que [ana] :: mon congé ça sera le début juin
[mataq°drish°] // (i n a c h e v é)

Trad. Je vais partir le mois prochain je te dis mon congé

Sera au début juin tu ne peux pas

agente de voyage : [druka ::] ce que je peux faire pour vous c est

Dans cet extrait, l'agente de voyage, désire conclure une longue discussion autour de la location dans les hôtels en Tunisie, [druka ::] en français (Maintenant) traduit cette intention de vouloir passer autre chose ou de finir sur ce point, l'élément « Maintenant». indique la fin d'une tâche. D'autre part, elle confirme cette intention par un autre élément grammatical (uniquement) qui présuppose que la cliente n'a pas d'autre choix, car l'agent de voyage ne dispose que de cette proposition (*l'hôtel impériale parc*). De même l'agente de voyage fait passer sa requête de façon très implicite, en demandant à la cliente de préciser ses demandes et de prendre en considération les destinations que propose l'agence.

2- Les sous entendus :

Cette formulation est utilisée aussi par l'agente de voyage, son usage peut s'expliquer par la nature de son contexte, l'agent de voyage est le représentant d'une institution, son but est *d'accomplir les transaction commerciales avec succès, pousser le client implicitement à acheter*

Corpus. Interaction 12

Cliente : *(avec son doigt, elle désigne un autre hôtel sur le catalogue*

[hada] cinq étoiles

Trad. Celui là est un hôtel cinq étoiles

Agente de voyage : *[c'est un bel hotel tani hadek°hôtel khelaf walla riad palm les*

Deux sont bien

Trad. c'est un bel hôtel aussi l'hôtel khalef ou riad palm les deux

Sont bien↑

II - 6- La formulation de la requête en fonction du sexe des clients :

Au cours de notre enquête, nous avons remarqué que dans la formulation des requêtes, il existe une divergence entre les femmes et les hommes. Ces divergences s'accroissent généralement autour des choix de la formulation appropriée pour faire passer une requête. Sur l'ensemble des interactions enregistrées, le nombre des femmes dépasse largement celui des hommes. La prise en considération de la variable du sexe est un élément primordial dans l'étude des pratiques discursives des locuteurs, nous nous interrogeons alors dans cette partie de notre analyse sur les différences qui séparent les

femmes et les hommes dans leur demande et dans leurs actes de parole Nous nous posons donc la question de savoir quelle est la formulation la plus utilisée par les uns et par les autres.

Dans ces conditions. L'étude de la variable du sexe dans notre corpus est difficile à établir, car comme nous l'avons déjà avancée, les femmes sont plus nombreuses que les hommes, leurs interactions sont plus longues et leurs demandes sont multiples, les hommes par contre ont des interactions moins longues, et leurs stratégies communicatives sont différentes.

Notre présente étude ne vise pas donc l'ensemble des interactions du corpus, nous dégagons deux seulement, une rassemblant l'agente de voyage et un client (homme) et la seconde réunit l'agente de voyage avec une femme. Pour que nous puissions comparer les deux productions langagières, nous essayons en fait de choisir deux interactions dont la longueur est presque identique, et dont la nature de l'objet de la discussion n'est pas divergente (la nature de la demande).

II. 6- 1- La question :

Chez les femmes, cette formulation occupe la première place avec 42 %, un pourcentage très important car il dépasse largement les autres pourcentages (des autres formulations). Les femmes posent beaucoup de questions, elles ne cherchent pas seulement des réponses ou des informations, mais aussi un prolongement de la discussion. L'emploi de la question comme outil de demande d'information témoigne de l'incompétence des clientes dans ce domaine, aussi pour leurs demandes de confirmations elles insistent pour avoir la précision et le conseil .Chez cette catégorie, la question reste la formulation « passe par tout » pour les requêtes, le moyen idéal pour se faire comprendre. Chez les hommes par contre, la question se classe à la troisième position, avec 24 % : leurs questions sont visibles, elles portent sur les dates de leurs vols, sur les destinations possibles. les prix des billets d'avionChez l'homme', la question est plutôt un moyen d'information et de renseignement. Le recours à cette formulation chez cette catégorie répond à un besoin de savoir plutôt qu'à une tentative de prolonger la discussion. L'homme questionne s'il a besoin de savoir une information, la question pour lui est le moyen idéal pour s'informer.

II- 6- 2- L'assertion :

Chez les femmes cette formulation est aussi très attestée, du point de vue formel, l'assertion est considérée comme une formulation facile à émettre. Les femmes l'utilisent dans plusieurs contextes : d'abord pour insister sur leurs demandes, dans ce cas elles ne voient pas l'importance de poser une question seule une assertion bien formulée suffit pour le faire. D'autre part, les femmes assertent pour garder leur face et celle de l'agente de voyage. En effet, et comme nous l'avons précédemment signalé l'assertion est une

formulation indirecte et peu provocante. Chez les hommes cette formulation marque le pourcentage le moins élevé, l'usage de l'assertion est très timide et se positionne dans la dernière classe, chez eux ce sont l'ordre et l'implicite qui forment les deux formulations préférées

Corpus. Interaction 13

Agente de voyage : [lebes°hamdu°lil°lrh] ça va

Trad. ça va bien louanges à dieu

Cliente : [hamdu°lil°leh] :: :: habit na3°ref les traifs ta3 Sousse

:: pour le mois d'aout

Trad. Louange à dieu, je voudrais savoir les tarifs de Sousse

Pour le mois d'aout

Agente de voyage : oui

Dans son assertion, la cliente semble satisfaite par le simple fait de passer sa requête assertive l'agente de son cote parait bien comprendre la demande et réponds par « oui » dans ce cas, l'assertion de la cliente joue deux rôles : celui de préserver les faces des interlocuteurs et celui d'arriver a une cohésion entre demande et réponse.

II - 6- 3- L'ordre :

09 %, est le pourcentage de l'ordre que nous avons relevé chez les femmes, c'est le pourcentage le moins élevé. L'ordre est la formulation la plus directe, et la plus menaçante pour les faces des interlocuteurs. Chez les femmes l'ordre est une formulation à éviter. Elles tentent souvent en effet, d'être courtoises et «féminines ». Contrairement à cela, chez l'homme l'ordre en équivalent avec la formulation implicite marque le pourcentage le plus important. En effet 27 % des formulations sont des ordres, l'usage de l'ordre chez l'homme est fréquent. en lui permet de prouver sa force de caractère et son droit en sa qualité de client d'être bien servi.

Dans l'interaction 7. le client débute ses requêtes avec un ordre «shu°fili » l'équivalent de « Trouve moi), cette formulation est très fréquente dans son discours. Les ordres sont brefs et bien définis, la présence se justifie par le besoin d'être bien servi et rapidement.

II -6-4- La formulation implicite :

Peu attestée, les demandes implicites marquent 15% des formulations chez les femmes, les présuppositions et les sous entendus sont utilisés par les femmes pour formuler des demandes conventionnelles sans risque de perdre la face : chez elles. se sont les sous entendus qui sont les plus fréquents. Concernant la catégorie masculine, l'implicite est couramment utilisé. Chez les hommes. L'implicite se présente sous forme de présuppositions. En effet. les sous entendus sont très peu utilisés, leurs usages sont marqués par des éléments lexicaux qui donnent la possibilité de comprendre la demande et de l'interpréter.

Corpus. Interaction 14

Cliente : non [maf°ham°t°ch]

Trad. Non je n'ai pas compris

L'agente de voyage : bon (elle s'approche de la cliente)

[lah°na] du premier au trente et un aout

Trad. Bon icidu premier jusqu'au trente et un aout

Dans sa requête, la cliente déclare qu'elle n'a pas compris l'explication de l'agente de voyage ; son énonciation laisse comprendre une demande de clarification. Cette demande est tout suite traduite par l'agente qui répond par « bon » et tente de donner une autre version plus claire,

Est ce qu'il existe une différence dans le choix des formulations entre les deux sexes? Autour de cette question nous avons tenté d'étudier la formulation de la requête par rapport au sexe des locuteurs. Nous avons essayé de classer les types de requêtes à partir de leur fréquence d'emploi chez les femmes et chez les hommes. A partir de cette opération, nous avons remarqué que la question reste la formulation clef chez les femmes, mais elle est moins utilisée par les hommes ces derniers font le plus souvent appel à la formulation directe (l'ordre) et à la formulation implicite.

Chapitre III : L'alternance linguistique dans le discours des interlocuteurs en milieu urbain

Nous avons posé dans la partie théorique de notre travail la question de savoir si l'espace urbain influe sur les pratiques discursives des individus, dans ce but nous avons mené une enquête dans une agence de voyage et de tourisme, située en plein centre ville de Batna. Compte tenu de cette enquête et comme le montre bien le corpus collecté, nous avons remarqué que les locuteurs ponctuent leurs discours par des fragments linguistiques hétérogènes, composés par plusieurs langues. Cette caractéristique très dominante dans le parler urbain est quasi présente dans les interactions de notre corpus, et constitue de même une des spécificités des pratiques discursives de nos locuteurs (clients et agent de voyage). Dans le recueil des interactions recueillies, l'alternance linguistique se joue entre deux langues : l'arabe dialectal et le français, les interlocuteurs alternent les deux codes dans le but d'accomplir des actes différents.

Dans cette partie, nous allons essayer de mettre la lumière sur les pratiques discursives de nos interlocuteurs. Nous focalisons notre réflexion sur leurs requêtes, nous nous interrogeons sur la formulation qui nécessite le plus souvent le recours à l'alternance des langues. De même nous nous interrogeons sur la langue qui domine dans chaque type de formulation, et le rôle que joue chacune de ces langues dans ces requêtes.

Nous nous intéressons donc, aux requêtes qui sont énoncées à partir des formes prédicatives, c'est-à-dire, celles qui ont des noyaux verbaux. Nous essayons de les dégager et d'observer leurs constructions linguistiques et nous tentons aussi de savoir quelle est la langue la plus récurrente et la plus utilisée par les locuteurs dans ces prédicats.

III- 1- Le changement des langues dans les requêtes des locuteurs :

Nous avons montré dans le premier chapitre de cette partie, les différentes formulations utilisées par les locuteurs dans l'agence de voyage. Nous avons exposé de même les pourcentages de ces formulations et leur ordre de fréquence. Dans cette partie nous nous intéressons aux requêtes des deux interlocuteurs émises en français et en arabe. Nous nous demandons quelle langue domine dans chaque formulation et les raisons pour lesquelles les locuteurs font appel à l'une ou à l'autre.

Les requêtes formes sur la base d'un prédicat verbal, sont les plus nombreuses, ce sont des énoncés longs et composés par plusieurs actes. Ces actes sont définis le plus souvent par des rapports logiques et qui aident dans l'interprétation de ces énoncés. Le prédicat verbal est l'élément principal, il porte la valeur illocutoire et la force dialogique de l'énoncé. Si nous tentons de varier ces prédicats sur l'axe paradigmatique, nous

obtiendrons à chaque fois une interprétation différente. Son absence donne à l'énoncé le caractère d'un énoncé nominal ou dans d'autres cas il donne lieu à un énoncé adverbial. Dans ces deux cas, l'étude des changements linguistiques revient à considérer certains éléments lexicaux qui les composent et portent en quelque sorte leurs valeurs illocutoires.

Dans notre corpus. Nous avons dégagé quatre types de requêtes principales : La question, l'ordre. L'assertion, la formulation implicite, en plus de quelques formulations combinées. Un relevé de ces formulations chez les locuteurs (agent: de voyage et clients) indique que ces derniers alternent très souvent les deux langues, cependant cette alternance est beaucoup plus attestée dans certaines formulations que dans d'autres. Le tableau ci-dessous illustre les quatre formulations et les langues avec lesquelles ces formulations apparaissent le plus souvent dans le corpus :

Type de formulation	Langue(s) utilisées	Langue dominante chez les clients	Langue dominante chez l'agent de voyage
La question	Français+arabe dialectal	arabe dialectal	Français
L'assertion	Français+arabe dialectal	Français	Français
L'ordre	Français+arabe dialectal	arabe dialectal	arabe dialectal
L'implicite	Français+arabe dialectal	Français	Français

Comme le montre bien le tableau ci-dessus, les locuteurs alternent les deux langues dans toutes les formulations, mais, dans tous les cas il y a une langue qui domine et qui caractérise l'élément central de la requête en l'occurrence le prédicat verbal l'agence de , reste fidèle à la langue française, sa langue de communication sauf dans la requête impérative qui est dominée par la langue arabe dialectale. Chez les clients et dans le cas de la question et de l'ordre, les deux langues sont utilisées, mais c'est la langue arabe dialectale qui domine. Leurs assertions et leurs demandes implicites sont dominées par la langue française.

III- 2- Les questions :

III- 2- 1- Dans les interventions des clients :

Les questions des clients sont exprimées dans les deux langues. dans ce premier cas nous allons prendre en considération les deux constituants de la question, c'est-à-dire l'acte directeur et les actes subordonnés. Nous allons ainsi pouvoir mieux repérer la langue qui domine l'énoncé. Il est difficile en fait de dire si ces changements linguistiques chez les clients surgissent anarchiquement ou si ils suivent une certaine dialectique. Cependant, le grand nombre des questions des clients suit une certaine logique : généralement les clients débutent leurs requêtes interrogatives par des actes directeurs en arabe et enchainent avec des actes subordonnés en français. Les actes directeurs sont ordinairement des prédicats verbaux qui portent la valeur discursive des énoncés et qui indiquent l'objet demandé. Les actes subordonnés sont des actes de description de l'objet.

Quoique la requête a été émise (l'abord en langue arabe avec la prière : « t°3ish » et l'acte Directeur « 3and°Kum » qui constitue l'élément principal de la demande, nous remarquons que l'acte subordonné qui constitue la description de l'objet de la requête (le lieu et la date de son voyage) et qui suit directement l'acte directeur est prononcé en français. On peut avancer comme explication à cette situation, que la cliente fait appel à la langue arabe d'abord dans son acte directeur (étant l'élément essentiel de la demande) pour être sûre que l'agence de voyage comprend sans la moindre ambiguïté sa requête, pour elle le plus important est que sa requête soit claire et comprise. Dans ce cas elle se base sur le fait que l'arabe est la langue qu'elle partage avec son partenaire, donc elle est certaine que sa requête sera bien comprise dans cette langue. Elle fait appel ensuite à la langue française pour la description son objet demande. Le français joue ici le rôle de la seconde langue dont dispose la cliente qui l'aide à montrer ses compétences linguistiques et sa maîtrise des langues étrangères. Le même phénomène se reproduit dans d'autres cas, dans l'extrait ci-dessous tiré de la même interaction, la cliente alterne les deux langues (français et arabe). Mais cette fois-ci, les fonctions que remplissent l'une et l'autre sont différentes, à la demande de renseignements, l'agente explique que son agence n'organise pas les réservations des appartements et des villas en Tunisie, la cliente riposte par une demande de confirmation. Dans cet extrait. La cliente interrompt l'agente de voyage, pour faire une proposition « makan°sh » pensant que ce genre de réservations ne se fait jamais même dans les autres agences de voyage. Cette interruption des tours de parole empêche l'agente de terminer son intervention, la cliente et après avoir entendu la réponse reprend le même énoncé de cette dernière. Cette description de l'agencement des tours de paroles n'est faite ici que pour nous permettre de tracer le schéma des langues utilisées, et de comprendre les raisons pour lesquelles la cliente alterne les deux langues et pourquoi elle place l'une dans une

fonction et l'autre dans une autre fonction. La première énonciation de la cliente est en arabe « maken'sh », comme nous l'avons expliqué ci-dessus, cette énonciation est une proposition personnelle de la part de la cliente, émise en arabe, car elle témoigne de sa surprise suite à la réplique de l'agente de voyage: « on ne fait pas ». La spontanéité de la situation fait que la cliente engage sa demande de confirmation en arabe. Sa langue de communication, suit à quoi et après avoir entendu toute la réplique de l'agence, elle reprend le même énoncé de l'agente émis en français (« on ne fait pas »), mais elle l'adapte dans sa fonction phatique (« vous ne les faites pas »). Dans ce cas la cliente recourt dans son discours à deux langues car elle suit l'agente de voyage dans son choix de la langue de communication.

Dans d'autres cas. L'intervention de l'une ou de l'autre de ces langues remplit des fonctions diverses :

Corpus. Interaction 1

Agence de voyage : voilà marhaba palace [mab°qesh 3andi]
 (elle regarde le catalogue) il y a royal scène un quatre
 Etoiles [hadha] il fait trente six mille sept cents
 Trad. Il ne me reste plus Marhaba palace, il y a royal scène
 C'est un quatre étoiles celui là il fait trente six mille sept cents

Cliente / trente six mille sept cent

'Encore une demande de confirmation de la part de la cliente, dans ce cas. il s'agit du prix donné par l'agente concernant la réservation dans un hôtel en Tunisie. Dans sa requête, la cliente suit l'agente dans son choix linguistique, lorsque cette dernière donne le prix en français, sa cliente reprend le même fragment dans la même langue: « trente six mille sept cents ». Il s'agit dans ce cas de la fonction de répétition que produit l'alternance des langues dans les échanges verbaux.

Dans les interactions collectées le changement des langues dans les requêtes interrogatives des clients revêt des fonctions diverses. Des autres exemples tirés d'une interaction enregistrée, on dégage d'autres fonctions :

Corpus. Interaction 2

Cliente : [washuwa] prestige↑ je n'ai pas
 Compris [ana// ana :: n°shuf ::]
 Trad. C'est quoi prestige, je n'ai pas compris
Moi je regarde

Dans cette demande d'explication, la cliente interroge l'agente de voyage, et lui demande de lui expliquer une notion qu'elle a lu sur la brochure, elle commence par dire explicitement: « washuwa », qui indique son ignorance complète de ce que veut dire « Prestige », cette introduction qu'elle réalise en arabe. va être traduite après en

français : «je n'ai pas compris » qui renforce le sens de la première intervention, ce passage d'une langue à une autre traduit le besoin (pour la cliente) de se faire bien comprendre, pour elle dire qu'elle n'avait pas bien compris la notion, peut s'effectuer dans les deux langues, mais il est préférable pour elle, de le dire en français et de suivre l'agente de voyage dans sa langue de travail, ce qui explique que la demande en français est la dernière à être prononcée.

III-2-2- Dans les interventions de l'agente de voyage :

Chez cette dernière, la formulation de la question est présentative d'un autre schéma de langues. En effet, si les clients préfèrent énoncer leurs actes directeurs plutôt en arabe qu'en français, l'agente de voyage reste attachée à la langue française pour émettre ses actes directeurs et réserve l'arabe dialectal pour les descriptions de ses propositions et de ses justifications

Corpus. Interaction 2

Cliente

[x°ti les vols bar k sur Londres

*Trad. Ma soeur c'est juste pour les vols vers Londres. sont
ils disponibles*

Agente de voyage :

Londres /// pour quelle date parce que [men dur°k
hata :: je pense le mois de septembre c'est complet
li [waq°tesh la date li haba t°rohi fiha ↑]

Trad. Londres pour quelle date parce qu'à partir

D'aujourd'hui jusqu'à je pense le mois de septembre

Complet quel jour voulez vous partir

Dans cet extrait, l'agente de voyage fait appel en premier lieu à la langue française pour exprimer sa demande de précisions «pour quelle date». Cette première mise au point constitue l'élément central de sa demande, après elle fait suivre sa requête par une justification à valeur argumentative et qui vient appuyer sa demande de précisions. Cette seconde partie de sa demande est transmise d'abord en arabe et achevée en français. L'argumentation ici concerne le manque des places sur les vols dans la période exigée par la cliente. A la fin de cette intervention, l'agente de voyage reprend la même demande mais formulée cette fois-ci en langue arabe wak°tesh la date li haba t°rouhi fiha. La fonction que l'on peut attribuer à cette répétition est le besoin d'insister et de souligner à la cliente l'importance de préciser la date exacte de son départ. D'autre part le recours à la langue arabe joue ici le rôle de la langue partagée par les interlocuteurs, la langue que les deux peuvent comprendre et interpréter. De même, elle est utilisée dans cette seconde

requête (reformulée) dans le but de garantir la transmission parfaite du message, dans ce cas la disponibilité des deux codes linguistiques chez l'agente est sa fonction principale qui assume l'alternance codique.

Nous avons relevé également que le recours à la langue française chez l'agente de voyage est dû à sa maîtrise de cette langue. En effet, comme nous l'avons déjà avancé dans la présentation de notre étude, la maîtrise de la langue française est considérée comme une condition pour le recrutement des agents de voyage ; donc le recours à cette dernière ne reflète pas seulement une compétence linguistique mais aussi un recours à la langue de travail.

D'autre part, nous avons constaté chez l'agente de voyage un grand nombre de requêtes émises complètement en français, chez elle le recours à la langue arabe est limité dans la fonction de reformulation et d'éclaircissement

Corpus interaction 3

Agente de voyage : (inaudible)//ah vous voulez faire des billets↑

Client1 : [hih]

Trad. oui

Dans l'extrait ci-dessus, la requête de l'agente est formulée en français, dans l'échange cette intervention vient comme une conclusion d'une longue discussion autour d'une demande de Renseignement de trois clientes. Ce retour à sa langue de travail. Indique aussi son plaisir d'être arrivée, à déchiffrer la requête des trois clientes. L'énoncé en français dénote la détente que l'agente éprouve à comprendre enfin ce que cherchent ses clientes. Le français est ici la langue favorite de l'agente, car utilise dans une situation où on reste le plus souvent fidèle à notre langue de tous les jours.

Corpus interaction 4

Cliente : [hamdu°lil°leh] :: :: habit na3°ref les tarifs ta3 Sousse
:: pour le mois d'aout

Trad. Louange à dieu, je voudrais savoir les tarifs de Sousse

Pour le mois d'aout

Agente de voyage : oui

Client : voilà

Agente de voyage si vous voulez des hôtels quatre étoiles ou trois étoiles/
(inachevé)

Cliente : Kin°shuf°ana les tarifs ti°qul°x wernsh // // euh

Trad. Quand je verrai les tarifs je te dirai lequel

Dans ce cas, la demande de confirmation de l'agence tourne autour d'une proposition qu'elle avait faite à sa cliente, entre les hôtels trois étoiles et ceux de quatre étoiles. Elle ignore ce que sa cliente cherche exactement l'emploi de la conjonction « si » indique qu'elle est à la recherche d'une réponse et qu'elle en a aussi une mais elle n'en est absolument pas sûre. Cette interrogation n'est pas complète, car elle est amputée de la partie qui indique qu'il s'agit bien d'une question. Si cette dernière l'avait énoncée correctement, elle aurait dit : « je ne sais pas ». Cette interaction est très difficile à transcrire et à comprendre, vu les nombreuses interruptions enregistrées, en effet, les trois clientes parlant en même temps pour dire des choses différentes, leurs requêtes sont incompréhensibles. Ce qui a compliqué le travail de l'agente. Ce que vous voulez exactement, « voulez-vous des hôtels trois étoiles ou des hôtels quatre étoiles ? ». Revenons au choix de la langue utilisée dans cette requête. Le français demeure ici la langue dominante par excellence (chez l'agente), mais pour expliquer son usage dans cet extrait, il faut examiner d'abord la demande de la cliente. Une demande émise en arabe au début et achevée en français, en réponse à celle-ci on observe une marque de confirmation « oui » de la part de l'agent et une autre d'acquiescement « Voila » de la part de la cliente. Le dernier segment de la requête de la cliente et les deux dernières marques sont en français. Ce choix linguistique va pousser l'agente de voyage à formuler sa requête en français en suivant sa cliente.

III- 3- L'ordre

Le contexte linguistique dans le cas de l'ordre n'est pas loin de celui de la question. Dans la formulation les deux langues sont utilisées et par les deux interactants.

III-3- 1- Dans les interventions des clients

Chez cette catégorie, l'ordre est fréquemment prononcé dans les deux langues :

Corpus. Interaction 5

Cliente : (shufili ::) un billet d'avion [l'alger] pour dimanche

Trad. Trouve moi un billet d'avion pour alger pour

Dimanche

Dans cette interaction, la cliente est à la recherche d'un billet d'avion pour Alger. L'énoncé ci-dessus constitue la demande principale de cette rencontre. Sa requête se présente sous forme d'un ordre direct, dont le prédicat verbal, est un acte performatif explicite. Ce prédicat forme un énoncé amalgamé comportant plusieurs éléments (verbe+ sujet+...), le client énonce cette partie de sa requête en arabe, le reste de sa demande (l'objet demandé et la date) est en français. Cette répartition des langues peut être justifiée par le fait que le prédicat verbal est 'Car l'intention du locuteur est extériorisée

et la valeur illocutoire (l'ordre) est explicitement manifestée. L'élément central de la demande et ce sur quoi repose l'interprétation de l'énoncé. Le besoin d'être clair et de se faire comprendre est le premier Facteur qui a poussé le client à choisir cette langue, car l'arabe est pour lui un code linguistique commun qu'il partage avec l'agente du voyage, de ce fait, l'ordre aura une valeur discursive et insistante, le reste de l'énoncé qui est une description de l'objet demandé est en français. L'utilisation de cette langue dans Cette fonction (la description) est le moyen idéal pour le client de prouver sa maîtrise de cette langue.

Dans bien d'autres cas, la langue arabe est utilisée dans le but de se faire comprendre et Je donner une valeur illocutoire très forte à l'ordre :

Corpus. Interaction 6

Cliente : (3°labali :: qu'ils affichent complet [el°gajil°na] deux places
[bar°k]
Trad. Le sais qu'ils affichent complet trouve nous deux places seulement.

Dans cette requête impérative, la cliente est à la recherche de deux places sur un vol Alger Paris. Dans sa requête, elle alterne français et arabe. L'arabe est utilisé d'abord dans le premier Verbe [3°labali] qui signifie en français (je sais) ce préalable en arabe peut constituer à lui seul une requête implicite. Il est suivi par une explication (je sais qu'ils affichent complet en français, l'utilisation de la langue française dans ce cas est une réitération qui exprime le besoin de clarifier le préalable. L'acte directeur (el°gajil°na) en français (trouve nous) est présente en arabe une structure complexe comportant le verbe, le sujet, et son complément. Toute la force illocutoire de cet ordre réside dans cette partie de la requête, le prédicat de l'énoncé, le recours à la langue arabe expose clairement son envie de montrer son autorité et sa domination de la situation. L'arabe qu'ils partagent tous les deux a pour elle une force et un poids plus fort que le français. Cette constatation explique d'ailleurs plusieurs recours à l'ordre dans notre corpus.

III-3- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage

Contrairement à nos hypothèses, l'agence de voyage à montre une autre présentation des langues utilisées. En effet, dans le cas de l'ordre la langue française n'est plus son code linguistique préféré, mais c'est la langue arabe qui prime sur ses ordres

Corpus. Interaction 7

i,1) Agente de voyage : [shufi m°3°a le vol tai°k]
Trad. Il faut voir avec ton vol

Corpus. Interaction 7

(2) Agente de voyage : [a3°tini i] téléphone [ta3 k]

Trad. Donne moi ton numero

Dans les ordres donnés par l'agente, nous avons relevé l'existence des deux langues (français et arabe). L'usage que fait ce dernier de ces deux codes semble obier à une certaine dialectique dans ses ordres l'agente de voyage utilise la langue arabe dans les actes directs les prédicats), et la langue française dans les actes subordonnés des descriptions et les explications).

Dans le premier exemple, il s'agit pour elle d'orienter sa cliente vers le meilleur vol, Pour qui cette dernière ne perde pas de temps. Sa requête porte le caractère autoritaire de celui qui l'information recherchée, le verbe de cet énoncé [shufi] est un performatif du type directif, très droit et manifeste une force illocutoire apparente. Son énonciation en arabe est un choix qui va renforcer son sens et justifier son interprétation, de sorte que la cliente reçoive la requête de son agence sans ambiguïté.

Dans le second exemple, la même constatation se dégage. La langue arabe est utilisée dans le prédicat (a3tini) dans le but d'attribuer à l'ordre son sens d'obliger l'autre à réagir, et de mettre la cliente dans son rôle de dominée. A la suite de ce prédicat, l'agente de voyage emploie la langue française en disant (le téléphone), cette fois ici le changement ne reflète aucune stratégie. Ici, le français intervient comme langue imposée, aussi à la fin de l'énoncé, notons-nous un autre élément émis en arabe (ta°shek). Ce dernier changement linguistique effectué par l'agente revête une fonction communicative celle de la désignation qui indique que le locuteur s'adresse à son interlocuteur dans la langue que ce dernier utilise fréquemment.

III- 4-L'assertion :

III- 4- I- Dans les interventions des clients :

L'assertion est la seconde formulation de requête attestée chez cette catégorie. Sa structure syntaxique comme nous l'avons constaté dans son analyse pragmatique, est riche et peut avoir plusieurs éléments qui entrent dans sa construction. Dans cette formulation les clients usent des deux langues français et arabe :

Corpus. Interaction 7

Cliente : [hamdu°lil°leh] :: :: habit na3°ref les tarifs ta3 Sousse
 :: pour le mois d'aout

Trad. Louange à dieu, je voudrais savoir les tarifs de Sousse

Pour le mois d'aout

Dans cette requête assertive, la cliente demande des renseignements sur les tarifs des réservations dans les hôtels en Tunisie dans la région de Sousse pour le mois d'août. Si requête débute par des louanges à dieu, suivies de l'élément central de sa demande qui est l'acte directeur, à la fin de sa demande elle précise l'objet de sa requête : le lieu en question et la date souhaitée. La cliente alterne successivement les deux langues, d'abord elle exprime ses louanges en arabe ce choix peut être justifié par la disponibilité de la langue. Elle utilise ainsi la première langue dont elle dispose. D'autre part ce choix peut s'expliquer par le fait que la cliente a voulu utiliser la langue dans laquelle elle a appris à réaliser ce type d'interventions. Dans ce cas nous pouvons supposer que le recours cette langue, remplit la fonction de citation. La cliente se réfère à la langue du sacré pour faire ses louanges. Dans l'acte directeur (*habit na⁻³ref*) elle utilise aussi la langue arabe, un choix linguistique qui s'explique en premier lieu par le fait qu'elle a gardé le même code linguistique dans lequel elle a commencé son énoncé. En second lieu et comme les autres cas, cette langue arabe répond pour elle au besoin d'être claire donc facilement et rapidement servie. À la fin de la demande la cliente change de code et emploie le français pour confirmer la date souhaitée. L'usage de la langue française dans ce cas exprime son envie de prouver sa maîtrise de cette langue et de suivre l'agente de voyage dans sa langue de travail.

Corpus. Interaction 8

Cliente I : euh ::oui :: [hih] :: sousse // // on veut bien Sousse

Trad. Oui Sousse, on veut bien Sousse

Dans cette requête, la cliente apporte une demande de continuation. L'agente de voyage propose Sousse et la cliente accepte et asserte qu'elle veut bien examiner les propositions de l'agente en ce qui concerne cette destination. Dans tout l'énoncé comme il est le cas dans toute l'interaction la langue française prime sur la langue arabe. Ce choix revient selon nos observations à deux facteurs :

- D'abord, dans cette rencontre c'est l'agente de voyage qui débute l'échange, avec sa première requête (Oui madame), cette intervention en français va susciter la cliente à utiliser la même langue pour répondre à l'appel de l'agente et de formuler ses prochaines interventions y compris sa requête en français. En conséquence, c'est l'agent de voyage qui : interpellé la cliente dans cette langue.

D'autre part la maîtrise de la langue française par la cliente est un facteur motivant pour elle, une maîtrise qui est apparente dans toute l'interaction.

III- 4- 2- Dans les interventions de l'agente de voyage :

L'assertion est la dernière formulation attestée chez l'agence de voyage, c'est la

formulation qu'il utilise le moins pour adresser ses requêtes. Cependant, dans les quelques assertions que nous avons dégagées, nous avons remarqué que cette dernière use de plus d'une langue pour asserter

III- 5- La formulation implicite :

Les formulations implicites sont des requêtes qui se présentent dans notre corpus sous deux formes : présuppositions et sous entendus, ces deux catégories manifestent un caractère linguistique dont l'interprétation repose sur l'instance qui produit cette formulation.

II-5-1- Dans les interventions des clients :

Chez cette catégorie, les formulations implicites sont les formulations les moins utilisées, et les moins préférées, cependant, les quelques formulations transcrites sont révélatrices d'une situation linguistique très spécifique.

Corpus. Interaction 8

Cliente : [besah kay°n] des agences [ygul°k] vous payez le
supplément (inachevé)
Trad. Mais il ya des agences qui vous disent vous
payez Le supplément

Dans cette intervention, la cliente désire avoir une réservation dans tin hôtel en Tunisie pour le mois d'aout, à la réponse négative de l'agent, elle affirme qu'il existe des agences qui font ce type de réservations. La tournure indirecte qu'elle utilise est déjà analysée dans la partie réservée à l'analyse pragmatique. Cette requête se composé de deux parties. La première est énoncée en arabe et comporte l'élément central de sa requête (NSFI qui permet de l'interpréter, la seconde se présente en français, et comporte l'objet de la demande. Le changement linguistique dans ce cas est survenu dès que la cliente s'est mise à citer les propos des autres, ce ne sont pas ses propos, elle reste attachée à sa langue jusqu'à cette citation. L'alternance des codes dans ce cas répond à la stratégie de citation

Corpus. Interaction 9

Cliente3 c'est fermé // / [qaf°lin ya benti]
Trad. C'est fermé ils sont fermé ma fille

Dans cet extrait, la cliente interpelle l'agente de voyage pour qu'elle lui établisse un billet de bord, chose que l'agente refuse et, tente par ailleurs de l'orienter vers une autre agence spécialiste dans ce type de réservations. La cliente insiste et déclare que l'agence en question est fermée, sous entendant qu'elle n'a pas le choix et qu'elle doit

avoir son billet à partir de la présente agence. Sa requête débute en français (c'est fermé), et se termine en arabe, un fragment qui reprend le même sens que celui du premier émis en français. Le changement linguistique dans ce cas, est indiqué par la répétition du même fragment, la fonction de réitération es: des plus importantes car elle permet aux interlocuteurs non seulement de bien se comprendre mais d'insister et de renforcer la valeur de leurs actes de langage

III-5-2-dans les interventions de l'agente de voyage :

Chez l'agent: de voyage, la formulation implicite sert le plus souvent à faire passer ses propositions et ses offres sans offusquer les clients. Chez notre agente le recours à l'une ou à l'autre des langues constitue un vrai enjeu et une stratégie de communication.

Pour conclure cette partie de notre travail, nous avons concentré notre intérêt sur les choix linguistiques des locuteurs dans l'espace urbain de la ville de Batna. Nous avons dégagé les langues que ces derniers utilisent, et tentent d'examiner celles qu'ils usent sur l'ensemble de leurs interactions. D'autre part, et pour répondre à notre objet d'étude, nous avons pris leurs requêtes et nous nous sommes interrogée sur les langues qui sont fréquemment employées dans chaque type de formulation ainsi que la langue qui domine dans ces actes de parole. La première observation à laquelle nous avons abouti est que dans toutes les interactions, les locuteurs font alterner les deux langues : français et arabe. Cependant, en ce qui concerne les requêtes, nous avons remarqué que très souvent une langue domine et prime sur la seconde. Ce phénomène est étudié auprès des deux interlocuteurs (clients et agente de voyage). Chez chacun d'eux le changement des langues revêt des fonctions déterminées et demande donc une analyse spécifique.

Chapitre VI: L'étude quantitative

Dans cette partie de notre étude, nous nous consacrons à l'étude quantitative des résultats obtenus à partir de notre corpus. Nous débutons avec une analyse globale de l'ensemble des interactions, et des formulations enregistrées dans le corpus. Suite à cette étude, nous faisons le point sur la formulation de la demande chez les clients et chez l'agente de voyage. Une étude plus détaillée des différents types de la question s'impose dès lors. Et nous présentons les résultats obtenus dans des histogrammes, qui montrent l'emploi de ces types chez les deux interactants (les clients et l'agente de voyage).

L'usage des actes de parole dans notre corpus est fortement lié à la différence langagières et les comportements discursifs entre les hommes et les femmes, nous nous intéressons alors à ce variable, et nous analysons la formulation de la requête selon le sexe des interlocuteurs.

VI-I- La formulation de la requête dans le corpus :

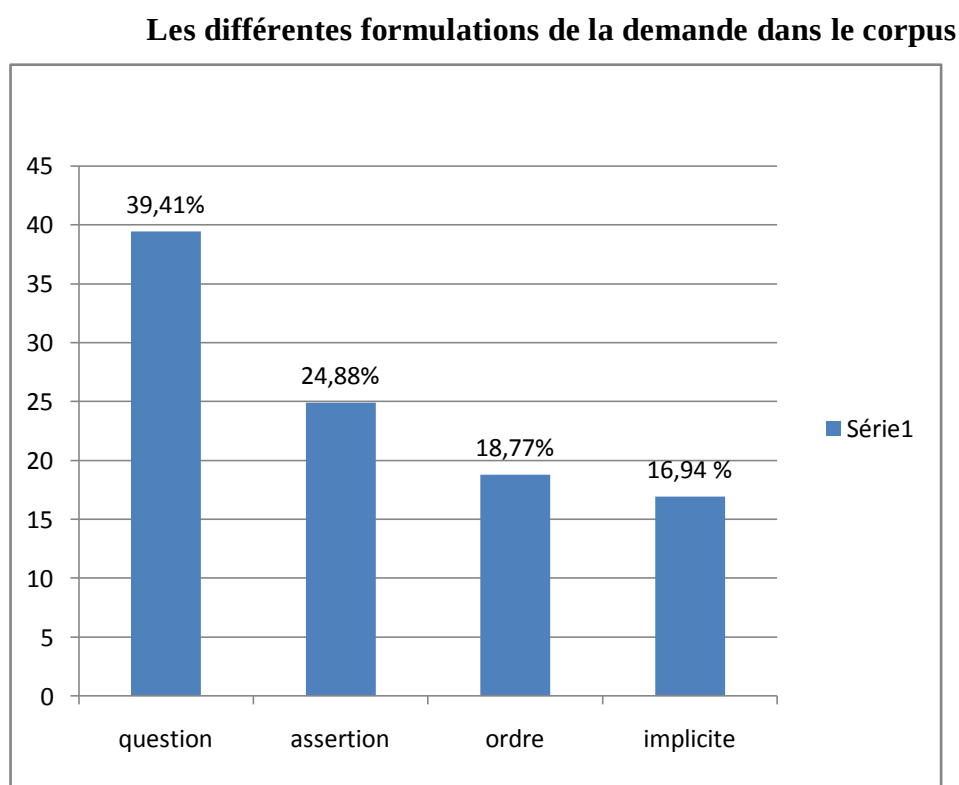
Au niveau de notre corpus, nous avons relevé quatre types de formulations, les questions, les ordres, les assertions, et les formulations implicites, ainsi que deux formulations amalgamées (assertion-question). Le tableau ci-dessous motive le pourcentage de chaque type des quatre formulations (les principales formulations):

Les formulations dans le corpus	Pourcentage
Question	39.41%
Assertion	24.88 %
Ordre	18.77 %
Implicite	16.94 %

Ce tableau indique que la question est la formulation la plus utilisée par les interactants. Compte rendu de notre enquête et les observations que nous avons dégagés, cette formulation est la plus représentative de la demande, 39.43 % est le taux le plus élevé en comparaison avec les autres pourcentages. La question est utilisée par tous les clients (dans toutes les interactions enregistrées sans exception, les clients et l'agente de voyage posent des questions). L'assertion qui présente 24.88 % est usitée par les deux partenaires mais elle est beaucoup plus attestée chez les clients que chez l'agente de voyage. La troisième formulation réitérée par nos interactants est l'ordre, quoique peu utilisé en comparaison avec la question et l'assertion (il y a en effet un grand écart entre 39.43% et 18.77%). L'ordre est formulé par les deux participants. Les tournures implicites sont aussi présentes avec un pourcentage de 16,90 %, ce sont des

demandes camouflées et dissimulées, 'tous verrons ultérieurement que les présupposés et les sous entendus sont des formulations stratégiques dans le domaine commercial.

De cet ensemble de données, nous avons établi l'histogramme suivant et qui illustre la différence dans l'usage des formulations de la requête et leur fréquence d'emploi dans le Corpus:



I

VI- 2- La formulation de la demande chez les clients

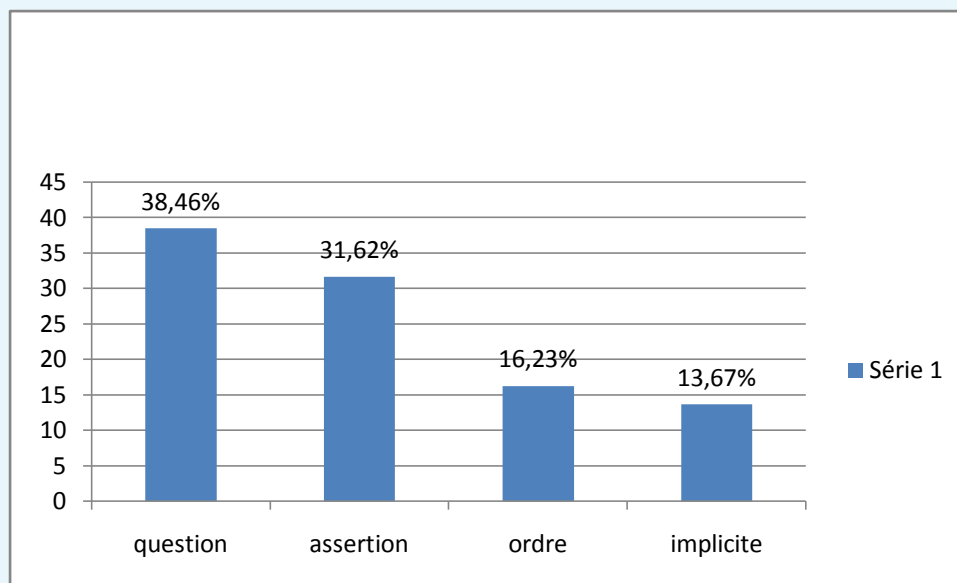
La première remarque qu'on dégage dès qu'on appréhende ce corpus, est l'impossibilité de trouver une interaction sans une seule requête. Cette phase justifie même la présence des clients dans l'agence de voyage. Notes notons en second lieu, le grand écart entre le taux de la demande chez les deux partenaires. En effet, nous avons enregistré 117 demandes chez les clients et 96 demandes chez l'agente de voyage.

Chez les clients également les mêmes formulations sont utilisées. L'étude de la requête chez cette catégorie a donné les résultats suivants :

Les formulations dans le corpus	Pourcentage
Question	38.46%
Assertion	31.62 %
Ordre	16.23 %
Implicite	13.67 %

Ces résultats peuvent être présentés ainsi

Les différentes formulations de la demande chez les clients



Le même classement est relevé chez les clients : d'abord la question, l'assertion, puis l'ordre et les formulations implicites.

Cette illustration permet de distinguer les formulations préférées chez cette catégorie. Ainsi la question domine avec 38.46 %, nous verrons ultérieurement qu'il existe sous cette catégorie plusieurs types de sous catégories. Dans la deuxième position l'assertion s'installe avec 31.62 %. un pourcentage très élevé par rapport aux deux autres formulations. Se classent dans les dernières places l'ordre et l'implicite car peu utilisés par les clients.

VI -3- La formulation de la demande chez l'agente de voyage

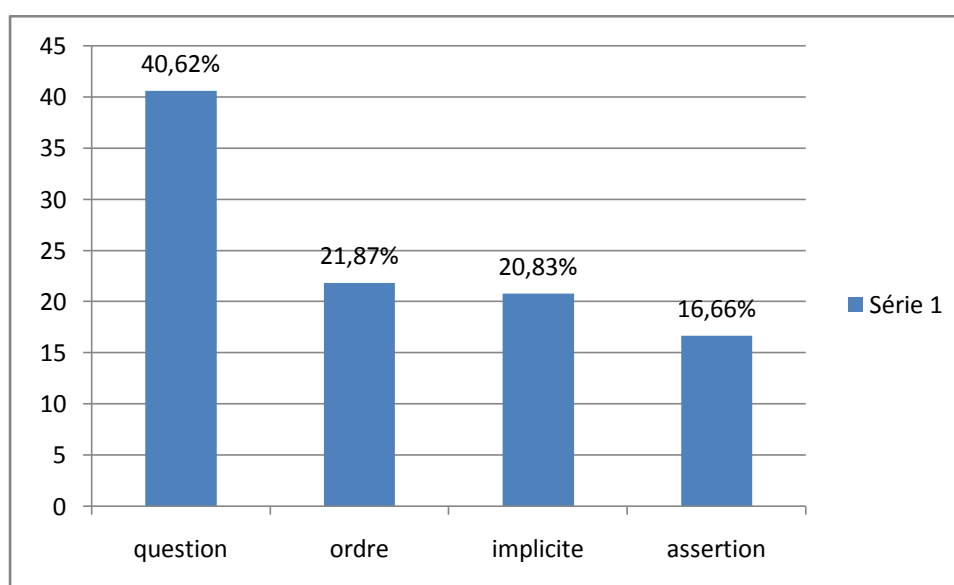
Chez l'agente de voyage, la requête est quasi présente, avec 96 demandes. En fait, l'agente de voyage ne questionne pas de la même façon que ses clients, elle n'asserte pas pour avoir les mêmes renseignements que cherchent ses clients ou pour donner les mêmes informations que

donnent ses clients. Son recours à l'ordre ou à la demande implicite ne s'explique pas comme s'explique le recours de ses clients à ces formulations. En effet, concernant ce dernier, les résultats auparavant signalés (chez les clients) sont presque inverses, comme le montre le tableau ci-dessous :

Les formulations dans le corpus	Pourcentage
question	40.62 %
ordre	21.87 %
Implicite	20.83 %
assertion	16.66 %

Des résultats que nous illustrons ainsi dans cet histogramme

Les différentes formulations de la demande chez l'agente de voyage



Cette illustration montre la différence dans l'usage des formulations de la requête chez l'agente de voyage par rapport à celui des clients. En effet, à part la question qui domine le classement avec 40.62 %, les trois autres formulations se sont classées différemment. L'ordre, la formulation menaçante et contraignante pour les faces les interactants se classe en seconde position avec un pourcentage de 21.87 %, et avec un pourcentage de 20.83 %.

l'implicite occupe la troisième position avant l'assertion qui se classe se situe en dernière position comme la formulation la moins utilisée par l'agente de voyage.

Nous allons dans ce qui suit nous concentrer sur chaque formulation séparément, nous verrons ces propriétés chez l'agente de voyage et chez les clients.

VI - 4- Etude quantitative de la question

Etant la formulation la plus utilisée, nous nous sommes intéressés particulièrement à la question, et la vaste typologie qu'elle expose dans notre corpus.

En effet, nous avons pu savoir, que la question peut être : une demande de renseignements ou une demande de confirmation ou même une demande d'explication entre agente de voyage et client, l'usage de ces formulations est différent, les illustrations suivantes peuvent nous permettre d'observer ces spécificités:

Schéma I La demande d'explication dans le corpus

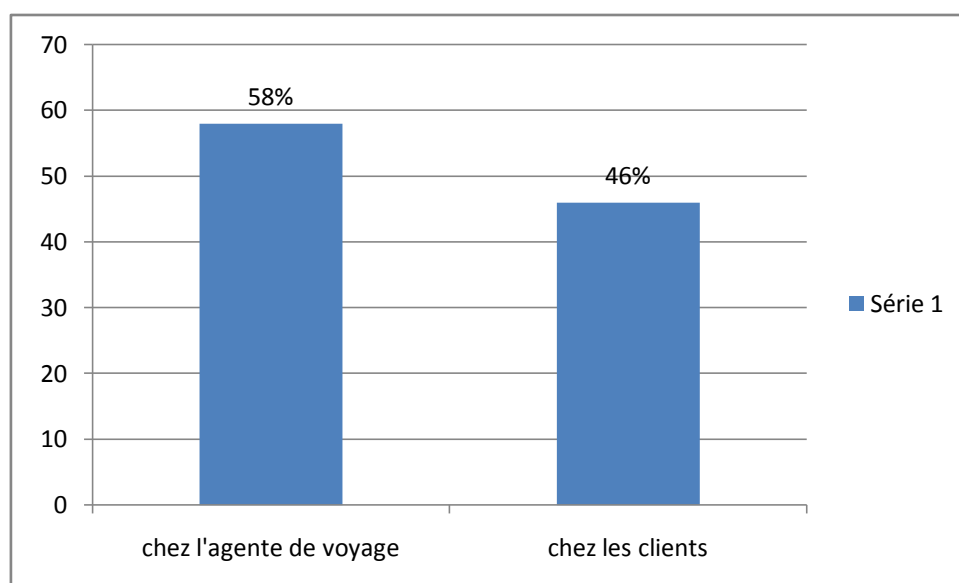


Schéma 2: L:t demande de renseignements dans le corpus

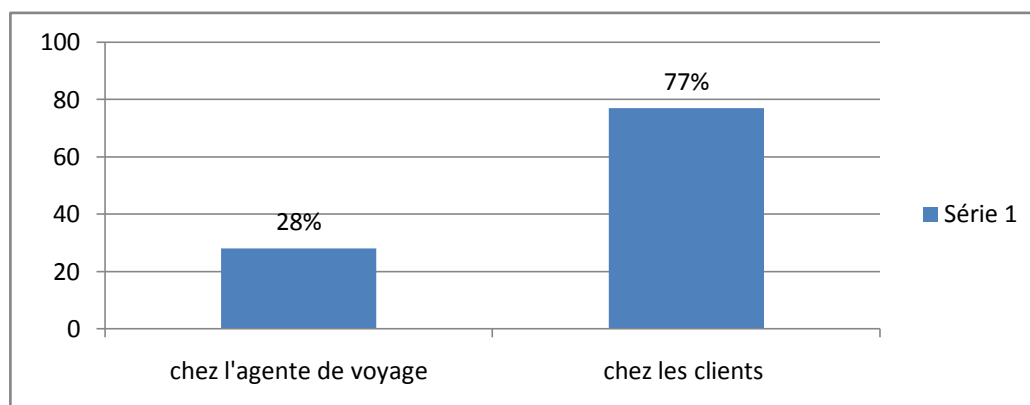
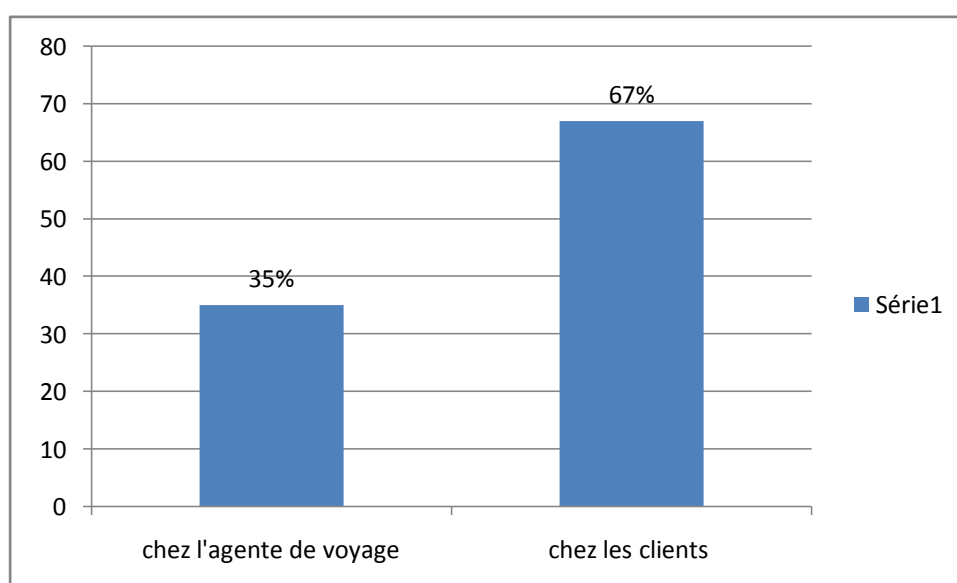


Schéma 3. La demande de confirmation dans le corpus



La lecture du premier schéma révèle un pourcentage tris important des demandes d'explications chez l'agent de voyage, un phénomène qu'on a déjà expliqué et qui est en relation étroite avec la formulation des demandes des clients. Dans les deux dernier, schémas (demandes de confirmations et les demandes renseignements), les clients marquent des pourcentages plus élevés que l'agent de voyage. Dans ces deux

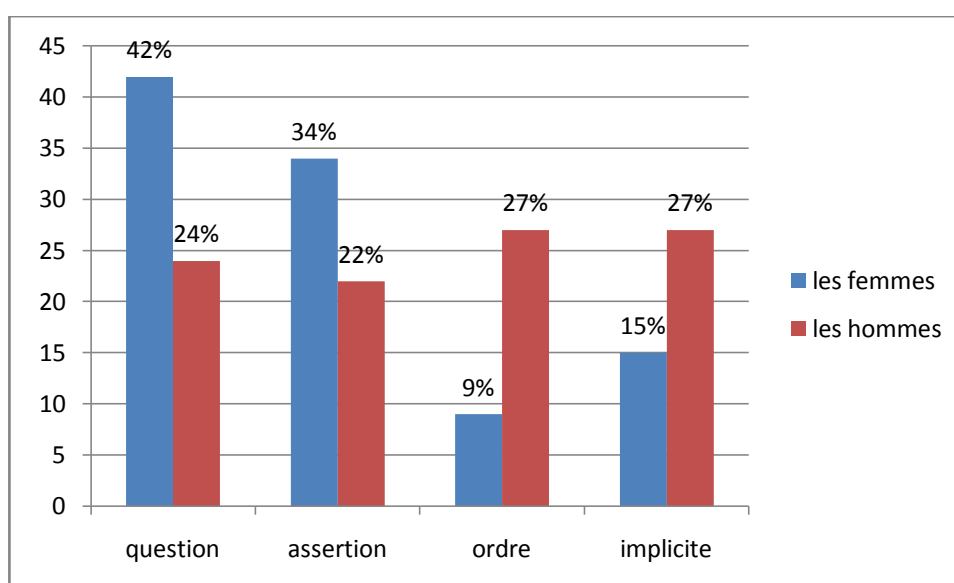
cas, les clients sont à la recherche de l'information sur les voyages et les destinations proposées par l'agence, et la confirmation de leurs dates de départ et leurs billets de vol. L'agente de son cote enregistre un pourcentage significatif, ses demandes tournent autour des renseignements fournis par les clients ainsi qu'à leurs requêtes.

V- 5- La formulation de la requête dans le corpus selon le sexe des clients

Nous avons traite au terme de fréquence d'emploi l'usage que font les femmes et les hommes des quatre formulations de la requête. Comme le montre bien le tableau, il existe en effet une divergence dans le choix des formulations de la demande entre les femmes et les hommes.

	Les femmes	Les hommes
La question	42%	24%
L'assertion	34%	22%
L'ordre	09%	27%
L'implicite	15%	27%

Les résultats obtenus, peuvent être présentés dans l'histogramme suivant



Conclusion générale

Conclusion générale :

Dans les interactions verbales, et notamment les interactions commerciales, les actes de langage ne sont pas porteurs d'une force illocutoire seulement. Leur présence peut révéler dans une perspective pragmatique un nombre interminable de phénomènes linguistiques et sociolinguistiques.

L'étude de l'acte de langage dans la communication est susceptible de nous informer sur les pratiques discursives des locuteurs en milieu naturel. En effet, l'analyse pragmatique des requêtes dans des interactions verbales entre Algériens a révélé un ensemble de spécificités qui concernent quelques pratiques discursives de ces locuteurs. L'origine de notre réflexion est que les Algériens ne produisent pas leurs demandes de manières identiques, la requête avec toutes les possibilités de formulations qu'elle offre constitue pour ces sujets un vrai enjeu. L'emploi de telle ou de telle formulation découle d'un nombre de conditions liées à leur contexte d'énonciation et à la nature des besoins de leur communication.

Dans ce mémoire nous avons opté donc pour l'étude de la requête. Nous avons choisi les Agences de voyage et de tourisme de Batna comme lieu d'enquête. Notre objectif était d'approcher au maximum la ville et la dimension urbaine qu'elle engendre, pour pouvoir débusquer certains phénomènes sociolinguistiques tel l'alternance codique, et de tirer des remarques sur les choix linguistiques des locuteurs Algériens dans le milieu naturel. Ainsi, avec cette façon de procéder, nous pensons que notre étude permet de mettre la lumière sur les particularités des sous systèmes des interactions interpersonnelles et des éléments de communication les plus minuscules. De même, l'analyse pragmatique de la requête semble l'approche la plus adéquate pour ce type d'étude.

Avec l'enquête que nous avons menée, nous avons tenté de répondre à des questions telles : Les Algériens énoncent- ils leurs requêtes de manière identique ? L'espace urbain est- il un facteur déterminant dans les pratiques langagières de ces locuteurs? Quelle fonction revête le changement des langues et le recours à la langue française dans le discours des Algériens?

A ces questions nous avons assemblé d'autres interrogations qui nous ont aidé à mieux préciser nos objectifs. En effet, nous nous sommes posé des questions à savoir s'il y a une différence entre les femmes et les hommes dans le choix des formulations? Existe- t- il une divergence dans le recours à telle ou telle formulation entre les clients et leur agente de voyage'?

Les résultats obtenus ont constitué d'une part des réponses à certaines questions et d'autre part, des pistes intéressantes pour d'autres recherches.

Le premier résultat obtenu confirme que la requête est une séquence quasi présente, elle est l'élément central dans toutes les interactions commerciales, elle justifie de même la présence des deux interlocuteurs dans l'agence (client et agente).

À partir de ce résultat, nous nous sommes demandé si tous les Algériens recourent aux mêmes formulations pour faire leurs demandes. À cela, les résultats étaient très clairs, les Algériens utilisent toutes les formulations dont ils disposent pourvu que leur interlocuteur saisisse leurs demandes. Cela dit, le recours qu'ils font à l'une ou à l'autre n'est pas identique. En effet, ils font appel communément à la question. Pour eux, la requête interrogative est la formulation la plus représentative de la demande. L'assertion est aussi employée, son usage s'explique par sa structure facile et canonique. La formulation impérative est utilisée malgré la menace qu'elle présente pour les faces des interlocuteurs, ces derniers ordonnent, ce qui leur permet de prouver leur droits (les clients ont le droit d'être assistés, et l'agente a le droit d'ordonner car elle est la source de l'information et la gestionnaire de l'agence), son usage atteste par ailleurs de la force de la demande et la nécessité d'avoir une réponse. Outre ces trois formulations, les locuteurs utilisent des demandes implicites qui leurs permettent de passer leurs demandes sans risquer leurs faces.

Nous avons cherché d'autre part, à savoir l'influence que peut avoir l'espace urbain sur les requêtes des locuteurs. L'impact s'est montré surtout dans les choix linguistiques de ces derniers. Dans toutes les interactions de notre corpus, les locuteurs alternent les deux langues : français et arabe. Ainsi les requêtes collectées sont énoncées dans les deux langues. Seule diffère la place qu'occupe chaque langue, la langue française est utilisée généralement dans les actes directs, et la langue arabe dans les actes subordonnés, donc pour la description de *l'objet* de la demande. Ces résultats illustrent l'influence que peut avoir cet espace plurilingue sur les pratiques langagières des locuteurs.

Nous nous sommes aussi essayé de voir les dissimilitudes que peut avoir le sexe des interlocuteurs sur leurs pratiques langagières. Compte tenu de notre analyse, il existe effectivement une divergence dans la formulation de la requête entre les femmes et les hommes. Les formulations préférées chez les femmes sont les mêmes utilisées par les hommes. La question qui demeure chez les femmes le meilleur moyen de passer la demande est classée dans les dernières positions chez les hommes. Chez ces derniers l'ordre et les formulations implicites sont les plus usés. À l'appui de ces résultats, nous pensons que le sexe des locuteurs influence certainement sur leurs comportements verbaux.

Nous nous sommes demandés après, si les deux interlocuteurs (l'agente de voyage et client) recourent au même type de requête. Il s'est avéré que leurs choix sont différents, car leurs finalités sont différentes. Les clients demandent pour avoir des renseignements, l'agente de voyage quant à elle demande pour pousser ses clients à choisir, elle demande donc pour vendre. De ce fait, les deux locuteurs utilisent d'abord la question, c'est leur formulation clef, après chaque partenaire fait appel à un type qui correspond à la nature de ses objectifs. Les clients assertent, et l'agente de voyage ordonne on fait des requêtes implicites. De ces résultats. On en déduit, que le choix de la formulation appropriée, doit répondre avant tout aux besoins du locuteur et à l'impression qu'il veut laisser chez son interlocuteur.

L'analyse pragmatique de notre corpus, a révélé que les types de formulations définies antérieurement possèdent une valeur illocutoire, qui dans une perspective interactive donne des enchainements qui produisent à leurs tours l'unité thématique de l'interaction. Ainsi.. Avec la question, notre analyse a montré que cet acte peut à lui seul définir plusieurs enchainements (linéaire et enchaînement). L'étude de quelques éléments grammaticaux a prouvé que la valeur interrogative peut être déterminée grâce à un seul élément grammatical on grâce à une expression verbale ou nominale

L'analyse pragmatique de quelques formulations implicites de type présuppositions a révélé que la demande peut être portée sur un élément de l'énoncé (bien sûr, [besah]). Ces marques permettent d'autre part de comprendre et d'interpréter les requêtes. D'autre part. l'analyse des sous entendus a montré que grâce à quelques transgressions commises par les locuteurs, nous pouvons arriver à l'interprétation correcte de leurs requêtes. Ainsi, les violations des principes requises pour une meilleure communication constituent des demandes implicites

Le même type d'analyse appliqué sur l'assertion. a révélé que les requêtes assertives assurent dans le circuit des échanges verbaux plusieurs fonctions. Quoique la structure syntaxique de l'assertion reste toujours la même, une phrase déclarative annoncée dans le but de solliciter quelque chose, mais son rôle en tant qu'acte de langage est de plusieurs fonctions. En effet, nous avons remarqué qu'une assertion peut illustrer un assentiment ou une proposition.

La formulation impérative a montré que dans une perspective pragmatique, l'ordre peut se séparer de son caractère agressif et menaçant. Dans ce cas le plus important à conserver est la valeur que possède l'ordre en tant qu'acte de parole, et sa fonction pragmatique dans l'interaction verbale qui peut varier entre un conseil ou une demande directe ou indirecte.

De cette étude pragmatique des différents actes de parole, nous pensons que les requêtes des

locuteurs avec la différence formelle qu'ils présentent, possèdent une force illocutoire et une valeur qui donnent à chaque acte des particularités et des spécificités dans l'interaction. D'autre part, nous avons cherché à savoir le rôle et la fonction que joue la langue française dans les requêtes de nos interlocuteurs. À partir de leurs interventions, nous avons constaté que le français joue un rôle très important dans les interactions commerciales en milieu urbain. une langue quasi présente et qui assume de même, des fonctions différentes. Chez notre agente, la langue française est avant tout une langue de travail, la maîtrise et l'utilisation de cette langue est avant tout une exigence imposée par la nature de son travail. Cet élément justifie en quelque sorte la présence d'un nombre important de requêtes émises complètement en français. Chez les clients, le français est le moyen idéal pour exprimer leurs besoins et à prouver leurs compétences linguistiques. Nous nous remarquons d'autre part que les clients utilisent le français dans des parties différentes de leurs requêtes, dans les actes directeurs ou dans les actes subordonnés. L'emploi de cette langue répond à plusieurs exigences : les clients sont d'abord des locuteurs qui maîtrisent plus ou moins le français. ils l'utilisent pour combler des lacunes ou pour mieux exprimer leurs demandes. D'autre part, certains clients emploient le français pour répondre aux interventions de l'agence de voyage énoncées en cette langue.

La langue arabe quant à elle est très utilisée, elle garde chez les clients son rôle de langue maternelle, la langue de leur quotidien. Chez l'agence, son usage offre la possibilité de mieux expliquer ses offres, donc de mieux aborder les clients. Sur le plan des choix linguistiques. les deux langues partagent la scène, mais chacune garde ses particularités (la fonction et la place qu'elle occupe).

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES THEORIQUE

- 1- ARM ANGAUD, F. (1915). *La pragmatique*. Paris. PUF. collection « Que sais-je ? »
- 2- AUSTIN, J.L. (1970), *How to do things with words*. (URMSON. O ; ED). Oxford University Press, Londres, 1962. V11+168 pages. (Traduction française citée : *Quand dire c'est faire*, Editions du Seuil.
- 3-BANGF. P. (1992), *Analyse conversationnelle et théorie de l'action*. Éditions Hatier/Didier, coll. LAL.
- 3- BENVENISTE, E. (1966), *De la subjectivité dans le langage, problèmes de linguistique générale*. Editions Gallimard.
- 4- BOURDIEU, P. (1952), *Langage et pouvoir symbolique*. Editions Fayard. Paris.
- 5- CALVEI, J.L. (1994), *Les voix de la ville, Introduction de la sociolinguistique urbaine*, Editions Payot et rivages.
- 6- CHARRAUDEAU P. MAINGUENEAU D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours* Editions du Seuil. Paris.
- 7- DE SALINS, G.D. (1988), *Une approche ethnographique de la communication. Rencontres en milieu parisien*. Editions Hatier/Didier, coll. LA L.
- 8- DUCROT, O. (1984), *Le dire et le dit*. Editions De Minuit.
- 9- GOFFMAN. I. (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne*, Tome 1. Editions De Minuit.
- 10- KERBRAT ORECCHIONI, C. (1991), *La Question*. sous la direction de Kerbrat Orecchioni, Editions PU L.
- 11- KERBRAT ORECCHIONI, C. (1990- 1998), *les interactions verbales, approche interactionnelles à structure des conversations*, Tome 1. Editions Armand Colin./Masson.
- 12- KERBRAT ORECCHIONI, C. (1986), *L'implicite*. Editions Armand Colin
- 13- KERBRAT ORECCHIONI, C. (1980), *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*. Editions Armand Colin.
- 14- MARTINS- BALTAR.M, (1977). *De l'énoncé à l'énonciation une approche des fonctions intonatives*, Éditions Crédif. Paris. Collection VIC.
- 15- MOESCHLER. J (1985). *argumentation et conversation. Eléments pour une analyse pragmatique du discours*, Editions Hatier- Crédif.
- 16- MOESCHLER. J (1986). *pragmatique conversationnelle aspects théoriques descriptifs et didactiques*. Éditions Armand Colin.
- 17- MUCCHIELLI.K. (1985). *le questionnaire dans l'enquête psycho- sociale*. Editions ESF. Entreprise moderne d'éditions et librairie technique. 8eme édition. Paris.
- 18- RECANATI F. (1981). *Les énoncés performatifs*, Paris. Minuit.

1-TALIEB IBRHIMI. K. (1997). *les algériens et leur(s) langue (s)*, Editions : El Hikma. Ager.

20 TRAVERSO. V. 1999). *L'analyse des conversations*. Editions Nathan, Paris

21- VION.R. (1992). *La communication verbale, analyse des interactions*. Éditions Hachette Supérieur.

Articles

1- KERBRAT ORECCHIONI, C (2001), « *je voudrais un petit biftecks politesse ci la franuçatse en site commercial un Interactions et discours professionnel, usages et transmission les carnets du Cediscor7, Presse de la Sorbonne nouvelle, (105- 118)*

2- MEKKAOUI.F.Z. (2002), « *Les stratégies discursives des étudiants et l'utilisation du français*

3- MERRITT, (1976). *"On questions following questions in service encounter »*, in language in society5.

4- MORSI.Y,D.(1988). « *La communication dans deux familles algériennes »*, in la communication familiale.

5- MORSLY. D. (2004), « *Le nez et la perte à «*, *L'épreuve d'une décennie. Algérie, art et Culture* (1992 2002). Editions Paris- Méditerranée

MÉMOIRES :

1- ZETILI, A. (1993), *Analyse de la demande en tant qu'outil pédagogique n*. mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de magister. Université de Constantine., Université Montpellier III

SITES D'INTERNET :

KERBRAT ORECCHIONI, C. sur le site. [http://gric.univ-lyon2.fr/ Equipcl /actes journée Genre/'CKO genre oral. doc](http://gric.univ-lyon2.fr/Equipcl/actes_journée_Genre/'CKO_genre_oral.doc).

2- BEAL. C. (2001). Dans Acte du VIII congrès de l'association pour la recherche interculturelle (ARIC) », Université de Genève 24-28 Septembre, sur le site : [http://www.unige.ch/faps/SSE/groups/anc.Ckerbrat Orecchioni et V Traverso, Symposium « Variations culturelles dans les comportements communicants »](http://www.unige.ch/faps/SSE/groups/anc.Ckerbrat_Orecchioni_et_V_Traverso,Symposium_«_Variations_culturelles_dans_les_comportements_communicants_»).

3- Kerbrat ORECCHIONI1. C. sur le site : [http://gric.univ-lyon2.fr Equipcl.'aetes journée Genre/'CKO genre oral. Doc](http://gric.univ-lyon2.fr/Equipcl.'aetes_journée_Genre/'CKO_genre_oral.Doc)

4- NATHALIECOLINEAU, JEANCAFLEN:[http://www..clips.imag.fr./geod/User/jean.caelen/Public fichiers/ Actes Dialogue. PF](http://www..clips.imag.fr./geod/User/jean.caelen/Public_fichiers/Actes_Dialogue.PF)

