

## **Enseigner le courrier commercial en Pologne : contexte socioculturel et outils de référence**

*Elżbieta Gajewska*

*Maître de conférences, Institut de Lettres et de Langues Modernes  
Université Pédagogique de Cracovie*

### **Le contexte socioculturel de l'enseignement des LE sur objectifs professionnels en Pologne**

Les règles régissant la rédaction du courrier professionnel étant un produit social, il serait difficile d'analyser ce type de pratique rédactionnelle en faisant abstraction de la culture professionnelle dont elles font partie et participent.

Le passage rapide de l'économie socialiste à l'économie de marché qui s'est opéré dans les années 90 en Pologne a également influencé la communication professionnelle. Le changement de régime politique a eu des conséquences économiques immédiates, dont les plus importantes ont été l'ouverture du marché aux capitaux étrangers, et donc la possibilité de travailler pour – ou avec – des personnes communiquant en différentes langues. Considéré jusqu'à ce moment comme un complément de la culture générale, l'apprentissage des LE, , gagne ainsi une dimension utilitaire, en offrant la perspective de meilleurs débouchés professionnels. Pouvoir se servir d'une langue étrangère en contexte professionnel devient un facteur important pour le choix et l'apprentissage des LE par les Polonais, ce que démontrent entre autres les recherches de Boutet et Wróblewska-Pawlak (1995).

Ce changement d'objectifs a été explicité dans les curriculums ministériels (Podstawa Programowa). La réforme de l'enseignement scolaire en Pologne mentionne dès lors, parmi les objectifs de l'enseignement des LE au niveau secondaire, la familiarisation des apprenants avec certains types d'écrits professionnels, notamment ceux qui constituent l'établissement d'un dossier de candidature. Cette nouvelle facette « professionnelle », certes limitée, est liée au désir d'adapter les connaissances langagières des apprenants aux exigences du libre marché et, à long terme, à la mobilité professionnelle dans l'Union Européenne.

D'ailleurs, après une période où l'enseignement « sur objectifs professionnels » s'est opposé à la « communication générale », il semble que la communication en contexte professionnel tende à être considérée comme une composante à part entière d'un cursus de LE. Beaucoup de méthodes générales pour adultes, même débutants, jugent convenable de sensibiliser leur public aux savoirs et savoir-faire linguistiques en relation avec la vie active, dont, entre autres, la rédaction du courrier et du dossier d'embauche. Ce phénomène est surtout visible dans les méthodes FLE éditées en France, dont les enseignants polonais se servent au quotidien : citons ici, entre autres, *Bienvenue en France*, *Le Nouveau Sans Frontières*, *Espaces* et, parmi les méthodes plus récentes, *Panorama*, *Mosaïques*, *Refllet*, *Café Crème*, *Accord* et *Campus*. Les protagonistes des dialogues didactiques évoluent non seulement dans un monde de relations amicales

et grégaires, mais aussi dans le cadre de réalisation de tâches professionnelles, parmi lesquelles la rédaction du courrier.

Toutefois, cette initiation à l'apprentissage sur objectifs professionnels est assurée, dans la majorité des cas, par des enseignants issus de formations philologiques qui préparent à l'enseignement de la « langue générale » sans initiation à l'enseignement de spécialité<sup>1</sup>. Se risquant sur un terrain inconnu, ils ont du mal à prodiguer aux apprenants qui leur sont confiés des conseils rédactionnels et sont obligés de se limiter aux indications souvent sommaires des guides pédagogiques.

D'autre part, dans le domaine des écrits professionnels en LM, nous pouvons assister à un autre phénomène intéressant, à savoir aux changements dans les matrices discursives de nombreux types de textes, qui tendent à se rapprocher des modèles « occidentaux ». Des transformations s'opèrent ainsi au niveau des stratégies argumentatives et des conventions rédactionnelles.

Ce processus concerne notamment les documents constituant le dossier de recrutement. Le *curriculum vitae* polonais, débutant par la phrase rituelle « *Je suis né le ...* », ressemblait plutôt à un récit (auto)biographique dont il conservait l'ordre chronologique et le style narratif à phrases longues. Ces dix dernières années, ce curriculum traditionnel a presque disparu au profit du CV tel qu'il est connu dans la plupart des pays de l'Union Européenne, avec son aspect « formulaire ». Il en est de même pour la « demande d'emploi » (« *podanie o przyjecie do pracy* »), disparaissant actuellement sous la pression de la « lettre de motivation » (« *list motywacyjny* »).

Ces modifications, tout en étant les plus frappantes, n'épuisent pas la liste des changements de règles, socialement admises, concernant la rédaction des écrits professionnels en Pologne. Le normolettre est en passe de s'enrichir d'un adressatif auparavant absent, mais qui semble plutôt bien s'y intégrer. Il en est autrement pour les formules de politesse finales. Les écrits commerciaux « ancien régime » ne comportaient qu'une formule de politesse passe-partout (« *Z powazaniem* ») et les demandes administratives pouvaient même s'en passer. Or, les traducteurs des guides de rédaction du courrier en LE ainsi que les professionnels ayant l'habitude de communiquer avec l'étranger (parmi lesquels se recrutaient dans les années 90. les auteurs des correspondanciers en langue polonaise) ont ressenti le besoin d'élargir ce répertoire jugé trop pauvre. Toutefois, un nouveau système de formules de politesse exprimant les relations verticales (hiérarchie sociale) et horizontales (relations amicales vs distantes) est encore en gestation et loin d'être unifié (Gajewska 2004).

Tout comme le changement de motivation à l'apprentissage des LE, ces modifications semblent trouver leur source dans le passage à l'économie de marché et la communication avec des sociétés à capitaux étrangers. Dans une société réglementée où le courrier était certes indispensable, mais le plus souvent sans réelle valeur argumentative, sa rédaction reposait sur une rhétorique différente. Effet de mode et de prestige, comme disent les uns, ou bien évolution de stratégies communicatives, ces nouvelles habitudes rédactionnelles ne sont pas sans bouleverser les enseignants et les concepteurs de manuels de courrier commercial, y compris en LM. La confusion qui règne oblige à opérer des choix - de terminologie et de forme - qui ne sont pas anodins.

Un nouveau rôle assigné aux LE et des points de repère de par trop instables en LM : tel était – et demeure – l'arrière-plan de l'enseignement de la rédaction professionnelle après la grande révolution économique liée à l'abandon du régime communiste.

### **Le courrier professionnel et la stéréotypie**

Contrairement au courrier personnel, le courrier administratif et commercial est perçu par le large public comme un art ou un savoir-faire spécifique, nécessitant l'acquisition

de règles qui lui sont propres. La production des textes professionnels, surtout de ceux qui sont destinés à quelqu'un d'autre (donc « dialogiques » ou « interactionnels »), est sujette à stéréotypie et soumise à un ensemble de contraintes définissant ce type d'écrit.

La formalisation de l'écrit professionnel peut venir du fait qu'il est, comme le définit Pène (1995), le produit d'une écriture qui relève du travail au sens où celui-ci est « negotium », opposé à loisir. Sa modalité majeure devient ainsi le « devoir », l'interprétation et l'actualisation d'une nécessité portée par un environnement. Le mot « devoir » doit être entendu comme une modalité ambiguë, à la fois épistémique (« il est nécessaire d'écrire ») et déontologique (« je suis dans l'obligation d'écrire »). On peut ainsi s'attendre à ce que l'écriture professionnelle repose sur une esthétique différente de celle que met en oeuvre l'écriture non-professionnelle. L'écrit n'y constitue pas un but en soi, mais un outil, une besogne ou une preuve juridique, ce qui appelle l'usage du prêt-à-écrire.

La production et la circulation des écrits professionnels sont déterminées par des variables situationnelles plus ou moins fines, qui pèsent sur la sélection référentielle et la formulation des informations. La présentation matérielle du courrier dépend de normes liées au support, partiellement intrinsèques à ce support, mais aussi partiellement conventionnelles (méls). Une autre raison qui limite la liberté d'expression dans les écrits professionnels émane du pouvoir juridique qu'on leur attribue : les documents susceptibles d'être acceptés comme pièces à conviction en cas de litige doivent satisfaire à certaines conditions pour être juridiquement valables, ou bien, comme on pourrait le définir en utilisant la terminologie linguistique, avoir toute leur valeur illocutoire et perlocutoire. L'on distingue ainsi des documents dont le modèle et les formulations sont plus ou moins rigoureuses en fonction de leur charge juridique.

Le formalisme de l'écrit professionnel provient non seulement des paramètres techniques du canal ou de sa valeur juridique, mais aussi de la ressemblance entre certains types de situations (p. ex. commerciales). Les documents professionnels peuvent être classés selon les différents moments de la vie de l'entreprise qu'ils accompagnent : le cas le plus classique d'une telle distinction est celle opérée selon les étapes du schéma achat-vente (voir p. ex. Clijsters 1990). D'autres classements sont éventuellement envisageables, selon les moments de la journée de travail ou de la carrière de l'employé, le(s) destinataire(s) ou le type de démarche adoptée (demander, accepter ou refuser...).

Les recherches sur la production discursive attirent notre attention sur le domaine du préconstruit, que l'on peut envisager comme un recours à des formules préfabriquées utilisées pour satisfaire aux normes du texte. Le rapprochement de la recherche en phraséologie et sur la production du discours, visible dans certains textes sur les formules de politesse, routines discursives et toutes sortes de rituels verbaux, a été traité de manière systématique par E. Gülich et U. Kraft (1997).

La mise en évidence du rôle du préconstruit dans la formation des textes stéréotypés semble porter ses fruits dans l'enseignement des langues étrangères. L'existence de « modèles locutionnels » ou de « schémas » (respectivement dans R. Martin (1994) et B.-N. Grunig (1994)) qui permettent de construire ou de créer de nouvelles locutions, est en effet d'une grande portée didactique une fois appliquée à la création de textes. E. Gülich et U. Kraft citent à ce sujet les résultats des études psycholinguistiques de G. Keseling, qui s'intéresse aux routines influençant l'activité de production d'un texte écrit. Les scripteurs disposent de certaines structures préformées – nommées par G. Keseling « expressions-cadres » (« Rahmenausdrücke ») auxquelles ils peuvent recourir en produisant un texte et qui leur facilitent la tâche. Ces descriptions contiennent des cases vides où vont se placer des « descripteurs » (« Deskriptionen ») qui donnent des informations spécifiques. Or, c'est en général avant de produire ces éléments descriptifs que les sujets hésitent ou réfléchissent, tandis qu'ils écrivent rapidement et sans hésitation les expressions-cadres. De nombreuses études sur la dimension psychologique de la compétence discursive

(ou textuelle) menées dans le cadre de la psychologie cognitive vont aussi dans le sens de l'hypothèse sur la facilitation de la production langagière par le recours à un modèle discursif (voir les recherches citées par J.Dolz, A.Pasquier et J.-P.Broncart (1993)).

La solution préfabriquée répondant aux problèmes que pose la tâche rédactionnelle (appelée « modèle de texte » ou « matrice discursive ») désigne ainsi un ensemble d'instructions que l'on peut suivre, plus ou moins scrupuleusement, lorsque l'on veut produire un texte. Cette « recette » comporte aussi souvent des répertoires d'expressions à utiliser de manière préférentielle : il arrive alors qu'elles structurent, sous forme d'expressions-cadres, le texte entier. Le canevas qu'elles forment tel une sorte d'armature permet d'insérer des descripteurs, porteurs d'information sur le contenu.

Pour mettre en évidence les similitudes linguistiques des textes, Béacco et Darot (1984) proposent donc une analyse de discours à deux niveaux distincts. Le premier englobe les ressemblances au niveau macro-structural comme la présence, l'absence ou l'identité d'opérations discursives, c'est-à-dire les actes de parole, d'opération cognitives, etc. Le deuxième se rapporte aux ressemblances au niveau linguistique comme la présence, l'absence ou l'identité des marqueurs pour une opération énonciative donnée et aux corrélations entre les différentes opérations énonciatives dans un discours donné.

### **Matériels didactiques pour l'apprentissage et le perfectionnement de la rédaction du courrier commercial**

Etant un produit social, élaboré pour résoudre des tâches communicatives récurrentes, les solutions préfabriquées répondant aux problèmes que pose la tâche rédactionnelle peuvent par la suite acquérir le statut d'une contrainte normative. La connaissance des règles créées initialement pour faciliter la rédaction témoigne désormais du savoir-faire communicatif général du scripteur et l'intègre au Groupe ou l'en exclut. Cette constatation vaut surtout pour les groupes professionnels, où la production écrite est soumise à certaines conventions socioculturelles dont la connaissance peut constituer un facteur démarcatif, en distinguant les rédacteurs novices de ceux qui sont « rompus à la tâche ».

Les adjuvants rédactionnels sont ainsi appréciés par le personnel amené à rédiger le courrier de l'entreprise, notamment en LE. Les « correspondanciers » présents sur le marché peuvent être classés en trois catégories :

#### *1) Recueils de « modèles de lettres »*

La plupart des aides rédactionnelles présentes sur le marché polonais prennent la forme de recueils de lettres-modèles ou de lettres-exemples, se référant à quelques situations cruciales de la vie des affaires et publiées pratiquement sans aucun commentaire didactique ou métadiscursif. Cela se reflète aussi dans la nomenclature utilisée, car les titres les plus souvent rencontrés annoncent que l'on a affaire à « 100 lettres d'affaires » ou à des « modèles de lettres commerciales ».

Monsieur,

Nous vous remercions pour votre fax de ce jour.

Le prix maximal qu'il nous est possible de payer pour ..... [nazwa towaru] est de ..... [cena].

En attendant votre accord sur ce point nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations les meilleures.<sup>2</sup>

Les textes proposés ont l'aspect de lettres-formulaires à cases vides, à compléter par quelques données factuelles. L'utilisateur doit rattacher le cas particulier auquel il est

confronté à une des situations traitées par le(s) concepteur(s) du recueil, ce qui n'est pas toujours facile. Il arrive que les auteurs suggèrent l'interchangeabilité des différentes réalisations possibles d'un même acte de parole, tel l'acte d'argumenter dans une demande de recommandation :

Vous savez à quel point j'aimerais travailler dans cette entreprise à la pointe de la recherche pétrolière [j'aimerais faire un stage dans cette chaîne hôtelière réputée pour son organisation...]<sup>3</sup>.

Toutefois, la majorité des manuels n'introduisent qu'un texte-exemple par type de texte, ce qui empêche une analyse permettant d'en détecter les variantes possibles et les manières de réaliser les stratégies communicatives individuelles. Il est tout aussi difficile de distinguer les contraintes sémiolinguistiques régissant les modalités de présentation de l'information et de définir la marge de liberté dont dispose le rédacteur.

## 2) « Bibles de paragraphes » et « correspondanciers modulaires »

La stéréotypie du courrier, exprimée dans le terme « courrier répétitif », a favorisé les tentatives pour faciliter les tâches stéréotypées et abouti à la création de lettres préimprimées (à compléter par des informations renvoyant à la situation d'énonciation concrète), lettres avec des paragraphes à cocher ou leur version moderne, la « bible des paragraphes ». Les secrétaires, ses utilisatrices principales, utilisent ce dernier terme pour désigner un ensemble de phrases préconçues qui les aident dans la rédaction du courrier usager. Malgré ses apparences personnalisées, la bible des paragraphes repose sur les mêmes principes que la lettre aux paragraphes à cocher où le scripteur (ou plutôt le rédacteur) adaptait le courrier à la situation donnée en indiquant le paragraphe approprié qui s'y rapportait.

La « bible des paragraphes » a certainement influencé les auteurs de « correspondanciers modulaires »<sup>4</sup> ou d'ensembles de formules-types pour rédiger facilement<sup>5</sup>.

Le fournisseur (11)	Le client (12)	Le client (13)
demande d'un délai de livraison	accepte un délai de livraison	refuse un délai de livraison
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Début de la lettre : -annoncer le retard de livraison (T29)</li> <li>· Développement : -justifier le retard de livraison (T30)</li> <li>· Formule de conclusion : -présenter ses excuses (T31)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Début de la lettre : -accuser réception de la lettre relative au retard de livraison (T32)</li> <li>· Développement : -accepter le retard de livraison (T33)</li> <li>· Formule de conclusion : -souligner le caractère exceptionnel de l'acceptation (T34)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Début de la lettre : -accuser réception de la lettre relative au retard de livraison (T32)</li> <li>· Développement : -refuser et s'excuser du refus (T35) -expliquer les conséquences du retard (T36)</li> <li>· Formule de conclusion : -espérer conserver de bonnes relations (T37)</li> </ul>

<b>Début de la lettre : annoncer un retard de livraison (Tableau 29)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nous avons le regret de vous informer que (qu')</li> <li>· Nous sommes au regret de vous communiquer que (qu')</li> <li>· A notre vif regret,</li> <li>· Toutefois,</li> <li>· Cependant,</li> <li>· En effet,</li> <li>· Malgré notre vif désir de vous donner satisfaction, nous regrettons de vous informer que (qu')</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· nous ne pouvons pas</li> <li>· il ne nous est pas possible de (d')</li> <li>· nous ne sommes pas en mesure de (d')</li> <li>· nous nous trouvons dans l'obligation de (d')</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· vous livrer ces articles à la date prévue.</li> <li>· procéder à l'expédition aux conditions que vous indiquez.</li> <li>· donner une suite favorable à votre demande.</li> <li>· vous répondre favorablement.</li> <li>· accéder à votre requête.</li> <li>· vous faire bénéficiaire du délai demandé.</li> <li>· vous consentir un délai supplémentaire.</li> <li>· refuser votre requête.</li> </ul>

Le plan de la lettre, explicité ou présent en filigrane, fait référence à la macro-structure de la lettre, tandis que les formules types constituent une sorte d'inventaire de routines langagières stéréotypées. Une telle présentation pousse à effectuer des choix non plus principalement au niveau de la situation de communication, mais « à chaque tournant » au niveau des actes de parole détaillés, rallonge et guide la phase de planification et facilite considérablement la besogne rédactionnelle. Toutefois, faute de commentaire, le choix des réalisations préférentielles est souvent intuitif.

De tels manuels, minoritaires en France, n'ont pas été rédigés pour le français en Pologne. Qui plus est, malgré la « ramification » de la démarche qui devrait apparemment se prêter au traitement informatique du texte, les logiciels présents sur le marché s'inspirent aussi essentiellement des recueils de lettres types.

### **3) Les manuels au sens propre du terme**

A la différence des exemples examinés supra, les « vrais » manuels de rédaction du courrier professionnel ne se limitent pas à présenter des textes à copier, mais visent avant tout la formation de compétences rédactionnelles adéquates. Outre la présentation de lettres toutes faites, ils proposent une analyse de la situation de communication et des stratégies communicatives que l'on doit y mettre en oeuvre. Leurs auteurs partent d'une description du cadre commercial ou juridique. Ce contexte interactionnel régit le plan de la lettre (défini en termes d'actes de parole) et sa présentation matérielle, exposés dans la suite et complétés par des propositions de formules préfabriquées et/ou de remarques sur le style et le ton à adopter<sup>6</sup>. Une telle démarche assigne au « modèle de lettre » un rôle purement illustratif au lieu d'en faire un objet- culte représentant de « la » lettre (de réclamation, de commande etc.), face à laquelle le scripteur novice ne peut que se sentir intimidé.

La formalisation de l'écrit professionnel induit certes le recours au prêt-à-écrire, mais cette tendance est contrecarrée par la recherche de valeurs perlocutoires. Les recherches en analyse du discours sont d'une grande utilité pour décrire la tension constante entre le préfabriqué (à valeur sociale) et la poursuite d'objectifs communicatifs individuels. L'application de la théorie de la politesse (dont l'unification est due à Kerbrat-Orecchioni 1992, 1994) à l'analyse des matrices discursives donne des résultats intéressants et permet, par exemple, de voir plus clair dans le remplacement subit de certains modèles de textes polonais par leurs équivalents fonctionnels « à l'occidentale » mentionnés

*supra* (Gajewska 2002).

Pourtant, même sans pousser l'analyse aussi loin, une démarche pédagogique consciente, adoptée dans des manuels de rédaction professionnelle dignes de ce nom, permet de créer des stratégies procédurales pour le traitement du préconstruit présent dans les écrits professionnels. Disposant de moyens d'analyse, les apprenants sont capables non seulement d'adopter les modèles proposés aux cas donnés, mais aussi d'extraire eux-mêmes les matrices discursives des textes spécifiques liés à leurs obligations professionnelles particulières. Hélas, pour trouver cette perle rare le commercial francophone en Pologne doit faire preuve d'obstination et être prêt à importer, car il semble qu'aucun manuel de ce type n'ait été élaboré dans une perspective contrastive ces quinze dernières années.

## Conclusion

Vu le contexte éducatif et social, les manuels pour la rédaction des écrits professionnels devraient constituer une aide précieuse pour les apprenants des LE. Or, tels qu'on les édite actuellement en Pologne, ils sont d'une utilité limitée même pour les personnes ayant une certaine compétence en français « général ».

Face à des contraintes rédactionnelles dont ils devinent l'existence sans pour autant savoir les formuler, les scripteurs peu expérimentés ont du mal à prendre des libertés par rapport aux modèles proposés dans les exempliers. De cette manière, la rédaction du courrier administratif et commercial se situe du côté de la pratique de « scription », qui mobilise plutôt les microsystèmes de la langue, opposée à celle d' « écriture », où le jeu des possibilités linguistiques est largement ouvert et où plusieurs types de savoirs et de savoir-faire sont indispensables (Boyer 1988). Le texte produit (ou reproduit, pour ne pas dire recopié...) est donc davantage centré sur le scripteur et ses capacités, tandis que celui d'un scripteur expérimenté se préoccupe d'abord de ses lecteurs (« reader-based prose » - Flower 1990).

Il est regrettable qu'à l'époque où l'analyse du discours entre – certes progressivement – à l'école, les outils pour la rédaction professionnelle renoncent à une analyse plus développée des écrits stéréotypés. Tout en aidant à résoudre des tâches communicatives similaires à celles proposées dans leur contenu, ils ne favorisent ni une réflexion consciente sur les stratégies rédactionnelles, ni l'acquisition des connaissances pragmatiques nécessaires dans la vie active.

## Notes

<sup>1</sup> Ce dont témoignent entre autres les résultats de l'enquête concernant les carrières professionnelles des romanisants, réalisée à l'initiative de l'Association des Romanisants Polonais. Plejada" (2004)

<sup>2</sup> I. Kienzler *Wzory francuskich listów handlowych z tłumaczeniami*, IVAX 1995, p. 75

<sup>3</sup> *500 wzorów listów francuskich*, Wiedza Powszechna 2004, p. 197

<sup>4</sup> terme calqué sur „korespondencja modułowa”.

<sup>5</sup> A. Nishimata *L'essentiel du courrier d'entreprise: les formules types pour rédiger facilement*, Gualino éditeur, 2002, p. 49

<sup>6</sup> Démarche adoptée entre autres par O. Girault *Les outils de la communication écrite d'entreprise*, Foucher 1996, et L. Bas et C. Hesnard *La correspondance commerciale française*, Répères Pratiques Nathan 2002.

## Références bibliographiques

- Baco, J.-C., M. Darot 1984. *Analyses de discours. Lecture et expression*. Paris, Hachette/Larousse.
- Boutet J., K. Wróblewska-Pawlak (dir.) 1996. *Le français en Pologne: mythes et réalités*. Varsovie, Centre pour l'Europe.

- Boyer, H. 1988. *L'écrit comme enjeu. Principe de scription et principe d'écriture dans la communication sociale*. Paris, Didier/Crédif.
- Cornaire C., P.M. Raymond 1994. *La production écrite*. Paris, coll. Didactique des LE. Paris, CLE International
- Clijsters, W. 1990. *Mille lettres d'affaires en chiffres*. Paris-Genève, Champion/Slatkine.
- Flower, L. 1990. Writer-based prose. Dans: T. Newkirk et al. (dir.), *To Compose*. London, Heinemann.
- Gajewska, E. 2002. Jak rozpocząć list motywacyjny, czyli modele korespondencji zawodowej w świetle zasad grzeczności językowej. Dans: G. Szpila (dir.), *Język trzeciego tysiąclecia II – tom I : Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*. Kraków, Tertium
- Gajewska, E. *Accepté pour publication. Wpływ modeli w języku obcym na korespondencję handlową w języku polskim*.
- Gülich, E., U.Kraft 1997. Le rôle du préfabriqué dans le processus de production discursive. Dans: M. Martins-Baltar (dir.), *La locution entre langue et usages*. Fontenay-aux-Roses.
- Kerbrat-Orecchioni, C. 1990, 1992, 1994. *Les interactions verbales* t.1, 2, 3. Paris, A. Colin.
- Pène, S. 1995. *Productions langagières écrites et ordre graphique en situation de travail*. Thèse de doctorat sous la direction du prof. J. Boutet, Paris VII.